

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие предпринимательства в сфере жилищного строительства
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 412 группы

направления (специальности) _____ (38.01.03) Экономика

код и наименование направления (специальности)

Профиль «Экономика предпринимательства» экономического факультета

наименование факультета, института, колледжа

Шерстяных Георгия Германовича

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

старший преподаватель

должность, уч. степень, уч. звание

_____ дата, подпись

В.А. Максимов

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

К.Э.Н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

_____ дата, подпись

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2024 год

Введение. Разработка бизнес-плана деятельности организации помогает предприятию достичь его главных целей на рынке в отношении производственной, торговой, маркетинговой, ценовой, финансовой политики. Бизнес-план представляет собой содержание основного проекта компании, который она реализует в целях улучшения каких-либо аспектов своей деятельности. Например, речь может идти о том, что компания желает усовершенствовать свою маркетинговую, производственную, организационную, финансовую деятельность. Как правило, бизнес-план затрагивает все данные вопросы и актуальные моменты в работе предприятия, поэтому его разработка является важным вопросом для любой организации.

Современные организации вынуждены грамотно подходить к вопросам своего планирования, поскольку от этого зависит то, насколько успешно они смогут справляться со своими задачами. Их планирование прямо влияет на успешность функционирования. Его учреждение не будет заниматься вопросами планирования, то оно не сможет выполнить свои функции. Планирование является важной функцией, направленной руководством на различные аспекты деятельности. В организациях бизнес-планирование должно происходить ежегодно, ежеквартально и ежемесячно, чтобы добиться максимальных результатов. Инструментом управления бизнес-планом выступает механизм планирования. Объектом управления является внутренняя система учреждения. Конечной целью можно назвать составление грамотного плана в соответствии с требованиями внутренней политики, реализуемой учреждением. Коррекция плана необходима тогда, когда это повлияет на эффективность деятельности учреждения. Оперативное бизнес-планирование в организации – это непрерывный процесс, который происходит минимум ежемесячно и подвергается сверке в соответствии с управленческими моментами. Планирование требует полной интеграции с выполнением главной стратегии деятельности организации, с постановкой основных целей и задач функционирования учреждения.

Должна при этом присутствовать прозрачность финансового плана, чтобы достичь желаемых результатов деятельности.

Реализация процессов эффективного бизнес-планирования в организации связана с управлением экономическим развитием. Это в свою очередь приносит необходимость повышения требований к квалификации и опыту кадров организации и внедрению эффективного механизма достижения целевого показателя.

Предмет работы. анализ существующих и потенциальных организационно-деловых отношений в ходе разработки и внедрения бизнес-плана на предприятии.

Объект исследования. Разработка и внедрение бизнес-плана в торговле.

Цель работы заключается в рассмотрении положительных и проблемных изменений в деятельности торгового предприятия при осуществлении бизнес-планирования.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- определить значение бизнес-плана
- выявить условия бизнес-планирования в торговле
- описать основные методы разработки бизнес-плана
- проанализировать деятельность ООО «Цветочник»
- составить организационный и маркетинговый план, выявить расходы на проект, проблемы бизнес-планирования
- оценить эффективность бизнес-плана.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты и задачи бизнес-планирования.

Во второй главе проводится анализ бизнес-планирования на примере сферы торговли и оценивается эффективность бизнес-плана.

Методами исследования послужили анализ (SWOT, внутренняя методика компании и тд), синтез, сравнение.

Практическая значимость работы заключается в разработке мер по бизнес-планированию на примере сферы торговли, чей опыт может быть использован другими компаниями.

Теоретической базой работы послужили труды авторов в области бизнес-планирования таких, как Бауман, З., Берри, Т., Бирли, Д., Верещагин, Л., Глушков, В., Грибалев, Н. П., Дрю, С., Кравченко, В., Кузнецов, В., Лескова, Л.

В современных условиях хозяйствования бизнес-план может помочь руководящей команде компании оставаться в курсе стратегических действий и ориентироваться на достижение поставленных целей. Бизнес-план также может использоваться в качестве внутреннего руководства для того, чтобы руководящая команда была сосредоточена на краткосрочных и долгосрочных целях и работала над их достижением.

Бизнес-план отражает основную стратегию бизнеса на перспективу с учетом имеющихся проблем и препятствий. Он содержит финансовый прогноз, маркетинговое исследование, цель и миссию компании. Он выражает также действия по достижению этих целей.

Разработка бизнес-плана деятельности организации помогает предприятию достичь его главных целей на рынке в отношении производственной, торговой, маркетинговой, ценовой, финансовой политики.

Разработка бизнес-плана деятельности организации помогает предприятию достичь его главных целей на рынке в отношении производственной, торговой, маркетинговой, ценовой, финансовой политики. Бизнес-план представляет собой содержание основного проекта компании, который она реализует в целях улучшения каких-либо аспектов своей деятельности. Например, речь может идти о том, что компания желает усовершенствовать свою маркетинговую, производственную, организационную, финансовую деятельность. Как правило, бизнес-план

затрагивает все данные вопросы и актуальные моменты в работе предприятия, поэтому его разработка является важным вопросом для любой организации.

Современные организации вынуждены грамотно подходить к вопросам своего планирования, поскольку от этого зависит то, насколько успешно они смогут справиться со своими задачами. Их планирование прямо влияет на успешность функционирования.

Как менялся рынок ритейла в России

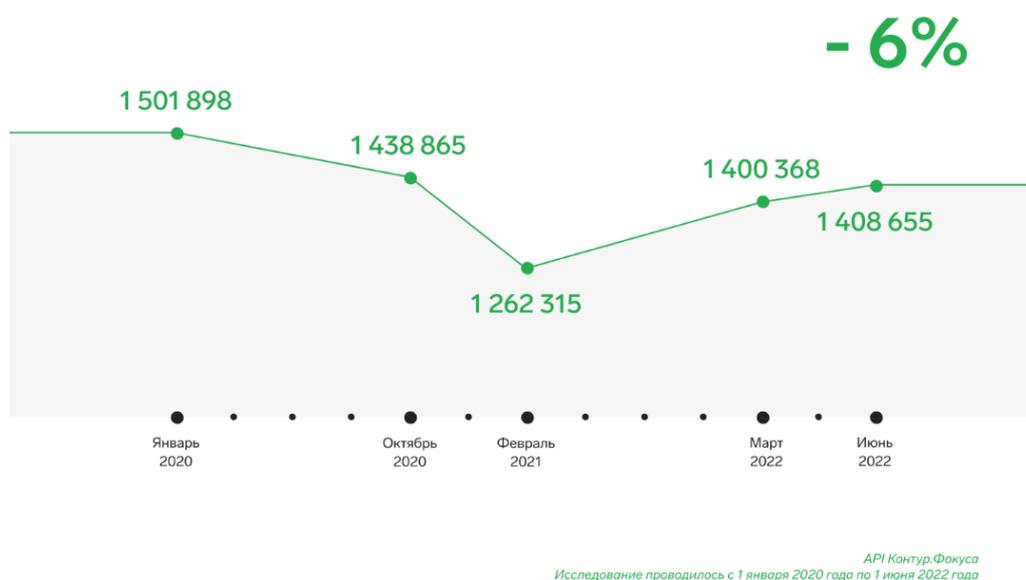


Рис. 1 Динамика рынка ритейла в России

Реализация процессов эффективного бизнес-планирования в организации связана с управлением экономическим развитием. Это в свою очередь приносит необходимость повышения требований к квалификации и опыту кадров организации и внедрению эффективного механизма достижения целевого показателя.

Существует несколько типов бизнес-планов:

-бережливый план, который должен быть у каждого бизнеса;

- стандартный бизнес-план для тех, кому необходимо представить план посторонним, таким как банки или инвесторы;
- одностраничные бизнес-планы;
- бизнес-планы для стартапов;
- технико-экономические обоснования, внутренние планы, операционный план, годовые планы и стратегические планы.

Перед составлением бизнес-плана важно провести исследование идеи, которое поможет подготовиться к ведению успешного бизнеса. Также может быть полезно изучить потребителей и рынок, на который планируется ориентироваться, а также финансовые аспекты деятельности компании.

Бизнес-планы розничной торговли часто начинаются с краткого изложения. Составление бизнес-плана с изложения точки зрения, целей компании и общих планов запуска может помочь повысить интерес к бизнес-идее. В начальном разделе документа освещаются ключевые концепции бизнеса.

Бизнес-план торгового предприятия - это документ, который содержит все важные бизнес-цели, методы их достижения, а также ресурсы и временные рамки, необходимые для этого. Это краткое изложение всего, чего вы хотите достичь. Вся стратегия торгового предприятия должна быть изложена таким образом, чтобы могли добиться продаж продукта. В нем также будут указаны все профессиональные данные. Это один из самых важных документов. Лучше составить его абсолютно правильно, проведя множество углубленных исследований.

План должен включать как краткосрочные, так и долгосрочные цели. Существуют также внутренние и внешние цели. Внутренние цели могут не быть публичной частью плана. Они могут включать обсуждение целей с сотрудниками и предложение им стимулов. Во внешних целях устанавливаете цели для общей производительности. Здесь важны ценообразование и обслуживание клиентов.

Бизнес-план в малом бизнесе - это документ, в котором подробно описывается, как управлять всеми важными аспектами малого бизнеса.

Если все сделано просто, бизнес-план состоит из трех основных этапов:

- оценка текущей ситуации;
- определение того, где хотите быть – видение и цели;
- действие – план достижения видения и целей.

Каждый бизнес-план в малом бизнесе должен включать столбчатые и круговые диаграммы для иллюстрации цифр. Это простой способ для команды и инвесторов визуализировать и усваивать сложную финансовую информацию.

Бизнес-план отражает основную стратегию бизнеса на перспективу с учетом имеющихся проблем и препятствий. Он содержит финансовый прогноз, маркетинговое исследование, цель и миссию компании. Он выражает также действия по достижению этих целей. Разработка бизнес-плана деятельности организации помогает предприятию достичь его главных целей на рынке в отношении производственной, торговой, маркетинговой, ценовой, финансовой политики. Наличие тщательного и просчитанного бизнес-плана, учитывающего затраты на рабочую силу и производство и сравнивающего их с ожидаемым доходом, может помочь обеспечить финансовый успех бизнеса. Инвесторы и кредитные инспекторы также могут использовать эту информацию, чтобы решить, является ли бизнес-идея осуществимой. Это также может помочь установить конкретный бюджет и спланировать создание компании.

Таким образом, бизнес-планирование в целом касается вопросов формирования основных направлений деятельности предприятия с учетом всех необходимых аспектов и факторов.

Бизнес-планом предполагается создание цветочного магазина ООО «Цветочник» в г. Темрюк.

ООО «Цветочник» - это цветочный магазин.

Главными конкурентами ООО «Цветочник» среди магазинов в выбранном сегменте и похожими условиями работы являются ООО «Орхидея», ООО «Улыбка красоты».

Данные компании сегодня обладают большим ассортиментом и клиентами.

ООО «Цветочник» будет конкурентоспособен на рынке, так как он изберет конкурентную стратегию, ориентированную на качество. Желательно со временем расширить диапазон и направить стратегию на уникальность и лидерство по качеству оказания услуг. Неотъемлемыми организационными мерами, направленными на повышение конкурентоспособности будет обеспечение повышения качества, выявление преимуществ и недостатков и использование этих результатов в свою пользу.

Чтобы в этом убедиться, был проведен анализ конкурентоспособности ООО «Цветочник» в его нише.

Параметры	Коэффициент относительной значимости (значение определено по внутренней методике компании)	ООО «Цветочник»	«Орхидея»	«Улыбка красоты»
Цена	16	7	7	8
Качество сервиса	14	8	7	8
Качество цветов	15	8	7	8
Ассортимент продукции	8	7	8	9
Рекламные возможности	8	7	7	8
Уровень доверия клиентов	7	8	7	8
Дизайн букетов	12	9	8	6
Безопасность и	6	9	8	7

удобство упаковки				
Наличие дополнительного сервиса	5	8	8	8
Развитие инструментов сбыта	9	7	7	8
ИТОГО	100	78	74	78

Таблица 1 - Оценка конкурентоспособности ООО «Цветочник»

Сегодня ООО «Цветочник» отстает от конкурентов в области ассортимента, цен и инструментов сбыта.

ООО «Цветочник» по всем рассмотренным финансовым параметрам не является успешным. Ему нужны меры стратегического управления, чтобы усилить свою деятельность.

Таким образом, имеющиеся проблемы должны быть преодолены для повышения перспектив работы магазина в г. Темрюк. Для этого компании следует сконцентрироваться на будущих сильных сторонах:

- дизайн букетов,
- безопасность и удобство упаковки.

Через месяц после подписания договора новый бизнес ООО «Цветочник» будет организован и готов к работе. Запуск запланирован на 31 июля 2024 г.

ООО «Цветочник» для осуществления продаж нуждается в ежемесячном обеспечении себя цветами для продажи. Для этого он осуществляет закупки.

Организация закупок в ООО «Цветочник» с учетом масштабов деятельности и имеющимся финансовым и кадровым потенциалом, удовлетворяет современным требованиям и достаточно эффективна.

Продвижение цветов на рынок ООО «Цветочник» осуществит с помощью таких средств маркетинговых коммуникаций, как публикация информации на официальном сайте, в группе в Контакте. Вся информация об услугах ООО «Цветочник» будет размещена на официальном сайте, т.е.

будет применяться реклама в сети Интернет (80%), также будет небольшая наружная реклама в городе Темрюк (5%).

Также стоит отметить, что некоторое влияние на бизнес будут оказывать санкции и кризис пандемии, поскольку он повлек за собой сокращение доходов населения.

Таким образом, проблемы ООО «Цветочник» максимально снижены, и проект может гарантировать возврат вложенных средств.

Для дальнейшего развития деятельности ООО «Цветочник» предлагается внедрить следующие аспекты бизнес-планирования:

1. Планирование стратегии развития

Правильное сочетание продуктов ранее считалось одним из ключей к успеху ООО «Цветочник». Важность доставки продуктов, отвечающих потребностям и желаниям клиентов, нельзя недооценивать.

ООО «Цветочник» будет поставлять качественную продукцию с маркировкой, которая уникальна для рынка. Часть удовольствия от покупок будет заключаться в том, что клиенты найдут товары, которые они не найдут больше нигде.

Качество изделий будет очевидным по структуре и дизайну. опытные сотрудники ООО «Цветочник» расскажут клиентам о незнакомых брендах, которые предлагают элементы дизайна букетов, с которыми они ранее не сталкивались.

Широкий ассортимент позволит ООО «Цветочник» показать клиентам, что им больше всего подойдет с точки зрения размера, стиля, дизайна и цены.

Программное обеспечение для управления запасами QuickBooks позволит отслеживать, что продается на ежедневной основе, и выявлять горячих исполнителей. Также ООО «Цветочник» будет запрашивать отзывы клиентов и предлагать предложения по новым предложениям.

Возможные риски открытия нового магазина минимизированы на стадии запуска, поскольку процесс открытия новой торговой точки проводится ООО «Цветочник».

Для бизнеса практически отсутствуют риски, связанные с созданием спроса на изделия. Также не будут характерны риски, связанные с низким качеством товаров, поскольку изделия подтверждены ГОСТам.

2. Планирование затрат

Для минимизации рисков проекта компании ООО «Цветочник» ей нужно сосредоточиться в разрезе планирования своих затрат, что связано с характером ее деятельности.

Для того, чтобы улучшить показатели затрат, необходимо провести мероприятия по их минимизации.

Освободившаяся часть затрат на оплату труда персонала может быть перенаправлена на повышение расходов на содержание имущества.

Таким образом, снижение затрат на премиальные в системе оплаты труда работников ООО «Цветочник» на 5% (с 85% до 80% в общей структуре затрат), т.е. на 1600 рублей, не будет являться ощутимым негативным воздействием на персонал, но при этом будет способствовать экономии стоимости затрат в будущем.

Также ООО «Цветочник» рекомендуется внедрить автоматизированную систему управления кадрами с целью регулирования расходов на оплату труда и показателей трудоемкости оказания услуг.

Так, например, с помощью автоматизированной системы «1С:Зарплата и Управление Персоналом 8» ООО «Цветочник» сможет в автоматическом режиме решать следующие задачи.

Снижение трудоемкости продукции является важнейшим фактором повышения производительности труда.

Экономическим эффектом от внедрения мероприятий по снижению трудоемкости будет рост производительности труда работников ООО «Цветочник» и чистой операционной прибыли в 2024 году на 5% (до 25119 тыс. рублей).

Таким образом, внедрение мероприятий по оптимизации затрат ООО «Цветочник» и снижению трудоемкости оказываемых услуг окажет в

перспективе положительное влияние на эффективное планирование бизнес-деятельности организации.

3. Внедрение программы лояльности для клиентов

Программа лояльности — отличный вариант, чтобы подкрепить доверие старых клиентов и привлечь внимание новых.

Как показывает практика, при применении успешно разработанной программы лояльности, посещаемость возрастает на 20%.

Задача при создании программы ООО «Цветочник» — расширить возможности гостя.

Для ООО «Цветочник» предстоящая цель - увеличение частоты обращений в магазине, повторная посещаемость, увеличение дохода и количество новых клиентов, повысить рекомендацию старых клиентов.

В дальнейшем компании ООО «Цветочник» необходимо будет больше внимания уделить выстраиванию выгодных взаимоотношений с поставщиками, провести более глубокий анализ рисков для минимизации сбоя в процессах осуществления закупок.