

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.02. Менеджмент
Кафедра Экономики и автоматизированных систем управления

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка бизнес-плана свадебного агентства "ХЭППИ"

УДК 005.511(083.92)347.732:392.5

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17А20	Подлесная Марина Олеговна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Полицинская Е.В.	к.пед.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДиФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	Трифонов В.А.	к.э.н., доцент		

Юрга – 2017 г.

Планируемые результаты обучения по программе ООП

Бакалавр должен:

- иметь системное представление о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономик;

- понимать многообразие экономических процессов в современном мире, их связь с другими процессами, происходящими в обществе;

- иметь представление о приоритетных направлениях развития национальной экономики и перспективах технического, экономического и социального развития соответствующей отрасли и предприятия;

знать:

–законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную, финансово-экономическую деятельность предприятия; законодательство о налогах и сборах; стандарты бухгалтерского учета; экологическое законодательство; основы трудового законодательства; стандарты унифицированной системы организационно-распорядительной документации;

–организацию производства в отрасли и на предприятии, профиль, специализацию и особенности структуры предприятия; материально-техническое обеспечение, организацию складского хозяйства, транспорта, погрузочно-разгрузочных работ на предприятии и других вспомогательных службах;

уметь:

–выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;

владеть:

–методами экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия и его подразделений и оценки рыночных позиций предприятия;

–методами ценообразования и калькулирования себестоимости продукции на предприятии;

–методами исследования затрат рабочего времени и анализа качества норм; методами нормирования труда, разработки нормативов по труду;

–методами определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, совершенствованию организации и управления.

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	В.М. Гришагин
Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:	
Реферат	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Полицинская Е.В.	к.пед.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17А20	Подлесная Марина Олеговна		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-17A20	Подлесной Марине Олеговне

Институт	ЮТИ ТПУ	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.02. Менеджмент

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения), опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной и взрывной природы), негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу)</p>	<p>Объектом исследования является рабочая комната звукорежиссера. Площадь рабочей комнаты $S = 64 \text{ м}^2$,</p>
<p>Знакомство и отбор законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>СНиП 23-05-95 СниП 23-05-95</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - физико-химическая природа вредности, её связь с разрабатываемой темой; - действие фактора на организм человека; - приведение допустимых норм с необходимой размерностью (с ссылкой на соответствующий нормативно-технический документ); 	
<p>2 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды в следующей последовательности</p> <p>механические опасности (источники, средства защиты);</p> <p>-термические опасности (источники, средства защиты);</p> <p>-электробезопасность (в т.ч. статическое электричество, молниезащита</p> <p>- источники, средства защиты);</p> <p>-пожаровзрывобезопасность (причины,</p>	<p>Основными вредными и опасными факторами являются: недостаточная освещенность; неблагоприятные условия микроклимата; воздействие шума; воздействие вредных излучений от монитора и от компьютера; воздействие электрического тока; неправильная организация рабочего места; неправильное цветовое оформление интерьера; компьютерный зрительный синдром; пожароопасност</p>

профилактические мероприятия, первичные средства пожаротушения)	и землетрясения.
3 Охрана окружающей среды: - защита селитебной зоны - анализ воздействия объекта на атмосферу (выбросы); - анализ воздействия объекта на гидросферу (сбросы); - анализ воздействия объекта на литосферу (отходы);	
4 Защита в чрезвычайных ситуациях: - перечень возможных ЧС на объекте; - выбор наиболее типичной ЧС; - разработка превентивных мер по предупреждению ЧС; - разработка мер по повышению устойчивости объекта к данной ЧС; - разработка действий в результате возникшей ЧС и мер по ликвидации её последствий	Ближайшими сейсмоопасными территориями являются Республика Алтай и Прибайкалье. Согласно единой схеме распределения землетрясений на земном шаре, Западная Сибирь входит в число сейсмически спокойных материковых областей, то есть где почти никогда не бывает землетрясений с магнитудой разрушительной величины свыше 5 баллов.
5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности: - специальные (характерные для проектируемой рабочей зоны) правовые нормы трудового законодательства; - организационные мероприятия при компоновке рабочей зоны	При загорании, возникновении пожара следует вызвать пожарную команду по телефону 01, сообщить случившимся администрации или дежурному персоналу, приступить к эвакуации людей и тушению пожара имеющимися средствами пожаротушения.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖД и ФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17А20	Подлесная Марина Олеговна		

Оглавление

Введение	11
1 Обзор литературы	13
2 Объект и методы исследования	15
3 Расчеты и аналитика	16
3.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес-плана	16
3.2 Анализ структуры и этапы разработки бизнес-плана	20
4 Результаты проведенного исследования	28
4.1 Анализ рынка и продукции и краткая характеристика бизнес-плана	28
4.2 Разработка производственного, маркетингового и финансового планов	35
4.3 Финансовые показатели бизнес-плана	39
5 Социальная ответственность	46
5.1 Описание рабочего места	46
5.2 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды в следующей последовательности	54
5.3 Охрана окружающей среды	55
5.4 Защита в чрезвычайных ситуациях	55
5.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	57
Заключение	60
Список использованных источников	62

Диск CD-R

В конверте на
обороте обложки

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 64 страниц, 20 рисунков, 19 таблиц, 30 источников.

Ключевые слова: бизнес-план, расчеты, эффективность, чистый доход, срок окупаемости, затраты, оборудование, конкуренты, рынок сбыта, потребители, каналы сбыта, исследование, анализ.

Актуальность исследования заключается в том, что услуги свадебного салона являются востребованными в любое время.

Объект исследования – салон свадебных услуг.

Цель – обоснование создания агентства свадебных услуг «ХЭППИ» в городе Юрга.

Задачами исследования являются:

- изучение теоретических основ разработки бизнес-плана;
- разработка бизнес-плана агентства свадебных услуг «ХЭППИ»
- расчет эффективности инвестирования в разработанный бизнес-план.

Работа представлена введением, 5 разделами и заключением, приведен список использованных источников.

Abstract

Final qualification work contains 64 pages, 20 drawings, 19 tables, 30 sources.

Keywords: business plan, calculations, efficiency, net income, payback period, expenses, equipment, competitors, sales market, consumers, sales channels, research, analysis.

Relevance of a research is that services of wedding salon are demanded at any time.

Research object – salon of wedding services.

The purpose – justification of creation of the agency of the wedding services "HEPPI" in the city of Yurga.

Research problems are:

- studying of theoretical bases of development of the business plan;
- development of the business plan of the agency of the wedding services "HEPPI"
- calculation of efficiency of investment into the developed business plan.

Work is presented by introduction, 5 sections and the conclusion, the list of the used sources is provided.

Введение

Уходят в прошлое те времена, когда организацией свадьбы занимались сами молодожены, либо их родственники или знакомые, или дилетанты, для которых организация свадьбы – хобби или способ самовыражения. Сегодня в России все больше становится профессиональных свадебных организаторов. Например, в странах Европы и Америки более 10% молодоженов поручают организацию свадьбы специалистам в этой области. В нашей стране – только 4 – 6%. Но стоит отметить быстрый рост числа молодоженов, обращающихся в свадебные агентства и к частным свадебным организаторам.

Свадебный бизнес – это сфера оказания услуг в узкоспециализированной области и как другой бизнес требует тщательного подхода, планирования и ответственности в организации такого знаменательного события, как свадьба. Он признан оказывать весь спектр свадебных услуг.

Все участники свадебного бизнеса должны быть высококлассными специалистами в своих сферах деятельности. Только полное, четкое взаимодействие всех сфер бизнеса может принести прибыль всем его участникам и, конечно, удовлетворение от хорошо выполненной работы. Организация любой свадьбы требует взаимодействия множества специалистов самых разных областей. Это и организаторы, и координаторы, и стилисты, и кондитеры и так далее. Без слаженной команды организация достойной и запоминающейся свадьбы просто невозможна.

Свадебный бизнес в России быстро развивается и поэтому требования к качеству и разнообразию предоставляемых услуг с каждым разом становятся выше. Меняется и ценовая политика.

В зависимости от предполагаемого бюджета, выделяемого на проведение свадебного торжества, многие свадебные агентства предлагают различные комплексы услуг. Например, при декорировании свадьбы можно

заказать только оформление банкетного зала, а можно целый комплекс со всеми зонами: утро невесты, welcome, фотозона, церемония.

Цель исследования – разработка бизнес-плана для свадебного агентства «Хэппи»

Задачи исследования:

- рассмотреть теоретические основы разработки бизнес-плана;
- разработать бизнес-план для свадебного агентства «Хэппи»;
- рассчитать эффективность инвестирования в разработанный бизнес-план.

Объект исследования – агентство «Хэппи», открываемое индивидуальным предпринимателем.

Предмет исследования – бизнес-план создания бизнеса, расчет эффективности вложений.

Теоретической базой исследования является литература и труды российских и зарубежных ученых.

Новизна исследования – агентство «Хэппи» на сегодняшний день в Юрге является единственным агентством, оказывающим перечень услуг, связанных с организацией свадеб под «ключ», а именно таких услуг как: выездная регистрация, создание индивидуальных фотозон, пошив индивидуальных комплектов по согласованной цветовой гамме с заказчиком, оформление Candy Bar'а и т.д.

1 Обзор литературы

Основы и принципы бизнес-планирования изучены на основе трудов таких авторов, как Алиев, В.С., Баринов, В.А. Виноградова, М.В., Гладкий, А.А.

Этапы разработки бизнес-плана изучено на основе учебников под авторством Т.С. Бронникова, В.П. Буров, М.В. Виноградова, А.С. Волков, В.Л. Горбунов.

Оценка рисков в бизнес-планировании четко проанализировал в своих трудах В.С. Лосев, Е.Р. Орлова.

Методика разработки бизнес-плана изучена по учебникам Т.П. Горемыкин, В.А. Дубровин, И.А. Куницына, Н.Н. Лопарева, А.М. Любанова.

Изучены такие федеральные законы, как: «О защите конкуренции», «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «Об обществах с ограниченной ответственностью» (Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ).

Методику и экономическое обоснование составления бизнес-планов позволил изучить сборник бизнес-планов под авторством В.А. Морошкина, П.И. Орлова, С.В. Петухова, М.В. Романова, Е.Н. Станиславчик.

Управление инвестиционными проектами изучены на основе трудов таких авторов, как Е.Н. Стрекалова, Н.Д. Липсиц.

Основные проблемы и ошибки, возникающие при составлении бизнес-плана, изучены на основе учебников под авторством Е.Р. Орлова, В.М. Попова, Ю. Н. Лапыгина.

Нормы и рекомендации по бизнес-планированию изучены по учебникам Э.А. Уткина, В.З. Черняка

Порядок и принципы расчёта эффективности внедрения разработанных бизнес-планов в детской индустрии четко проанализировал в своих трудах Д. А. Шевчук.

Порядок проведения анализа рынка продукции и услуг в детской индустрии изучен на основе учебников под авторством Т.С. Бурова, В.П. М.В. Виноградовой, А.С Волкова, В.Л. Горбунова.

2 Объект и методы исследования

Объект исследования – свадебное агентство «Хэппи», открытое индивидуальным предпринимателем.

Исследование состоит из:

введения, в котором раскрыта актуальность, цель и задачи исследования;

- обзора литературы, где рассмотрены теоретические аспекты понятия и видов бизнес-плана, этапы разработки и структура бизнес-плана;

- расчетной части, где представлена разработка бизнес-плана для свадебного агентства;

- результатов исследования – проведена оценка эффективности внедрения разработанного бизнес-плана;

- социальной ответственности – прописана социальная ответственность, экологическая безопасность и безопасность труда персонала;

- заключения, в котором сделаны выводы.

Список использованной литературы представлен списком источников, информация из которых была использована при исследовании.

Методы исследования – анализ литературы, самостоятельный сбор и анализ информации по состоянию рынка в городе Юрга.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес-плана

Бизнес-план – это проект, документ, который описывает обоснование и весь процесс внедрения новой продукции или нового вида деятельности с описанием проблем, с которыми может столкнуться и пути решения данных проблем.

Бизнес-план бывает нескольких видов и классифицируется по типологии представленной на рис. 1

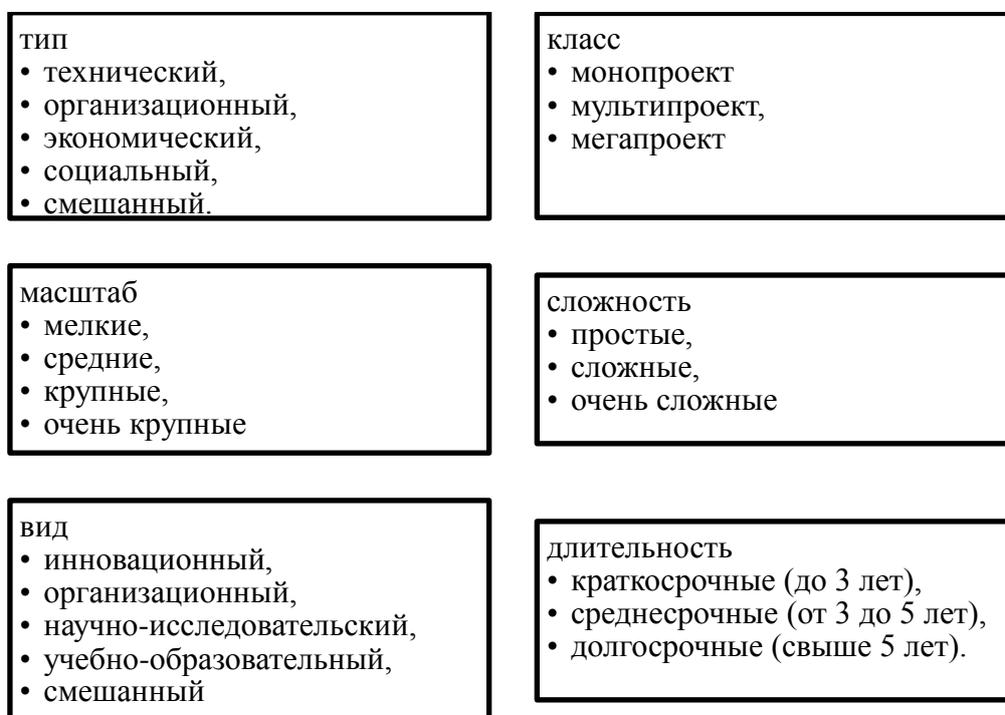


Рисунок 1 - Классификация бизнес-плана

Рассмотри некоторые из данных видов:

Тип:

– технический – разработка внедрения технических инноваций или технических совершенствований,

– организационный – обоснование необходимости совершенствование организационной структуры, внедрение организационной культуры или организационных преобразований,

– экономический – разработка и экономическое обоснование внедрение нового вида продукции, нового вида деятельности или других экономически выгодных преобразований,

– социальный – разработка плана внедрения социального проекта,

– смешанный – включает в себя несколько видов, например, технико-экономический, т.е. внедрение технических новшеств и расчет экономических затрат и экономической выгоды от внедрения.

Класс:

– монопроект – л проект одного типа или масштаба,

– мультипроект – проект, сочетающий в себе несколько монопроектов, он требует комплексного применения управления несколькими монопроектами,

– мегапроект– к ним относятся целевые программы развития регионов, отраслей и включают в себя несколько мультипроектов.

Масштаб:

– Мелкие – например проект модернизации какого-либо подразделения или поточной линии на предприятии;

– Средние – например проект создания ИП, или создание нового цеха в уже действующем предприятии;

– Крупные – создание нового завода или запуск нового крупносерийного производства;

– Очень крупные проекты – проект экономического или социального обновления города, отрасли, региона и т.д.

Вид:

- инновационный – внедрение инновационного процесса, продукции или отдельных инновационных элементов в процесс производства,
- организационный – разработка по совершенствованию организационных аспектов на предприятии,
- научно-исследовательский – разработка внедрения научно-исследовательских разработок
- учебно-образовательный- разработка и внедрение совершенствований в учебно-образовательный процесс или учебно-образовательную сферу,
- смешанный – сочетание нескольких видов разработок в одном инновационном процессе.

В основной своей массе бизнес-планы носят инновационный характер и величина суммы инвестиций зависит от масштаба, сложности и сроке проекта.

К бизнес-плану предъявляют требования независимо от вида проекта (рис. 2):



Рисунок 2 – Требования к бизнес-плану

Из рисунка можно сделать вывод, что бизнес-план должен быть:

- доступен широкому кругу лиц, а не только специалистам,

- инвесторы узнают фирму по бизнес-плану, поэтому информация должна быть достоверна и кратко изложена, но четко детализирована,
- оптимальный объем бизнес-плана 30-50 страниц, бизнес-план более 70 страниц тяжел к усвоению, поэтому второстепенную и справочную информацию прикладывают в приложение или вообще не упоминают,
- обязательным условием бизнес-плана – это его эффективность: социальная, экономическая, техническая и т.д.
- бизнес-план является не только расчетным документом, но и средством рекламы, поэтому информацию можно представлять в виде таблиц, расчета показателей, графики и диаграммы,
- все прогнозы должны быть достоверны и подкреплены ссылками на источники информации, например проведенные исследования, опросы, статистические данные, и т.д.
- обязательным в структуре бизнес-плана является оценка рисков – их прогнозирование и пути преодоления располагают к доверию к компании.

Особенно инвесторов интересует 4 вопроса: финансы (вложение и прибыль); управленческий аспект (коллектив, квалификация персонала); производимые товары, услуги (спрос, цена, перспективы); план маркетинга (реклама, организация внедрения проекта и т.д.).

Поэтому при представлении бизнес-плана инвесторам, необходимо иметь четкие ответы и аргументы по данным пунктам. Таким образом, бизнес-план – это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств и изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

3.2 Анализ структуры и этапы разработки бизнес-плана

Разработку бизнес-плана проводят в несколько этапов (рис. 3):



Рисунок 3 - Этапы разработки бизнес-плана

Рассмотрим их более подробно:

1) Подготовительный этап – на данном этапе ставят цели создания, сроки расчетов и назначают исполнителей всех разделов бизнес-плана. Также при необходимости составляют график разработки бизнес-плана и бюджет.

Первый этап состоит из ряда шагов:

1 шаг. Определение целей – цели могут быть такие, как например получение финансирования, реклама, независимая экспертиза.

2 шаг. Определение источников получения информации – всю информацию группируют на первичную (необходимую для расчетов) и вторичную (будет помещена в приложения и требуется для подтверждения прогнозов). Информация может быть получена из разных источников: печатных, интернет, внутренняя, информация опросов, экспериментов.

3 шаг. Точное определение целевых читателей – т.е. необходимо знать количество инвесторов, которые могут быть узкого профиля (банк, потребители, инвестиционные компании).

4 шаг. Установление общей структуры документа – разработка структуры плана по разделам и подразделам.

2) Этап разработки плана по разделам.

Второй этап также можно разбить на ряд шагов:

1 Шаг. Сбор информации.

Информацию собирают из разнообразных источников:

– внешних – литература, интернет, данные статистической отчетности и социологических исследований.

– внутренних – данные бухгалтерской отчетности, данные опроса, проведенных работниками предприятия экспериментов и т.д.

Перед сбором информации необходимо знать какую продукцию (услуги) будут производить, для какого сегмента населения, преимущества и недостатки продукции и исходя из этих данных и собирать информацию.

В первую очередь собирают о рынке, его емкости, фирмах-конкурентах, спросе и ценах на продукцию, требованиях покупателей к данному виду продукции, т.е. весь маркетинговый комплекс информации.

При сборе внутренней производственной информации необходимо обратить внимание на следующие вопросы:

- перечень всех базовых операций;
- сырье и материалы: цена, качество, поставщики;
- оборудование: стоимость, износ, производитель, наличие или необходима покупка и т.д.;
- накладные расходы: муниципальные услуги, спецодежда, заработная плата и т.д.;
- информация об имуществе: наличие, возможность расширения и т.д.

Финансовая информация необходима для оценки затрат, возможности займа, рентабельность проекта и т.д. в бизнес-плане на основании финансовой информации производят обязательный расчет финансовых показателей:

- прогноз доходов и расходов;
- прогноз денежных поступлений;
- рентабельность, период окупаемости и прогноз состояния активов и пассивов.

2 Шаг. Написание бизнес-плана.

Написание должно происходить с помощью будущих исполнителей, и в обязательном порядке должен быть анализ слабых и сильных сторон предприятия, анализ рисков и эффект от внедрения. Анализ направлений деятельности и реальность внедрения, и окупаемость проекта дает составителям понять необходимость воплощения проекта в жизнь.

3) Заключительный этап – выполняется его окончательная корректировка, утверждение и передача инвесторам.

Кроме обязательных этапов, каждый бизнес-план имеет структуру (рис. 4).



Рисунок 4 - Структура бизнес-плана

Рассмотрим структуру бизнес-плана более подробно:

1 Обзор.

В данном разделе необходимо отразить наименование и цель проекта, руководителей и форму собственности, численность и уставный фонд, особенности и основные черты предприятия – т.е. краткая информация о предприятии, которую составитель желает и должен предоставить инвесторам.

Так же можно указать желаемые цели и потребность в инвестициях, ключевые экономические показатели эффективности проекта.

2 Описание предприятия.

В данном разделе еж подробно описывается:

- миссия и цель деятельности предприятия, планы на ближайший период,
- размер собственных средств предприятия,
- особенности и основные достижения,
- объемы реализации продукции (желательно в динамике за 3 года, если предприятие существовало это время),
- уровень технической оснащенности, применяемые технологии и износ оборудования,
- анализ издержек;
- можно в заключении описать проблемы предприятия и цель разработки бизнес-плана.

3 Описание продукции.

В данном разделе приводиться подробная информация о продукции предприятия и сравнение с конкурирующей, а именно:

- предназначение и свойства продукции.
- ее цена в сравнении с конкурентами на данном рынке сбыта,
- сегменты покупателей, ее приобретающие,
- соответствие продукции принятым стандартам;

- требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию;

4 Анализ рынка.

В данном разделе необходимо отразить анализ:

- конкурентов, их преимущества и недостатки,
- объем и емкость рынка, динамика цен на данный вид продукции на нем,
- специфические особенности рынка, например, трудности доступа к операциям на рынке;
- потребителей продукции: сегментация, возраст, пол, и т.д.
- обосновать стратегию продвижения продукции на данный рынок, а именно:

- расчет и обоснование цены, ценовая политика;
- реклама;
- каналы и стимулирование сбыта;

5 Производственный план.

В данном разделе подробно описывают

- технологический процесс изготовления продукции,
- имеющееся в наличии оборудование, степень его износа и список оборудования, которое необходимо приобрести,
- составляют календарный план-график реализации проекта с ответственными лицами и суммой затрат,
- требования к источникам энергии и их доступность;
- описывают персонал, его квалификацию; сравнивают имеющееся и требуемое количество персонала. Требования к возрасту, полу, квалификации,
- подробно расписывают и рассчитывают сумму заработной платы, стимулирования, налоги и условия труда, возможности карьерного роста.

6 План сбыта

План сбыта должен отражать планируемую динамику и стратегию продаж и показывать:

- цену продукции;
- методы ценообразования;
- каналы сбыта и их уровень;
- размеры скидок и систему стимулирования сбыта;

7 Финансовый план

В данном разделе должны найти отражение такие аспекты как:

- динамику и суммы поступления денежных средств,
- подробно описать потребность в финансовых ресурсах, размер собственного финансового вклада, предполагаемые источники и схемы финансирования,
- подробная информация о предстоящих расходах,
- порядок выплаты займов, процентов по ним и т.д.
- рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта,

а именно:

Чистый дисконтированный доход (ЧДД);

$$\text{ЧДД} = - \text{IC} + \sum \text{CF}_t / (1 + i)^t \quad (1)$$

где D — ставка дисконтирования, которая отражает скорость изменения стоимости денег со временем.

Каждое слагаемое $\text{CF}_t / (1 + D)^K$ — дисконтированный денежный поток на шаге K .

Индекс доходности (ИД);

$$\text{PI} = \text{PV} / I \quad (2)$$

где PV — дисконтированный доход,

а I — сумма инвестиционных затрат.

Внутренняя норма доходности (ВНД);

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} = 0 \quad (3)$$

Срок окупаемости дисконтированный (PBP) мес.)

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0 \quad (4)$$

где, n – число периодов;

CF_t – приток денежных средств в период t;

r – барьерная ставка (коэффициент дисконтирования);

I₀ – величина исходных инвестиций в нулевой период.

– расписать или рассчитать социальную и общественную эффективность.

Инвесторы признают проект эффективным, если ЧДД имеет положительное значение, ВНД должна быть больше ставки дисконта и индекс доходности больше 1.

8 Анализ чувствительности проекта

В данном разделе анализируются риски проекта, чувствительность к изменениям внешних и внутренних факторов,

Необходимо рассчитать так же уровень безубыточности цены и объема продаж.

Точка безубыточности – объем реализации продукции (руб. шт.) при котором прибыль равна нулю.

Рассчитывают в натуральном

$$BEP = \frac{TFC}{C} = \frac{TFC}{P - AVC} \quad (5)$$

или денежном выражении:

$$BEP = \frac{TFC}{\frac{C}{P}} = \frac{TFC}{\frac{(P-AVC)}{P}}, \quad (6)$$

где, TFC - величина постоянных издержек,

AVC - величина переменных издержек,

P - цена реализации,

C - прибыль с единицы продукции

Уровень безубыточности – рассчитывается как отношение постоянных издержек к маржинальной прибыли.

9 Экологическая информация

Отражаются сведения об экологических параметрах. А именно:

– есть ли выбросы, загрязнение грунтовых вод, и т.д. т.е. экологическая чистота проекта.

– использование земли отведенной под объект;

– предлагаемые меры по смягчению воздействия на окружающую среду или её улучшению;

10 Приложения

Здесь отражается:

– сведения об источниках информации проекта, второстепенная информация на которую были ссылки в бизнес-плане,

– сведения о бухгалтерской и финансовой отчетности,

– результаты маркетинговых опросов и экспериментов;

– сертификатов или планы предприятия.

Таким образом, в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании.

Бизнес-план это целевой документ, который содержит систему расчетов, технических и экономических обоснований. Он позволяет, кроме всего прочего, выявить и проблемы предприятия и наметить пути их преодоления, как собственными силами, так и с помощью стороны. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

4 Результаты проведенного исследования

4.1 Анализ рынка и продукции и краткая характеристика бизнес-плана

1 Резюме.

Наименование предприятия свадебное агентство «Хэппи»

Форма собственности – индивидуальное предпринимательство.

Основные черты предприятия – оказание полного комплекса свадебных услуг. Также все услуги могут оказываться по отдельности по заранее согласованной смете с заказчиком.

Персонал – свадебный организатор (он же индивидуальный предприниматель), декоратор, помощник декоратора.

Предоставляемые услуги – организация свадьбы под «ключ», оформление банкетного зала, организация выездной регистрации, проведение торжества, фото и видео сопровождение и т.д.

Цель создания – удовлетворение потребностей населения

Миссия – оказание свадебных услуг с нестандартным индивидуальным подходом разным слоям населения.

2 Анализ рынка.

Конкуренты

В данной сфере бизнеса свадебное агентство «Хэппи» будет не первыми и на этом рынке есть конкуренты в Юрге, но в данном случае, тот комплекс услуг, что будет предлагать наша компания, в своем роде единственная.

По ценовой политики существует несколько конкурентов (табл. 1).

Таблица 1 – Анализ конкурентов – достоинства и недостатки

Наименование студий	достоинство	недостаток
Праздничное агентство «Кураж»	Много лет на рынке Большой комплекс услуг Имеют несколько точек в городе Узнаваемость Постоянные спонсоры на городских мероприятиях	Нет индивидуального подхода Не возможность оказания современных услуг Больше ориентир на праздники, чем на свадьбы Не проводят выездные регистрации
Агентство «Verlen»	Имеют свою площадку для проведения свадеб Своя кухня и обслуживающий персонал Оформление тканями Хорошая репутация Много клиентов	Используют стандартный набор тканей уже несколько лет Нет индивидуального подхода Не проводят выездные регистрации Нет свадебного организатора
Праздничное агентство «Мандарин»	Ведущий свадеб с большим опытом Широкий спектр услуг Хорошо рекламируют себя	Не оформляют тканями Нет выездных регистраций Нет свадебного организатора
Праздничное агентство «Маршалл и Ко»	Много лет на рынке Имеет несколько точек в городе Узнаваемость Хорошая рекламная компания	Нет индивидуального подхода Не возможность оказания современных услуг Не проводят выездные регистрации Ослабла репутация

Как видим из таблицы, 1 конкуренты есть, причем с большим опытом работы, но в каждом агентстве нет тех уникальных услуг, которые будут предложены нашим агентством.

Специфические особенности рынка.

Особенностью рынка оказания свадебных услуг являются современные тенденции проведения и оформления свадеб. Все мероприятия требуют тщательного подхода и согласования с заказчиком сметы, эскизов, рисунков и т.д. Это один из самых важных моментов, потому что свадебный день должен для молодоженов проходить идеально и без различных форс-мажоров, ведь такой день в их жизни один и недопустимы оплошности в данной сфере деятельности.

График работы у таких агентств ненормированный, потому что в выходные, в основном, проходит организация свадеб, в будние дни будет идти подготовка (пошив, глажка, стирка тканей, а также подготовка всего реквизита). Выходной, как правило, - понедельник.

Потребители продукции

Основными потребителями продукции являются население со средним и высоким достатком, так как не каждый сегодня может позволить себе заказать полный комплекс свадебных услуг.

Численность населения в Юрге на 2016 год — 81 396 чел. Услуги свадебных агентств на сегодняшний день становятся все более актуальными для всех слоев населения.

3 Описание предприятия.

Процесс регистрации

Лицензий на оказание свадебных услуг не требуется.

Регистрация в налоговом органе, для этого необходимо:

- заявление о регистрации ИП (форма № Р21001);
- квитанция, подтверждающая факт уплаты государственной пошлины за совершение регистрационных действий;
- копия паспорта заявителя;
- заявление о применении упрощенной системы налогообложения (УСН), если нет препятствий для ее использования.

Помещение в Юрге: адрес – ул. 2-Северная 15

Характеристика помещения: нежилое помещение, 60 кв.м., вход отдельный, 2 этаж, помещение было отремонтировано, сделаем только склад под хранение тканей и место для проведения встреч с клиентами, много электрического света, 4 окна, поэтому помещение смотрится большим и светлым.

Помещение общее «студия» разделено на три зоны работы, так как в помещении находятся еще небольшая фотостудия и студия звукозаписи, в отдельном углу кухня.

Персонал.

Часы работы: Вторник – Воскресенье с 9-00 до 17-00

Таблица 2 - Численность и характеристика персонала, чел.

Наименование	Количество
Декоратор	1
Помощник декоратора	1
Итого	2

Понедельник – выходной.

Декоратор и помощник декоратора прошли бесплатные интернет-курсы, в ходе которых получили навыки по работе с оформлением и работой тканями и другим свадебным реквизитом. Сейчас это профессионалы в своем виде деятельности и цена на услуги средняя, на отдельные услуги выше среднего.

Численность – 3 (вкл. Индивидуального предпринимателя – свадебный организатор):

- 1 декоратор,
- 1 помощник декоратора,
- 1 индивидуальный предприниматель – свадебный организатор.

Оборудование

В таблице 3 представлен список необходимо оборудования.

Таблица 3 –Перечень и стоимость оборудования, руб.

Наименование	Стоимость, руб.	Кол-во, шт.	Сумма, руб.
1	2	3	4
Газель для перевозки комплектующих	450 000	1	450 000
Стеллажи для хранения тканей	4 300	10	43 000
Арка металлическая квадратная	2 200	1	2 200
Арка металлическая овальная	3 700	1	3 700
Арка деревянная квадратная	1 800	1	1 800
Колонны	200	6	1 200
Искусственные цветы	51	50	2 550
Ткань атласная	2 220	30	66 600
Металлический столик для выездной регистрации	3 500	1	3 500
Баннерные конструкции	3 000	2	6 000
Фуршетный стол	7 000	1	7 000
Реквизитные буквы	5 000	1	5 000
Швейная фурнитура	65	50	3 250
Швейная машинка	12 800	1	12 800
Оверлог	5 000	1	5 000
Стулья для проведения выездной регистрации	850	50	42 500
Набор аксессуаров для оформления	10 000	1	10 000
Вазы для цветов	650	6	3 900
Отпариватель для тканей	4 790	2	9 580
Утюг	2 750	2	5 500
Стиральная машина	16 300	1	16 300
Стол для швеи	3 800	1	3 800
Стул для швеи	2 400	1	2 400
Стол с креслом для администратора	12 500	1	12 500
Ноутбук	35 600	1	35 600
Набор бокалов под шампанское	5 600	1	5 600
Итого		223	761 280

Затраты на оборудование составляют 761 280 руб.

4 Описание продукции

Основными направлениями деятельности компании являются:

организация выездной регистрации и оформление банкетного зала.

Стоимость и виды оказываемых услуг представлен в таблице 4.

Таблица 4– Прайс-лист, руб.

Видеопроизводство	
<i>Наименование услуги</i>	<i>Цена, руб.</i>
Оформление банкетного зала	От 15 000
Оформление фотозоны для молодоженов	От 1 700
Press wall	От 2 500
Аренда арки	2 000
Оформление арки	От 2 500
Аренда колонн	800
Оформление колонн	3 500
Оформление дорожки	1 400
Ангелочек с кольцами	800
Оформление Candy Bar	От 3 000
Композиции из живых цветов на стол молодоженов и гостей	От 5 000
План рассадки приглашенных гостей	От 3 000
Регистратор + звукорежиссер	5 000
Цветной дым для фотосессий	400
Буквы LOVE	1 500
Пирамида из шампанского	3 500
Пригласительные	От 30
Аренда баннерной конструкции	800
Услуги свадебного организатора	5 000

Предполагается, что в летний и осенний сезон свадьбы будут проходить каждую субботу. Зима и весна – 1 одна свадьба в две недели.

Таблица 5 – Объем предоставления услуг, руб.

Наименование услуг	по периодам реализации проекта				Итого
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	
1	2	3	4	5	6
Оформление банкетного зала	115 000	135 000	216 000	150 000	616 000
Оформление фотозоны для молодоженов	8 400	12 500	47 000	22 600	90 500
Press wall	18 000	24 000	42 000	36 000	120 000
Аренда арки	12 000	16 000	24 000	20 000	72 000
Оформление арки	15 000	30 000	45 000	36 000	126 000
Аренда колонн	4 800	8 000	9 600	8 000	30 400
Оформление дорожки	8 400	14 000	16 800	14 000	53 200
Ангелочек с кольцами	4 800	8 000	9 600	8 000	30 400
Оформление Candy Bar	3 000	18 000	42 000	26 000	89 000
Композиции из живых цветов на стол молодоженов и гостей	5 500	10 800	34 700	24 000	75 000
План рассадки приглашенных гостей	6 000	10 000	23 000	17 000	56 000
Регистратор + звукорежиссер	20 000	40 000	60 000	45 000	165 000
Цветной дым для фотосессий	2 400	4 000	7 200	5 600	19 200
Буквы LOVE	1 500	6 000	12 000	9 000	28 500
Пирамида из шампанского	17 500	28 000	42 000	122 500	210 000
Пригласительные	3 000	7 000	12 500	5 000	27 500
Аренда баннерной конструкции	800	2 400	5 600	4 000	12 800
Услуги свадебного организатора	15 000	40 000	50 000	35 000	140 000
Итого:	261 100	413 700	699 000	587 700	1 961 500

Таким образом, из таблицы 5 видим, что за 1 год планируемый объем оказанных услуг в Юрге составит на сумму – 1 961 500 рублей.

4.2 Разработка производственного, маркетингового и финансового планов

Производственный план.

Арендная плата составляет в Юрге – 10 000 рублей (с учетом коммунальных платежей и электроэнергии)

Таблица 10 - Начисления з/пл наемному персоналу

Персонал	Кол-во чел.	Зарплата в мес, руб.	ФОТ в мес. Руб	ФОТ в год, руб.
Декоратор	1	19 000	19 000	228 000
Помощник декоратора	1	15 500	15 500	186 000
итого	2	34 500	34 500	414 000
налог с зарплаты (33%)			11 385	136 620
ИТОГО			45 885	550 620

План сбыта

Для того, чтобы узнали о свадебном агентстве «Хэппи» необходима рекламная компания (табл. 11)

Таблица 11 – Структура рекламной компании

Наименование	Цена, руб.	Стоимость, руб.
визитки	5000*0,9	4500
Обслуживание сайта	1 500/месяц	18 000/год
Яндекс - директ	4 000/месяц	48 000/год
Реклама соц.сетях	3 000/месяц	36 000
итого		106 500

Как видно бюджет рекламного проекта составит 106 500 руб. в год.

Это вполне приемлемая сумма для рекламы.

Финансовый план

На покупку оборудования на сумму 761 280 руб. планируется взять минизайм у государства через Центр содействия предпринимательства и малого бизнеса кредит под 10% годовых, сроком на 5лет, сумму 700 тыс. руб., залог – квартира) под простую процентную ставку.

$$S(n) = S(0) \cdot (1 + n \cdot i) \quad (7)$$

Таким образом, сумма платежа за 5 лет составит = 700 000 * (1+0,10*5) = 1 050 000 руб., значит в месяц = 1 500 000/60 мес. = 17 500 руб.

В итоге рассчитав в результате исследования издержки, необходимо собрать их в единую таблицу (табл. 12)

Таблица 12 – Расходы, руб.

Показатели	Месяц, руб.	1 год, руб.
плата за кредит	17 500	210 000
реклама	8 875	106 500
Аренда (с учетом коммунальных платежей и эл. энергии)	10 000	120 000
ФОТ	34 500	414 000
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 33%)	11 385	136 620
Расходы итого	82 260	987 120

Налогообложение учтено в соответствии с федеральным, региональным и местным законодательствами.

Без учета налоговых льгот планируется выплачивать следующие налоги: УСН = 6%

Рассчитаем налог за год: $1\,961\,500 * 6\% = 117\,690$ рублей.

Как видно, чистая прибыль в год составит 856 690 рублей.

В данном случае не учтены расходы на ГСМ для разъездов, потому, что каждый месяц они будут разные и так же в зимнее время года увеличатся.

ГСМ в летнее время – в месяц тратиться примерно 3 000 руб., в холодный период времени в месяц надо примерно в 2 раза больше бензина, таким образом на ГСМ будет тратиться примерно $3*6$ мес + $6*6$ мес = 54 тыс.руб. в год.

Таблица 13 – Финансовый результат деятельности, руб.

Показатели	Месяц,	1 год
Выручка	163 458,3	1 961 500
Переменные издержки		
налоги (6%)	9 807,5	117 690
Постоянные издержки, в т.ч.		
плата за кредит	17 500	210 000
реклама	8 875	106 500
аренда (с учетом ком.платежей и эл. энергии)	10 000	120 000
ФОТ	34 500	414 000
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 33%)	11 385	136 620
Расходы итого	92 067,5	1 104 810
ГСМ	4 500	54 000
Итого чистая прибыль	66 890,9	802 690

Как видно из таблицы 13 чистая прибыль в первый год работы с учетом уплаты по кредиту и оплаты налогов составит 66 890,9 рублей в месяц, или 802 690 руб. в год с учетом ГСМ.

Это довольно-таки хороший показатель, потому что сумма по кредиту составляет 17 500 руб. в мес. Для того, чтобы определиться, выгодно ли

вкладывать в данный проект деньги инвесторам, необходимо рассчитать эффективность вложений и чистый дисконтированный доход.

Подготовительный период составляет 1 месяц. В этот период планируются расходы (табл. 14).

Таблица 14 – Расходы в подготовительный период, руб.

статья расходов	Сумма, руб.	назначение
общая стоимость , в т.ч.	780 155	
кредит	700 000	покупка оборудования
собственные средства	61 280	
Первоначальные вложения	18 875	реклама и аренда помещений

Ежегодно планируется увеличение прибыли на 20%. Но расходы увеличатся не на 20% (табл. 15)

Таблица 15 - Динамика расходов, руб.

Показатели	2017	2018	2019
Переменные издержки			
налоги	117 690	141 228	169 473,6
Постоянные издержки, в т.ч.			
плата за кредит	210 000	210 000	210 000
реклама	106 500	120 000	150 000
аренда (с учетом ком.платежей и эл. энергии)	120 000	120 000	120 000
ФОТ	414 000	435 000	450 000
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 33%)	136 620	143 550	148 500
ГСМ	54 000	60 000	68 000
Расходы итого	1 158 810	1 229 778	1 315 973,6

Налогообложение учтено в соответствии с федеральным, региональным и местным законодательствами.

Без учета налоговых льгот планируется выплачивать следующие налоги: УСН = (доходы)*6%

Таблица 16 – Налоги, руб.

Показатели	2017 г	2018 г	2019 г
Выручка от реализации	1 961 500	2 353 800	2 824 560
УСН (6%)	117 690	141 228	169 473,6

4.3 Финансовые показатели бизнес-плана

Результаты финансовой деятельности характеризуются обобщенными показателями, приведенными в таблице 17

Таблица 17 - Основные показатели финансовой деятельности, руб.

Показатели	2017 г	2018 г	2019 г
Выручка от реализации	1 961 500	2 353 800	2 824 560
Расходы	1 041 120	1 088 550	1 146 500
УСН (6%)	117 690	141 228	169 473,6
Чистая прибыль	802 690	1 124 022	1 508 586,4

Представим данные таблицы в виде графика (рис. 6)

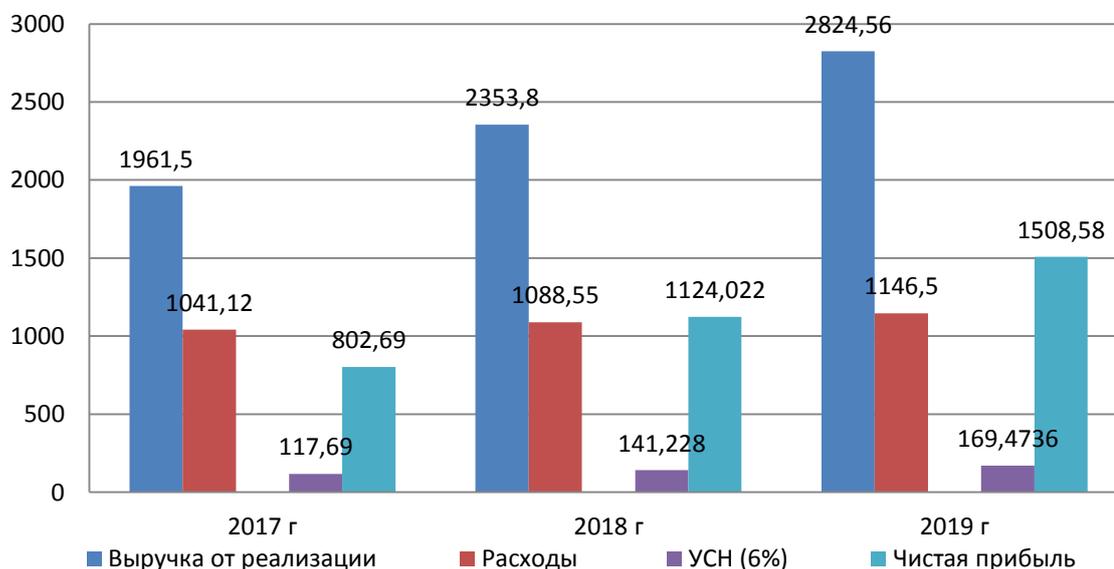


Рисунок 6 - Основные показатели финансовой деятельности, тыс.руб.

При расчете расходов учтено приблизительное, среднее значение расходов на ГСМ. Автомобиль необходим для поездки. Мы выбрали автомобиль российского производства - «ГАЗель». Автомобиль находится в собственности. Выбор пал на данный автомобиль потому, что он:

- комфортабельный,
- экономичен в плане расхода топлива,
- легок и недорогой в ремонте
- стоит недорого

В дальнейшем планируется выделять деньги из прибыли на обучении персонала, как в плане развития профессиональных навыков, так и улучшения коммуникативных способностей.

Интегральные показатели эффективности проекта представлены в таблице 18

Таблица 18 - Интегральные показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Чистый денежных поток	1 145 099,4
Ставка дисконтирования. (%) – официальная инфляция	12
Период окупаемости, (месяцев)	7
Дисконтированный период окупаемости, (месяцев)	0,7
Чистый приведенный доход, тыс.руб.	643 011
Индекс прибыльности	0,6
Длительность, (месяцев)	0,7

Период расчета интегральных показателей – 12 месяцев.

Определение категорий интегральных показателей:

Период окупаемости - это время, требуемое для покрытия совокупных инвестиций в проект за счет чистого денежного потока, генерируемого проектом (рис. 7.)

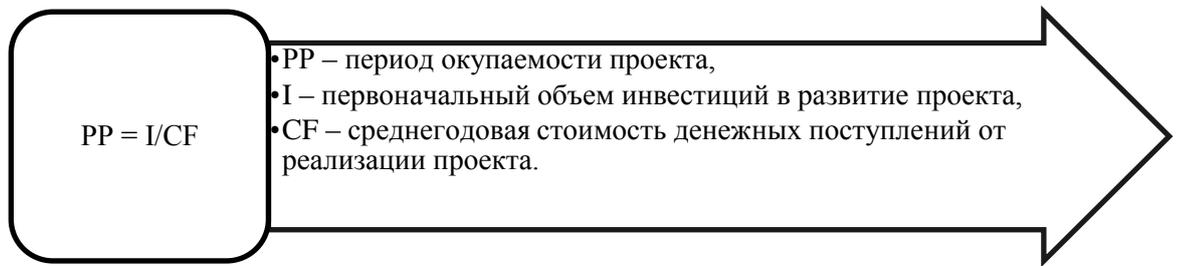


Рисунок 7 - Период окупаемости

Среднегодовая прибыль за 3 года = $(802\,690 + 1\,124\,022 + 1\,508\,586,4) / 3$
 = 1 145 099, 4 руб.

$PP = 761\,280 / 1\,145\,099,4 = 7$ месяцев

Дисконтируемый период окупаемости аналогичен простому периоду окупаемости, но с учетом дисконтирования чистого денежного потока;

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0 \quad (8)$$

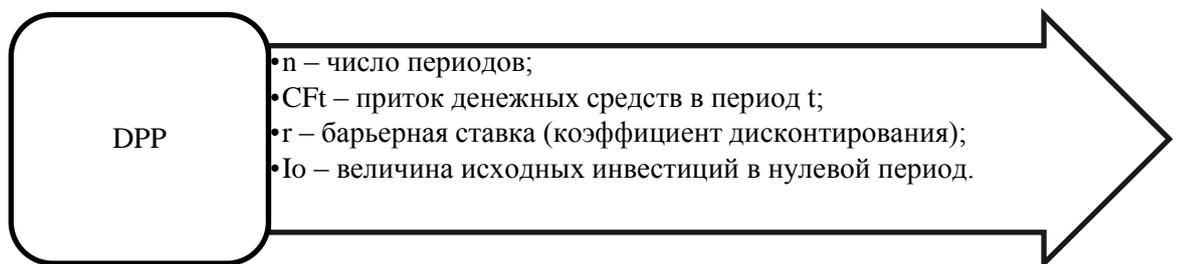


Рисунок 8 - Дисконтированный период окупаемости

0,12 – дисконтируемый показатель, который равен инфляции
 $DPP = 1\,145\,099,4 / (1 + 0,12) = 1\,022\,410$ - что больше суммы инвестиций.

Это значит, что возмещение первоначальных расходов произойдет раньше 1 года.

Дисконтированный период окупаемости = $761\,280 / 1\,022\,410 = 0,7$.

Чистый приведенный доход представляет сумму дисконтированных потоков чистых поступлений за расчетный период;

У него достаточно простая формула (рис. 9.).

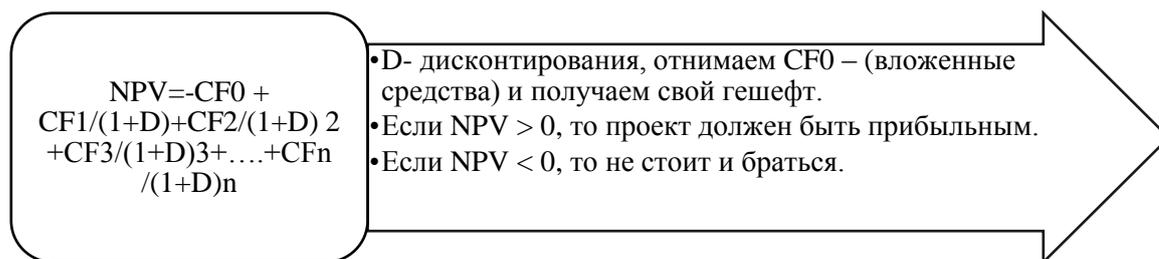


Рисунок 9 - Чистый приведенный доход

Суммируем всю операционную прибыль по месяцам расчета проекта

$$NPV = -761\ 280 + 802\ 690/(1+0.12) + 1\ 124\ 022/(1+0.12)^2 + 1\ 508\ 586,4/(1+0.12)^3 = -761280 + 716687,5 + 896063,5 + 1077561,7 = 1\ 929\ 032,7$$

за 3 года, т.е. за год 643 011 руб. = 643,01 тыс.руб.

Индекс прибыльности

Индекс прибыльности (Profitability Index, PI) рассчитывается по следующей формуле:

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{NCF_i}{(1+r)^i}}{Inv} \quad (9)$$

где NCF_i - чистый денежный поток для i-го периода,

Inv - начальные инвестиции

r - ставка дисконтирования (стоимость капитала, привлеченного для инвестиционного проекта).

$$PI = 643\ 011/(1,12)^3 / 761\ 280 = 0,6.$$

Длительность показывает средний период времени до момента, когда проект начнет давать прибыль: 761 280 / 1 145 099, 4 = 0,7.

Показатель чувствительности проекта представляет собой отношение процентного изменения выбранного показателя эффективности (относительно его базового значения) к изменению на один процент значения воздействующего фактора.

Чувствительность проекта рассмотрен на самом востребованном продукте – оформление банкетного зала (15 000 руб. стоимостью).

Прямые издержки увеличиваются пропорционально увеличению цены сбыта, а вот постоянные издержки остаются на прежнем уровне.

Анализ чувствительности представлен в таблице 19.

Таблица 19 - Анализ чувствительности проекта

	базовая	10%	20%	30%	40%	50%
Цена сбыта	15 000	16 500	18 000	19 500	21 000	22 500
постоянные издержки	436 500	436 500	436 500	436 500	436 500	436 500
переменные издержки	117 690	129 486	141 228	152 997	164 766	176 535
Зарплата персонала	414 000	455 400	496 800	538 200	579 600	621 000
Объем сбыта	1 961 500	2 157 650	1 961 500	1 373 050	1 176 900	980 750

Представим данные таблицы в виде графика (рис. 10)



Рисунок 10 - Анализ чувствительности проекта

Устойчивость проекта к возможным колебаниям объема выпуска и продаж производимой продукции характеризуется точкой безубыточности. Она показывает, до какого уровня может быть снижен объем выпуска продукции по сравнению с предусмотренной в проекте, чтобы предприятие работало без убытков (полные текущие издержки производства не должны превышать текущие доходы от реализации продукции).

Точка безубыточности — минимальный объем производства и реализации продукции, при котором расходы равны доходам. Точку безубыточности можно определить в единицах продукции, в денежном выражении или с учётом ожидаемого размера прибыли.

В однопродуктовом варианте непосредственно выводится значение точки безубыточности, в нашем случае для определения точки безубыточности примем оформление банкетного зала – 15 000 руб.

Примем переменные расходы для оформления 1/3 стоимости, т.е. 5 000 руб.

Формула расчета точки безубыточности в денежном выражении:

$$Тбд = В * З_{\text{пост}} / (В - З_{\text{пер}}) \quad (10)$$

$Тбд = 15\,000 * 436\,500 / (15\,000 - 5\,000) = 654\,750$ руб. – на такую сумму необходимо оказать услуги по оформлению банкетного зала, чтобы достичь точки безубыточности в стоимостном выражении

Формула расчета точки безубыточности в натуральном выражении (в штуках продукции на примере количества оформлений):

$Тбн = З_{\text{пост}} / (Ц - З_{\text{Спер}}) = 436\,500 / (15\,000 - 5\,000) = 44$ шт. – количество оформлений банкетного зала необходимо выполнить, чтобы достичь точки безубыточности в натуральном выражении

ИП могут грозить следующие виды рисков:

- 1 Низкая платежеспособность из-за кризиса
- 2 Повышение конкуренции

Но от данных рисков можно застраховаться за счет индивидуального подхода, уникальности услуг, а также можно разработать бонусную программу накопления денежных средств на карте клиента, которыми можно будет рассчитываться за оказанные услуги – сегодня это очень актуально, а также устраивая постоянные акции.

Вывод: реализация данного проекта является эффективным вложением финансовых средств. Принятая организационно-финансовая схема обеспечивает эффективную реализацию проекта и его стабильное финансовое состояние. Период окупаемости – 7 месяцев.

Проект является устойчивым к возможным колебаниям объема и цен реализации продукции, уровню издержек и инфляции. Реализация проекта обеспечивает устойчивую прибыль.

5 Социальная ответственность

5.1 Описание рабочего места

Объектом исследования является рабочее место декоратора свадебного агентства «Хэппи», открываемой индивидуальным предпринимателем

Параметры студии: ширина - 4м, длина - 16м, высота помещения - 3м. В кабинете 4 окна. Потолок белого цвета, стены помещения оштукатурены и покрашены, стены неровные для того, чтобы звук по помещению «не гулял». Освещение рабочего места: естественное (боковое, одностороннее) и общее искусственное – 2 лампы накаливания напряжением 220В, мощностью 150Вт.

Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности.

Освещение осуществляется 2 светильниками, типа Универсаль, мощностью 500 Вт, расположенными в линию. Имеется 4 окна со светлыми шторами. Прогревается административное помещение с помощью центрального отопления. На данном рабочем месте имеется один компьютер, два принтера, один ксерокс. Основные параметры микроклимата кабинета представлены на рис. 11.

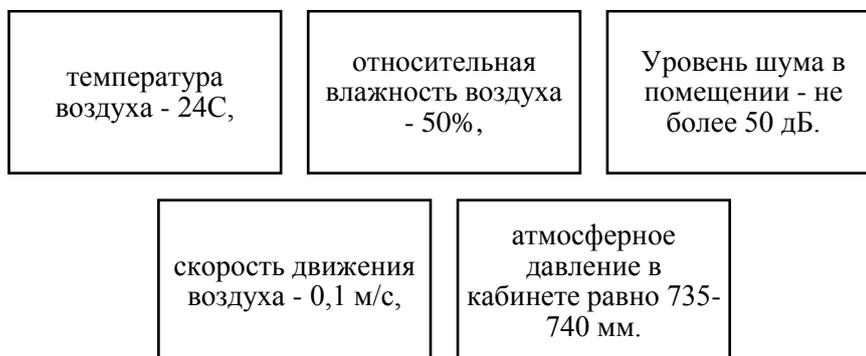


Рисунок 11- Основные параметры микроклимата кабинета

Измерил: филиал ФГУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Кемеровской области» в городе Юрге и Юргинском районе. Аккредитованный испытательный лабораторный центр. Документ: Протокол №215 лабораторных исследований физических факторов окружающей среды от 25.05.2009г.

Профессиональная работа занимает большую часть времени жизнедеятельности работника. Осуществляется она в условиях определенной производственной среды. Та, в свою очередь, при несоблюдении установленных нормативных требований способна неблагоприятно повлиять на работоспособность человека, а также на его здоровье.

Производственный интерьер должен иметь рациональное цветовое оформление, так как цвет является действенным фактором улучшения условий труда персонала. Напомним, что цвета воздействуют на человека различным образом: либо успокаивают, либо раздражают.

Поддерживается рациональная гамма в производственных помещениях посредством правильного выбора осветительных установок с необходимым световым спектром.

В качестве улучшения цветового интерьера рабочего кабинета на окна были повешены занавески зеленого цвета, что позволяет снимать физическое напряжение с глаз и успокаивает пульс, по периметру всего кабинета расставлены комнатные растения.

Производственная среда - это часть окружающей среды, которая включает в себя факторы климата и природные факторы и условия, связанные с деятельностью работника в зависимости от профессии. К последним относят газ, токсичные пары, шум, пыль, вибрацию, ионизирующие излучения и др. Принято классифицировать их как вредные и опасные для здоровья человека факторы.

Что касается микроклимата, то в данном помещении его параметры соответствуют требуемым. Хорошо налажена система вентиляции, имеется

кондиционер, открываются окна. Параметры микроклимата влияют на тепловое самочувствие работника и на его работоспособность.

Поэтому в холодный период года в помещениях температура в зависимости от тяжести работ должна составлять от 14 до 21°C, в теплый этот интервал - от 17 до 25°C.

На процесс проникновения кислорода в кровь влияет атмосферное давление. Его отклонение от нормы вызывает затруднение дыхания и увеличивает нагрузку на сердечно-сосудистую систему. При понижении атмосферного давления уменьшается диффузия кислорода в крови, что может привести к кислородному голоданию - гипоксии. Ее основными признаками являются: головокружение, головная боль, замедленные реакции, нарушение работы органов зрения и слуха, нарушение обмена веществ.

На данном рабочем месте наблюдается допустимый уровень шума, который, в первую очередь, вызван работой процессоров, принтеров и ксерокса.

Шум представляет собой совокупность периодических звуков, имеющих разную интенсивность и частоту (дребезжание, шелест, визг, скрип и т.д.). С точки зрения физиологии шум - это любой неблагоприятный звук. Его длительное воздействие на организм может способствовать такому профзаболеванию, как, например, «шумовая болезнь».

Такой неблагоприятный фактор, как пыль, также находится в пределах нормы. Производственная пыль - взвешенные твердые частицы, находящиеся в воздухе и накапливающиеся в организме человека при несоблюдении определенных правил. Размеры частиц - от нескольких десятков до долей мкм.

Пыль неблагоприятно воздействует на организм человека и может вызвать ряд заболеваний. Среди таких специфических заболеваний - пневмокониозы, аллергии, неспецифических - хронические заболевания органов дыхания, заболевание кожи, глаз, пылевые поражения.

Условия работы ухудшает недостаток естественного света. Он способствует развитию «солнечного голодания», которое снижает устойчивость организма человека к воздействию вредных факторов бактериальной, химической и физической природы, к стрессам.

ПЭВМ должны быть расположены боковой стороной к световым проемам, а также должно быть заземление. Температура воздуха в помещении должна быть 21-25 С, относительная влажность 40-60%.

Высота рабочей поверхности стола для пользователей регулируется в интервале 680-800 мм (для взрослых); при невозможности регулирования она составляет 725 мм. Рабочий стол обязан иметь параметры представленные на рис. 12.

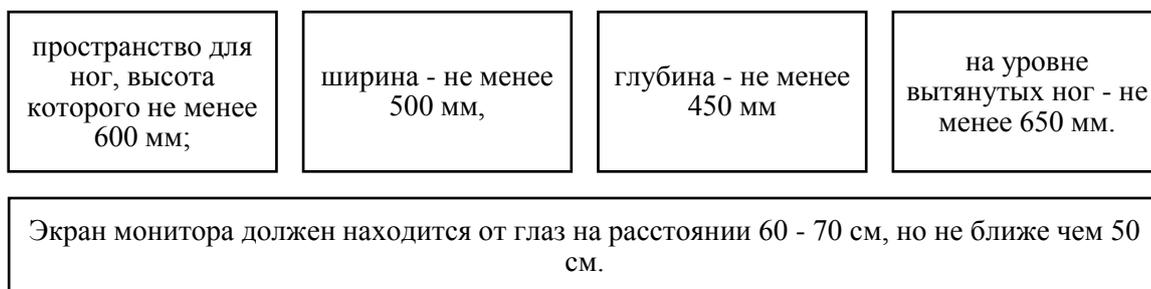


Рисунок 12 - Параметры рабочего стола

Рабочее место оснащается подставкой для ног: ее ширина - не менее 300 мм, глубина - не менее 400 мм. Регулировка по высоте обеспечивается в пределах до 150 мм, по углу наклона ее опорной поверхности - до 20 градусов. Поверхность подставки предпочтительно рифленая, имеет бортик по переднему краю 10 мм.

Клавиатуру рекомендуют размещать на столе на расстоянии 100-300 мм от края, обращенного к оператору, также на специальной, регулируемой поверхности, отдельной от столешницы.

Производственный микроклимат - это климат внутренней среды производственных помещений. Он воздействует на человека посредством

влажности, температуры и скорости движения воздуха, а также температуры поверхностей, находящихся в рабочей зоне.

Гигиеническое нормирование параметров микроклимата устанавливает система стандартов безопасности труда ГОСТ 12.1.005 - 88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».

По этому ГОСТу в рабочей зоне производственного помещения устанавливаются оптимальные и допустимые микроклиматические условия. Оптимальные - определены для всей рабочей зоны, а допустимые условия устанавливаются отдельно для непостоянных и постоянных рабочих мест - в случаях, когда по техническим, технологическим, экономическим факторам нет возможности создать условия согласно оптимальным нормам.

В холодный период года проводится обогрев помещения системой центрального отопления. Таким образом температура составляет от 22 до 24 С°, что соответствует нормам.

В теплый период года температура в помещении составляет от 22 до 24 С°, что также соответствует допустимым параметрам. Относительная влажность (в теплый период года от 40 до 60 %, в холодный от 40 до 60 %) и скорость движения воздуха (0,1 м/с) соответствуют нормам в течение всего года. Оптимальные и допустимые нормы микроклимата для помещений с ПЭВМ для категории работ 1а представлены на рис. 13.

<p>допустимые</p> <ul style="list-style-type: none">• Холодный Температура воздуха, С 21-25 Относительная влажность 75% Скорость движения воздуха 0,1 м/с• Теплый Температура воздуха, С 22-28 Относительная влажность 55% Скорость движения воздуха 0,1-0,2 м/с	<p>оптимальные</p> <ul style="list-style-type: none">• Холодный Температура воздуха, С 22-24 Относительная влажность 50% Скорость движения воздуха 0,1 м/с• Теплый Температура воздуха, С 22-25 Относительная влажность 50% Скорость движения воздуха 0,1 м/с
---	--

Рисунок 13 - Оптимальные и допустимые нормы микроклимата для помещений с ПЭВМ

Основной вред для здоровья работников-пользователей ПК (и для лиц, находящихся вблизи компьютеров) - электромагнитное излучение диапазоном 20 Гц-400 кГц, которое создается отклоняющей системой видеомонитора и кинескопа. Наибольшее влияние ЭМИ оказывают на иммунную, нервную, эндокринную и половую систему.

Еще одним вредным фактором при работе с компьютеров является – нагрузка на глаза и на глазное яблоко.

Вокруг видеомонитора компьютера создается электромагнитное поле низкой и высокой частоты. Это способствует возникновению электростатического поля вокруг него, что влияет на развитие клеток организма, повышает вероятность появления катаракты. Отметим, что для снижения низкочастотной электрической составляющей электромагнитного поля видеомонитора необходимо заземление компьютера.

При расчете искусственного освещения возникает необходимость решения одной из двух задач (рис. 14).

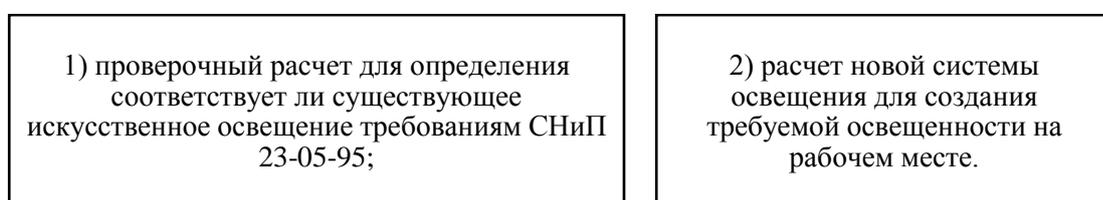


Рисунок 14 - Задачи освещения рабочего места

Выбираем общую систему освещения, т.к. работа производится по всей площади, и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков.

Источниками света будут являться лампы накаливания, т.к. это помещение предназначено для постоянного пребывания людей, тем более в это помещение не подходят люминесцентные и ртутные лампы, поскольку высота помещения 3 метра.

Освещенность выбираем из СНиП 23–05–95 (рис. 15).

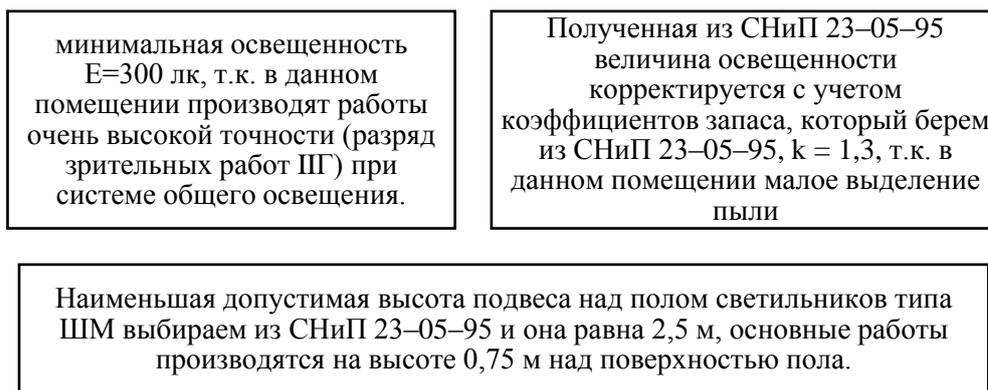


Рисунок 15- Параметры освещенности,

Таким образом, $h = 2,5 - 0,75 = 1,75$ м. Выбираем значение $\lambda = 2,3$ из СНиП 23–05–95.

Исходя из расчетов, количество светильников должно быть в данном помещении равно 2.

План помещения с указанным на нем расположением светильников представлен на рисунке 16.

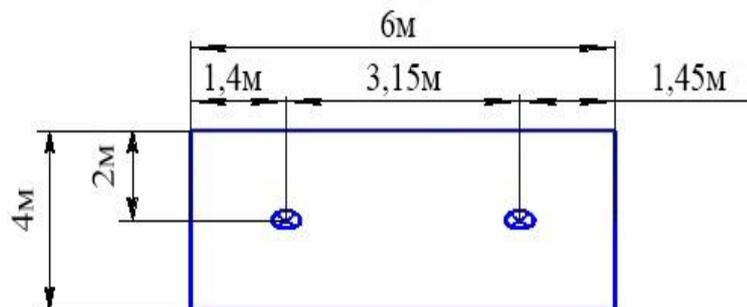


Рисунок 16 - План помещения

Освещение осуществляется 2 светильниками, типа Универсаль, мощностью 500 Вт, расположенными в линию. Имеется 4 окна со светлыми шторами.

Нормирование естественного и искусственного освещения проводится согласно строительным нормам и правилам (СНиП 23-05-95) в соответствии с характером зрительной работы, системой освещения, фоном, контрастом его с объектом.

Величина светового потока лампы определяется по формуле:

$$\Phi = \frac{E \cdot k \cdot S \cdot Z}{n \cdot \eta}, \quad (11)$$

Индекс помещения определяется по формуле:

$$i = \frac{S}{h \cdot (A + B)}, \quad (12)$$

Коэффициенты отражения стен и потолка $\rho_c=30\%$ и $\rho_n=50\%$ оцениваются субъективно из СНиП 23–05–95.

$$i = \frac{24}{1,75 \cdot (4 + 6)} = 1,37 \quad (13)$$

$$\phi = \frac{300 \cdot 1,3 \cdot 24 \cdot 2,2}{2 \cdot 0,23} = 14765,21 \text{ лм}, \quad (14)$$

<p>Φ – световой поток каждой из ламп, лм;</p>	<p>$E = 300$ - минимальная освещенность, лк;</p>	<p>$k = 1,3$ - коэффициент запаса;</p>	<p>$S = 24$ м² - площадь помещения, м²;</p>
<p>$n = 2$ - число ламп в помещении;</p>	<p>$0,23$- коэффициент использования светового потока (в долях единицы);</p>	<p>$Z = 2,2$ - коэффициент неравномерности освещения</p>	<p>$S = 24$ - площадь помещения, м²;</p>
<p>$h = 1,75$ - высота подвеса светильников над рабочей поверхностью, м;</p>		<p>$A = 4, B = 6$ - стороны помещения, м.</p>	

Рисунок 17 - Расшифровка значений в формулах

Из СНиП 23–05–95 выбираем ближайшую по мощности стандартную лампу.

Мощность лампы получается равной 700 Вт.

Таким образом, система общего освещения договорного бюро должна состоять из 2 светильников типа ШМ с лампами накаливания мощностью 700 Вт, 2 светильника в одном ряду. В настоящее время в помещении

имеется 4 лампы накаливания мощностью 150Вт, которые расположены в 2 ряда по 2 лампы накаливания.

5.2 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производённой среды в следующей последовательности

Опасные - факторы, вызывающие при определенных условиях острое нарушение здоровья, приводящие к гибели организма. Вредные факторы отрицательно влияют на работоспособность или вызывают профессиональные заболевания и др. негативные последствия.

Степень опасности развития пожара определяется Строительными нормами и правилами СНиП 2.04.09 - 84. По данным нормам здания управлений имеют пожарную нагрузку до 200 МДж·м⁻². Присутствуют такие средства пожаротушения, как внутренний пожарный водопровод, ручной и передвижной огнетушитель, специальный щит, на котором размещается простейший ручной инвентарь (ведра, топоры, лопаты, ломы и т.д.).

Электронасыщенность, характерная для современного производства, создает электрическую опасность для работников. Ее источники - электрические сети, вычислительная и организационная техника, работающая на электричестве. Электрический ток производит на организм человека термическое, электрическое, механическое, а также биологическое действия.

Для термического действия тока характерны электрические ожоги тела, ток по пути своего прохождения вызывает нагрев органов до высоких температур, что приводит к функциональным расстройствам в организме. Электрическое действие определяется разложением органической жидкости - крови, в результате этого воздействия нарушается ее физико-химический состав.

Присутствуют такие средства пожаротушения, как внутренний пожарный водопровод, ручной и передвижной огнетушитель, специальный щит, на котором размещается простейший ручной инвентарь (ведра, топоры, лопаты, ломы и т.д.).

5.3 Охрана окружающей среды

На окружающую среду кабинет воздействия не имеет, т.е. нет:

- селитебной зоны;
- выбросов в атмосферу;
- сбросов в гидросферу;
- отходов в литосферу.

5.4 Защита в чрезвычайных ситуациях

Параметрами пожароопасности и количеством веществ и материалов, применяемых в техпроцессах, конструкцией определяется пожаровзрывоопасность производства. Основные причины пожаров на производстве: нарушение технологического режима оборудования, неисправность электрооборудования, плохая подготовка оборудования к ремонту, самовозгорание различных материалов.

Под землетрясением понимают колебания грунта. Интенсивность землетрясения определяется по факторам, представленными на рис. 18.



Рисунок 18 - Факторы интенсивности землетрясения

Последствия землетрясения - это повреждение искусственных сооружений, нанесение морального и материального вреда, оказывает психологическое влияние на общество.

Воздействие электромагнитных полей (ЭМП). В нашем случае источниками ЭМП являются компьютеры. Длительное действие ЭМП промышленной частоты приводит к расстройствам: головной боли, бессоннице, вялости, ухудшению памяти и т.д.

В связи с этим время нахождения в зоне воздействия ЭМП, которое создается токами промышленной частоты напряжением выше 400 кВ, следует ограничивать.

Огнестойкость здания определяет огнестойкость его конструкций в соответствии с СНиП 21-01-97, (рис. 19)

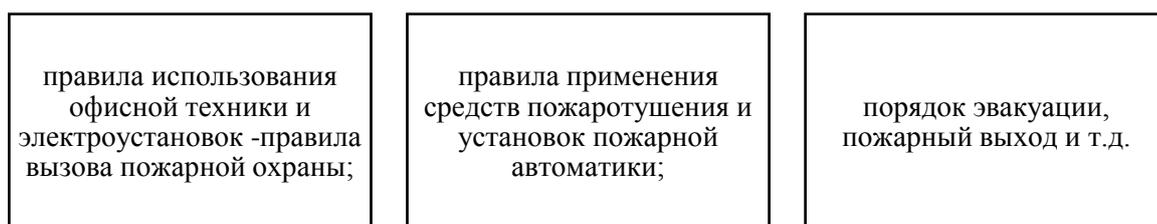


Рисунок 19 - Структура противопожарного инструктажа в соответствии с Федеральным законом «О противопожарной безопасности»

Для эвакуации людей при пожаре имеется эвакуационный выход. Удаление дыма из горящего помещения производится через оконные проемы.

Общие требования к пожарной безопасности по ГОСТ 12.1.004-85.

Степень стойкости здания, а так же конструктивная и функциональная пожарная опасность регламентирует СНиП 21-01-97.

Требования к системам противопожарного водоснабжения по СНиП 2.04.02-84 Водоснабжение. Наружные сети и сооружения.

Также предусмотрены ящики с песком, щит с противопожарным инструментом.

Первичными средствами пожаротушения могут послужить ручные огнетушители типа: газовые углекислотные ОУ-5 и ОУ-8.

Под землетрясением понимают колебания грунта. Волны, которые вызывает земля, называются сейсмическими. Источник естественных землетрясений часто определяют в качестве точки, от которой расходятся сейсмические волны, несмотря на то, что источник занимает определенный объем горных пород, Она и есть - фокус землетрясения. Эпицентром землетрясения называют точку на земной поверхности, расположенную непосредственно над ним.

В случае возникновения подобных ситуаций необходимо использовать меры защиты, представленные на рис. 20.

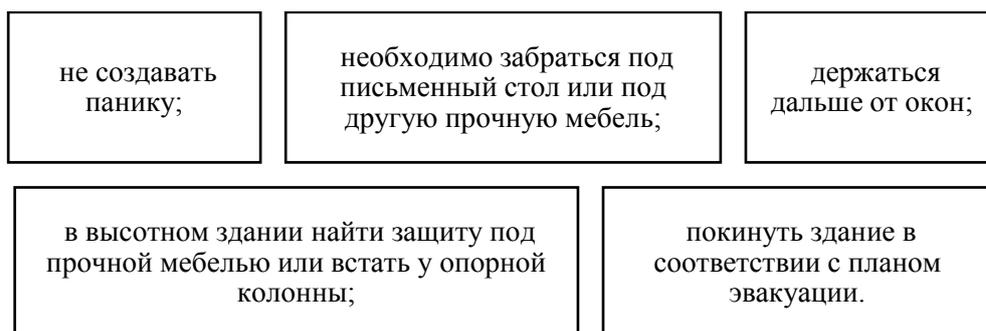


Рисунок 20 - Меры защиты при землетрясении

Здания, имеющие кладки А и В, подвержены разрушениям с 10 баллов, С и Д - с 9.

5.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Оптимальные параметры микроклимата при работе с ПЭВМ регламентируются СанПиН 2.2.4.548-96 «Гигиенические требования к

микроклимату производственных помещений», утвержденные постановлением Госкомсанэпиднадзора РФ от 1 октября 1996 г. N 21.

Согласно данных таблицы можно сделать вывод, что основные параметры микроклимата соответствуют утвержденным СанПиН 2.2.4.548-96.

Согласно п.4.10 СанПиН 2.2.4.548-96 помещения с ПЭВМ должны оборудоваться системами отопления, кондиционирования воздуха или эффективной приточно-вытяжной вентиляцией.

Помещения с ПЭВМ должны быть оснащены аптечкой первой помощи и углекислотными огнетушителями (согласно СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03).

Вывод: автором рассматривается административное помещение можно сказать, что для трудящихся в нем людей вредными и опасными факторами могут являться: недостаточная освещенность, ненормативные параметры микроклимата, электрический ток, запыленность воздуха, опасность возникновения пожаров, неправильное цветовое оформление интерьера рабочего помещения, землетрясение, нервные или психологические факторы.

Уровень шума нашего кабинета составляет не более 50 дБ. Это говорит о том, что реальный показатель соответствует нормативному, следовательно, никакой дополнительной защиты от шума не нужно.

В роли защитных устройств в нашем случае используется специальные шумопоглощающие приспособления.

Мероприятия по борьбе с пылью осуществляются согласно установленным критериям гигиенического нормирования. Следование утвержденным ГОСТом предельно допустимым концентрациям (ПДК), не превышение их - основополагающее требование при осуществлении предупредительного, также текущего санитарного надзоров.

Так как в данном помещении выделение пыли небольшое, то средствами защиты от ее вредного влияния может служить следующее: своевременная очистка помещения от пыли; применение общей и местной вытяжной вентиляции.

В целом рассмотренное помещение соответствует требованиям безопасности практически по всем параметрам.

По возможности можно предусмотреть в помещении (его бытовая часть) место для размещения щита со средствами пожаротушения.

Основное внимание необходимо уделить регламентации времени при работе на компьютере и по возможности придерживаться данного регламента.

Заключение

В результате анализа теоретических основ разработки бизнес-плана, можно сделать вывод, что:

- бизнес-план – это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств и изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

- в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании. Бизнес-план является документом как для внутреннего так и для внешнего пользования, нередко его используют в качестве рекламы, где отражены все преимущества и недостатки предприятия.

- бизнес- план это целевой документ, который содержит систему расчетов, технических и экономических обоснований. Он позволяет кроме всего прочего выявить и проблемы предприятия и наметить пути их преодоления как собственными силами, так и с помощью стороны. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

В результате разработки бизнес-плана для свадебного агентства, сделан вывод, что:

- агентство открывается в нежилом помещении, которое берется в аренду;

- численность персонала – 1 декоратор, 1 помощник декоратора, 1 индивидуальный предприниматель;

- предоставляемые услуги – организация выездной регистрации, оформление банкетного зала, оформление фотозоны и т.д. Цель создания – удовлетворение потребности населения;

- у агентства есть большое преимущество – отсутствие конкуренции во многих услугах, а также их уникальность. Также планируется большая рекламная компания, где будут задействованы современные инструменты рекламы, которые на сегодняшний день эффективны и стоят небольших денег. Персонал будет набираться из людей, которые имеют уже какие-либо навыки в данной сфере работы.

При расчёте эффективности инвестирования в разработанном бизнес-плане сделан вывод. Что:

- период окупаемости равен 7 месяцам, чистый приведенный доход – 643 011 руб., индекс прибыльности – 0,6

- точка безубыточности в денежном выражении = 654 750 руб. – на такую сумму необходимо оказать услуг по оформлению банкетного зала, чтобы достичь точки безубыточности в стоимостном выражении. Точка безубыточности в натуральном выражении 44 шт. – количество оформлений банкетного зала необходимо выполнить, чтобы достичь точки безубыточности в натуральном выражении.

Вывод: реализация данного проекта является эффективным вложением финансовых средств. Принятая организационно-финансовая схема обеспечивает эффективную реализацию проекта и его стабильное финансовое состояние. Проект является устойчивым к возможным колебаниям объема и цен реализации продукции, уровню издержек и инфляции. Реализация проекта обеспечивает устойчивую прибыль. Услуги, оказываемые свадебным агентством, спрос на услуги очень высокий, так как сегодня практически нет подобных свадебных агентств с таким перечнем услуг, которые предполагает наше агентство. В мегаполисах это развито, но в маленьких городах нет. Поэтому такой проект является прибыльным.

Список использованных источников

- 1 Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы [Текст] Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
- 2 Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы [Текст] Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2010. - 288 с.
- 3 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: [Текст] Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
- 4 Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: [Текст] Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
- 5 Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: [Текст] Учебное пособие / В.П. Буров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.
- 6 Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: [Текст] Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
- 7 Волков, А.С. Бизнес-планирование: [Текст] Учебное пособие / А.С. Волков. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 81 с.
- 8 Гладкий, А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере [Текст] / А.А. Гладкий. - М.: Рид Групп, 2012. - 240 с.
- 9 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие [Текст] / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
- 10 Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана [Текст] / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2011. - 592 с.
- 11 Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров [Текст] / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2013. - 432 с.

- 12 Куницына, Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке: Учебное пособие [Текст] / Н.Н. Куницына. - М.: Магистр, 2009. - 383 с.
- 13 Лопарева, А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс [Текст] / А.М. Лопарева. - М.: Форум, 2011. - 176 с.
- 14 Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. [Текст] / В. Лосев. - М.: Вильямс, 2013. - 208 с.
- 15 Любанова, Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие [Текст] / Т.П. Любанова. - М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2008. - 408 с.
- 16 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с.
- 17 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок [Текст] / Е.Р. Орлова. - М.: Омега-Л, 2013. - 168 с.
- 18 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник [Текст] / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2013. - 284 с.
- 19 Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: [Текст] Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.
- 20 Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
- 21 Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами [Текст] / Е.Н. Станиславчик. - М.: Ось-89, 2009. - 128 с.
- 22 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения [Текст] / Н.Д. Стрекалова. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.

- 23 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие [Текст] / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 24 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании [Текст] / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
- 25 Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями [Текст] / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.
- 26 Сборник бизнес-планов: практическое пособие [Текст] / ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.
- 27 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации. [Текст] - М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
- 28 Уткин, Э.А. Бизнес-план компании[Текст] / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
- 29 Черняк, В.З. Бизнес планирование: [Текст] Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 470 с.
- 30 Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб.пособие[Текст] / Д. А. Шевчук. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 208 с.