

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

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ _____
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 - Менеджмент
38.03.02.12 - Финансовый менеджмент (в организации)

Бизнес план реализации проекта по созданию оздоровительного центра
в г. Красноярске

Руководитель _____ канд. экон. наук, доц. А.В.Бухаров
подпись, дата

Выпускник _____ В.И.Головина
подпись, дата

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Бизнес план реализации проекта по созданию оздоровительного центра в г.Красноярске» содержит 96 страниц текстового документа, 35 литературных источников, 20 таблиц, 5 рисунков.

БИЗНЕС-ПЛАН, ЦЕНТР ЛЕЧЕБНОГО ГОЛОДАНИЯ, РАЗГРУЗОЧНО-ДИЕТИЧЕСКАЯ ТЕРАПИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объект исследования в настоящей работе - центр лечебного голодания «Эстетик».

Целью работы является разработка бизнес-плана по открытию центра лечебного голодания с уклоном на психологическую поддержку клиентов в г. Красноярске.

Для достижения цели в работе были поставлены следующие задачи:

В рамках теоретической части ВКР:

- Определить место бизнес-планирования в системе планирования;
- Выявить основные фазы бизнес-планирования;
- Представить основные подходы по формированию перспективы развития бизнеса;

В рамках практической части:

- Провести анализ внешней среды, в рамках которой планируется разработка бизнес-плана;
- Разработать бизнес план по открытию центра лечебного голодания, включающий в себя такие пункты, как: резюме, анализ услуги, анализ рынка, организационный план, план маркетинга, финансовый план.

В ходе работы был разработан бизнес-план по открытию центра лечебного в г. Красноярска и определена его экономическая эффективность.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические основы бизнес-планирования	7
1.1 Цели, задачи и значение бизнес-планирования	7
1.2 Этапы разработки бизнес-плана	12
1.3 Структура бизнес-плана	20
2 Анализ внешней среды, в рамках которой планируется разработка бизнес-плана	25
2.1 Анализ макроокружения.....	25
2.2 Анализ микроокружения	31
3 Бизнес-план по созданию «Оздоровительного центра» в г. Красноярске.....	
Ошибка! Закладка не определена.	
Заключение	40
Список использованных источников	42
Приложение А - Г.....	
Ошибка! Закладка не определена.-96	

ВВЕДЕНИЕ

В рамках настоящей работы нами представлен бизнес-план по открытию центра лечебного голодания в г. Красноярске.

Неблагоприятная экологическая обстановка, постоянные стрессы, неправильное питание, гиподинамия приводят к катастрофическому снижению физически здоровых людей, ведут к развитию хронических заболеваний органов пищеварения, дыхания, кровеносной системы и т.д.

По данным официальной статистики в России распространенность аллергических заболеваний находится на уровне 1 до 1,5% населения, по данным Института Иммунологии различными формами аллергии страдает от 17,5% до 30% жителей Росси. При этом, согласно исследованиям Всемирной организации здравоохранения, за последнее десятилетие число людей, страдающих от аллергических заболеваний в России, увеличилось на 20 %. По прогнозам ученых, эта цифра будет расти, потому, что большинство факторов, вызывающих аллергические реакции, связано с нашим образом жизни, работой и бытом [30].

Однако в последнее время население нашей страны и г. Красноярска в частности стало активнее заботиться о своем здоровье: открывается все больше фитнес-центров, все больше внимание население уделяет системе сбалансированного питания. При этом значительный интерес со стороны населения представляет система разгрузочно-диетической терапии.

Как показывает современная практика, метод разгрузочно-диетической терапии является чрезвычайно эффективным при лечении таких болезней, как аллергия, ожирение, бронхиальная астма, гипертоническая болезнь, псориаз, нейродермит, функциональные расстройства желудочно-кишечного тракта – дискинезии желчевыводящих путей, рефлюксы, синдром раздраженного кишечника с запорами. Метод способствует регрессии половых расстройств, а нередко и восстановлению сексуальной потенции у мужчин, нормализации менструального цикла у женщин.

Очищение организма посредством разгрузочно-диетической терапии является наиболее щадящим для организма способом избавления от аллергии, нежели медикаментозное вмешательство. Кроме того, безусловным плюсом данного метода является также его невысокая стоимость по сравнению с лечением медикаментами.

Тем не менее, несмотря на популярность методики разгрузочно-диетической терапии, в г. Красноярске на сегодняшний день не открыто ни одного центра, специализирующегося на предоставлении подобных услуг, однако, как показывает анализ потенциальных клиентов, спрос на данные услуги в городе достаточно большой: так в ближайшем к Красноярску оздоровительном центре «Клеопатра», расположенном в г. Минусинске, пациенты из краевого центра составляют 91,5%.

Таким образом, все вышесказанное подтверждает актуальность и значимость настоящей работы, цель которой - разработать бизнес-план по открытию центра лечебного голодания с уклоном на психологическую поддержку клиентов в г. Красноярске.

Для того, чтобы данная цель была достигнута в полном объеме, в работе необходимо последовательное решение следующих задач:

В рамках теоретической части ВКР:

- Определить место бизнес-планирования в системе планирования;
- Выявить основные фазы бизнес-планирования;
- Представить основные подходы по формированию перспективы развития бизнеса;

В рамках практической части:

- Провести анализ внешней среды, в рамках которой планируется разработка бизнес-плана;
- Разработать бизнес план по открытию центра лечебного голодания, включающий в себя такие пункты, как: резюме, анализ услуги, анализ рынка, организационный план, план маркетинга, финансовый план.

Объект исследования в настоящей работе - центр лечебного голодания «Эстетик».

Предмет исследования - бизнес-план по открытию центра лечебного голодания в г. Красноярске.

Практическая значимость определена подробной разработкой бизнес-плана центра лечебного голодания, на основе которого может быть открыто конкретное предприятие.

1 Теоретические основы бизнес-планирования

1.1 Цели, задачи и значение бизнес-планирования

Бизнес-план - это план развития предприятия, необходимый для освоения новых сфер деятельности фирмы, создания новых видов бизнеса.

Бизнес-план может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующих экономических организаций на очередном этапе их развития.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим документом, используемым практически на всех этапах и во всех сферах предпринимательства и коммерции. Он является главным инструментом внутрифирменного планирования и управления.

Главная цель разработки бизнес-плана- сформулировать или уточнить основную концепцию развития фирмы, т. е. спланировать производственную, хозяйственную, сбытовую, экономическую, финансовую, инвестиционную, социальную и экологическую (точнее, природоохранную) деятельность на ближайший и достаточно отдаленный периоды времени в строгом соответствии с потребностями целевого рынка и реальными возможностями приобретения необходимых видов ресурсов.

Конкретно целевое назначение бизнес-плана заключается в следующем:

- получение обобщенной финансовой оценки предыдущего этапа развития фирмы, а также оценка ее современного производственного и экономического потенциала;
- разработка или уточнение прежней стратегии развития фирмы или отдельных направлений ее деятельности, а также определение способов реализации стратегических целей и задач;
- внутрифирменное планирование, контроль, анализ, регулирование и оперативный учет;
- разработка и технико-экономическое, финансовое и социальное

обоснование бизнес-проектов, интернет-проектов, программ развития фирмы, а также коммерческих предложений;

- привлечение инвесторов для реализации внутрифирменных планов, программ, коммерческих проектов;
- снижение уровня совокупного риска фирмы в ходе осуществления ее производственной, научно-технической, финансовой и внешнеэкономической деятельности за счет прояснения перспектив ее развития;
- разработка и осуществление проектов создания новой продукции;
- оценка научно-технического, производственного и коммерческого потенциала отдельной фирмы и компании в целом;
- формирование наиболее благоприятного общественного мнения в отношении фирмы (публик рилейшнз), стратегии ее развития, планов будущей деятельности; определение степени социальной ответственности и социальной защищенности работников [20, с.82].

С помощью бизнес-плана стандартизируется процесс ознакомления потенциальных инвесторов с данной фирмой и состоянием финансовых и иных дел на ней.

Одна из основных иллюстративных целей бизнес-плана- показать, каким образом деньги или иные ресурсы превратятся в еще большие деньги для инвестора. Иными словами, инвестор (кредитор) должен увидеть реальную возможность получения прибыли не после, а до того, как истратит деньги на предлагаемый бизнес-проект.

Бизнес-планирование - творческий процесс, требующий профессионализма и искусства.

Для практической реализации бизнес-планирования как процесса представляется возможным соблюдение основополагающих принципов:

- гибкости, предусматривающей постоянную адаптацию к изменениям среды, в которой функционирует данная организация;
- непрерывности, предполагающей «скользящий» характер планирования;

- коммуникативности, под которой понимается координация и интеграция усилий (всё должно быть взаимоувязано и взаимосвязано);
- итеративности, предусматривающей творческий характер планирования и неоднократность проработки уже составленных разделов плана;
- многовариантности, позволяющей выбрать наилучшую из альтернативных возможностей достижения поставленной цели;
- участия, предполагающего важность самого процесса планирования с точки зрения вовлечения в него всех возможных участников будущей организации;
- адекватности отражения реальных проблем и самооценки в процессе планирования [14, с.46].

В западных компаниях в последние 10-15 лет бизнес-план используется не только как инструмент для привлечения инвестиций, но и, что не менее важно, как главная основа внутрифирменного перспективного и текущего планирования.

Общее назначение бизнес-плана заключается в том, чтобы соединить воедино планы, замыслы, намерения руководства фирмы по ее развитию или совершенствованию. Одновременно он предназначен для того, чтобы любой заинтересованный инвестор мог получить достаточно полное и всестороннее представление о предстоящей деятельности фирмы [5, с.102].

В процессе бизнес-планирования целесообразно соблюдать два главных правила:

- бизнес-план должен быть достаточно пессимистическим;
- бизнес-план должен быть непрерывно возобновляемым (актуализируемым).

В отличие от традиционного плана организации бизнес-план учитывает не только внутренние цели предпринимательской организации, но и внешние цели лиц, которые могут быть полезны новому делу. Помимо инвесторов заинтересованными лицами будущего бизнеса являются потенциальные потребители и поставщики фирмы.

Бизнес-план, как никакой другой из планов фирмы, имеет внешнюю

направленность, превращается в своего рода товар, продажа которого должна принести максимально возможный выигрыш [16, с.14].

Методология бизнес-планирования распространяется на любые деловые предложения, проекты, сделки (коммерческие, инвестиционные, венчурные, развития региона), замыслы (открытие собственного дела, увеличение собственной доли на целевом рынке), намерения (выйти на внешний рынок со своей продукцией, услугой), усовершенствования (производимого изделия, товара, услуги), мероприятия (связанные с внедрением новой технологии), нововведения (предусматривающие внедрение ноу-хау), заявки на кредит (для получения инвестиций), а также на разрабатываемые перспективные и текущие планы производственной, сбытовой, социальной и иных видов деятельности фирмы.

Из литературных источников известны различные определения понятия бизнес-плана. Адаптированное к отечественным условиям хозяйствования понятие бизнес-плана может быть сформулировано следующим образом.

Бизнес-план - это документ, являющийся важной основой внутрифирменного планирования производства продукции. Поэтому его рекомендуется составлять на отрезок времени, равный 3-5 годам (реже на 10 лет вперед). При этом степень дифференциации плана в разные периоды времени разная. Обычно рекомендуется для первого года рассчитывать основные результирующие показатели с помесечной разбивкой, для второго - в поквартальном разрезе и лишь начиная с третьего года можно ограничиться показателями по году в целом.

С учетом назначения бизнес-плана, целей и задач, решаемых с его помощью, приведем классификацию основных и наиболее часто встречающихся на практике типов бизнес-планов. В таблице 1.1 представлена типология бизнес-планов по В.М. Попову [20, с.137].

Таблица.1.1 - Типология бизнес-планов [20, с.137]

Типы бизнес-плана	Назначение
1	2
Бизнес-план развития фирмы	изложение перспектив деятельности фирмы на предстоящий плановый период для представления совету директоров или собранию акционеров с указанием основных бюджетных расходов и числовых значений экономических и финансовых показателей для обоснования привлечения необходимых по объему инвестиций и ресурсов.
Бизнес-план заявки на кредит	разрабатывается с целью получения на коммерческой основе заемных средств от организации-кредитора. Этот план, к примеру, может быть необходим для восполнения недостатка оборотных средств.
Полный бизнес-план коммерческой сделки или инвестиционного проекта	изложение для потенциального партнера или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, формулирование планируемых конечных экономических и финансовых результатов.
Бизнес-план структурного подразделения	изложение высшему руководству фирмы разработанного плана развития хозяйственной деятельности подразделения, целью которого является обоснование объемов и степени приоритетности централизованного выделения ресурсов или величины прибыли, оставляемой в распоряжении каждого отдельного подразделения. Такой бизнес-план особенно важен для предприятия, входящего в состав холдинговой компании.
Бизнес-план заявки на грант	составляется с целью получения финансовых средств из государственного бюджета или благотворительных фондов для решения социально-политических и научных проблем. Он сопровождается обоснованием прямых и косвенных экономических или социальных выгод для региона или для общества в результате выделения средств или ресурсов под предлагаемый бизнес-проект.
Бизнес-план развития региона	обоснование перспектив социально-экономического развития региона и объемов финансирования соответствующих программ для органов (например, муниципальных), наделенных необходимыми бюджетными полномочиями.
Бизнес-план создания интернет-компании	обоснование необходимыми расчетами экономической эффективности создания и функционирования виртуальной фирмы.
Бизнес-план образовательного учреждения	обоснование перспектив социального и экономического развития образовательного учреждения (например государственного вуза или негосударственного образовательного учреждения) и определение потребных объемов финансовых ресурсов по плановым периодам (например по учебным годам пятилетнего плана) для осуществления на современной научной основе и материально-технической базе учебного и воспитательного процесса в условиях нормальной социальной защищенности профессорско-преподавательского состава, а также студентов.
Бизнес-план развития национальной экономики	составляется в масштабе всего народного хозяйства и содержит основные экономические, социальные и экологические показатели развития на 5-10 лет вперед.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, следует отметить, что бизнес-план фирмы обеспечивает решение следующих основных задач:

- установление перспективных направлений предпринимательской деятельности фирмы, а также выбор экономически наиболее выгодных целевых рынков и определение возможного места фирмы на них;
- обоснование долговременных и краткосрочных целей фирмы, стратегии и тактики их осуществления;
- выбор состава товаров и услуг (а также их параметров), которые будут предложены фирмой потребителям; оценка производственных затрат по их созданию, а также торговых издержек по их реализации;
- выявление уровня профессионального соответствия имеющихся кадров современным требованиям рынка, а также оценка экономической целесообразности используемых видов мотивации их труда;
- определение состава и содержания маркетинговых мероприятий фирмы по изучению целевого рынка, проведению рекламы, формированию спроса, продвижению товаров, стимулированию объема продаж, организации каналов сбыта, выбору наиболее целесообразных методов ценообразования и т. д.;
- прогнозирование наиболее вероятных трудностей (разного рода проблем), которые могут препятствовать практическому выполнению задач и достижению основных и локальных целей, предусмотренных в бизнес-плане [2, с.185].

1.2 Этапы разработки бизнес-плана

Бизнес-планирование - это упорядоченная совокупность стадий и действий, связанных с ситуационным анализом окружающей среды, постановкой целей бизнес-планирования, осуществлением планирования (разработка бизнес-плана), продвижением бизнес-плана на рынок

интеллектуальной собственности, реализацией бизнес-плана, контролем за его выполнением.

Можно выделить следующие основные стадии процесса бизнес-планирования:

- подготовительная стадия;
- стадия разработки бизнес-плана;
- стадия продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности;
- стадия реализации бизнес-плана.

Примерная схема процесса бизнес-планирования показана на рисунке 1.1.

Ключевым моментом подготовительной стадии бизнес-планирования является формирование перспективной бизнес-идеи. Бизнес-идея - это идея нового продукта или услуги, технического, организационного или экономического решения и др. К бизнес-идее можно прийти самостоятельно, перерабатывая информацию из разных источников или в ходе целенаправленного творческого поиска, но можно заимствовать уже готовую идею и дать ей новую жизнь через механизм приобретения существующих предприятий, поглощения, создания совместных предприятий или выкупа. И в том, и в другом случае конкретные пути могут быть самыми разными. Независимо от того, каким образом идея получена, важно очень тщательно ее взвесить и оценить, с тем, чтобы убедиться, что она действительно может лечь в основу успешного предприятия.



Рисунок 1.1 - Примерная схема организации процесса бизнес-планирования [5, с.84]

Источников новых идей существует множество:

- отзыв потребителей (конечная цель производства всякого нового товара или услуги - это именно удовлетворение запасов потребителей);
- продукция, выпускаемая конкурентами;
- мнение работников отдела маркетинга и сбыта, оптовой и розничной торговли;
- публикации федерального правительства (существует целый ряд периодических изданий, в которых публикуется информация о последних патентах);
- проводимые научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Убедившись в перспективности бизнес-идеи, приступают непосредственно к разработке бизнес-проекта и принимают решение о подготовке бизнес-плана. Формируется группа разработчиков бизнес-плана, определяется система финансового обеспечения бизнес-плана и открывается финансирование его подготовки.

Продвижение идеи, результатов проекта является сложным процессом передачи содержательных сведений. Начальным этапом стадии продвижения бизнес-проекта является организация и проведение презентации бизнес-проекта.

Презентация бизнес-проекта - это краткое изложение основных положений бизнес-плана на переговорах с инвесторами и потенциальными партнерами.

Перечень освещаемых вопросов в бизнес-плане зависит от: темы, области, времени и конкретной ситуации и охватывает семь ключевых областей:

- 1) компания и ее продукция или услуги;
- 2) рынок - клиенты и конкуренты;
- 3) маркетинговая стратегия;
- 4) первоочередные финансовые задачи;

5) команда, которая будет осуществлять этот план (ключевой управленческий персонал);

6) необходимые размеры ссуды или долевого участия и цели, на которые эти деньги будут направлены;

7) условия и сроки реализации инвестиций.

Процедура аудита бизнес-плана внешними инвесторами проводится по определенной схеме, включающей, как правило, шесть этапов:

1) Определение характеристик компании-заявителя и отрасли ее деятельности. Прежде всего, устанавливается, относится ли отрасль, где этот проект будет реализовываться, к числу приоритетных для инвестора. Далее определяется положение фирмы-просителя на фоне своей отрасли. Некоторые инвесторы специализируются на определенных отраслях, создавая длинные и сверхдлинные цепочки. Инвестиционные компании и банки имеют в своем штате достаточно квалифицированных специалистов по выбранным отраслям, что облегчает их взаимопонимание с будущим клиентом.

2) Оценка условий инвестиционного соглашения: форма заимствования и возврата долга, залог, гарантия возврата.

3) Анализ последнего баланса:

- определение степени финансовой устойчивости и ликвидности, проверяется достаточность собственного оборотного капитала, уровень коэффициента покрытия;
- расчет соотношения «заемный капитал - собственный капитал» (финансовый рычаг). В мировой практике обычно избегают давать средства фирмам, у которых это соотношение превысило 4,0, а если фирма небольшая, то и при величине данного показателя, равной 3,0;
- оценка способности фирмы к заимствованию. Для оценки способности фирм к заимствованию можно построить примерно следующую таблицу (таблица 1.2), в которой каждому типу обеспечения долгов (графа 1) поставлена в соответствие сумма средств, которая может быть предоставлена инвестором под это обеспечение (графа 2). Эти

соотношения носят ориентировочный характер и отражают практику стран со стабильной рыночной экономикой;

- оценка активов и обязательств.

Таблица 1.2 - Рекомендуемые соотношения стоимости обеспечения и предоставляемых под него средств [31, с.27]

Активы, способные служить обеспечением заимствуемых средств	Возможная величина заимствований под различные типы обеспечения (в % от балансовой величины соответствующего типа обеспечения)
Наличные денежные средства и высоколиквидные ценные бумаги	100
Дебиторская задолженность (со сроком погашения не более 90 дней)	75-85
Запасы (оцененные по текущей рыночной, а не по балансовой стоимости)	20-30
Фиксированные активы (основные средства), оцененные по текущей рыночной, а не по балансовой стоимости	75

- 4) Оценка «весомости» руководящей команды компании-заявителя.
- 5) Выявление особенности проекта.
- 6) Общий анализ бизнес-плана.

Только после завершения работы по пяти первым этапам и получения вывода о целесообразности дальнейшего рассмотрения проекта переходят к шестому этапу - общему глубокому изучению бизнес-плана. При необходимости выполняются узкопрофильные экспертизы: маркетинговая, технологическая, патентная и экономическая.

Завершается аудит бизнес-плана принятием или отклонением решения об его инвестировании.

Этап реализации бизнес-плана охватывает период от принятия решения об инвестировании до начальной стадии практической реализации проекта, включая коммерческое производство. Очень важно внимательно спланировать эту критическую фазу делового планирования, так как отклонения от первоначальных проектных данных могут легко подвергнуть опасности весь

бизнес-план. Реализовать бизнес-план - значит выполнить все рабочие задачи в фирме и вне ее, необходимые для того, чтобы перевести деловой проект из стадии бизнес-плана в реальную производственную стадию.

Планирование реализации бизнес-проекта и составление бюджета включают следующие основные задачи:

- определение типа рабочих задач в фирме и вне ее, которые необходимы для реализации бизнес-плана;
- определение логической последовательности событий в рабочих задачах;
- подготовку графика реализации, определяющего положение рабочих задач конкретно во времени и учитывающего соответствующее время для завершения каждой индивидуальной задачи;
- определение ресурсов, необходимых для завершения индивидуальных задач, и выявление соответствующих издержек;
- подготовку бюджета реализации и потоков средств, которые обеспечат финансирование на всем протяжении фаз реализации и эксплуатации бизнес-плана;
- документирование всех данных реализации, позволяющее корректировать планы и бюджет реализации, равно как и прогнозы, сделанные во время составления бизнес-плана.

Таким образом, план реализации содержит график, объединяющий в последовательную схему действий различные стадии реализации бизнес-плана:

- финансовое планирование;
- организационное оформление;
- приобретение и передачу технологии;
- подготовку заявочных документов;
- представление предложений;
- переговоры и заключение контрактов;
- приобретение земли;
- строительные работы;
- установку оборудования;

- закупку материалов и сырья;
- предпроизводственный маркетинг;
- обучение и назначение на должности;
- запуск и начало производства;
- поддержание и развитие производства [31, с.30].

Главные стадии реализации бизнес-плана не всегда поддаются шаговому анализу, когда одна стадия неизменно следует за другой. Неизбежно большое количество пересечений и одновременного планирования различной деятельности.

Даже самый лучший бизнес-план может устареть, если изменяются условия. Необходимо уметь улавливать новые тенденции во внутренней жизни фирмы, в отрасли, в рыночной конъюнктуре и вносить соответствующие корректировки в бизнес-план. Корректировка плана дает возможность, не изменяя целей, менять пути их достижения и, следовательно, повышать шансы предприятия на успех.

Выполнение отдельных работ, относящихся к различным стадиям бизнес-планирования, во времени носит параллельно-последовательный характер. Временная диаграмма процесса бизнес-планирования показана на рисунке 1.2.

Стадия бизнес-планирования	Распределение во времени				
Подготовительная					
Разработка бизнес-плана					
Продвижения бизнес-плана					
Реализация бизнес-плана					

Рисунок 1.2 - Диаграмма распределения работ бизнес-планирования во времени

[17, с.187]

Завершается реализация бизнес-плана оценкой и анализом соответствия поставленных и достигнутых в процессе бизнес-планирования целей.

Стадия разработки бизнес-плана осуществляется с некоторым отрицательным временным лагом по отношению к подготовительной стадии.

Работы по подготовке бизнес-плана могут проводиться параллельно с завершающими стадиями разработки бизнес-проекта. Стадия продвижения бизнес-плана начинается практически с самого начала работы над бизнес-проектом. Уже после утверждения бизнес-идеи могут проводиться предварительные переговоры и консультации с будущими партнерами и инвесторами. Стадия реализации бизнес-плана, как правило, начинается сразу после завершения всех процессов продвижения бизнес-плана или с некоторым положительным временным лагом.

1.3 Структура бизнес-плана

В рыночной экономике существует множество версий бизнес-планов по форме, содержанию, структуре и т. д. Наибольшие различия наблюдаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости от назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения); по предприятию в целом (новому или действующему).

Классификация бизнес-планов по объектам бизнеса представлена на рисунке 1.3.

В рамках одной организации может разрабатываться и общий стратегический бизнес-план, включающий весь комплекс целей, и отдельные бизнес-планы по приведенной выше типологии.

К факторам, определяющим объем, состав и структуру бизнес-плана, степень его детализации, можно также отнести:

- специфику вида предпринимательской деятельности;
- размеры предприятия;
- цель составления бизнес-плана;
- общую стратегию предприятия,
- перспективы роста создаваемого предприятия;
- размер предполагаемого рынка сбыта;
- наличие конкурентов.

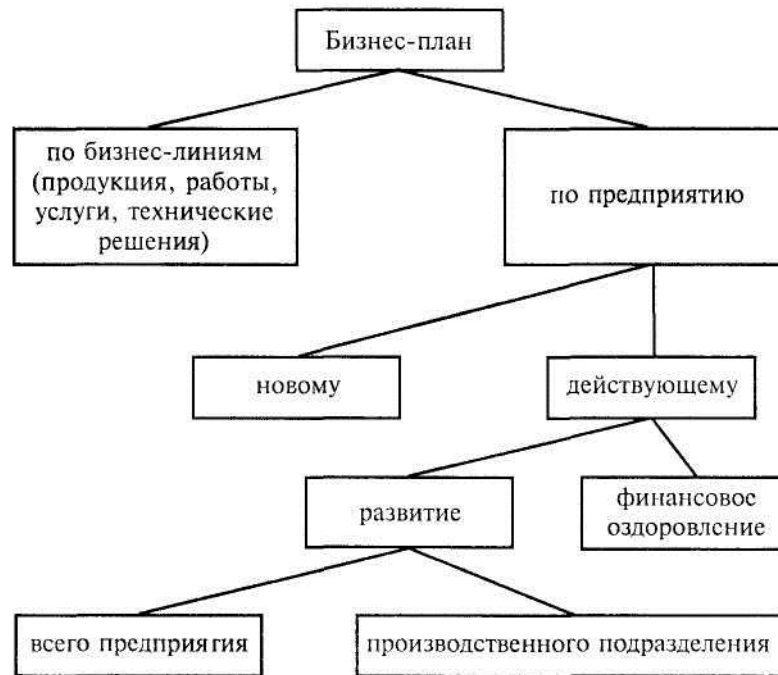


Рисунок 1.3 - Типология бизнес-планов по объектам бизнеса [8]

В зависимости от цели составления бизнес-плана (в качестве плана обоснования инвестиций, для финансовых партнеров, привлечения партнеров, контрактов с персоналом фирмы) разделы могут разрабатываться с той или иной степенью конкретизации. Чем крупнее рынок сбыта, тем большее количество его сегментов необходимо учитывать, а наличие большого количества конкурентов требует изучения наиболее крупных из них, их товаров и услуг, что требует усложнения структуры бизнес-плана.

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Рассмотрим некоторые варианты структуры бизнес-плана, предлагаемые различными авторами методических разработок по бизнес-планированию:

Первый вариант:

- 1) Резюме.
- 2) Предприятие.
- 3) Продукция.
- 4) Рынок сбыта.
- 5) Конкуренция.
- 6) Маркетинг.

- 7) Производство.
- 8) Организация, управление, кадры.
- 9) Финансы.
- 10) Оценка риска и страхование [11, с.105].

Второй вариант:

- 1) Концепция бизнеса (резюме).
- 2) Ситуация в настоящее время и краткая информация о предприятии.
- 3) Характеристика объекта бизнеса.
- 4) Исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция или среда для бизнеса).
- 5) Организационный план, в том числе правовое обеспечение.
- 6) Персонал и управление.
- 7) План производства.
- 8) План маркетинговых действий.
- 9) Потенциальные риски.
- 10) Финансовый план и финансовая стратегия [26, с.149].

Третий вариант:

- 1) Краткое изложение.
- 2) Анализ рынка.
- 3) Описание предприятия.
- 4) Маркетинг и сбыт.
- 5) Продукты (услуги).
- 6) Операции (система поставок, поставщики, преимущества производственной системы).
- 7) Руководство и собственность.
- 8) Источники и направления финансирования.
- 9) Финансовый план [26, с.149].

Четвертый вариант

- 1) Резюме.
- 2) Местонахождение фирмы.

- 3) Цель деятельности (миссия) фирмы.
- 4) Среда для бизнеса. Отрасль и создаваемая фирма (проект).
- 5) Описание вида деятельности (бизнеса).
- 6) Продукция (услуги).
- 7) Анализ рынка сбыта.
- 8) Конкуренция и конкурентное преимущество.
- 9) Организация внешнеэкономической деятельности фирмы.
- 10) Стратегия плана маркетинга.
- 11) Прогнозирование продаж.
- 12) План производства.
- 13) Организационный план и менеджмент.
- 14) Оценка риска.
- 15) Финансовый план.
- 16) Стратегия финансирования [27, с.70].

Несмотря на довольно значительные внешние отличия различных вариантов структуры бизнес-планов, состав и содержание их основных разделов остается практически неизменным. Изучение и обобщение отечественного и зарубежного опыта бизнес-планирования, а также опыт практической работы в области планирования бизнеса позволили предложить оптимальную, с нашей точки зрения, структуру бизнес-плана предприятия:

- 1) Концепция бизнеса (резюме).
- 2) Описание предприятия и отрасли.
- 3) Характеристика услуг и продукции.
- 4) Исследование и анализ рынка сбыта.
- 5) Конкуренция и конкурентное преимущество.
- 6) План маркетинга.
- 7) План производства.
- 8) Организационный план.
- 9) Финансовый план.
- 10) Финансовая стратегия.

11) Потенциальные риски.

Следует отметить, что мы не рассматриваем эту структуру как нечто застывшее, она может изменяться в зависимости от конкретных целей, задач и объекта бизнеса.

Таким образом, бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план - одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа.

Бизнес-план можно назвать основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. Благодаря бизнес-плану, у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться.

Целью бизнес-плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров фирмы и др.

2 Анализ внешней среды, в рамках которой планируется разработка бизнес-плана

2.1 Анализ макроокружения

Прежде, чем приступить непосредственно к разработке бизнес-плана, считаем целесообразным в первую очередь провести анализ внешней среды планируемого центра лечебного голодания «Эстетик».

Внешняя среда рассматривается как совокупность двух относительно самостоятельных подсистем: макроокружения и непосредственного окружения.

Далее представим анализ макроокружения внешней среды планируемой организации с позиции PEST-анализа. В качестве методики проведения внешней среды нами представлена модель, подробно разработанная Н.В. Фадеевой [33].

Для этого была использована методика составления и анализа экспертных оценок. В таблицу профиля среды вписываются отдельные факторы. Каждому фактору экспертным путем дается оценка:

- его важности для отрасли по шкале: 3 – сильная важность; 2 – умеренная важность; 1 – слабая важность.
- влияния на организацию по шкале: 3 – сильное; 2 – умеренное; 1 – слабое; 0 – не влияет.
- направленности по шкале: +1 – позитивное влияние; -1 – негативное влияние.

Далее все три экспертные оценки перемножаются, и получается интегральная оценка, показывающая степень важности данного фактора.

Таблицы PEST-анализа представлены в Приложении А.

Для того, чтобы представить наиболее полный и исчерпывающий анализ, считаем целесообразным представить общую информацию о том, что представляет собой центр лечебного голодания.

Основная методика работы центра лечебного голодания разгрузочно-диетическая терапия, которая, по мнению многих исследователей, является чрезвычайно эффективной при лечении таких заболеваний, как ожирение, бронхиальная астма, гипертоническая болезнь, псориаз, нейродермит, функциональные расстройства желудочно-кишечного тракта – дискинезии желчевыводящих путей, рефлюксы, синдром раздраженного кишечника с запорами. Метод способствует регрессии половых расстройств, а нередко и восстановлению сексуальной потенции у мужчин, нормализации менструального цикла у женщин.

В таблице 2.1 представим важнейшие факторы внешней среды, влияющие на деятельность центра лечебного голодания, а в Приложении А - подробные таблицы каждого из компонентов макроокружения.

Таблица 2.1 – Важнейшие факторы внешней среды, влияющие на деятельность центра лечебного голодания

Факторы внешней среды	Позитивное влияние	Степень важности	Негативное влияние	Степень важности
1	2	3	4	5
Демографическая среда	1. Количество потенциальных потребителей	9		
	2. Наличие и потенциальное количество рабочей силы	9		
	3. Квалификационные характеристики рабочей силы	9		
Экономическая среда	1. Размеры рынка и темпы его изменения	9	1. Общий уровень экономического развития	-9
	2. Размеры и темпы роста сегментов рынка в соответствии с интересами компании	9	2. Система налогообложения и качество экономического законодательства	-9
			3. Уровень отношений	-9
			4. Общая конъюнктура Рынка банковского	-9

			процента 5. Ставка	-6
--	--	--	-----------------------	----

Окончание таблицы 2.1

1	2	3	4	5
Природно-экологическая среда	1. Природно-климатические условия 2. состояние экологии и ее влияние	9 9		
Научно-техническая среда	1. Появление «технологических прорывов» 2. Удельный вес наукоемких технологий в производстве 3. Требования к научно-технологическому уровню производства, обеспечивающие конкурентоспособность	9 9 9		
Политико-правовая среда	1. Отношение государства к собственности 2. Политика государства в подготовке кадров для отрасли 3. Эффективность правовой системы	9 9 9	1. Политическая стабильность в государстве 2. Характер отношения государства к отрасли 3. Уровень регулирования и контроля со стороны государства	-9 -9 -9

Изучение экономической среды позволяет понять, каким образом формируются и распределяются ресурсы общества.

В приложение таблицы А1 представлены данные по выявлению влияния экономической среды на деятельность организации для отрасли, которая показывает, что факторы экономической среды оказывают отрицательное и положительное влияние на деятельность центра лечебного голодания и деятельность отрасли в целом.

Наибольшее положительное влияние имеют следующие факторы:

- размеры рынка и темпы его изменения;

- размеры и темпы роста сегментов рынка в соответствии с интересами компании.

Наибольшее отрицательное влияние оказывают:

- общий уровень экономического развития;
- система налогообложения и качество экономического законодательства;
- уровень развития конкурентных отношений;
- общая конъюнктура национального рынка.

Анализ влияния демографической среды на деятельность центра лечебного голодания (приложение таблица А2) показал, что все три фактора влияния демографической среды оказывают сильное влияние на деятельность центра лечебного голодания, это объясняется тем фактом, что без должного количества работников, а также без наличия у них определенной квалификации невозможно развитие отрасли в целом и разрабатываемого центра лечебного голодания в частности. Кроме того, предприятие должно работать на рынок, в котором имеются определенные потребители его услуг. И чем больше этих потребителей, тем лучше для отрасли и для компании.

Социально-культурная среда, анализ которой представлен в приложение таблице А3, не оказывает сильного влияния на деятельность центра лечебного голодания.

Наибольшее положительное влияние среди природно-экологических факторов на деятельность центра лечебного голодания, исходя из приложения таблица А4, оказывают природно-климатические условия, состояние экологии, что напрямую влияет на здоровье граждан, а следовательно, на необходимость их обращения к услугам центра лечебного голодания.

Из данных приложения таблицы А5 видно, что все факторы научно-технической среды оказывают положительное влияние на медицинскую отрасль. Однако, наибольшее положительное влияние оказывают такие факторы, как:

- появление «технологических прорывов»;
- удельный вес наукоемких технологий при оказании услуг;

- требования к научно-технологическому уровню производства, обеспечивающие конкурентоспособность.

Данные анализа политико-правовой среды на деятельность центра лечебного голодания (приложения таблица А5) показывают, что различные факторы политико-правовой среды оказывают отрицательное и положительное влияние на деятельность предприятия отрасли. При этом наибольшее положительное влияние имеют следующие факторы:

- отношение государства к собственности;
- политика государства в подготовке кадров для отрасли;
- эффективность правовой системы.

Наибольшее отрицательное влияние оказывают:

- политическая стабильность в государстве;
- характер отношения государства к отрасли;
- уровень регулирования и контроля со стороны государства.

В рамках анализа макроокружения предприятия считаем целесообразным также рассмотреть сравнительную характеристику таких основных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности, как общество с ограниченной ответственностью и индивидуальное предпринимательство (таблица 2.2).

Данный анализ поможет в рамках разработки бизнес-плана выбрать наиболее приемлемую организационно-правовую форму для планируемого центра.

Таблица 2.2 - Сравнение ООО и ИП [34]

Фактор 1	ООО 2	ИП 3
С точки зрения материальной ответственности и финансовые риски	Несёт ответственность уставным капиталом (минимум 10 000)	Несёт ответственность всем имуществом
Государственная пошлина за открытие	4000 рублей	800 рублей
Взносы и выплаты	Учредители ООО платят 9% с дивидендов. Директор платит отчисления с зарплаты	В 2016 году - 23 153 руб. + 1% от дохода выше 300 000

Окончание таблицы 2.2

1	2	3
С точки зрения ограничения деятельности	Ограничений нет	ИП не может заниматься: производством алкоголя, оптовой и розничной торговлей алкоголем(за исключением пива и пивосодержащих продуктов); страхованием (т.е. являться страховщиком); деятельностью банков и ломбардов; туроператорской деятельностью.
Ведение бухучёта	ООО обязано вести бухучёт сдавать баланс учёт о прибылях и убытках	ИП не обязан
С точки зрения альтернатив выбора налогового режима	УСН, ЕНВД, УСНО	УСН, ЕНВД, УСНО, патент
Возможность выбора патентной системы налогообложения	Не может выбрать	Может выбрать виды деятельности, подпадающие под патент строго ограниченны утверждённым списком
Необходимость вести кассовую дисциплину	Обязано	Не всегда
Штрафы	Больше чем у ИП до 50000	Меньше чем у ООО до 5 000
Регистрация по адресу	По юридическому адресу (офис, или квартира директора)	По адресу регистрации (либо временной прописке)
Уставной капитал	Требуется (минимальный размер 10000)	Не нужен
Наличие печати	Обязательно	Не обязательно. Носит факультативный характер.
С точки зрения необходимости открывать счёт	Обязательно	Не обязательно. Носит факультативный характер и открывается только при необходимости
С точки зрения возможности организация и ведение совместного бизнеса	Возможно число учредителей до 50 человек	Только один
С точки зрения возможности получения субсидии от государства	Имеет возможность	Имеет возможность, могут существовать отдельные субсидии для ИП
С точки зрения возможности продажи	Можно продать, или ввести других учредителей	Нельзя продать, или переоформить
С точки зрения ликвидации	2-3 месяца. От 25 000 стоимость	8 календарных дней. 5000 стоимость

Таким образом, основные факторы, говорящие в пользу ИП это: меньшие расходы на регистрацию, отсутствие необходимости открывать счёт и

изготавливать печать, не всегда нужен кассовый аппарат, сравнительно не большие штрафы и налоги, относительная простота в части бухгалтерии, быстрота ликвидации.

Факторы в пользу выбора ООО:

1) Ответственность за долги у ИП выше, чем у ООО, так как общество с ограниченной ответственностью отвечает уставным капиталом (минимально в размере 10 000 рублей), а индивидуальный предприниматель отвечает всем имуществом и больше рискует.

2) Если ООО может зарегистрировать один и более учредителей, то ИП только один.

3) У ООО больше перспектив, если планируется развитие бизнеса и открытие филиалов в различных регионах.

4) ИП нельзя продать, или переоформить, а ООО можно.

Таким образом, в рамках проведенного анализа можно сделать вывод о том, что макроокружение создает общие условия среды нахождения организации. В большинстве случаев макроокружение не носит специфического характера по отношению к отдельно взятой организации. Однако степень влияния состояния макроокружения на различные организации различна. Это связано как с различиями в сферах деятельности организаций, так и с различиями во внутреннем потенциале организаций.

2.2 Анализ микроокружения

Изучение непосредственного окружения организации направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в непосредственном взаимодействии. При этом важно подчеркнуть, что организация может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия, тем самым она может активно участвовать в формировании дополнительных возможностей и в предотвращении появления угроз ее дальнейшему существованию.

В характеристике внутренней среды предприятий представлены клиенты, конкуренты и поставщики.

Основная целевая аудитория центров лечебного голодания - это мужчины и женщины в соотношении приблизительно 33% на 65% соответственно в возрасте от 25-ти лет (верхняя граница возраста не обозначена, т.к. клиентами центра могут быть люди любого возраста). При этом большая часть пациентов (около 65% от общего количества) приходится на возраст от 35 до 55 лет (на основе клиентов открытых центров лечебного голодания в Новокузнецке, Новосибирске и Минусинске).

Средний достаток потенциальных клиентов - от 40тыс.руб. в месяц. Сфера их деятельности весьма разнообразна: от бизнесменов до государственных служащих.

При этом, как показывает анализ клиентов центров, открытых в других городах, на местных жителей приходится от 30% до 85% пациентов, остальные клиенты - иногородние.

Анализ конкурентного окружения среди центров лечебного голодания показал, что на сегодняшний день в России открыто 15 центров лечебного голодания, среди них:

1. Центр лечебного голодания «Улутай» (Республика Алтай недалеко от села Аскат Чемальского района);
2. Медицинский центр Санаторий «SpaGolod» (ООО Медицинский центр санаторного типа «Гармония», г. Москва). За основу взята классическая методика разгрузочно-диетической терапии (по Николаеву Ю.С.);
3. Центр сухого лечебного голодания «Синегорье» (Горный Алтай);
4. Санаторий «Зеленый городок» (г. Иваново);
5. Центр лечебного голодания «Активное долголетие» (г. Ростов-на-Дону);
6. Санаторий «Солнечный берег» (г. Кохма, Ивановская область);
7. Клиника лечебного голодания «ONIS» - Центральная Больница РЖД №6 (г. Москва);

8. Санаторий «Радуга» (г. Уфа);
9. Бальнеологический курорт «Горячинск» (г. Улан-Удэ);
10. Центр восстановительного лечения «Беловодие» (поселок Катунь Чемальского района Республики Алтай);
11. Клиника «Ревиталь» (г. Москва);
12. Медицинский центр «Эффект»(г. Новосибирск);
13. Медицинский центр «Интеракадем» (г. Новосибирск);
14. Здравница «Возрождение-ВВ» (г. Новокузнецк);
15. Оздоровительный центр «Клеопатра» (Минусинский район, п. Опытное поле).

Таким образом, в городе Красноярске нет центров лечебного голодания, ориентированных на очищение и омоложение организма.

Большинство центров приходится на республику Алтай - 3 центра и на г. Москва - 3 центра, что определено, с нашей точки зрения, особыми климатическими характеристиками Алтая, а также особым статусом Москвы, столицы России и определенным лидером в различных сферах, в том числе и в медицине.

Наиболее близко расположенным от Красноярска является оздоровительный центр «Клеопатра» в поселке Опытное поле Минусинского района. Следующими, наиболее близкими к Красноярску по расположению являются медицинский центр «Эффект» и медицинский центр «Интеракадем» в г. Новосибирске, а также здравница «Возрождение-ВВ» в г. Новокузнецке. Таким образом, четыре этих организации являются для разрабатываемого нами центра основными конкурентами. Тем более, что, как показало исследование, красноярские пациенты данных центров составляют от 91,5% до 23%.

Кроме того, в Красноярске функционирует 4 центра, специализирующихся на программах снижения веса - это:

1. Клиника Ковалькова;
2. Центр коррекции и снижения веса «Доктор Борменталь»;
3. Центр снижения веса Головиной Ирины;

4. Центр снижения веса Доктора Пасюкова.

Данные центры не являются полноценными конкурентами для разрабатываемого нами проекта, т.к. имеют очень ограниченный спектр услуг, направленный на коррекцию веса, в то время как центр лечебного голодания - это, в первую очередь, оздоровление организма через голодание, а также через психологическую помощь пациентам.

Рассмотрим далее конкурентоспособность тех центров лечебного голодания, которые находятся ближе всех к г. Красноярску, а следовательно, будут оказывать наибольшее влияние на работу планируемого центра «Эстетик» (таблица 2.3). Каждый из показателей был оценен по пятибалльной шкале, где «5» - наиболее высокая оценка, «1» - наиболее низкая.

Таблица 2.3 - Основные показатели конкурентоспособности центров лечебного голодания

Показатель	Оценка			
	«Клеопатра» г. Минусинск	«Эффект» г. Новосибирск	«Интеракадем» г. Новосибирск	«Возрождение- ВВ» г. Новокузнецк
1	2	3	4	5
Географическое расположение относительно жителей города Красноярска	4	3	3	3
Спектр предоставляемых оздоровительных услуг	5	5	5	5
Квалификация персонала	5	5	5	5
Количество мест	5 (35)	5 (37)	5 (35)	4 (28)
Обслуживание	5	4 (был найден один частично негативный отзыв)	5	5
Атмосфера, интерьер	5 (центр расположен в небольшом населенном пункте, в отдельно)	3 (интерьер центра напоминает стандартную больницу, нет возможности)	3 (интерьер центра напоминает стандартную больницу, нет возможности)	4 (расположение в центре города, тем не менее, приятный интерьер, не напоминающий)

	стоящем здании с уютным	для прогулок на свежем	для прогулок на свежем	больничные палаты)
--	-------------------------	------------------------	------------------------	--------------------

Окончание таблицы 2.3

1	2	3	4	5
Атмосфера, интерьер	интерьером, не напоминающим медицинское учреждение, а скорее, загородную базу отдыха)	воздухе, т.к. центр находится в черте города)	воздухе, т.к. центр находится в черте города)	
Использование новых технологий	5 (Нуга Бест NM-5000, Ультразвуковая кавитация RF-лифтинг и т.д.)	5 (озонотерапия, криосауна и т.д.)	5 (Криокапсула ICEQUEEN)	5 (ударно-волновая терапия, безоперационное лечение межпозвонковых грыж с помощью системы DRX9000C)
Оснащение	5	5	5	5
Цены на услуги с учетом транспортировки и проживания	4	3	3	3
Наличие психологической поддержки	3 (в центре во время курса проходят лекции на темы «Разгрузочная диетотерапия», «Разумное питание» и т.д.)	1	1	1
Итого	46	39	40	40

Далее для большей наглядности на рисунке 2.1 представим основные показатели конкурентоспособности анализируемых центров лечебного голодания.

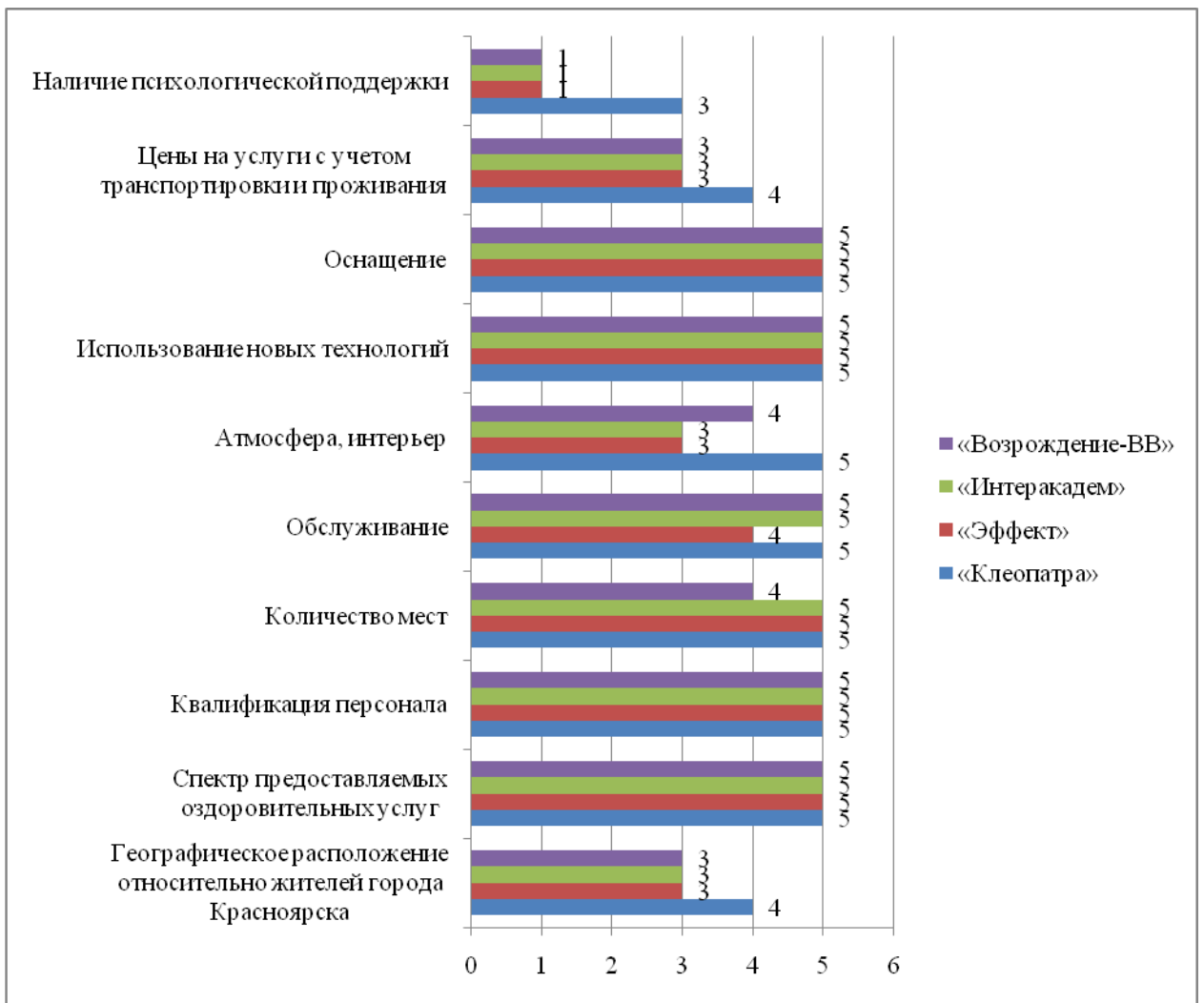


Рисунок 2.1 - Основные показатели конкурентоспособности центров лечебного голодания

Таким образом, как видно из представленных данных, наиболее конкурентоспособным по сумме показателей является центр лечебного голодания «Клеопатра», расположенный в г. Минусинске. По сравнению с другими конкурентами его выгодно отличают: географическое расположение относительно жителей г. Красноярска, приятная атмосфера и интерьер, наличие психологической поддержки для пациентов, а также цены на услуги относительно транспортировки и обслуживания (что также связано с близостью к г. Красноярску).

Ввиду того, что центры лечебного голодания - это организации, оказывающие услуги в области оздоровления и омоложения организма,

основными поставщиками для них являются: поставщики необходимых медикаментов (для дренажа печени и др.), поставщики расходных материалов (перевязочных средств, масел для массажа и т.д.), поставщики трав для фитолечения, поставщики моющих средств. Кроме того, в качестве партнеров центров могут выступать поставщики оборудования (например, при взятии в аренду аппарата УЗИ), а также поставщики питания (при отсутствии собственной столовой).

Однако, следует отметить, что зависимость от поставщиков (исключая поставщиков необходимого оборудования) достаточно слабая. Необходимые расходные материалы, лекарства и моющие средства могут приобретаться организациями и без участия поставщиков. Тем не менее, как правило, центры лечебного голодания приобретают необходимые материалы и оборудования через поставщиков, что, во-первых, дает им стабильность в отношениях и отсутствие перебоев с поставками, во-вторых, сокращает финансовые и временные расходы на поставку: центры получают товар с доставкой на место, при этом получая различные бонусы и скидки заказы.

Далее, в таблице 2.4 представим важнейшие факторы внутренней среды, влияющие на деятельность центра лечебного голодания, а в Приложении А (таблицах А7-А11) - более подробные данные исследования.

Таблица 2.4 – Важнейшие факторы внутренней среды, влияющие на деятельность центра лечебного голодания

Факторы внутренней среды	Позитивное влияние	Степень важности	Негативное влияние	Степень важности
1	2	3	4	5
Конкурентная среда	1. Имидж, опыт	9	1. Обслуживаемая доля рынка	-9
	2. Финансовое состояние	9	2. Сформированные представления про будущие направления развития	-9
	3. Наличие квалифицированных кадров	9		
	4. Наличие патентов и лицензий	6		
	5. Наличие и уровень развития информационно-аналитических подразделений	6	3. Уровень планирования	-9

Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5
Конкурентная среда	6. Финансовые цели 7. Контрактные обязательства, ограничивающие свободу поведения на рынке	6	4. Сформированные представления про будущие направления развития 5. Наличие передовой стратегии 6. Способность к маневру, гибкость в приспособлении к изменениям 7. Уровень сервисного обслуживания 8. Виды и количество рекламы 9. Отношение к кризису 10. Структура организации	-9
		6		-6
				-6
				-6
				-6
				-6
				-6
				-6
				-6
				-6
Поведение поставщиков	1. Оценка важности отдельных ресурсов для отрасли 2. Возможности использования ресурсов-заменителей 3. Ценовая эластичность ресурсов 4. Количество и концентрация поставщиков 5. Степень специализации покупателя в приобретении сырья	9		
		9		
		6		
		6		
		6		
Потенциальные клиенты	1. Частота обращений клиентов 2. Отношение клиентов к качеству предоставляемых услуг	9	1. Степень зависимости компании от числа клиентов	-9
		9		

Как видно из таблицы А7, иллюстрирующей влияние конкурентной среды на деятельность центра лечебного голодания, наибольшее положительное влияние на деятельность организации оказывают такие факторы, как:

- имидж, опыт;

- финансовое состояние;
- наличие высококвалифицированных кадров.

Наиболее отрицательное влияние:

- обслуживаемая доля рынка;
- сформированные представления про будущие направления развития.

Исходя из данных о влиянии поведения поставщиков на деятельность центра лечебного голодания (приложение таблица А8), мы видим, что наиболее сильное положительное влияние на деятельность центра лечебного голодания оказывают:

- оценка важности отдельных ресурсов для отрасли;
- возможности использования ресурсов-заменителей.

Как видно из приложения таблицы А9, наиболее положительное влияние на деятельность центра лечебного голодания оказывают частота обращений клиентов и отношение покупателя к качеству предоставляемых услуг. Отрицательное влияние - зависимости компании от числа клиентов.

Таким образом, анализ макроокружения внешней среды на рынке центров лечебного голодания показал, что его основные элементы имеют разную степень влияния на отрасль. Так, например, поставщики не оказывают на нее особого влияния, в то время как клиенты - основные действующие лица здесь, на удовлетворение потребностей которых в здоровье и красоте непосредственно направлена работа центров лечебного голодания.

.....
.....
.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках настоящей работы были решены поставленные во введении задачи. В качестве основных выводов считаем целесообразным отметить следующее.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план - одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа.

Бизнес-план можно назвать основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. Благодаря бизнес-плану, у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться.

На начальном этапе разработки бизнес-плана был проведен подробный анализ внешней среды планируемого центра лечебного голодания «Эстетик».

Внешняя среда рассматривается как совокупность двух относительно самостоятельных подсистем: макроокружения и непосредственного окружения.

Анализ микроокружения планируемого предприятия позволил прийти к следующим выводам

- Основная целевая аудитория центров лечебного голодания - это мужчины и женщины в соотношении приблизительно 33% на 65% соответственно в возрасте от 25-ти лет (верхняя граница возраста не обозначена, т.к. клиентами центра могут быть люди любого возраста). Из них 85% - красноярцы, 25% - иногородние пациенты;

- Анализ конкурентного окружения показал, что наиболее близкими к Красноярску по расположению являются медицинский центр «Эффект» и медицинский центр «Интеракадем» в г. Новосибирске, а также здравница «Возрождение-ВВ» в г. Новокузнецке. Наибольшее конкурентное давление планируемый центр будет испытывать со стороны центра лечебного голодания «Клеопатра», расположенном в г. Минусинске;
- Зависимость от поставщиков (исключая поставщиков необходимого оборудования) у центров лечебного голодания достаточно слабая. Однако, как правило они приобретают необходимые материалы и оборудования через поставщиков, что, во-первых, дает им стабильность в отношениях и отсутствие перебоев с поставками, во-вторых, сокращает финансовые и временные расходы на поставку: центры получают товар с доставкой на место, при этом получая различные бонусы и скидки заказы.

Центр лечебного голодания «Эстетик» создается с целью предоставления услуг разгрузочно-диетической терапии, направленной на профилактику и лечение многих болезней.

Миссия Центра - дарить людям радость жизни, возвращая им здоровье и красоту.

Преимущества данных услуг заключаются в том, что в настоящее время в городе Красноярске нет организации, оказывающей подобные услуги. Таким образом, можно констатировать наличие спроса на услуги центра лечебного голодания в нашем городе. Тем более, что расположение его в черте Красноярска поможет значительно сократить затраты потенциальных клиентов на транспортные расходы.

Основная цель проекта – получение прибыли посредством оказания услуг населению в сфере оздоровления и омоложения организма посредством разгрузочно-диетической терапии и психологической поддержки.

Общие затраты на подготовку и реализацию проекта составят _____ тыс. руб.

В рамках расчета инвестиционного проекта был произведен анализ чувствительности, выраженный в сумме чистого дисконтированного дохода. Анализ показал, что лишь при сокращении объема процедур на 70% NPV становится отрицательным, а сам проект нецелесообразным к использованию.

В ходе исследования получены следующие показатели эффективности проекта:

С привлечением заемных средств:

Длительность расчета проекта	61 месяц
Ставка дисконтирования	21%
Период окупаемости	1 год
Индекс прибыльности	12
Чистый приведенный доход	39631,15 тыс.руб.
Внутренняя норма рентабельности	170,6 %

Таким образом, мы пришли к выводу, что, несмотря на некоторые расхождения в расчетах MS Excel и ProjectExpert, оба они показывают прибыльность проекта и его быструю окупаемость.

Анализ чувствительности проекта проведен на основании полученных результатов после изменений следующего показателя - количества услуг.

В рамках расчета инвестиционного проекта был произведен анализ чувствительности, выраженный в сумме чистого дисконтированного дохода, который показал, что лишь при сокращении объема процедур на 70% NPV становится отрицательным, а сам проект нецелесообразным к использованию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы / М. М. Алексеева. - Москва : Финансы и статистика, 2013. - 217 с.

2 Бабич, Т. А. Планирование на предприятии: учебное пособие / Т. А. Бабич, Э. Н. Кузьбожев. - Москва : Бизнес-пресса, 2014. - 356 с.

- 3 Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л. Е. Басовский. - Москва : Инфра-М, 2014. - 260 с.
- 4 Бекетова, О. Н. Бизнес-план: теория и практика / О. Н. Бекетов, В. И. Найденков. - Москва : Альфа-Пресс, 2012. - 272 с.
- 5 Берл, Г. Мгновенный бизнес-план. Двадцать быстрых шагов к успеху: пер. с англ. / Г. Берл. - Москва : Дело ЛТД, 2014. – 183с.
- 6 Бизнес-план. Методические материалы / под редакцией профессора Р. Г. Маниловского. - Москва : Финансы и статистика, 2015.-156 с.
- 7 Бизнес-планирование: учебник для ВУЗов / под ред. Черняка В. З. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 286 с.
- 8 Виды, структура бизнес-планов и требования к их разработке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://infomanagement.ru/lekcija/Vidi_bisnes_planov
- 9 Виленский, П. Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: учеб.-практ. пособие / П. Л. Виленский, В. Н. Лившиц, С. А. Смоляк. – Москва : Дело, 2014 – 832 с.
- 10 Горохов, Н. Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ / Н. Ю. Горохов, В.В. Малев. – Москва : Информационно-издательский дом Филинь, 2012 – 208 с.
- 11 Девид Г. Б. Руководство по составлению бизнес-плана. Перевод с англ. / Г. Б. Девид. - Москва : Фин-пресс. 2008. - 256 с.
- 12 Ильин, А. И. Планирование на предприятии: учебник / А. И. Ильин. – Минск: Новое знание, 2008. – 5-е изд., стереотип. – 635 с.
- 13 Коссов, В. В. Бизнес-план: обоснование решений: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. / В. В. Коссов. – Москва : ГУ ВШЭ, 2011. – 304 с.
- 14 Кузнецов, А. И. Технологии бизнес-планирования / А. И. Кузнецов // Финансовый директор. - 2015. - № 3. - С. 46-52.
- 15 Лапыгин, Ю. Н. Бизнес-план: Стратегии и тактика развития компании. Практическое пособие / Ю. Н. Лапыгин, Д. Ю. Лапыгин. - Москва: Омега-Л, 2011. - 316 с.

16 Любанова, Т. П. Бизнес-план: учебно-практическое пособие / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Т. А. Грамотенко, Ю. А. Олейникова. - Москва : ПРИОР, 2009. - 96 с.

17 Максютков, А. А. Бизнес-план предприятия: финансовый бюджет: учебно-практическое пособие / А. А. Масютков. - Москва : Альфа-Пресс, 2012. - 344 с.

18 Морозов, Ю. П. Планирование на предприятии / Ю. П. Морозов, Е. В. Бороков. - Москва : Юнити-Дана, 2011. - 256 с.

19 Пелих, А. С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес / А. С. Пелих. - Москва : Дело, 2013. - 96 с.

20 Попов, В. М. Бизнес-план. Stepbystep. Практическое пособие / В. М. Попов, А. А. Захаров. - Москва : Бизнес-пресса, 2015. - 240 с.

21 Прыкин, Б. В. Техничко-экономический анализ реализации / Б. В. Прыкин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 399 с.

22 Ример, М. И. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / М. И. Ример и др. - Санкт-Петербург: Питер, 2011. - 211 с.

23 Савчук, В. П. Финансовое планирование и разработка бюджета предприятия / В. П. Савчук. - Москва : Инфра, 2013. - 156 с.

24 Сергеев, И. В. Экономика предприятия: учебное пособие. / И. В. Сергеев - Москва : Финансы и статистика, 2011. – 204 с.

25 Список самых грязных городов России и состав загрязнений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tk-online.ru/story/spisok-samykh-gryaznykh-gorodov-rossii-i-sostav-zagryaznenii> (25.02.2016)

26 Станиславчик, Е. Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е. Н. Станиславчик. – Москва : «Ось-89», 2011. – 128 с.

27 Стоун, Ф. Бизнес-план / Ф. Стоун. - Москва: Инфра-М, - 2008 . - 544 с.

28 Сугубо частное дело. Сколько стоит в наше время открыть частную клинику и стоит ли вообще это делать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dela.ru/articles/chastndelo/>

29 Сухова, Л. Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: учеб. пособие / Л. Ф. Сухова, Н. А. Чернова. – Москва: Финансы и статистика, 2012. – 160 с.: ил.

30 Только цифры и только факты об аллергии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pollinoz.net/allergiya-v-cifrax-i-faktax-serezno-i-kurezno/tolko-cifry-i-tolko-fakty-ob-allergii.html>

31 Уткин, Э. А. Бизнес план: организация и планирования предпринимательской деятельности / Э. А. Уткин. - Москва: ЭКМОС, 2014. - 96 с.

32 Ушаков, И. И. Бизнес-план / И. И. Ушаков. - Москва: Дело, 2008. - 240 с.

33 Фадеева, Н. В. Маркетинг. Методические указания к выполнению контрольной работы / Н. В. Фадеева. – Красноярск: СибГТУ, 2012. – 24 с.

34 Что лучше выбрать ИП или ООО? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://competenttrust.ru/chto_luchshe_vybrat_ip_ili_ooo

35 Шамшурина, Н. Г. Ценообразование и прибыль / Н.Г. Шамшурина // Здоровоохранение. - 2012. - №1. - С.32-34