Стратегическое развитие малого предпринимательства. Мероприятия по формированию и реализации стратегии (на примере ООО «»)

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 3](#_Toc108014288)

[1. ТЕОРИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 5](#_Toc108014289)

[1.1 Преимущества, проблемы, меры развития малого предпринимательства в России 5](#_Toc108014290)

[1.2 Особенности малого предпринимательства в других странах 12](#_Toc108014291)

[2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «??????????» 17](#_Toc108014292)

[2.1 Основная информация по ООО «??????????» 17](#_Toc108014293)

[2.2 Изучение профиля среды функционирования ООО «??????????» 20](#_Toc108014294)

[2.3 Диагностика основных проблем стратегии ООО «??????????» 24](#_Toc108014295)

[3. МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ООО «????????» 30](#_Toc108014296)

[3.1 Разработка и критерии реализации стратегий 30](#_Toc108014297)

[3.2 Оценка эффективности реализации мероприятий по стратегическим изменениям 32](#_Toc108014298)

[Заключение 35](#_Toc108014299)

[Список использованных источников 37](#_Toc108014300)

# **Введение**

Актуальность темы исследования состоит в том, что малый и средний бизнес является приоритетным сектором экономики, имеющим принципиальное значение для политической и социально-экономической стабильности государства и его регионов, динамичного освоения новых видов товаров, работ, услуг, состояния занятости и формирования среднего класса.

……………………………..

Цель работы – разработать рекомендации по совершенствованию системы управления предприятием на основе внедрения соответствующей стратегии.

Для достижения цели исследования необходимо решить ряд задач, а именно:

1. Изучить теоретические аспекты стратегического развития малого предпринимательства в России и за рубежом;

2. Дать характеристику развития малого предпринимательства в России;

3. Рассмотреть основные тенденции развития малого предпринимательства за рубежом;

4. Охарактеризовать предприятие и среды функционирования ООО «??????????»;

5. Разработать мероприятия по реализации предлагаемых стратегических изменений.

Объект исследования ‒ ООО «??????????».

Предмет исследования ‒ стратегия развития ООО «??????????».

………………….

# **1. ТЕОРИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

## **1.1 Преимущества, проблемы, меры развития малого предпринимательства в России**

Малое предпринимательство играет важную роль в развитии экономики Российской Федерации, оно является одним из основных элементов развития хозяйственной системы страны. Без малого бизнеса экономика любой страны будет неполной.

Малый бизнес выступает мощным инструментом организации и развития предпринимательской деятельности, он дает возможность раскрыть свои способности различным слоям населения, а со временем он может стать родоначальником более крупной компании.

……………………………….

Рисунок 1 - Распределение субъектов малого бизнеса в России по видам экономической деятельности, 2021 г.

………………………………

Рисунок 2 - Меры способствующие развитию малого предпринимательства России

……………………..

## **1.2 Особенности малого предпринимательства в других странах**

Как показывает мировая практика, основным критерием, по которым компании различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является среднее количество работников, занятых за отчетный период в компании.

В целом, к наиболее распространенным критериям относят:

1) количество работников;

……………………………

# **2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «??????????»**

## **2.1 Основная информация по ООО «??????????»**

В данном подразделе представим информацию в отношении системы деятельности ООО «??????????».

Общество с ограниченной ответственностью «??????????» зарегистрировано 24.02.1997 по юридическому адресу : ????????????

Статус организации: действующая. Руководителем является директор ????????????????????? . Размер уставного капитала - 10 000 рублей.

………………………………….

Рисунок 3 - Организационная структура ООО «??????????»

…………………………

Далее проанализируем рыночную среду функционирования ООО «??????????».

## **2.2 Изучение профиля среды функционирования ООО «??????????»**

Для анализа профиля среды три экспертные оценки (Важность для отрасли; Влияние на организацию; Направленность влияния) перемножаются, и получается интегральная оценка, показывающая степень важности фактора для организации. Вся информация сведена в таблицу 1.

Таблица 1 - Анализ профиля среды ……………………………….

Рисунок 4 – Карта привлекательности рынка и конкурентной силы бизнеса

Далее необходимо представить SWOT-анализ ООО «??????????»

Таблица 2 - SWOT-анализ**………………………..**

Рисунок 5- Матрица «Важность-Эффективность»

Далее определим основные проблемы в области стратегии ООО «??????????»

## **2.3 Диагностика основных проблем стратегии ООО «??????????»**

Обозначим основные направления диагностического анализа:

Д1 ‒ общее управление

Д2 ‒ финансы

Д3 ‒ маркетинговая деятельность

Д4 ‒ персонал

Д5 ‒ ассортимент услуг

……………………..

Таблица 3 - Д1-общее управление…………………………..

Таблица 6 - Д4 –персонал…………………….

Таблица 8 - Д6- обслуживание……………………….

Таблица 9 - Д7- строительство здания…………………………

Рисунок 6- Проблемное поле менеджмента

………………….

Таблица 10 - Матрица смежности………………………..

Корневые проблемы:

1.Маркетинг: отсутствие достаточного присутствия в онлайн-пространстве.

2.Обслуживание: сотрудники не успевают совершать обзвон по оставленным контактам на сайте.

# **3. МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ООО «????????»**

## **3.1 Разработка и критерии реализации стратегий**

Стратегия №1

– Привлечение высококвалифицированного маркетолога, который поможет выработать стратегию позиционирования компании и ее развития, а также разработает грамотную рекламную кампанию

– Расширение ассортимента продукции, в соответствии с потребностями клиентов.

– Разработка системы удобного и быстрого взаимодействия с клиентами и дилерами за счет расширения штата менеджеров, улучшения системы мотивации и обучения персонала, перевод некоторых бизнес-процессов онлайн.

……………………..

## **3.2 Оценка эффективности реализации мероприятий по стратегическим изменениям**

Единовременные затраты на реализацию предлагаемых мероприятий по составят 30 000 000 руб.

Рассчитаем экономический эффект реализации предлагаемых мероприятий с использованием коэффициента дисконтирования. В процессе работы получаемый эффект в конечном итоге возмещает капитальные …………………………

Таким образом, можем сделать вывод об эффективности внедряемой стратегии.

# **Заключение**

Малый бизнес считается важной составляющей рыночной экономики, без которой нельзя представить эффективное развитие государства. От малого бизнеса зависит развитие конкурентной среды в экономике, предложение высококачественных услуг, создание необходимых рабочих мест, внедрение инноваций в производства.

Для обеспечения устойчивого финансового роста, российским властям в первую очередь необходимо создать благоприятные условия для малого бизнеса, как более гибкого, инициативного сектора экономики любого государства.

………………………..

Важно также отметить, что для определения эффективности разработанной стратегии нужно определить место предприятия среди конкурентов, затем необходимо понять: каковы границы конкуренции; что из себя представляют группы потребителей, на которые предприятие ориентируется; и, наконец, следует разработать функциональные стратегии в области производства, маркетинга, финансов, кадров.[[1]](#footnote-1)

# **Список использованных источников**

1. Агафонов, В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография / В.А. Агафонов. - М.: Инфра-М, 2021. - 350 c.
2. Адаменко А.А. Классификация предприятий малого бизнеса / А.А. Адаменко, Т.Е. Хорольская, Е.А. Подобная // Естественно-гуманитарные исследования. – 2018. – № 21. – С. 6-12.
3. Адаменко А.А., Петров Д.В., Стадник А.И. Роль сферы малого и среднего бизнеса в региональной системе предпринимательства / А.А. Адаменко, Д.В. Петров, А.И. Стадник // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 27(1). – С. 12-18.
4. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф; пер с англ. Под ред. А.Н. Петухова – СПб. : Питер, 2018. – 344 с.
5. Балашов, А.М. Некоторые актуальные проблемы развития малого и среднего бизнеса в РФ / Карельский научный журнал. 2018. №1 (22). С.84-86.
6. Бараненко, С.П. Стратегический менеджмент. / С.П. Бараненко. - М.: Центрполиграф, 2021. - 480 c.
7. Грант Р. Современный стратегический анализ Текст. / Р. Грант. -7-е изд. СПб.: Питер, 2016
8. Грошев И. Ресурсный потенциал организационной культуры / И. Грошев, А. Краснослободцев // Общество и экономика. – 2019. №11-12. С. 100-116.
9. Дамодаран, А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики / А. Дамодаран. - М.: Вильямс И.Д., 2017. - 496 c.
10. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 c. и др.
11. Наговицина Л.П. Потенциалы организационной культуры и адаптивности / Л.П. Наговицина, А.А. Алетдинова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. - №4(52). – С. 146-152.
12. Папова Л.В. Экономические санкции против России: вызовы и угрозы / Л.В. Папова, О.А. Миронов // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов. Материалы VI международной научной конференции. - 2016. - С. 544-549.
13. Попченко, В.В. Пути преодоления внутренних проблем малого бизнеса / Молодежный научный вестник. 2018. №1 (26). С.1-6. 4.
14. Стадник А.И., Петров Д.В., Насыбулина В.П. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства России и пути их решения // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 11-2 (52-2). – С. 925-929.
15. Тришкина Н.А., Лукошевичус Г.А. «Предпосылки повышения конкурентоспособности предприятий» Научно-практический журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Scientific and practical journal. Экономика и право №12 ISSN 2223–2974 Издатель: ООО «Научные технологии»-Москва.2019
16. Шадченко, Н.Ю. К вопросу о проблемах развития малого и среднего бизнеса в России на современном этапе / Базис. 2018. №1(3). С.5-7.
17. Prokhorova V.V. Clustering of modern economic processes: «pros» and «cons» / V.V. Prokhorova, A.A. Adamenko, V.A. Tupchienko, V.V. Shalatov, S.A. Vasnev, V.A. Blaginin // International Journal of Applied Business and Economic Research. - 2017. - Т. 15. - № 12. - С. 225 -232.

1. Тришкина Н.А., Лукошевичус Г.А. «Предпосылки повышения конкурентоспособности предприятий» Научно-практический журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Scientific and practical journal. Экономика и право №12 ISSN 2223–2974 Издатель: ООО «Научные технологии»-Москва.2019 [↑](#footnote-ref-1)