

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

«Строительство и экономика»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой СиЭ

_____ Г. Н. Шibaева
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код - наименование направления

Разработка бизнес-плана по открытию
Центра повышения квалификации в г. Абакане
тема

Руководитель _____ ст. преподаватель каф. СиЭ Н. Л. Сигачева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ В.А. Кириченко
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2024

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:
«Разработка бизнес-плана по открытию Центра повышения
квалификации в г. Абакане»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы – Разработка бизнес-плана по открытию Центра повышения квалификации в г. Абакане.

ВКР выполнена на 66 страницах, с использованием 1 иллюстрации, 17 таблиц, 3 формул, 27 использованных источников.

Ключевые слова: Бизнес-план, Центр повышения квалификации, рынок услуг, анализ отрасли.

Автор работы ОЗ-79

подпись

В. А. Кириченко

инициалы, фамилия

Руководитель работы

подпись

Н. Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2024

Целью бакалаврской работы является разработка бизнес-плана создания ООО «Центр повышения квалификации» и оценка его эффективности.

Задачи:

- исследовать методологические аспекты и экономическую сущность основных категорий и понятий бизнес-планирования на предприятии;
- рассмотреть цели и задачи бизнес плана;
- рассмотреть структуру и содержание бизнес-плана;
- разработать бизнес-план создания ООО «Центр повышения квалификации»;
- оценить экономическую эффективность проекта, а так же предложить рекомендации по минимизации рисков.

При выполнении бизнес-плана было написано резюме проекта, приведён список документов и требований, необходимых для открытия ООО и получения лицензии для ведения образовательной деятельности. Проведено исследование и выявлены наиболее актуальные и популярные курсы повышения квалификации. Разработан организационный план и выполнен расчёт финансовых показателей. А так же был проведён анализ риска ООО «Центр повышения квалификации» и приведены способы защиты, которые позволят существенно снизить рискованность проекта.

Оценка эффективности проекта показала, что в первый год работы предприятие достигнет точки безубыточности, а уже на второй год рентабельность оказываемых услуг составит 12,34%. Срок окупаемости проекта: 1 год 5 месяцев. Таким образом, данный бизнес-проект является выгодным и эффективным.

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

The theme of the graduation thesis is « Development of a business plan for opening a Center for Advanced Studies in Abakan».

The graduation thesis comprises 66 pages, 1 figures, 17 charts, 3 formulas, 27 reference items.

Keywords: Business plan, Center for Advanced Studies, services market, industry analysis.

Author of research OZ-79

signature

V. A. Kirichenko

full name

Academic supervisor

signature

N. L. Sigacheva

full name

English language supervisor

signature

N. L. Sigacheva

full name

Graduation paper presentation date – 2024

The objective of the bachelor's thesis is to develop a business plan for the creation of LLC "Center for Advanced Studies" and evaluate its effectiveness.

Tasks:

- to study the methodological aspects and economic essence of the main categories and concepts of business planning at the enterprise;
- to consider the goals and objectives of the business plan;
- to consider the structure and content of the business plan;
- to develop a business plan for the creation of LLC "Center for Advanced Studies";
- to evaluate the economic efficiency of the project, as well as to offer recommendations for minimizing risks.

When implementing the business plan, a summary of the project was written, a list of documents and requirements necessary for opening an LLC and obtaining a license for conducting educational activities was provided. A study was conducted and the most relevant and popular advanced training courses were identified. An organizational plan was developed and financial indicators were calculated. Also, a risk analysis of LLC "Center for Advanced Studies" was conducted and protection methods were provided that will significantly reduce the risk of the project. The project efficiency assessment showed that in the first year of operation the enterprise will reach the break-even point, and already in the second year the profitability of the services provided will be 12.34%. The project payback period is 1 year 5 months. Thus, this business project is profitable and effective.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

«Строительство и экономика»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой СиЭ

_____ Г. Н. Шibaева
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2024 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Кириченко Вячеславу Алексеевичу
фамилия, имя, отчество

Группа ОЗ-79 Направление 38.03.01 Экономика
номер код наименование

Тема выпускной квалификационной работы: «Разработка бизнес-плана по открытию Центра повышения квалификации в г. Абакане»

Утверждена приказом по институту № 236 от 27.04.2024

Руководитель ВКР Н. Л. Сигачева, ст. преподаватель кафедры СиЭ
инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР: научные публикации, учебная и методическая литература, Интернет-ресурсы.

Перечень разделов ВКР: Введение, Теоретическая часть, Проектно-аналитическая часть, Заключение, Список использованных источников, Приложение А.

Перечень иллюстративного материала (слайдов) 10 слайдов.

Руководитель ВКР _____
подпись инициалы, фамилия

Н. Л. Сигачева

Задание принял к исполнению
подпись, инициалы и фамилия студента

« ____ » _____ 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ.	8
1.1 Понятие бизнес плана.....	8
1.2 Цель и задачи бизнес-плана	12
1.3 Структура бизнес-плана	15
ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 2 БИЗНЕС ПЛАН ОТКРЫТИЯ ООО «ЦЕНТР ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ».....	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Резюме.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Цель проекта.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Нормативные требования.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Положение предприятия в отрасли ..	Ошибка! Закладка не определена.
2.5 Описание предоставляемых услуг ..	Ошибка! Закладка не определена.
2.6 Маркетинговое исследование.	Ошибка! Закладка не определена.
2.7 Производственный план.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.8 Финансовый план.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.9 Анализ риска.....	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	33
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	35

ВВЕДЕНИЕ

Для открытия любого предприятия, прежде всего, необходимо составить бизнес план. В нём отражены различные трудности и проблемы, с которыми придётся столкнуться предпринимателю на пути к своим целям. Бизнес план это важнейший инструмент стратегического планирования работы любой фирмы, независимо от сферы ее деятельности.

Целью бизнес-плана может быть привлечение инвестиций, получение кредита или же определение фактических и стратегических ориентиров фирмы. Бизнес планирование является одной из наиболее актуальных задач для предпринимателей. Начиная свой бизнес, каждый предприниматель должен ясно осознавать и представлять потребность на перспективу в трудовых, материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь правильно рассчитать эффективность использования имеющихся ресурсов в процессе работы фирмы.

Бизнес-план помогает предпринимателю продумывать свою стратегию, и осознавать существующие ограничения. Он позволяет избежать многих потенциально опасных ошибок, таких как недостаток капитала для функционирования фирмы, отрицательный баланс движения денежных средств, неправильный выбор местонахождения предприятия, неверный подбор персонала и ориентирование не на тот рынок, который действительно нужен для получения прибыли.

Целью бакалаврской работы является разработка бизнес-плана создания ООО «Центр повышения квалификации» и оценка его эффективности.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

исследовать методологические аспекты и экономическую сущность основных категорий и понятий бизнес-планирования на предприятии;

рассмотреть цели и задачи бизнес плана;

рассмотреть структуру и содержание бизнес-плана;
разработать бизнес-план создания ООО «Центр повышения квалификации»;

оценить экономическую эффективность проекта, а так же предложить рекомендации по минимизации рисков.

Предметом данной работы являются основные экономические показатели эффективности проекта.

Объектом данной работы является процесс создания предприятия на примере ООО «Центр повышения квалификации».

Теоретической и методологической базой бакалаврской работы стали работы отечественных и зарубежных авторов по бизнес-планированию, экономике предприятия, финансам, планированию, экономике предприятия, и финансовому анализу.

В первой части «методологические аспекты бизнес планирования» рассматривается понятие бизнес плана, его актуальность и необходимость разработки. А так же приведены цели, задачи бизнес плана и его структура.

Во второй части «Бизнес план открытия ООО «Центр повышения квалификации»» ведется разработка основных разделов бизнес-плана для создания центра повышения квалификации. Рассматриваются и анализируются основные разделы бизнес-плана.

В заключении приводятся основные выводы по результатам проведенного анализа и разработанному бизнес-плану.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ.

1.1 Понятие бизнес плана

Бизнес-план – точное, краткое, понятное и доступное описание планируемого бизнеса, главный инструмент для рассмотрения большого количества разных ситуаций, помогающий выбрать самые перспективные и наилучшие решения, а так же определить средства для их достижения.

Бизнес-план это документ, позволяющий управлять бизнесом, потому его можно представить как важнейший элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. [6] Также необходимо рассматривать бизнес-план как процесс планирования и инструмент управления фирмой. Иными словами бизнес план обеспечивает страхование успеха предполагаемого бизнеса, в том числе бизнес план является инструментом самообучения.

Суть бизнес-плана состоит в том, чтобы определить план развития, необходимый для освоения новых сфер деятельности фирмы, создание новых видов бизнеса. Бизнес-план может быть разработан как для нового создающегося предприятия, так и для уже существующих экономических организаций на очередном этапе их развития.

Бизнес-планирование, в первую очередь, предполагает обоснование пути организационного развития с использованием привлеченных инвестиций. Эффективное использование и подготовка бизнес-плана имеет главное значение. План может быть разработан фирмой, руководителем, менеджером, консалтинговой организацией или группой фирм. Определяя стратегию развития крупной фирмы необходимо составить развернутый бизнес-план. Зачастую на стадии его подготовки происходит определение потенциальных партнеров и инвесторов. Рассматривая временной аспект бизнес-планирования, в основном большинство фирм составляет планы на год. В этих планах тщательно рассматриваются разные направления

деятельности фирмы в данный период и характеризуется её дальнейшее развитие.[8] Иногда фирмы составляют планы на срок до 5 лет, и лишь самые крупные компании, твердо и уверенно стоящие на ногах, планируют на период более 5 лет.

Помимо внутрифирменных функций бизнес-планирование имеет высокое значение при выборе стратегии планирования на макроуровне. Сумма всех долгосрочных бизнес-планов предприятий составляет информационную базу, которая, в свою очередь, является ключевой для определения национальной политики планирования в рамках государственного регулирования экономики.

Исходя из вышесказанного, чаще всего бизнес-план используется для оценки рыночной ситуации, как вне фирмы, так и внутри нее для поисков инвесторов. Крупным предпринимателям он может помочь расширить своё дело с помощью приобретения акций другой фирмы или при организации новой структуры производства, в том числе он является основой для создания общегосударственной стратегии планирования.

На данный момент в рыночной экономике существует огромное количество версий бизнес-планов по форме, структуре и содержанию. Основные различия отмечаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости от назначения: по предприятию в целом (действующему или новому), по бизнес-линиям (услуги, технические решения, продукция, работы).

Существует два важнейших подхода к разработке бизнес-плана. Первый подход состоит в том, что инициаторы проекта сами ведут разработку бизнес-плана, а рекомендации получают у возможных инвесторов и специалистов. Этот подход является более предпочтительным, согласно зарубежной практике.[2] Помимо авторов разрабатываемых бизнес-планов, в создании плана принимают активное участие финансисты, знающие риски данного бизнеса и особенности кредитного рынка. Рассматривая второй подход инициаторы бизнес-плана не выступают

его разработчиками, а являются заказчиками. Разработчиками бизнес-плана выступают фирмы которые специализируются в маркетинговой деятельности, отдельные авторы и авторские коллективы. Так же при необходимости привлекаются эксперты и консалтинговые фирмы.

За рубежом принято, что бизнес-планирование должно осуществляться с участием руководителя предприятия.[7] Большинство зарубежных банков и инвестиционных фондов отказываются выделять средства и рассматривать заявки, если это условие не соблюдается.

Но независимо от способов и методов составления бизнес-плана необходимо произвести взаимный учет и увязку интересов и условий заинтересованных сторон:

- 1) Заказчика бизнес-плана, который является самостоятельным инвестором или использующего привлеченный капитал, интерес которого – успешная реализация проекта и получение прибыли;
- 2) Инвесторов, интерес которых состоит в получении дивидендов и возврате вложенных средств.
- 3) Использующих продукцию потребителей, интерес которых – удовлетворение потребностей в товарах;
- 4) Органов власти, которые определяют приоритеты развития бизнеса и потребности, основная цель их работы – удовлетворение общественных потребностей.

В бизнес-плане ведётся перспективная оценка ситуации как внутри фирмы, так и за её пределами.[14] В первую очередь бизнес план является крайне необходимым руководством для ориентации в условиях акционерной собственности. Именно при помощи бизнес-плана руководителями компании принимаются решения о накоплении прибыли фирмы и распределении части этой прибыли в виде дивидендов между акционерами. Такой план зачастую используется для обоснования мероприятий по усовершенствованию и развитию организационно-производственной структуры фирмы, а так же при обосновании уровня централизации управления и ответственности

сотрудников. Так же необходимо отметить, что данный план, зачастую, отлично помогает согласовывать деятельность фирм-партнёров и для организации совместного планирования развития групп фирм, объединённых кооперированием и изготовлением взаимодополняющих или одинаковых продуктов. В данном случае фирмы-партнеры реализовывают общее финансирование.

Есть некоторые особенности при разработке бизнес-планов для разных организаций, как, к примеру, для одноточечной и многоточечной организации. Под одноточечной организацией имеется в виду организация (юридическое лицо), состоящая из одного предприятия. Соответственно многоточечной будет организация, которая состоит из двух и более предприятий.[18] При планировании деятельности подобной организации сперва разрабатываются планы для каждого предприятия, а затем эти планы объединяют в один бизнес-план. Если бизнес организовывается впервые, то в план включают лишь расчетные показатели. Если бизнес уже существует, то в план включают отчетные данные за предыдущий год, с которыми сравниваются показатели планируемого года. Бизнес-план для фирм с крупным инвестиционным проектом, которым необходимо внешнее финансирование, – является самым сложным видом бизнес-плана. На первом месте здесь показатели, характеризующие инвестиционный проект. Затем приводятся обычные разделы бизнес-плана, согласованные с инвестиционным проектом.

Диверсифицированные организации реализуют направленное осуществление сразу нескольких видов деятельности. Эта особенность должна отразиться в бизнес-планах подобных организаций. Обычно в диверсифицированных организациях разные виды деятельности осуществляются в особых подразделениях – филиалах (бизнес-единицах). В данных случаях организация выступает как многоточечная, и соответственно этому составляется бизнес-план.

Бизнес-план для непроизводственных фирм отличается тем, что в нём кратко излагается планируемый перечень услуг(работ), которые будут предоставляться, вместо развёрнутого бизнес-плана. На первом месте в данном случае – обзор условий предоставления услуг (выполнения работ), наличие сертификатов, лицензий и разрешений, а так же обеспечение прав потребителей. В бизнес-плане непроизводственной организации разрабатывается оперативный план, в котором прогнозируются средства, помещения и ресурсы, которые будут необходимы для ведения бизнеса в предстоящий период, а также потребность в материалах, рабочей силе, средствах связи, вместо плана производства. Все прочие разделы плана, разрабатываются так же как и планы производственных организаций.

1.2 Цель и задачи бизнес-плана

Главная цель разработки бизнес-плана – это предоставление обоснованной, системной и четкой оценки вероятных перспектив развития фирмы. Или другими словами, в основе написания бизнес-плана лежит составление планов и прогнозов вероятного развития деятельности фирмы в кратко-, средне-, а также в долгосрочной перспективе. Так же при этом берутся во внимание позиции предприятия на рынке и сложившаяся на нём ситуация.

На практике выделяют пять основных целей бизнес плана:

Первая цель плана - его использование для составления стратегии, это является необходимым в период создания предприятия, а также при разработке новых направлений для деятельности.[10]

Вторая цель плана – это, непосредственно, планирование. Планирование даёт возможность оценить развитие направления деятельности предприятия, а также - контролировать процессы внутри самой компании.

Третьей целью плана является привлечение денежных средств – кредитов и ссуд. В нынешних условиях без значительных денежных средств

невозможно осуществить крупный проект, и получение кредита далеко не всегда является простым. Основная причина это развившаяся тенденция невозвращения кредитов. Множество финансовых учреждений на сегодняшний день уже не могут довольствоваться расчетом прибылей и убытков и балансом, как это было ранее. Они, в первую очередь, вынуждены ориентироваться на перспективу экономического успеха предприятий на рынках сбыта. Так же, если речь идет о масштабных проектах (необходимость инвестиций на приобретение или продажу промышленного оборудования.), требующих структурированного финансирования без предварительного представления просчетов, то таким организациям невозможно получить подтверждение на предоставление капитала.

Четвертая целью является привлечение потенциальных партнеров, которые смогут вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них ресурсы(технологии). Разрешение вопроса о предоставлении ресурсов или капитала становится возможным лишь при наличии бизнес-плана, который на определённый период времени отразит курс выбранный компанией.

Пятой целью плана является - инструмент управления и контроля, с помощью которого становится возможным оценить результаты деятельности предприятия за определенный период,

Бизнес-план даёт возможность решить предприятию большое количество задач, такие как:

- 1) Четкое направление деятельности предприятия, целевых рынков и позиций предприятия на них;
- 2) Формулирование кратко- средне- и долгосрочных целей фирмы, и выбор стратегии развития организации, а так же разработка тактики;
- 3) Определение номенклатуры производимых фирмой товаров или услуг, которые она будет предлагать потребителям;
- 4) Оценка совокупных издержек;

- 5) Оценка соответствия кадров предприятия, и оценка соответствия условий мотивации персонала требованиям, которые касаются достижения назначенных целей;
- 6) Выбор маркетинговых мероприятий предприятия, направленных на стимулирование продаж и изучение рынка;
- 7) Выбор тактики обеспечивающей устойчивость организации в условиях жесткой конкуренции ;
- 8) Максимизация прибыли и минимизация издержек;
- 9) Оценка соответствия привлекаемых и имеющихся ресурсов для достижения целей предприятия;
- 10) Оценка различных рисков и угроз и возможности их минимизировать.[13]

Вне зависимости от функциональной ориентации бизнес-плана, он предусматривает решение таких стратегических и тактических задач как:

- Организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия либо направления его деятельности;
- Выявление вероятных возможностей для предпринимательской деятельности, акцентируя внимание на сильных сторонах и не скрывая слабых;
- Формирование инвестиционно-проектных целей деятельности на определённый период.

Бизнес-план обосновывает:

- 1) Общие и специфические детали функционирования организации или направления деятельности в условиях определенного рынка;
- 2) Выбор методов стратегии и тактики для конкуренции;
- 3) Оценка трудовых, материальных и финансовых затрат необходимых для достижения целей.

Значительную роль бизнес план играет также для:

- 1) Привлечения деловых партнеров,
- 2) Приобретения/продажи бизнеса,

3) Создания общих с деловыми партнёрами предприятий, рационализации бизнеса, реорганизации и санации, а также смена позиционирования для выхода на новые рынки.

Главная задача бизнес-планирования заключается в том, чтобы дать картину возможностей и перспектив развития фирмы т.е. ответить на самый важный для инвестора или бизнесмена вопрос: стоит ли вкладывать деньги в предприятие, принесет ли оно доходы, которые окупят все затраты, силы и средства.

1.3 Структура бизнес-плана

Бизнес-план — объемный документ, всесторонне описывающий стратегию развития предприятия, его разделы связаны между собой и являются базовыми для финансовых проектировок.

Существует множество вариантов структуры бизнес плана в отечественной и зарубежной литературе.[12] В основном это зависит оттого, к какой сфере деятельности относится выбранная организация.

Раздел 1. Резюме

Резюме это предельно сокращенная версия бизнес-плана (3-4 страницы текста). Данный раздел находится вначале, несмотря на то, что его написание осуществляется в конце всей работы. Цель резюме — изложение основных положений бизнес-плана, чтобы предоставить в сжатом виде содержание этого документа.

В начале резюме формулируются цели и стратегии, с помощью которых они будут достигнуты. Далее предоставляется характеристика выпускаемой продукции, в том числе планируемая к выпуску; ее особенности по сравнению с представленной на рынке, основные финансовые показатели в перспективе, потребность в финансировании и направления использования полученных средств.

Последняя страница резюме содержит финансовые результаты, ожидаемые от проекта (финансовое резюме). Здесь приводятся сведения о затратах на производство, прогнозных объемах продаж на ближайшие годы, валовой прибыли, уровне прибыльности (рентабельности) вложений, указание о периоде возврата капитальных вложений или предоставленных в кредит средствах.

Раздел 2. Общее описание предприятия

В этом разделе дается полное и сокращенное наименование предприятия, описание основных видов деятельности предприятия (код ОКОНХ), дата регистрации, его организационно-правовая форма, форма собственности (код СКФС), доля государства (субъекта Федерации) в капитале, подчиненность предприятия — вышестоящий орган.

Излагаются намерения по производству и реализации продукции, указываются географические пределы развития бизнеса, информация о том, какой стадии развития достигло предприятие, имеет ли оно разработанный ассортимент продукции и т.д.

Весьма важным является четкое формулирование цели бизнеса (выход на определенный объем продаж или в определенные географические районы, выпуск нового вида продукции и т.д.). Главное, чтобы цели были четкими и однозначными, выглядели реалистично и были достижимы. Именно поэтому при их формулировании стоит придерживаться правила SMART, предусматривающего, что они должны также быть:

Конкретными (Specific). Например, ежегодно увеличивать объем продаж на 10%;

Поддающимися измерению (Measurable). В качестве цели необходимо использовать такие показатели, как объем продаж, объем чистой прибыли, рыночная доля и др.;

Достижимыми (Achievable) при наличии имеющихся ресурсов и вариантов их пополнения, предлагаемых в бизнес-плане;

Реалистичными (Realistic), основанными на достигнутом уровне развития;

Привязанными ко времени (Timed), что означает четкое формулирование сроков достижения поставленной цели.

Указываются также сведения о том, какой стадии развития достигло предприятие.

Раздел 3. Товары и услуги

Главной целью данного раздела является детальная характеристика привлекательных черт продукции и услуг, оказываемых или выпускаемых данным предприятием.

Здесь приводится описание характеристик продукции, направлений ее возможного использования и привлекательности её свойств для потребителей. Это даёт возможность подчеркнуть уникальность продукта или услуги, выделить его из числа одноименной продукции конкурентов.

Кредитор или инвестор, читающий бизнес-план, из этого раздела должен сделать для себя вывод о преимуществах свойств продукции данного предприятия, понять, чем они отличаются от аналогов других производителей. Далее в маркетинг-плане эти товары и услуги рассматриваются с позиций перспектив продаж, выработки соответствующей стратегии маркетинга.

Раздел 4. Маркетинг-план

Он является одним из важнейших разделов бизнес-плана, так как зачастую кредиторы и инвесторы предполагают, что успех новой фирмы или выпуска новой продукции и услуг можно прогнозировать, лишь принимая во внимание факторы, определяющие спрос на товар или услугу.

В результате выполнения маркетинг-плана необходимо получить важнейший показатель для дальнейших финансовых проектировок — объем продаж производимой продукции по всему ассортименту и в целом по предприятию.

В данном разделе нужно рассмотреть важные аспекты программы маркетинга. В первую очередь необходимо исследование рынков, на которые «нацелен» бизнес, выявление отличительных характеристик и размеров основных рынков и сегментов рынков. Основной составляющей является также оценка степени существующей конкуренции и ее воздействие на предприятие. Анализируя конкурентов, следует определить ту долю поставок каждым из них, которую они составляют на том или ином сегменте рынка, и на этой основе определить ту долю рынка, которая в дальнейшем будет принадлежать данному предприятию.

Далее нужно представить стратегию маркетинга, проводимую предприятием. В первую очередь следует изобразить, как предприятие намерено добиваться достижения планируемых объемов продаж (создание службы сбыта для прямого маркетинга или использование дилерской сети, дистрибьюторов, посредников; численность, квалификация сотрудников). В обеспечении сбыта продукции, значительная роль отводится рекламе. При этом важно определить, какие именно инструменты будут использованы для достижения этой цели (пресса, рассылка по почте и т.д.).

Определение главного показателя для дальнейших финансовых проектировок — объема продаж по всему ассортименту выпускаемой продукции. Он основывается на расчетах прогнозных значений объемов реализации (в физическом измерении) и цен на продукцию.

Наряду с объемом сбыта в физическом измерении основным является правильное обоснование в маркетинг- плане прогнозных значений уровня цен на основе изучения конкурентных материалов. Поэтому имеет смысл привести общую структуру цен и обосновать ее, рассмотреть изменение цен во времени в зависимости от объемов реализации.

В разработке маркетинг-плана наиболее сложным является определение перспектив сбыта продукции, а также прогноза цен. Разработка различных прогнозов и сценариев на прогнозируемый период определит и различный уровень показателей объемов продаж (в стоимостном

выражении), а значит и изменения всех финансовых показателей деятельности предприятия, которые учтены в проектировке финансового раздела бизнес-плана. Следует разрабатывать как консервативный вариант (т.е. наиболее вероятный), так и оптимистический.

Если предприятие собирается выпускать несколько наименований продукции, прогнозы объемов реализации, цен и объемов продаж должны быть выполнены по каждому продукту, а затем объем продаж суммируется для определения общего итога.

Раздел 5. Производственный план

Важнейшим показателем для финансовых проектировок является себестоимость производимой продукции. Именно поэтому производственная составляющая в стоимостном выражении должна быть разработана в данном разделе наиболее подробно, учитывая, что в нем всесторонне представлен процесс производства и все его составляющие.

Производство непосредственно отражено описанием производственных мощностей, технологических процессов, особенностей задействованного оборудования, материалов, сырья.

В значительной степени внимание уделяется определению поставщиков материалов, сырья и цен на них.

Определение потребностей в трудовых ресурсах является наиболее важным для понимания производственной стороны бизнеса.

В данном разделе приводится описание уровня сервиса, который будет обеспечен потребителю после приобретения товара или услуги. Сервис является одним из главных источников доходов организации в послепродажный период, поэтому условия предоставления сервиса являются столь важными для пополнения источников средств.

Основным параметром, связывающим данный раздел с финансовым разделом бизнес-плана, это объем средств, который понадобится для реализации предполагаемых перспектив. Именно поэтому крайне важен точный прогноз цен на сырье, оборудование, материалы, трудовые ресурсы,

возможные изменения в технологических процессах и др. Важным является достоверно определить объемы производства по годам, так как от их уровня будут зависеть затраты предприятия. От правильности прогноза объемов затрат (издержек производства) в дальнейшем будет зависеть достоверность всех финансовых проектировок.

Результаты разработки производственного плана по каждому из пяти лет прогнозного периода сведены к следующим основным проектировкам:

предполагаемый объем выпуска продукции (в физическом измерении);
потребность предприятия в основных фондах (в стоимостном выражении);

потребность в ресурсах (материалы, топливо, энергия, сырьё). Данные показатели должны быть разработаны в физическом измерении и в стоимостном выражении;

потребности в кадрах и затраты на оплату труда;

смета расходов и калькуляция себестоимости продукции.

Эти проектировки, итогом которых будет являться расчет объемов затрат предприятия по каждому году прогнозного периода, станут основополагающими для дальнейшего определения потребностей организации в финансовых средствах. Для инвестора или кредитора крайне важна достоверность этих проектировок, так как верное определение потребностей в финансовых ресурсах, в том числе и их источников (в рамках финансового раздела бизнес-плана) позволит предприятию благополучно осуществлять поставленные цели.

Другим важным параметром, получаемым в процессе выполнения производственного плана, является себестоимость продукции планируемой к выпуску. Данный показатель необходим для расчета уровня рентабельности продукции при финансовых проектировках.

Раздел 6. Организация управления

В этом разделе проводится оценка имеющихся кадров, а также определяется потребность в привлечении специалистов.

Далее целесообразным является дать организационную структуру, показывающую разделение ответственности и связи между звеньями управления. В этот раздел зачастую включаются разъяснения по поводу подбора нужных кадров, их особая подготовка, подходы к установлению уровня оплаты труда. Может быть продемонстрирована структура заработной платы, система стимулирования работников.

Этот раздел связан с финансовыми проектировками бизнес-плана, так как оценка затрат на управляющий персонал учитывается при определении себестоимости продукции.

Раздел 7. Капитал и организационно-правовая форма предприятия

В данном разделе обосновывается выбор организационно-правовой формы предприятия (товарищество, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество и т.д.). Здесь нужно указать, какие финансовые ресурсы необходимы для того, чтобы предприятие успешно развивалось. Предоставив объемы потребностей в финансовых ресурсах, следует показать наличие источников средств, имеющиеся в данный момент и планируемые на перспективу (собственные средства, ссуды, кредиты и т.д.), а также дать направления использования финансовых средств.

Наиболее сложной задачей является определение вероятных источников привлекаемых средств исходя из знания ситуации на финансовых рынках, конкретного опыта общения предприятия с кредитными организациями, инвесторами и др.

Раздел 8. Финансовый план

Этот раздел считается главным в бизнес-плане. В нем рассматриваются вопросы денежного обеспечения работы фирмы и более действенного применения имеющихся средств на базе текущей экономической информации и мониторинга размеров реализации продуктов и предложений на рынках в дальнейшие периоды. Этот раздел бизнес-плана даёт ответы сравнительно необходимости сотрудничества в данном предприятии:

инвесторы выясняют уровень выгоды, который они могут получить, кредиторы — о возможности заемщика выплачивать долг.

Прогнозные проектировки считаются более уязвимыми с точки зрения степени неопределенности. Так же, они связаны с разными вариациями значения реализована продукции (услуг), созданными в маркетинг-плане, а еще уровнем себестоимости выпускаемой продукции. Как раз в следствие этого денежные проектировки обязаны быть многовариантны. Довольно принципиально абсолютное соотношение сведений предоставленного раздела с расчетами, представленными в прочий части бизнес-плана.

Состав разделов бизнес-плана и уровень их детализации находятся в зависимости от объемов грядущего плана и сферы, к которой он относится. К примеру, в случае если ожидается создание свежего облика какой-либо продукции, то обязан быть разработан очень детальный проект, диктуемый сложностью разработки самого продукта и сложностями связанными с его реализацией. В случае если же речь идет лишь только о розничной перепродаже какого-нибудь продукта, то бизнес-план имеет возможность быть обычным и не включать сегменты, планирующие производство. Состав бизнес-плана так же находится в зависимости от объема предполагаемого рынка сбыта, присутствия соперников и возможностей развития организации.

Примерная структура бизнес плана:

1) Титульный лист. На титульном листе отражаются название проекта, название организации, которая планирует реализовать проект, ее месторасположение, номера телефонов, по которым можно связаться с владельцем (руководителем) или уполномоченным на ведение переговоров лицом, фамилия, имя, отчество (полностью) владельца (руководителя) и разработчика бизнес-плана, дата (месяц и год) составления.[1] Если бизнес-план направляется внешнему инвестору или кредитору, возможно вынесение на титульный лист основных финансовых показателей (потребность в финансировании, срок окупаемости, индекс доходности).

2) Меморандум о конфиденциальности. Меморандум призван защитить авторские права разработчиков на данный бизнес-план и может быть размещен на титульном листе, если он достаточно краткий, или наследующей за титульным листом странице.

Меморандум предупреждает лиц, знакомящихся с бизнес-планом, о конфиденциальности содержащейся в нем информации. В нем может содержаться напоминание о том, что знакомящийся с бизнес-планом берет на себя ответственность и гарантирует нераспространение содержащейся в нем информации без предварительного согласия автора. Может быть указано на запрет копирования всего бизнес-плана или отдельных его частей для каких-либо целей или запрет передачи третьим лицам. Также в нем может содержаться требование о возврате автору бизнес-плана, если он не вызывает интереса.

3) Резюме. Этот раздел носит общеинформативный, рекламный характер, призван привлечь интерес того, кому будет адресован бизнес-план. Именно из этого раздела потенциальные инвесторы получают свое первое впечатление, которое часто имеет решающее значение для судьбы проекта в целом.

В этом разделе необходимо в нескольких пунктах в сжатой форме изложить весь бизнес-план, раскрывая сущность и цель проекта. Основой для написания этого раздела служит информация, содержащаяся во всех разделах разработанного бизнес-плана, поэтому резюме составляется в последнюю очередь, после написания всего бизнес-плана. но размещается в начале документа.

Рекомендуемая структура резюме:

- краткое описание проекта, его цели и задачи;
- ресурсное обеспечение;
- механизм реализации;
- уникальность или конкурентоспособность продукции или
- услуги;

- объем требуемого внешнего финансирования;
- прогноз объема продаж и прибылей;
- возврат займов инвесторам;
- основные показатели эффективности проекта.

Основное требование к резюме — простота и лаконичность изложения, минимум специальных терминов. Объем не должен превышать 1-2 машинописных страниц.

4). Цель предлагаемого проекта. В этом разделе необходимо дать четкое определение и описание тех видов деятельности, продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Следует указать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства продукции.

При описании основных характеристик продукции делается акцент на тех преимуществах, которые эта продукция несет потенциальным покупателям, а не на технических подробностях. Детальная информация технологического процесса может быть дана в приложении.

Очень важно подчеркнуть уникальность или отличительные особенности продукции или услуг. Это может быть выражено в разной форме: новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей. Также необходимо подчеркнуть возможность совершенствования данной продукции.

В этом разделе следует описать имеющиеся патенты или авторские права на изобретение или привести другие причины, которые могли бы воспрепятствовать вторжению конкурентов на рынок. Такими причинами могут быть, например, эксклюзивные права на распространение или торговые марки.

5) Анализ положения дел в отрасли. В этом разделе излагаются результаты анализа текущей ситуации и тенденций развития отрасли и делаются выводы об их влиянии на реализацию и результаты проекта. Очень важно преподнести идею нового проекта в контексте сложившегося

состояния дел в отрасли. Необходимо продемонстрировать глубокое понимание состояния организации и той отрасли индустрии, в которой оно будет работать и конкурировать, так как одним из факторов, обеспечивающих победу в конкурентной борьбе, является знание ситуации на рынке продукции этого класса.

Рекомендуется дать справку по последним новинкам отрасли, перечислить потенциальных конкурентов, указать их сильные и слабые стороны, изучить все прогнозы поданной отрасли и в результате ответить на вопрос, на какого именно потребителя рассчитаны товары или услуги организации.

б) Анализ положения предприятия в отрасли. В данном разделе приводятся комплексный анализ положения предприятия в отрасли, результаты его хозяйственной деятельности, организационные характеристики:

все виды деятельности предприятия, его продукты (услуги), потребители (клиенты);

организационно-правовая форма предприятия, организационная структура, учредители, персонал и партнеры, дата создания;

финансово-экономические показатели деятельности предприятия (фирмы);

месторасположение предприятия (адрес предприятия, характеристика здания или помещения, собственность или аренда, необходимость реконструкции);

специфика работы (сезонность, время работы (часы и дни недели) и другие особенности, связанные со сферой бизнеса или используемыми ресурсами).

Данный раздел имеет особое значение, если цель бизнес-плана — создание нового предприятия. В этом случае он должен содержать пункты обоснования успеха создаваемого предприятия, предпринимательский опыт руководителя проекта в данной сфере бизнеса. Возможны ссылки на

договоры или предварительные договоренности с поставщиками или потребителями.

Если проект реализуется в рамках индивидуальной предпринимательской деятельности, то приводится описание сущности бизнеса предпринимателя.

Раздел должен убедить инвестора в надежности и перспективности фирмы, предлагающей проект.

7) Описание продукта труда. Данный раздел должен содержать подробную информацию о потребительских характеристиках продукции (услуги) и преимуществах перед конкурентами. Данный раздел в качестве приложения может быть сопровожден натуральным образцом, фотографией, рисунком, технической документацией или подробным описанием. Если предметом проекта является не один продукт, в бизнес-плане дается описание по каждому из них. Примерная структура раздела:

- наименование продукции (услуги);
- назначение и область применения;
- краткое описание и основные характеристики;
- конкурентоспособность продукции (услуги) с выделением параметров, по которым продукт превосходит конкурентов или уступает им;
- патентоспособность и авторские права;
- наличие или необходимость лицензирования выпуска продукции;
- наличие сертификата качества продукции;
- безопасность и экологичность;
- условия поставки и упаковка;
- гарантии и сервис;
- эксплуатация;
- утилизация после окончания эксплуатации.

8) Маркетинг и план сбыта продукции предприятия. В предоставленном разделе нужно определить рынок сбыта, изучить его и

создать стратегию поведения на этом рынке, т.е. продемонстрировать, отчего, в каком размере и какие покупатели станут приобретать продукцию, и как возможно влиять на спрос. Так же описывается, каким образом будет проводиться реализация продукта или же услуги, какова его планируемая стоимость.

Информация раздела призвана уверить вероятного покупателя бизнес-плана в существовании рынка сбыта для продукции или услуги и возможности лиц, реализующих план, ее реализовывать. Покупатели (покупатели) характеризуются:

местом в цепочке реализации: оптовые клиенты, розничные покупатели, конечные потребители;

статусом: юридические лица — фирмы (характеризуются сектором экономики, месторасположением), физические лица.

Среди характеристик данного продукта выделяется, наружная привлекательность, предназначение, стоимость, срок службы, защищенность использования. Примерная конструкция раздела такая:

анализ покупателей: притязаний к продукции (услуге) и вероятностей их удовлетворения;

анализ конкуренции: присутствие соперников, их сильные и слабые стороны, личные способности в конкурентной борьбе;

анализ рынка реализации продукции (услуги): величина рынка и его подъем;

описание поставки продукта от места изготовления к месту реализации или же употребления. Детальное описание включает в себя: упаковку. складирование, комплектование для отправки, перевозку к пространству реализации, предпродажное обслуживание, перепродажу, методы реализации продукции (услуги). Перепродажа имеет возможность быть совершенной через надлежащие каналы реализации: точки розничной торговли, мелкооптовые базы или же магазины;

стратегия привлечения интереса покупателей: маркетинговые кампании, бесплатная передача образцов, роль в выставках и др.; стоимость и размер реализована продукции. Как раз стоимость реализации продукта (услуги) определяет в конечном счете значение выгоды, доходность плана. Нужно гарантировать увязку характеристик «цена — качество — рентабельность».

Определенные подробности рекламной стратегии нередко оказываются сложными, всеохватывающими и затрагивают области, рекламной политики, ценовой политики, торговой политики, реклама и продвижение продукции на рынке, проявление внимания со стороны возможных клиентов, мониторинг возможности изготовления новой продукции.

9) Производственный план. В этом разделе должны быть описаны все производственные и другие рабочие процессы. Здесь же рассматриваются все вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованием, рабочим персоналом. В этом разделе должны найти отражение вопросы, каким образом и в какие сроки может быть увеличен или сокращен объем выпуска продукции.

Если цель проекта — организация производственной деятельности, то необходимо полное описание производственного процесса: как организована система выпуска продукции и как осуществляется контроль над производственными процессами, каким образом будут контролироваться основные элементы, входящие в стоимость продукции, например затраты труда и материалов, как будет размещено оборудование.

Если некоторые операции предполагается поручить субподрядчикам, следует дать о них сведения, включая название субподрядчика, его адрес, причины, по которым он был выбран, цены и информацию о заключенных контрактах. По тем операциям, которые предполагается выполнить собственными силами, необходимо дать схему производственных потоков, список производственного оборудования, сырья и материалов с указанием поставщиков (название, адрес, условия поставок), ориентировочную

стоимость, а также список производственного оборудования, которое может понадобиться в будущем.

В этом разделе также осуществляется расчет производственных издержек на планируемый объем сбыта: калькуляция себестоимости продукции, составление сметы затрат на производство, определение переменных и постоянных затрат в себестоимости. Примерная структура раздела такова:

- общие сведения о производственной структуре предприятия, наличии необходимых транспортных связей, инженерных сетей (электроэнергия, вода, тепло, канализация, связь и др.), ресурсов, а также близость к рынку сбыта;
- используемая технология и уровень ее освоенности предприятием;
- потребность в производственных площадях;
- потребность в производственном персонале (численность, специализация, квалификация);
- удовлетворение требований по обеспечению экологичности производства для окружающей среды и безопасности работающих;
- наличные и необходимые производственные мощности;
- характеристика оборудования;
- оценка потребности в сырье и материалах;
- планирование источников поставки сырья, материалов, оборудования и рабочих кадров;
- определение субподрядчиков;
- определение себестоимости всех видов продукции;
- смета текущих затрат на производство;
- анализ структуры себестоимости.

10) Организационный план. В этом разделе указываются законодательные, нормативные и другие документы, имеющие правовую силу и отношение к данному проекту, а также график реализации проекта.

11) Финансовый план. Финансовое планирование рекомендовано реализовывать методом составления надлежащих финансовых документов: отчётов прибылей и затрат на любой год срока реализации плана с ежемесячной разбивкой первого года, расчёт бухгалтерского баланса для первого года. Возможно, привести итоги анализа безубыточности.

В данном разделе отражаются капитальные инвестиции (на покупку оснащения, строительно-монтажные работ, создание оборотных средств и иные, связанные с предварительным временем проекта).

Отражается финансирование плана. Приводится схема возврата кредитных денежных средств.

Завершаться раздел финансового планирования обязан анализом производственного плана. Для данных целей возможно применить методику проектного анализа (по показателям чистого дисконтированного дохода, индекса доходности, внутренней общепризнанных мерок доходности, срока окупаемости проекта). способы финансового анализа финансово-хозяйственной деятельности (рентабельность, экономическая стабильность плана и т.п.). Примерная структура раздела такова:

- отчет о прибылях и убытках за каждый год срока реализации проекта, первый год ежемесячно;
- структура налоговых платежей (может быть проанализирована отдельно);
- план движения денежных средств первого года;
- плановый баланс первого года;
- потребность в инвестициях;
- затраты, связанные с обслуживанием кредита (лизинга) (могут быть проанализированы отдельно);

- анализ эффективности проекта (по выбранной методике).

12) Анализ риска. Каждый план обязательно встречается на собственном пути с определенными проблемами, угрожающими его претворению в жизнь. Довольно принципиально уметь предугадать похожие проблемы и заблаговременно создать стратегии их преодоления. Нужно расценить уровень риска и обнаружить те трудности, с которыми имеет возможность встретиться бизнес.

Ключевые факторы, связанные с риском плана, обязаны быть описаны честно и беспристрастно. Опасность может идти от соперников, личных просчетов в области маркетинга и промахов в подборе руководящих сотрудников. Угроза может представлять еще и технический прогресс, который способен быстро «состарить» всякую новейшую технологию.

Присутствие других программ и стратегий для вероятного инвестора станет указывать о том, что бизнесмен знает о вероятных трудностях и заблаговременно к ним готов.

Риск возможно расценить способами высококачественного анализа, который заключается в определении моментов, областей и обликов риска. Данная работа выполняется экспертным методом на базе навыка работы по данной направленности (например, SWOT-анализ), а так же способами количественного анализа. Количественный анализ дает возможность определить объем потерь по каждому виду риска. В количественном анализе используются методы аналогий, статистический, экспертный, моделирования и др. Метод аналогий предполагает использование данных по другим аналогичным проектам. Статистический метод основывается на изучении имеющейся статистики. Экспертный метод заключается в сборе мнений квалифицированных специалистов. Моделирование ситуации позволяет оценивать влияние на нее внешних воздействий. Также разработаны специальные методы и модели анализа риска: методика анализа безубыточности, запаса финансовой прочности и чувствительности проекта на основе маржинального анализа, метод проектного анализа риска путем

построения дерева решений проекта, метод вероятностной оценки риска, анализ риска на основе имитационного моделирования по методу Монте-Карло.

Результатом анализа риска может стать поиск и предоставление гарантий партнерам и потенциальным инвесторам. Среди них можно выделить:

- гарантии федеральных, региональных или местных органов власти;
- страхование;
- залог активов (недвижимость, ценные бумаги и т.д.);
- банковские гарантии;
- передача прав;
- товарные гарантии (готовая продукция).

13) Приложения. В приложение могут быть вынесены все документы, которые не являются предметом планирования, но на которые ссылаются в основных разделах бизнес-плана:

- копии контрактов, лицензии и т.п.;
- копии документов, из которых взяты исходные данные;
- прейскуранты поставщиков;
- таблицы расчетов финансовых показателей, не вошедшие в основные разделы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги бакалаврской работы, можем сделать следующие выводы:

Бизнес план необходим, он является составной частью любого предприятия. Бизнес-план в конечном итоге должен дать правильный ответ на такие важные вопросы рыночных отношений, как возможная стоимость проекта и планируемые доходы.

Бизнес-план описывает цели и задачи, которые необходимо решить предприятию как в ближайшем будущем, так и на перспективу. В нем содержится оценка текущего момента, сильных и слабых сторон проекта, анализ рынка и информация о потребителях продукции или услуг.

Бизнес-планирование - это осознанное предвидение действий в будущем, моделирование результатов деятельности, поиск благоприятных возможностей, создание условий завтрашнего дня. Бизнес-планирование можно охарактеризовать как особый тип процесса принятия решений, в рамках которого анализируется информация о прошлой финансовой и производственной деятельности хозяйствующего субъекта, оцениваются его потенциальные ресурсы, формулируются цели на перспективу и устанавливается приоритетность решения задач для их достижения.

Бизнес-план предполагает оценку собственной предпринимательской деятельности фирмы и целевую оценку конъюнктуры рынка, является программой действий предпринимателя, необходимым рабочим инструментом проектно-инвестиционных решений и внутрифирменного планирования, используемым во всех сферах предпринимательства. Он актуален как и для вновь создаваемых, так и для действующих фирм.

В процессе выполнения данной работы были достигнуты все поставленные цели и задачи. Были исследованы методологические аспекты бизнес планирования, рассмотрены цели и задачи бизнес планирования и приведена типовая структура бизнес-плана. В практической части

бакалаврской работы был разработан бизнес-план по открытию ООО «Центр повышения квалификации». При выполнении бизнес-плана было написано резюме проекта, сформирована цель бизнес плана приведён список документов и требований, необходимых для открытия ООО и получения лицензии для ведения образовательной деятельности. Проведено исследование и выявлены наиболее актуальные и популярные курсы повышения квалификации. Проведён анализ конкурентов на рынке, приведены направления курсов повышения квалификации и переподготовки, а так же указаны цены на предоставляемые образовательные услуги. Разработан организационный план и выполнен расчёт финансовых показателей. А так же был проведён анализ риска ООО «Центр повышения квалификации» и приведены способы защиты, которые позволят существенно снизить рискованность проекта.

Оценка эффективности проекта показала, что в первый год работы предприятие достигнет точки безубыточности, а уже на второй год рентабельность оказываемых услуг составит 12,34%. Так же был рассчитан чистый доход и чистый дисконтированный доход. Срок окупаемости проекта: 1 год 5 месяцев. Таким образом, данный бизнес-проект является выгодным и эффективным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы. учебник / М.М. Алексеева. Москва: М. Форум, 2018. - 248 с.
2. Аникеев, С.А. Методика разработки плана маркетинга. Учебное пособие/ С.А. Аникеев. С. Петербург: Информ-Студио, 2019. – 128 с.
3. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ: Учебное пособие / В.Г. Артеменко. Новосибирск, : “ДИС”, НГАЭ и У, 2018 г. – 385 с.
4. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом. Учебник/ И.Т. Балабанов: Томск: Финансы и статистика, 2020. – 384 с.
5. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: методика разработки. 25 реальных образцов бизнес плана / В.А. Горемыкин. Москва:—[3-е изд].—М.: Ось-89, 2018.—576 с.
6. Горохов, Н.Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. Учебное пособие / Н.Ю. Горохов. Москва: Информационно-издательский дом Филинь, 2021 – 208 с.
7. Грибалев, Н.П., Игнотов И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению / Н.П. Грибалёв С. Петербург: Белл, 2018 – 203 с.
8. Гурьянова Э.А. Бизнес планирование: Учебное пособие./ Э.А. Гурьянова Казань, 2019 – 137 с.
9. Григорьев, В.В. Оценка предприятия: теория и практика. Учебник / В.В. Григорьев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
10. Кистерева, Е. В. Инвестиционный бизнес-план : расчет эффективности проекта. Методические указания / Е. В. Кистерева Москва: Информационно-издательский дом Филинь 2018.—№5.—С. 54-63
11. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. Учебник / А.И. Ковалёв Издание 2-е, переработанное и дополненное. Томск.: ЗАО “Центр экономики и маркетинга”, 2019 г. – 511 с.

12. Кочеткова, А. В. Бизнес-план : [коммуникационный менеджмент]. Учебное пособие / А. В. Кочеткова Коммуникационный менеджмент: [учеб. пособие для вузов] Москва: Ось-89 —М., 2018.—С. 287-292.
13. Латфуллин Г.Р. Основные цели и задачи в бизнес планировании. Учебное пособие/ Оренбург: изд. Чайка , 2019- с. 117.
14. Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений. Учебник./ М.И. Магура . Москва: изд. Ось-89 2020. – С.72-74
15. Мау А.Г. Методические указания по организации повышения квалификации и переподготовки сотрудников./ А.Г. Мау Казань – 2022.-69 с.
16. Образовательный ресурс.[Электронный ресурс]: Обучение персонала как конкурентное преимущество. - Режим доступа http://www.logistics.ru/9/24/i20_3065.htm
17. Образовательный ресурс[Электронный ресурс] – программы повышения квалификации. – Режим доступа: <http://edunews.ru/kursy/povyshenie-kvalifikacii/>
18. Орлова Е. Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании: Учебное пособие для вузов / Е. Р. Орлова. Томск. 3-е изд., стер.—М.: Омега-Л, 2018.—152 с.
19. Островских Т.И. Оценка и управление стоимостью предприятия (организации). Метод. указания /Т.И Островских; Сиб. Ферер. Ун-т, ХТИ - филиал СФУ.- Абакан: Ред. - изд. Сектор ХТИ –филиала СФКУ, 2013. - 24 с.
20. Официальный сайт ХТИ. [Электронный ресурс] : Центр дополнительного образования. – Режим доступа: <http://www.khti.ru>.
21. Панкратов Ф.Г Коммерческая деятельность: Учебник для студентов высших и средних учебных заведений/ Ф.Г. Панкратов. Уфа: ИВУ «Маркетинг», 2019 г. - 328 с.

22. Портал рейтингов образования в России [Электронный ресурс]:
Профессии требующие постоянного обучение. – Режим доступа:
http://moeobrazovanie.ru/professii_trebuyuschie_obucheniya.html

23. Рутгайзер В.М. Оценка стоимости бизнеса. Учебное пособие/
В.М. Рутгайзер. Москва: Инфра-М, 2023. – 312с.

24. Смирнов Э.А. Основополагающие законы социальной
организации. Методическое пособие/ Э.А. Смирнов. Уфа. Изд. МиА, 2020 –
116 с.

25. Столпова Е.С. Финансовый менеджмент. Учебник./ Е.С.
Столпова. Новосибирск: Изд-во «Перспектива», 2020 г. – 656 с

26. Федотова М.А. Оценка бизнеса . Учебное пособие./ М.А.
Федотова С.Петербург: изд. ЕЗ. 2023 57.

27. Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование
производства на предприятии. Учебное пособие для студентов экономических
факультетов и вузов / Г.И. Шепеленко. Ростов-на-Дону: . 2-е изд., доп. и
переработ МарТ, 2020. – 544 с.

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 27 наименования.

Один экземпляр сдан на кафедру.


« » _____ 2024 г.
дата

(подпись)

В.А. Кириченко
(Ф.И.О.)

Министерство науки и высшего образования РФ\
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

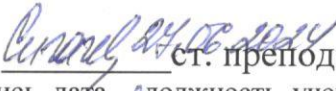
«Строительство и экономика»
кафедра


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой СиЭ

подпись Г. Н. Шibaева
инициалы, фамилия
« 01 » 07 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА


38.03.01 Экономика
код - наименование направления

Разработка бизнес-плана по открытию
Центра повышения квалификации в г. Абакане
тема

Руководитель  ст. преподаватель каф. СиЭ Н. Л. Сигачева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник  27.06.2024г
подпись, дата В.А. Кириченко
инициалы, фамилия

Абакан 2024

 ДСТВ.

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:
«Разработка бизнес-плана по открытию Центра повышения
квалификации в г. Абакане»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

Сигачева, 24.07.24 Н. Л. Сигачева
подпись, дата инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть
наименование раздела

Сигачева, 24.07.24 Н. Л. Сигачева
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер

Сигачева, 24.07.24 Н. Л. Сигачева
подпись, дата инициалы, фамилия