

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/kurovaya-rabota/59727>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

Содержание

Введение 3

1. Характеристика объекта анализа – организации 4

2. Анализ внешней среды организации 5

3. Анализ внутренней среды организации 6

3.1. Организация управления 7

3.2. Анализ продукции и сбытовой политики фирмы 7

3.3. Производственная деятельность компании 10

3.4. Анализ трудовых ресурсов 12

3.5. Организационная культура предприятия 16

3.6. Оценка финансового состояния предприятия 17

4. SWOT- анализ 22

5. Разработка плана развития предприятия 25

Заключение 28

Список использованных источников 29

Введение

Хозяйственная деятельность в условиях рыночных отношений, ужесточение конкуренции и другие причины требуют постоянного совершенствования методов планирования и управления продажами товаров на торговых предприятиях. В этих условиях коммерческое предприятие является инструментом управления экономикой. Коммерческая деятельность может быть определена как сочетание экономических отношений в отношении покупки и продажи с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей населения на взаимовыгодной основе.

Цель работы - экономическое обоснование развития предприятия.

Достижение поставленной цели обуславливает решение следующих задач:

- описание внешней среды предприятия;
- анализ внутренней среды предприятия;
- SWOT- анализ;
- формирование плана развития предприятия;
- оценка его эффективности и рисков реализации.

Объект исследования: ООО «Русский Квон».

Предмет исследования: экономическое обоснование развития ООО «Русский Квон».

1. Характеристика объекта анализа – организации

Компания занимается пошивом спортивной одежды для боевых искусств, защитного обмундирования.

Организационная форма - Общество с Ограниченной Ответственностью.

Миссия ООО «Русский Квон» заключается в следующем: ООО «Русский Квон» создано с целью предоставления качественной униформы для боевых искусств различным сегментам российского населения.

Целью компании является регулярное обновление коллекций униформы, создание новых образцов защитного обмундирования.

На рисунке 1 приведен внешний вид изделия.

Рисунок 1 - Внешний вид кимоно

2. Анализ внешней среды организации

Анализ макросреды, или среды косвенного воздействия, может быть выполнен по методике PEST

Таблица 1 - Факторы дальнего окружения внешней среды и их проявления

Основываясь на приведенных выше данных, мы можем выявить следующие недостатки:

- возможности для инноваций в качестве товаров;
- необходимость расширения рынков сбыта товаров;
- необходимость совершенствования способов найма в сфере связей с общественностью;
- необходимость автоматизации учета.

Сильные стороны организации включают следующее:

- возможности для инноваций в области качества продукции;
- осуществление рекламной деятельности и безошибочное выполнение заказов клиентов.

Целесообразно анализировать среду ближайшего окружения, анализируя потребителей, поставщиков и конкурентов.

Таблица 2 - Факторы ближнего окружения и их влияние на компанию

Таким образом, ООО «Русский Квон» отличается большим ассортиментом продукции.

3. Анализ внутренней среды организации

3.1. Организация управления

Организационная структура управления ООО «Русский Квон» по своему строению и функционированию является линейно-функциональной.

Рисунок 2 - Организационная структура

В целом, организационная структура управления компании позволяет ей поддерживать рост и эффективно осуществлять управление, координировать деятельность не только «вдоль линии», но и «по функциям» и тем самым развивать требуемые качества общего управления.

3.2. Анализ продукции и сбытовой политики фирмы

Используемые маркетинговые инструменты, которые превращают продукт в продукт: списки рассылки, рекомендации постоянных клиентов, реклама в СМИ, на рекламных щитах и т. Д.

Продажи осуществляются в магазине и офисе компании, а также при использовании сайта. Следует отметить, что сегодня большинство потребителей используют сайт для покупки товаров компании. В этом случае товар отправляется доставкой.

Основными покупателями компании являются как физические лица, так и юридические лица, в частности несколько тренеров и спортивных залов, которые продают затем обмундирование для своих занимающихся.

В ассортименте ООО «Русский Квон» представлены следующие виды изделий:

- кимоно для карате,
- штаны для кикбоксинга,
- перчатки для бокса,
- защита ног.

Рисунок 3 - Объем продаж по ассортименту в процентах от общего объема продаж

Из представленных данных следует, что в розничных продажах наибольший оборот приходится на кимоно для каратэ, это естественно, так как это наиболее используемые товары, в натуральном выражении.

Наименьший процент приходится на штаны для кикбоксинга, однако в 2017 году их продажи значительно увеличились в общем обороте. Продажи защиты для ног снизились в 2017 году по сравнению с 2015 годом.

Таблица 3 - Расчеты для построения матрицы БКГ

Список использованных источников

1. Брендинг: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2016. - 288с..-(Учебное пособие).-Библиогр.:с.273-282.-Иноязычн. лит-ра.:282-283
2. Грибов В.Д. Менеджмент: учеб. пособие для студ. образовал. учреждений сред. проф. образования/ В.Д. Грибов. – 2-е изд., стер. – М.:КНОРУС,2012. – 280 с. – (Среднее профессиональное образование).
3. Короткий Ю. Формализация подхода к маркетинговым исследованиям//Маркетинг. – 2014. - № 1. - с. 65-70
4. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Новое знание, 2015.- 511 с.
5. Максимов С. Ассортимент : бесценное мастерство комбинирования // Модный magazin. - 2013. - № 1/2 (101). - С. 30-35.
6. Маркетинг: Учебное пособие. Для бакалавров; Рец.:Е.К. Фещенко, А.Н. Висленев, В.М. Макаров, А.И. Сурыгин.-СПб.: Питер, 2013. - 192с..- (Учебное пособие).- Библиогр.: с.177. Глосарий.: с.178-186
7. Основы маркетинга Под ред. проф. Д.М. Дайитбегова, проф. И.М. Синяевой.-М: Вузовский учебник, 2013. – 365с
8. Подовалова, Р.Я. Организация, нормирование и оплата труда / Р.Я. Подовалова. – Новосибирск: Изд-во НГАЭиУ, 2015. – С. 16–23.
9. Практикум по маркетингу. м: КНОРУС, 2015. – 542 с.
10. Современный маркетинг /Под ред. Хруцкого В.Е. - М.: ЮНИТИ, 2014. – 338 с.
11. Трушин Ю.М. Прогнозирование и планирование экономики. Мн.: МГЭИ, 2015. - 316 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/kurovaya-rabota/59727>