

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

Разработка бизнес - плана организации по прокату сноутюбов

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Недорезовой Анны Николаевны

Научный руководитель:

к.э.н., доцент _____ «__» _____ 2018 г. /Л.В.Славнецкова/

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 2018 г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2018

Введение Разработка бизнес-плана – важное условие для начала организации бизнеса и его функционирования. В идеале каждое предприятие должно иметь разработанный набор целей и задач, продумать стратегию преобразования целей в действия. В маркетинге принято считать, что наличие бизнес плана является одним из инструментов повышения доходности предприятия и защищает от неоправданных рисков. В настоящий момент занятия спортом являются модными и возможность получения такой услуги, как прокат сноутюбинга ожидаема на рынке получения спортивно-развлекательных услуг. Стоит отметить, что в Саратове данный вид деятельности является уникальным и конкурентов не имеет, так как деятельность относительно новая и при этом не подвергается резким изменениям.

Объект исследования - «ИП Захаров А.В.».

Предметом является процесс и этапы составления бизнес-плана.

Цель бакалаврской работы разработка бизнес - плана предприятия по прокату сноутюбов.

Задачи:

Рассмотреть структуру и содержание бизнес-плана.

Провести анализ внешней и внутренней среды-предприятия.

Разработать бизнес-план предприятия.

Оценить экономическую эффективность проекта и предложить рекомендации по минимизации рисков и совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности создаваемого предприятия.

Методы исследования: обобщение и анализ, синтез, аналогия, прогнозирование, наблюдение, SWOT и PEST -анализ.

Так же в основе исследования лежат методы системного и сравнительного анализа графические и аналитические методы.

Практическая значимость составления бизнес-плана по прокату сноутюбов заключается в возможности применения его на практике для

организации индивидуального предприятия по оказанию услуг данного характера.

Структура работы включает: введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложение

Во введении обоснована актуальность исследования, определены цель, объект, предмет, сформулированы задачи, методы исследования, показаны практическая значимость работы.

Первая глава «Теоретические основы бизнес-планирования» состоит из трех разделов, в которых описывается теоретическая составляющая бизнес-планирования, задачи и особенности составления бизнес-плана.

Вторая глава «Анализ внешней и внутренней среды предприятия» состоит из четырех разделов, которые включают в себя SWOT и PEST – анализ, анализ рынка и конкурентов и анализ экономических показателей.

Третья глава «Разработка бизнес-плана организации проката сноутюбов на примере ИП Захаров А.В.» состоит из 2 разделов, которые включают в себя бизнес-план и расчет его эффективности.

В заключении указываются проблемы, выявленные при написании бизнес-плана и рекомендации для решения данных проблем.

К данным рекомендациям и проблемам относятся: создание маркетингового отдела, постоянная корректировка маркетинговых планов, апробирование новых услуг, отсутствие личных продаж, отсутствие возможности интернет – заказа.

В приложениях представлены уставные документы, которые имеет организация. Так как организацией, которая подлежит рассмотрению в данной работе, является индивидуальный предприниматель, то в приложениях представлен договор совместного сотрудничества.

Бакалаврская работа представлена на 63 страницах, содержит 10 рисунков и 10 таблиц.

Бакалаврская работа основана на материалах «ИП Захаров А.В.».

Основное содержание бакалаврской работы. Первая глава «Теоретические основы бизнес-планирования» представлен теоретический материал по теме исследования, подробно раскрывается сущность бизнес-планирования и бизнес-плана для вновь создаваемой организации в современных условиях. Разработка бизнес-плана новой фирмы производится поэтапным методом, а конечной целью данной разработки является обоснование целесообразности создания данного предприятия или реализация его инвестиционных программ.

Изучение и обобщение учебной и научной литературы по теме работы позволили определить задачи, функции бизнес плана, его структуру.

Определение структуры позволяет качественно разрабатывать бизнес-план организации.

Основными разделами бизнес-плана являются:

Резюме, описание услуг, описание рынка и конкурентов, организационный план, финансовый план, оценка рисков, производственный план, приложения

Изучено составление финансового плана, определены основные задачи финансового планирования к которым относят:

- обеспечение производственно-торгового процесса необходимыми финансовыми ресурсами. Определение плановых объемов необходимых денежных фондов и направления их расходования;
- установление финансовых отношений с бюджетом, банком, страховыми организациями и другими хозяйствующими субъектами;
- выявление путей наиболее рационального вложения капитала и резервов по его эффективному использованию;
- увеличение прибыли за счет экономного использования денежных средств;
- осуществление контроля за образованием и расходованием денежных средств и эффективного вложения капитала.

Вторая глава «Анализ внешней и внутренней среды предприятия» содержит четыре параграфа. В первом параграфе, посвященном краткой характеристике организации ИП «Захаров», рассмотрена история создания организации и показатели деятельности.

Также описаны предпосылки разработки бизнес-плана по прокату сноутюбов.

Организация имеет субсидию, выделенную государством на создание малого бизнеса в размере 176 400 рублей.

У организации имеется взаимовыгодное сотрудничество с горнолыжным клубом «Скат» для осуществления коммерческой деятельности в Корольковом саду.

Данное сотрудничество предоставляет организации возможность аренды помещения и отсутствие необходимости его постройки, наличие имеющейся базы клиентов, трассу и подъемник в Корольковом саду с отдельным помещением и санузелом.

Также во второй главе проведен анализ рынка и конкурентов, который показал, что конкуренты у организации отсутствуют.

Основной целевой аудиторией являются люди, ведущие активный образ жизни от 16 до 35 лет, живущие в Заводском районе города Саратова.

В четвертом параграфе проведен SWOT - анализ и PEST-анализ, который позволил установить:

- на основе SWOT – анализ сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы «ИП Захаров»:

- на основе PEST – анализа политико-правовые; экономические; технологические; социально-культурные факторы, а также факторы микросреды, среди которых выявлены заинтересованные группы организации. Проанализировав влияние факторов на деятельность «ИП Захаров», сделан вывод, что на организацию оказывает наиболее сильное влияние экономический фактор.

При этом нет сильной зависимости от изменения технологического, социального и политического фактора.

Политические факторы имеют одно из самых высоких воздействий на организацию. Изменения в структуре власти могут негативно отразиться на компании и повлечь за собой прекращение деловых отношений и партнерства с «ИП Захаров А.В.». Кроме того, законодательные акты, в сфере охраны окружающей среды, могут негативно повлиять на развитие компании, при издании регламента, устанавливающего ограничения или запрет на деятельность в лесопарковой полосе.

Снижение покупательской способности может значительно снизить поток клиентов и прибыль организации.

Привычки и образ жизни это один из самых значимых факторов, которое влияет на деятельность организации.

Анализ рынка, конкурентов и факторов, влияющих на предприятие, позволяют более обоснованно подойти к составлению бизнес-плана предприятия по прокату сноутюбов.

В третьей главе «Разработка бизнес-плана организации проката сноутюбов на примере ИП Захаров А.В.» на основе проведенного анализа разработан бизнес-плана организации, включая резюме, маркетинг, менеджмент, производство, риски, финансы и описание услуг организации.

Основные направления деятельности «ИП Захаров А.В.» - предоставление услуг по прокату сноутюбов в городе Саратове, организация досуга и отдыха, организация и проведение различных информационно-просветительских мероприятий.

Организация использует такие каналы маркетинговых коммуникаций, как: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью.

В организации ИП «Захаров А.В.» выбрана грамотная ценовая политика, которая включает в себя высокое качество по низкой цене, при этом позиционируя стратегию периодической скидки.

В организации работает директор, администратор, кассир и двое разнорабочих.

В ИП «Захаров» существует линейная организационная структура управления, которая характеризуется четкой системой взаимных связей, функций и подразделений; четкой системой единоначалия, ясно выраженной ответственностью; быстрой реакцией исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих.

На данный момент в организации преобладает культура роли: формализованные решения принимаются наверху, контроль и координация осуществляются сверху в соответствии с установленными правилами, поощряется исполнительность специалистов.

Затраты организации на реализацию бизнес - плана составляют 335 926.95 рублей.

Чистая прибыль организации составляет 564 073,05 рублей. При сдаче 691 сноутюба в прокат будет достигнута точка безубыточности, при которой фирма не получит ни прибыли, ни убытков.

Компании нужно сдать в прокат сноутюбов на сумму 172 734,15 рублей, чтобы получить нулевую прибыль.

Продажи свыше 172 734,15 рублей будут приносить прибыль.

«ИП Захаров А.В.» уплачивает налоги по упрощенной системе налогообложения.

Организация выбирает стратегию дифференцирования, когда продукция имеет уникальные отличия, и этим выделяется в общей массе конкурентных предложений

Проведенные расчеты позволили определить, что коэффициент эффективности составляет 1,68, экономический эффект – 564073 руб.

Заключение содержит выводы, полученные в работе. В бакалаврской работе подчеркнута необходимость составления бизнес-плана, поскольку он является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии; эффективным

инструментом управления; помогает предприятию определить перспективы роста своего дела, контролировать свою ситуацию, а также показывает, что и когда нужно сделать, чтобы оправдать ожидания относительно эффективности бизнес-проекта.

Так же выделен круг проблем, с которыми может столкнуться предприниматель при реализации своих целей в изменчивой, неопределенной среде, рассмотрены пути решения этих проблем.

Не менее значительное внимание уделено финансовому планированию, без которого не может быть достигнут нужный уровень управления экономикой, и который обеспечивает предприятию повышение его эффективности, успех на рынке, расширение материальной базы, успешное решение социальных вопросов и вопросов материального стимулирования.

Непосредственным закупочным центром организации являются люди, которые принимают решение о покупке услуги, то есть непосредственно клиенты. Проведение маркетинговых исследований должно поощряться и финансироваться руководством организации, так как данные мероприятия могут помочь в улучшении функционирования фирмы.

Фактическим продуктом является предоставление в прокат сноутюбов, выполненных из автомобильных камер в специальном чехле размерами 75,95 и 100 см в диаметре.

Дополнительным продуктом является возможность выбора цвета и модели сноутюба, большой ассортимент, всевозможные промо-акции.

Важно понимать, что покупатель при равных характеристиках сущности и фактического продукта обращает внимание на дополнительный продукт.

Поэтому организации нужно делать акцент и обращать особое внимание на реализацию дополнительного продукта, т. е на создание дополнительных условий для продвижения услуг предприятия.

Для предотвращения рисков необходимо:

- Ежегодно корректировать маркетинговые планы;

- Разрабатывать совместные меры по продвижению продукта;
- Апробировать новые услуги;
- Расширение видов деятельности;
- Расширение ассортимента;
- Повышение квалификации сотрудников;
- Улучшение расстановки кадров;
- Повышение качества организации труда;
- Привлечение специалистов со стороны.

Так как деятельность компании тесно связана с одним определенным товаром, то субъектом позиционирования является компания в целом.

После создания концепции позиционирования необходимо составить четкий план управления и контроля: проводить мониторинг того, насколько близко к разработанной концепции воспринимают товар потребители; и затем составлять план корректирующих действий, чтобы желаемое позиционирование продукта стало реальным и прочно укрепились в сознании целевых клиентов.

Директор организации должен рассмотреть возможность выдачи сувениров с символикой в качестве подарков в праздничные дни, а так же возможность заказа проката в режиме онлайн. В организации отсутствует личная продажа, т.к. не хватает рабочих для «холодных звонков» этот вопрос можно решить расширением штата при открытии дополнительного филиала.

В бизнес-плане описана оптимальная организационная структура для данной организации, которая будет способствовать повышению эффективности менеджмента. Кроме того, были оценены потенциальные риски данного бизнес-плана, которые являются низкими. В финансовом плане обоснованы расходы по реализации проекта, а так же доказана эффективность реализации бизнес-плана. В целом, реализация проекта по прокату сноутюбов экономически целесообразна и позволит получать дополнительную прибыль.