

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/356645>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Коммерция

Введение 3

1. Определение названия магазина и режима его работы 6
  2. Определение вида, класса, типа предприятия розничной торговли 6
  3. Формирование уникального торгового предложения 7
  4. Определение организационно-правовой формы торгового предприятия. Определение документов, необходимых для открытия магазина 8
  5. Определение перечня Правил торговли и иных нормативных документов, регулирующих деятельность данного магазина 12
  6. Определение месторасположения магазина. Расчет радиуса обслуживания для магазина 13
  7. Определение целевой аудитории магазина 14
  8. Разработка структуры управления магазином 16
  9. Разработка штатного расписания магазина 23
  10. Разработка графиков выхода на работу сотрудников магазина 24
  11. Разработка должностных инструкций сотрудников магазина 25
  12. Разработка внешнего вида продавца 38
  13. Определение материальной ответственности в магазине 41
  14. Проектирование технического оснащения магазина 42
  15. Разработка инструкции по технике безопасности условий труда в магазине 43
  16. Определение ассортимента товаров в магазине 45
  17. Определение основных и дополнительных услуг для магазина. Определение требований к услугам, оказываемым в магазине согласно ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. Расчет уровня логистического сервиса 53
  18. Разработка алгоритма подготовки магазина к добровольной сертификации услуг розничной торговли 54
  19. Определение необходимой информации для магазина 55
  20. Разработка торгово-технологического процесса для магазина. Составление технологической карты торгово-технологического процесса магазина 56
  21. Разработка стандарта бизнес-процесса «Приемка товаров» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина 57
  22. Разработка стандарта бизнес-процесса «Подготовка к продаже товара» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина 58
  23. Определение форм и порядка оплаты при продаже товаров. Разработка стандарта бизнес-процесса «Обслуживание потребителя в узле расчета» 58
  24. Разработка стандарта бизнес-процесса «Обмен и возврат товаров» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина 59
  25. Разработка схемы расположения товаров в торговом зале 59
  26. Определение поставщиков для формирования ассортимента товаров в магазине 60
  27. Выбор поставщика через расчет рейтинга 62
  28. Разработка коммерческого договора с одним из поставщиков товаров в магазин 64
  29. Разработка программы лояльности покупателей 66
- Заключение 67
- Список литературы 68

В современных экономических условиях хозяйствование и функционирование любой компании должно сопровождаться обязательной деятельностью руководства компании по анализу и последующему планированию бизнес – процессов, протекающих на предприятии. Таким образом, актуальность данного исследования заключается в необходимости осуществления анализа и проведения планирования бизнес – процессов современных предприятий, стремящихся привести свою деятельность к более рентабельному и эффективному виду.

Предметом данной работы выступает бизнес - планирование.

Объект работы – ювелирный магазин.

Цель работы заключается в комплексном анализе системы бизнес –планирования на предприятии, анализе алгоритма построения аналитического бизнес-плана.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- 1.Определение названия магазина и режима его работы.
2. Определение вида, класса, типа предприятия розничной торговли.
3. Формирование уникального торгового предложения.
4. Определение организационно-правовой формы торгового предприятия. Определение документов, необходимых для открытия магазина.
5. Определение перечня Правил торговли и иных нормативных документов, регулирующих деятельность данного магазина.
6. Определение месторасположения магазина. Расчет радиуса обслуживания для магазина.
7. Определение целевой аудитории магазина.
8. Разработка структуры управления магазином.
9. Разработка штатного расписания магазина.
10. Разработка графиков выхода на работу сотрудников магазина.
11. Разработка должностных инструкций сотрудников магазина.
12. Разработка внешнего вида продавца.
13. Определение материальной ответственности в магазине.
14. Проектирование технического оснащения магазина.
15. Разработка инструкции по технике безопасности условий труда в магазине.
16. Определение ассортимента товаров в магазине.
17. Определение основных и дополнительных услуг для магазина. Определение требований к услугам, оказываемым в магазине согласно ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. Расчет уровня логистического сервиса.
18. Разработка алгоритма подготовки магазина к добровольной сертификации услуг розничной торговли.
19. Определение необходимой информации для магазина.
20. Разработка торгово-технологического процесса для магазина. Составление технологической карты торгово-технологического процесса магазина.
21. Разработка стандарта бизнес-процесса «Приемка товаров» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина.
22. Разработка стандарта бизнес-процесса «Подготовка к продаже товара» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина.
23. Определение форм и порядка оплаты при продаже товаров. Разработка стандарта бизнес-процесса «Обслуживание потребителя в узле расчета».
24. Разработка стандарта бизнес-процесса «Обмен и возврат товаров» на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина.
25. Разработка схемы расположения товаров в торговом зале.
26. Определение поставщиков для формирования ассортимента товаров в магазине.
27. Выбор поставщика через расчет рейтинга.
28. Разработка коммерческого договора с одним из поставщиков товаров в магазин.
29. Разработка программы лояльности покупателей

Для раскрытия данной темы были использованы различные исследования современных специалистов в области бизнес – анализа и планирования, экономические и финансовые порталы и ресурсы Интернет.

- 1.Определение названия магазина и режима его работы

Наименование предприятия: «Тюнинг - Сервис»

Организационно – правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью

Режим работы: пн-пт, 9.00 – 20.00, сб-вс, 10.00 – 18.00.

Уставный капитал: 10 000 рублей

Собственные средства: 2 000 000 рублей

Заемные средства: 900 000 рублей

Руководитель проекта: Евграфов Александр Евгеньевич

Лицо для контактов по проекту: Евграфов А.Е.

Главный бухгалтер: Смернов В.П.

Менеджер по продажам: Субботин М.Ю.

Куратор в банке: Новиков А.Д.

2. Определение вида, класса, типа предприятия розничной торговли

ООО «Тюнинг- Сервис» является малым предприятием.

Общая численность занятых составляет 5 человек:

- директор,
- бухгалтер,
- менеджер по продажам,
- продавец,
- кассир.

Тип – специализированный магазин автозапчастей. Специализируется на продаже двигателей.

3. Формирование уникального торгового предложения

Идея бизнес – проекта заключается в создании и организации работы компании «Тюнинг - Сервис», основной задачей которого является оказание качественных услуг по продажам двигателей для автомобилей.

Бизнес ориентирован в первую очередь на состоятельных физических лиц или руководителей крупных компаний.

Ключевой услугой, которая будет привлекать поток потенциальных клиентов, является продажа двигателей.

Уникальность и качество предоставляемых услуг «Тюнинг - Сервис» является главным фактором успеха данного проекта.

ООО «Тюнинг - Сервис» будет одновременно и обычной компанией, обслуживающей местное сообщество, и предлагающей каталог с услугой заказа по почте. Каталог будет представлен в четырехцветном издании, и последующие издания будут проанализированы для определения экономической эффективности публикации в этом формате. «Тюнинг - Сервис» будет предлагать двигатели для самых разных автомобилей. Все популярные именные бренды будут предлагаться в дополнение к множеству универсальных частей этикеток.

Таким образом, оказание в одном месте услуг с минимальными временными затратами и высоким качеством будет притягивать в компанию платежеспособных клиентов, что обеспечит успешность его деятельность и высокую прибыль (600 000 рублей в месяц) уже через год после запуска его работы.

#### 1.1 Цели

Чтобы сделать «Тюнинг - Сервис» местом назначения номер один для покупки двигателей.

Чтобы достичь скромной первоначальной маржи валовой прибыли, увеличивая ее как минимум на 1% в год до достижения конечной цели.

Чтобы продать значительное количество продукции в первый год.

Поддерживать стабильные темпы роста в год в течение первых пяти лет.

#### 1.2 Миссия

Компания «Тюнинг - Сервис» специализируется на предоставлении двигателей, сочетающих в себе качественные характеристики и выгодную цену. Компания хочет установить успешное партнерство с клиентами, сотрудниками и поставщиками, при котором уважаются интересы и цели каждой стороны.

Постоянно стремясь предоставить то, что запрашивает потребитель, будет постоянно анализировать, что доступно на рынке, а что нет. Совершенствование того, что доступно, и предоставление новых продуктов и услуг в тех областях, где это необходимо, помогут обеспечить успех на рынке, определяемом потребительским спросом.

Успех в конечном счете будет измеряться тем, что клиенты выбирают «Тюнинг - Сервис» из-за своей веры в способность оправдать или превзойти их ожидания в отношении цен, сервиса и выбора.

#### 1.3 Ключи к успеху

Чтобы преуспеть в этом бизнесе, компания должна:

- Доставлять продукцию в кратчайшие сроки.
- Работать с клиентами на личном уровне, в отличие от менталитета “Какой у вас номер клиента?” крупных фирм, занимающихся заказами по почте.

4. Определение организационно-правовой формы торгового предприятия. Определение документов, необходимых для открытия магазина

Организационно-правовая форма – Общество с ограниченной ответственностью.

Документы, необходимые для запуска работы магазина:

- Устав
- Номенклатура дел
- Штатное расписание
- Организационная структура
- Инструкция по делопроизводству.

Устав компании - это ее учредительный договор. Важным шагом в создании компании является подготовка документа, называемого учредительным договором. Это устав компании, и он является очень важным документом, поскольку содержит основные условия, на которых компания зарегистрирована. Устав компании требуется при регистрации предприятия.

В частности, устав компании - это конституция каждого предприятия. Он включает в себя следующую информацию:

1. Название компании; название(-ы) и адрес(-ы) филиала(-ов) и представительства (-ов), если таковые имеются – ООО «Тюнинг - Сервис».
2. Направления деятельности – магазин по продаже двигателей для автомобилей;
3. Уставный капитал – 10 000 руб.
4. Полные имена генеральных партнеров; владельца компании и членов для общества с ограниченной ответственностью;
  - Руководитель проекта: Евграфов Александр Евгеньевич
  - Лицо для контактов по проекту: Евграфов А.Е.
  - Главный бухгалтер: Смернов В.П.
  - Менеджер по продажам: Субботин М.Ю.
  - Куратор в банке: Новиков А.Д.
5. Права и обязанности членов общества с ограниченной ответственностью – выполнять возложенные на себя функции и получать за это вознаграждение.
6. Организационная структура управления - линейная
7. Количество и должность менеджеров;
  - Руководитель проекта
  - Главный бухгалтер
  - Менеджер по продажам
8. Процедуры принятия решений компанией; принципы разрешения внутренних споров – коллегиальная, на основе совещаний между сотрудниками.
9. Основы и методы определения заработной платы, вознаграждений и бонусов руководителям – почасовая, рабочий день – 40 часов в неделю.
10. Обстоятельства, при которых участник имеет право потребовать от компании выкупить сумму его/ее вклада в уставный капитал для общества с ограниченной ответственностью или выкупить его/ее акции для акционерного общества – не предусмотрены.
11. Принципы распределения прибыли после уплаты налогов и урегулирования убытков при осуществлении предпринимательской деятельности – согласуется между участниками.
12. Случаи роспуска, процедуры роспуска и процедуры ликвидации активов компании – не предусмотрено.
13. Порядок внесения изменений в устав компании – каждый год.

Все документы и важные бумаги предприятия раскладываются в отдельные папки, в зависимости от темы или структурного подразделения к которому они относятся. Каждая такая папка называется «Дело». Как правило, оно имеет свой номер и наименование. Номенклатура дел фиксирует их, распределяя определенным образом. Этот документ отражает сроки хранения тех или иных бумаг и количество томов в деле.

Таким образом, документ «Номенклатура дел» позволяет достичь сразу нескольких целей:

- он учитывает все дела, которые ведутся на предприятии,
- группирует их в зависимости от типа или принадлежности,
- обеспечивает их сохранность и быстрый поиск при необходимости,
- определяет правила формирования дел, в зависимости от их сути или хронологии.

Номенклатура дел часто помогает в тех случаях, когда необходимо провести «фильтрацию» документов на предмет выявления тех, которым пора в архив или на уничтожении в связи с закончившимся периодом хранения.

Штатное расписание - это графическое расположение рабочих мест в организации вместе с количеством сотрудников, работающих в настоящее время на данной должности:

Таблица штатного расписания содержит информацию, относящуюся к определенному набору операционных допущений или уровней активности (например, сохранить текущую организационную структуру). В таблице штатного расписания представлена общая потребность в кадрах, а также требуемое количество персонала в разбивке по уровням и функциям.

Организационная структура - это систематическое распределение человеческих ресурсов в организации таким образом, чтобы достигать общих бизнес-целей. В нем определены роли и обязанности каждого члена организации таким образом, чтобы работа и информация протекали беспрепятственно, обеспечивая бесперебойное функционирование организации.

Инструкция по делопроизводству (документационному обеспечению управления) является основным нормативным актом, регламентирующим технологию работы с документами в учреждении: правила, приемы, этапы создания документов, порядок работы с ними, основополагающие организационные моменты.

5. Определение перечня Правил торговли и иных нормативных документов, регулирующих деятельность данного магазина

Общество действует в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации".

Там изложены основные правила торговли и продажи товаров розничной торговли.

Базовые положения Правил, действовавших ранее, не изменились. Но отдельные требования к продавцам были признаны устаревшими и исключены из документа. В частности: Книга жалоб и предложений ушла в прошлое - теперь никто не вправе требовать ее наличия в торговой точке. Продавец не обязан оказывать бесплатно услуги по погрузке крупногабаритных товаров, если потребитель осуществляет доставку собственными силами.

У покупателей появилось больше прав. Ключевое из них - возможность фиксировать нарушения в торговой точке при помощи фото- или видеосъемки. Просроченный товар, неправильно оформленные ценники, несоблюдение товарного соседства - любую из этих проблем можно зафиксировать, например, на мобильный телефон, и работники магазина не вправе препятствовать этому. В суде эти записи не признают информативными, но их можно выложить в интернет, например, на сайте отзывов. При получении претензии от потребителя продавец обязан на нее отреагировать и отправить официальный ответ.

6. Определение месторасположения магазина. Расчет радиуса обслуживания для магазина

Предприятие будет расположено по адресу: г.Ижевск, ул. Буммашевская, 12.

Это расположение обеспечит хорошую видимость, а также удобный доступ для покупателей.

Еще одним преимуществом этого местоположения является недавнее объявление о строительстве картингово-развлекательного комплекса, который будет расположен прямо через дорогу. Этот комплекс привлечет множество потенциальных клиентов в непосредственную близость.

Благодаря расположению магазин будет иметь обширную клиентскую базу. Стремительный рост спроса на двигатели за последние 15 лет только укрепит продажи.

Площадь территории торгового пространства равна 117725 кв. метров.

Рассчитаем радиус зоны обслуживания для определения района действия предприятия. Этот фактор влияет на затраты времени покупателей на приобретение товаров.

$$R = S / \pi (3,14)$$

$$R = 117725 / 3,14 = 193,6 \text{ метров.}$$

Рассчитанный радиус обслуживания магазина №2 «Ижтрейдинг» захватывает только спальный район ул. Буммашевской, но в действительности большинство клиентов магазина - люди, проживающие в данном районе.

1. Аббакумов В.Л. Бизнес - анализ информации. - М.: Экономика, 2019. - 384 с.

2. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд., испр. - М.: Дело и Сервис, 2021. - 256 с.

3. Азаренкова Г.М. Финансы предприятия. - М.:Юнити-Дана, 2021. Доступ через <http://uchebnikionline.com>

4. Бариленко В. И. Бизнес-анализ как важный вид консалтинговых услуг // РИСК: Ресурсы, Информация,

Снабжение, Конкуренция. — № 4. — 2020. — С.202-207.

5. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2019. — 272 с.
6. Бердников В. Основы бизнес – моделирования. – М.: КНОРУС, 2019. – 495 с.
7. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс - Киев: Издательство «Ника-Центр», 2020. – 196 с.
8. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения/ А.В. Зонина-- СПб.: Питер, 2021. -- 480 с.
9. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности. – М.: Вузовский учебник, 2019. – 347 с.
10. Дэвенпорт Т. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать. – М.: Дашков и К, 2019. – 626 с.
11. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2021. – 386 с.
12. Ефимова О. В. Финансовый анализ – М.: «Бухгалтерский учет», 2022 г. – 547 с.
13. Конрад К. Бизнес – моделирование. – М.: Вильямс, 2019. – 576 с.
14. Каменски Х. Методы стратегического анализа. Доступ через <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/05/18/1214035316/2008-4-5.pdf>
15. Непомнящий Е.Г. Инвестиционное проектирование. – Таганрог: ТРТУ, 2021. – 277 с.
16. Новиков Н.В. Разработка бизнес – плана проекта. – М.: Экономика, 2019. – 525 с.
17. Паклин Н., Орешков В. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям. – М.: Дело, 2019. – 371 с.
18. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 419 с.
19. Савельев Ю.В. Бизнес – планирование и разработка инвестиционных проектов. – М.: Юнити-Дана, 2020. – 429 с.
20. Учитель Ю. Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации. – М.: Юнити-Дана, 2020. – 275 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/356645>