

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ
РАБОТУ**

**УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ
(НА ПРИМЕРЕ ИП ВОЛКОВ А.А.)**

студента 4 курса 421 группы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Михельсона Дмитрия Григорьевича

Научный руководитель

к.с.н., доцент

кафедры менеджмента и маркетинга

И.В. Стазаева

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

Л.И. Дорофеева

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что формирование и развитие рыночных отношений предполагают свободное и равноправное сосуществование и развитие различных форм собственности и секторов внутри каждой формы собственности. Особое место в экономике России принадлежит предпринимательству, нашедшему отражение, прежде всего в малом бизнесе, который в значительной степени способствует созданию конкурентной среды на потребительском рынке.

Малые предприятия являются неотъемлемой частью эффективной экономики. Во всех развитых индустриальных странах сфера малого бизнеса играет важную роль в экономической системе государства. Огромна роль малого предпринимательства и в росте доходов населения и формировании среднего класса. На предприятия малого бизнеса возложены вполне определенные функции, которые не выполняются или выполняются в недостаточной степени другими хозяйствующими субъектами. Небольшие фирмы играют роль фундамента рыночной экономики, связывают воедино все ее звенья.

Проблемы и недостатки в развитии малого бизнеса определяются не только внешними, институциональными условиями их функционирования, но и внутренними причинами, среди которых значимой причиной является неэффективный менеджмент.

Актуальность проблемы управления малым предприятием в современных условиях подтверждается глобальными изменениями внешних факторов. Мировой финансовый кризис показал, что большинство малых предприятий в России оказались неспособными пережить экономические потрясения.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ структуры и системы управления малым предприятием на примере ИП Волков А.А.

В соответствии с целью выпускной квалификационной работы в ней решаются следующие задачи:

1. дать понятие управления малым предприятием;
2. рассмотреть особенности управления малым предприятием;
3. раскрыть современные проблемы управления малым предприятием;
4. дать общую характеристику хозяйственной деятельности ИП Волков А.А.;
5. провести анализ структуры и системы управления ИП Волков А.А.;
6. предложить мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ИП Волков А.А.;
7. рассмотреть эффективность предложенных мероприятий по совершенствованию управления ИП Волков А.А.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является малое предприятие ИП Волков А.А.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы выступают организационные и управленческие отношения, складывающиеся в процессе управления малым предприятием ИП Волков А.А.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности использования полученных результатов исследования на практике малыми предприятиями, в том числе и руководством ИП Волков А.А.

Новизна данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что теоретические положения об эффективном управлении малого предприятия будут применены к анализу деятельности конкретного предприятия малого бизнеса и предложены направления совершенствования управления им.

Теоретическую и методологическую основу выпускной квалификационной работы составили законодательные и нормативные акты в

области развития малого предпринимательства, работы отечественных и зарубежных ученых в области рыночной экономики, конкретно – малого бизнеса, а также в области управления организациями. В данной работе применялись такие методы, как описание, группировка, анализ и синтез теоретического и практического материала.

Структурно работа состоит из введения, трех глав, семи параграфов, заключения и списка использованных источников. Работа содержит ссылки на источники литературы, таблицы и рисунки.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. В первой главе выпускной квалификационной работы «Теоретические основы исследования управления малым предприятием» автор рассматривает понятие и особенности управления малым предприятием в настоящее время, а также современные проблемы управления.

В общемировой практике до настоящего времени нет четкого общепринятого определения сущности предпринимательства. Результаты исследования взглядов на понятие предпринимательства различными учеными показали отсутствие единой точки зрения на этот экономический феномен.

Большинство авторов считают, что малое предпринимательство – это специфическая форма экономической деятельности, самый сложный хозяйственный механизм, задача которого состоит в том, чтобы находить обоснованные направления и способы продуктивного применения ресурсов.

Основная суть, отличающая малые предприятия от крупных, заключается в том, что они наиболее безболезненно, эффективно и динамично осваивают новые виды продукции, и в частности инновации, способствуют приближению товаров и услуг к обществу, что не всегда по силам крупным организациям.

Особенностями малых предприятий с позиции организации управления, являются: совмещение функций владельца и менеджера; кадровые проблемы малых предприятий; преобладание интуитивной, неформальной стратегии малого предприятия; ограниченность финансовых ресурсов; перегрузка

руководства и менеджеров малого предприятия; слабая структуризация и регламентация информационных потоков.

Для того чтобы добиться успеха, руководству необходимо грамотно управлять предприятием. Управлять – означает вести предприятие к цели, пытаясь наилучшим образом использовать его ресурсы. Специалисты считают, что не существует единой идеальной модели управления, поскольку каждая фирма уникальна. Фирмы находятся в процессе постоянного поиска своей модели управления. Это непрерывный процесс, так как меняется сама фирма и ее среда.

Современная система управления малым предприятием должна быть простой и гибкой. Ее главным критерием является обеспечение эффективности и конкурентоспособности работы предприятия. Это особенно важно для предприятий малого бизнеса, где без соблюдения этих условий трудно рассчитывать на успех.

Во второй главе выпускной квалификационной работы «Анализ управления малым предприятием на примере ИП Волков А.А.» автор дает общую характеристику хозяйственной деятельности малого предприятия и проводит анализ структуры и системы управления.

ИП Волкову А.А. принадлежат строительные магазины, которые предлагают широкий ассортимент строительных и отделочных материалов для дома и дачи. Магазины территориально расположены во всех районах города.

Проведенный анализ финансового состояния предприятия позволил сделать вывод о том, что ИП Волков А.А. работает стабильно и с прибылью. Однако размер получаемой прибыли относительно невелик. В случае усиления конкуренции, изменения других внешних факторов влияния, предприятие может оказаться в кризисной ситуации.

Структура управления ИП Волков А.А. была отнесена к линейному типу. Данная структура управления характеризуется небольшой

численностью персонала, оперативным распространением информации внутри структуры, «прозрачностью структуры».

SWOT-анализ малого предприятия показал, что сильными сторонами ИП Волков А.А. являются высококвалифицированный персонал, предоставление дополнительных услуг, наличие интернет-магазина. А главными слабыми сторонами являются низкое информационное обеспечение клиентов, слабая маркетинговая деятельность.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Направления совершенствования управления малым предприятием ИП Волков А.А.» автор предлагает и описывает комплекс мероприятий по совершенствованию управления рассматриваемым предприятием и проводит расчет эффективности внедрения этих мероприятий.

Для того чтобы повлиять на улучшение финансово-экономических показателей предприятия и его состояние в целом необходимо структурировать маркетинговую деятельность малого предприятия. На сегодняшний день совершенствование маркетинговой деятельности является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. В маленьких организациях расходы на рекламу и развитие бизнеса обычно четко регламентированы. Поэтому маркетинг воспринимают как дорогую и ненужную сферу деятельности, считая, что прибыль можно получить лишь от активных продаж. Но, как правило, на практике это не так: покупатель становится все более придирчивым, технологии продаж все более сложными, увеличивается количество конкурентов, у которых и предложение выгоднее, и товар новее и т.д.

Наличие четко налаженной маркетинговой системы существенно повлияет на деятельность организации. Для создания хорошо работающей системы маркетинга и решения проблем, связанных с несогласованной маркетинговой деятельностью, а также нереализованности некоторых функций, рекомендуется расширить штат предприятия и ввести должность

специалиста по маркетингу и рекламе, который смог бы объединить разрозненные маркетинговые функции в единую службу.

Еще одним немаловажным элементом в системе маркетинга, требующим усовершенствования, является политика продвижения. Рекламная политика предприятия слабо развита. Предлагается разработать бренд компании, чтобы повысить ее узнаваемость и престиж, а также публиковать рекламу в специализированных печатных изданиях.

Экономический эффект от внедрения предлагаемых мероприятий выразится в увеличении выручки предприятия и составит минимум 735 300 руб. К тому же предложенные мероприятия могут принести организации значимый социальный эффект. Однако показатели социального эффекта необходимо определять уже после внедрения мероприятий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Ориентация на потребительский спрос, проведение маневренной научно-технической инновационной политики, стремление к нововведениям и оправданному риску стали основополагающими идеями современного управления.

В современном управлении происходит интеграция традиционных методов жесткого управления и «мягкого» поведенческого управления в новую концепцию управления, ориентированную на ведущую роль человека в деятельности предприятия, нововведения, адаптацию к внешней среде и гибкость, стратегическое управление. Все это в полной мере относится и к управлению малым предприятием. Логика современного менеджмента рассматривает профессионализм руководителя как основу эффективного управления.

Управление предприятием – это целенаправленное воздействие, необходимое для согласования совместной деятельности людей; это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для формирования и достижения поставленных целей.

Управление малым предприятием характеризуется формированием стратегии его развития, целями и типами управления, задачами, процессом и

структурой управления. Компоненты системы управления малым предприятием определяются влиянием внешней среды и внутренними характеристиками.

Основная особенность малого предприятия заключается в том, что оно по своему типу является предпринимательской организацией, которая острее, чем любая другая организация, реагирует на воздействие внешней среды. Поэтому если для любой организации в рыночных условиях предприимчивость служит средством для получения дополнительной прибыли, то для малого предприятия – это средство выживания.

Особый тип малого предприятия как предпринимательской организации требует особой организационной структуры и особой организационной культуры, мотивации и коммуникации, специфических методов и стиля работы и управления.

Специфическими чертами менеджмента малого предприятия являются гибкость организационной структуры, принцип самоуправления и командный дух в организационной культуре, преимущественное устное вербальное общение с эффективной обратной связью в коммуникации, ситуационный подход в выборе стиля и другие особенности. Все элементы менеджмента малого бизнеса, в конечном счете, определяет тип организации малого предприятия как предпринимательской организации.

Особенно важно совершенствовать систему управления малым предприятием, которое функционирует на конкурентном рынке, где действуют крупные фирмы, предприятия – лидеры отрасли.

Объект изучения данной выпускной квалификационной работы – ИП Волков А.А. осуществляет оптовую и розничную продажу строительных материалов. Данная сфера характеризуется острой конкурентной борьбой и малому предприятию необходимо найти резервы с целью укрепления своих конкурентных позиций.

Магазины ИП Волков А.А. расположены так, что позволяет и розничным покупателям, и крупным оптовикам приобретать строительные

материалы в удобных для них местах. Большой ассортимент товаров привлекает внимание покупателей не только из Саратова, но и Саратовской области.

Как показал анализ, несмотря на относительно устойчивое экономическое и финансовое положение, предприятие имеет резервы, связанные с совершенствованием системы его управления. Подробный анализ системы управления ИП Волков А.А. и пересмотр некоторых аспектов политики в этой области должен существенным образом повлиять на улучшение финансово-экономических показателей предприятия и состояние предприятия в целом.

Применение основных принципов управления в ИП Волков А.А. позволяют осуществить достаточно эффективное управление и достигнуть результатов с минимальными затратами ресурсов. Однако на сегодняшний день нельзя сказать, что все принципы успешно реализуются в ИП Волков А.А..

Руководство предприятием осуществляется на основе демократического стиля управления. Однако, в периоды финансово-экономической нестабильности также зачастую используются меры авторитарного характера, поскольку в данных условиях нужно четкое соблюдение распоряжений руководства и строгая централизация деятельности. Поскольку именно эти факторы являются ключевыми в обеспечении стабильного развития организации.

В ходе анализа структуры и системы управления ИП Волков А.А. нами было выявлено, что на предприятии отсутствует специалист по маркетингу и рекламе, а так же у предприятия имеются проблемы с имиджем и репутацией.

На наш взгляд, для того чтобы повлиять на улучшение финансово-экономических показателей предприятия и его состояние в целом необходимо структурировать маркетинговую деятельность малого предприятия.

Основная проблема в работе предприятия состоит в том, что проводимые маркетинговые мероприятия не интегрированы в четкую

систему, и поглощают выделяемые ресурсы без соответствующей отдачи. В результате предприятие неэффективно тратит деньги, не использует в полной мере возможности внешней среды. С внедрением должности специалиста по маркетингу и рекламе этот процесс будет иметь комплексный характер.

Кроме того, ИП Волков А.А. необходимо активней продвигать предприятие, повысить его узнаваемость, создать в сознании потребителей ассоциацию с предприятием как с гарантом качественной продукции и оказываемых услуг. Поэтому еще одним немаловажным мероприятием по совершенствованию маркетинговой деятельности ИП Волков А.А., на наш взгляд, является разработка фирменного стиля (бренда).

Предложенные мероприятия по совершенствованию управления предприятием являются быстрокупаемыми и смогут принести значительный экономический и социальный эффект.