СОДЕРЖАНИЕ

Введение3

1 Теоретические основы формирования стратегии развития малых предприятий 9

1.1 Малые предприятия и их особенности 9

1.2 Цели, задачи и принципы формирования стратегии развития малых предприятий 17

1.3 Методы стратегического анализа при формировании стратегии развития малых предприятий 30

2 Анализ практических подходов к прогнозированию и стратегическому планирования 42

2.1 Организационно-экономическая характеристика и особенности деятельности малых предприятий 42

2.2. Стратегический анализ деятельности предприятия ООО ДСП «Строймонтаж»52

2.3. Рынок сбыта ООО ДСП «Строймонтаж»69

3 Формирование стратегии развития предприятия ООО ДСП «Строймонтаж»83

3.1 Выбор альтернативной стратегии для предприятия ООО ДСП «Строймонтаж»83

3.2 Плановая оценка эффективности рекомендуемой стратегии развития предприятия ООО ДСП «Строймонтаж»90

Заключение 99

Список использованных источников 102

Приложение А Аналитический отчет по критериям бизнеса 109

ВВЕДЕНИЕ

Одним из главных направлений развития российской экономики сегодня является развитие малого бизнеса. Однако, на сегодняшний день условия и факторы, влияющие на развитие малых промышленных предприятий в России, являются не самыми благоприятными. Многие экономисты, изучающие данную тематику, высказывают мнение о том, что внешняя бизнес-среда в целом будет оставаться нестабильной и неблагоприятной для развития малого бизнеса. В ближайшее время государство, вероятно, не сможет предоставить достаточную защиту для данного сектора экономики.

Важно отметить, что есть несколько факторов, которые оказывают негативное воздействие на развитие малых предприятий. К ним относятся, в первую очередь, высокие налоговые ставки и бюрократические процедуры, которые не только усложняют процесс создания бизнеса, но и затрудняют его развитие. Кроме того, доступность финансирования для данного сектора оказывается ограниченной.

Одним из возможных решений проблем, связанных с развитием малого бизнеса в России, может стать активная поддержка со стороны государства. Необходимым шагом в этом направлении может стать снижение налоговых ставок для данной категории предприятий и сокращение бюрократических процедур. Также следует обеспечить более широкий доступ к финансированию, как за счет выделения специальных государственных фондов, так и за счет поддержки со стороны коммерческих банков. Важно создать открытую и предсказуемую бизнес-среду для развития малых предприятий.

Актуальность темы исследования заключается в том, что развитие малого бизнеса является одним из приоритетных направлений развития российской экономики. В настоящее время условия и факторы, влияющие на развитие малых промышленных предприятий в России, являются не самыми благоприятными. Многие российские экономисты в своих работах приходят к выводу, что внешняя бизнес-среда в целом останется неблагоприятной и нестабильной для их развития, а защита, предоставляемая государством, вероятно, будет недостаточно эффективной в ближайшие годы.

Это позволяет нам сделать вывод, что среди современных тенденций руководству малых промышленных предприятий следует искать пути выживания и развития во внутренней среде, выбирать передовые формы организации труда и производства, эффективно реализуя маркетинговую политику, тщательно анализируя свое предложение и продуманно распределяя прибыль, что невозможно реализовать без эффективного менеджмента. В то же время руководитель малого предприятия должен руководствоваться не только решением текущих проблем, предвидя изменения во внешней среде и реагируя на них, но и тщательно продумывать стратегию развития предприятия, ища новые возможности и не боясь брать на себя риск, связанный с развитием предприятия. разработка новых идей, продуктов и услуг.

Малый бизнес имеет потенциал для достижения успеха на рынке в долгосрочной перспективе, но только при наличии разработанной стратегии развития. Это мнение разделяют многие зарубежные экономисты. Несмотря на ряд авторов, которые обращают внимание на особенности создания стратегии развития малого бизнеса в разных отраслях, акцент не делается на процессе ее создания.

Сфера дорожного строительства является примером того, для чего необходима разработка стратегии. В этой отрасли важны не только увеличение конкурентных преимуществ, но и обновление материально-технической базы, увеличение объемов продукции и появление новых видов деятельности. Эти меры могут повысить эффективность деятельности компании.

Для создания стратегии развития необходимо определить не только цели и краткосрочные задачи, но и области, которые требуют дополнительных исследований. Стратегический план должен быть основан на анализе внешних и внутренних факторов, а также на определении конкурентоспособных преимуществ и уязвимых мест компании. Важно также включить в стратегию план мер по ее реализации и контроля результатов. Создание стратегии развития является ключевым элементом успешного развития малого бизнеса на рынке.

Объектом исследования является ООО Дорожно-строительная компания «Строймонтаж».

Предметом исследования является деятельность дорожно-строительной компании ООО «Строймонтаж» на конкурентном рынке.

Целью данной работы является формирование стратегии развития компании ООО ДСП «Строймонтаж».

Реализация этой цели потребовала решения следующих исследовательских задач:

- изучить специфику деятельности малых предприятий;

- рассмотреть этапы формирования стратегии развития малых предприятий;

- определить методы стратегического анализа при формировании стратегии развития малых предприятий;

- проанализировать рыночную ситуацию и показатели деятельности малого предприятия в сфере дорожного строительства;

- учесть организационно - экономические особенности предприятия и специфику его деятельности;

- провести стратегический анализ деятельности ООО «ДСП Строймонтаж»;

- проанализировать зарубежный опыт развития предприятий в сфере дорожно-строительных работ и разработать стратегию развития предприятия ООО ДСП «Строймонтаж»;

- оценить эффективность рекомендаций.

Методологическая основа исследования. В ходе исследования были изучены и использованы результаты научных изысканий отечественных ученых: Жданчикова П.А., Кислова Д., Карпова С.В., Попова В.М. и других.

Для проведения исследования была проведена аналитическая работа с использованием данных, полученных из различных источников, включая научные статьи, отчеты и выступления экспертов, а также данные, предоставленные государственными структурами, вовлеченными в поддержку предпринимательства.

Изучение данных позволило выявить основные сферы, в которых малый бизнес имеет наибольший потенциал для развития, а также наиболее эффективные и эффективные методы поддержки и стимулирования его деятельности со стороны государства.

Важными факторами, влияющими на успешность и развитие малого бизнеса, являются финансовая поддержка, развитие инфраструктуры, доступность квалифицированных кадров и профессиональных консультаций. В целях достижения максимальных результатов в этих областях необходимо создать благоприятные условия для инвестиций, улучшить законодательство, а также совершенствовать механизмы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: анализ конкурентоспособности предприятия, модель оценки потребительской ценности Розенберга, SWOT-анализ, PEST-анализ, полигон конкурентоспособности.

Во введении обосновывается актуальность темы и необходимость ее научной разработки, определяются цель, задачи, объект, предмет и методология исследования.

В первой главе работы анализируется текущая ситуация в малом бизнесе в России и за рубежом, выявляются особенности развития российских малых предприятий, а также обосновывается необходимость разработки методологии формирования стратегии развития.

Во второй главе работы был проведен стратегический анализ деятельности предприятия ООО «ДСП Строймонтаж», рассмотрен рынок сбыта компании, а также стратегии зарубежных предприятий по оптимизации производственных процессов и снижению издержек.

В третьей главе описан процесс формирования стратегии развития предприятия ООО ДСП «Строймонтаж», разрабатывается проект по снижению издержек компании и оценке эффективности рекомендованной стратегии развития предприятия.

Заключение содержит основные выводы, касающиеся результатов исследования.

Научная новизна исследования выражается в разработке теоретических и методологических положений по реализации выбора стратегии развития малого предприятия с учетом его особенностей. В ходе исследования автором были получены следующие результаты, обладающие научной новизной:

- предложено определение «малого предприятия», согласно которому к данной категории отнесены коммерческие организации численностью до 100 сотрудников, занимающиеся практическим внедрением технологий (продуктов), содержащих конфиденциальную информацию технического, экономического, административного, финансового или иного характера;

- выделены особенности малых предприятий, определяющие выбор стратегии их развития: высокий риск; ограниченный объем доступных ресурсов; узкий перечень выпускаемой продукции;

- выявлены факторы, оказывающие наибольшее влияние на выбор стратегии развития малых предприятий: степень разработки продукта, характер взаимодействия с внешней средой, степень развития бизнес-характеристик предприятия;

- разработана концептуальная модель выбора стратегии развития малого предприятия;