

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/20251>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА 6

1.1 Понятие и сущность бизнес-плана 6

1.2 Основные методики бизнес-планирования 24

2 АНАЛИЗ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА АВТОЗАПЧАСТЕЙ 32

2.1 Сущность идеи по открытию магазина автозапчастей 32

2.2 Анализ розничной продажи автозапчастей 35

2.3 Анализ маркетинговых и организационных возможностей 40

3 ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ МАГАЗИНА АВТОЗАПЧАСТЕЙ 57

3.1 Финансовый план и финансовая стратегия 57

3.2 Оценка экономической эффективности открытия магазина автозапчастей 60

3.3 Оценка рисков открытия магазина автозапчастей 62

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 66

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 68

ПРИЛОЖЕНИЕ.....68

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Несмотря на высокую конкуренцию, реализация автозапчастей является выгодным направлением бизнеса, так как данный рынок в России показывает ежегодный рост в 20%.

Открытие магазина с большим ассортиментом товара, как для отечественных, так и иностранных автомобилей в нашем городе будет выгодно и с экономической и с социальной точки зрения. В наше время практически в каждой семье есть автомобиль и (или) мотоцикл, поэтому снабжение необходимыми запчастями просто необходимо. В данном случае наш магазин автозапчастей рассчитан на самое большое количество представляемых моделей (без специализации по запчастям или по конкретным маркам).

Этот бизнес-план описывает создание предприятия торговли, основанного на минимальных вложениях, покупатели которого – обычные автолюбители, которые предпочитают сами производить ремонт, не обращаясь в СТО. Для того чтобы открыть такой магазин автозапчастей, нужно помещение, арендованное или находящееся в собственности, но не менее 50 квадратных метров. Местоположение магазина тоже играет не последнюю роль. Расположить магазин автозапчастей желательно поблизости с гаражным кооперативом, с ТСО, с автомойками, но нужно не забывать о том, чтобы он находился, где присутствует хорошая транспортная развязка и парковка.

Рынок автозапчастей — весьма переменчивая область. Влияние на него оказывают множество внешних и внутренних факторов. Главная задача в управлении магазином автозапчастей — это отслеживание изменений на рынке, изменение и разнообразие предлагаемого ассортимента. Но обязательно нужно учитывать качество предлагаемого товара, и отталкиваясь от него выстроить ценовую политику. Все эти шаги позволяют достойно держаться на этом, очень конкурентоспособном рынке.

Бизнес становится с каждым годом все более привлекательным видом деятельности. Доход магазинов по продаже автозапчастей, в основном, составляет от 20% -110%. Таким образом владелец может заработать за первый год около 3 млн. р.

Эксперты подсчитали, что рынок автозапчастей в России оценивается приблизительно в 52 млрд. дол. Он делится на такие основные сегмента: продажа автозапчастей для европейских, американских, японских, а так же запчастей для российских автомобилей. Существуют фирмы, которые занимаются продажей товара для конкретной марки (например, Toyota, BMW), и есть магазины по продаже запчастей гоночных автомобилей. Конкуренция достаточно высока, но все равно многим игрокам удается удерживаться на плаву, получая при этом неплохую прибыль.

Проблема данной тематики состоит в том, что основная проблема этого рынка – высокий уровень конкуренции. Причем помимо розничных торговых точек, существуют еще и крупные оптовые компании.

Методы исследования – изучение специализированной литературы.

Источники исследования – научные труды, книги и интернет источники.

Цель исследования – изучить и проанализировать разработку бизнес-плана по открытию новой организации (магазин автозапчастей).

Задачи исследования:

- 1) изучить теоретико-методологические основы разработки бизнес-плана;
- 2) совершить анализ рыночных возможностей открытия магазина автозапчастей;
- 3) произвести оценку финансово-экономических показателей бизнес-плана по открытию магазина автозапчастей.

Гипотеза исследования. Даже если по каким-то причинам снизится покупательский спрос на автомобили, то ремонт не уйдёт никуда, востребованность на детали для машин останется актуальной.

Именно поэтому начинающих предпринимателей привлекает автобизнес, как самое доходное дело.

Открытие магазина с деталями для иномарок – это не только постоянное прибыльное дело, но и интересное, увлекательное занятие. Однако к любым начинаниям нужно подходить осторожно и обдуманно.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Понятие и сущность бизнес-плана

Систему планирования в бизнесе условно можно разделить на два вида. Один из них – производственное планирование. Оно охватывает все виды деятельности предприятия. Ко второму относится планирование осуществления конкретного инвестиционного проекта, получившее название бизнес-план. Таким образом, сущность бизнес-планирования определяет успех деятельности по использованию нововведений в производстве.

Бизнес-план является целевым, программным и системным документом, который структурирован на разделы и является системой расчётов, технических и экономических обоснований. Содержит экономические показатели, описывает меры и действия, направленные на то, чтоб достичь основную цель улучшения предпринимательской деятельности.

Что касается бизнес-планирования, то для него отсутствуют нормативные требования. Общеизвестно только мнение о том, что бизнес-планирование состоит в подготовке комплекта документов по осуществлению коммерческого проекта.

Бизнес-план является кратким, точным и достаточно понятным описанием намечаемого бизнеса, на который необходимы определённые инвестиции. Содержание документа должно давать ясный ответ на прогнозируемые перспективы: в нём должны быть рассмотрены все вопросы снабжения сырьём, рабочей силой, финансовыми средствами, предугаданы риски и финансовые результаты.

Цели бизнес-планирования обычно подразделяются на основные и сопутствующие. Главная цель бизнес-планирования, как правило, – это либо создание новых объектов предпринимательской деятельности, либо улучшение условий деятельности действующих. Это представлено на рисунке 1.

Рисунок 1 - Цели бизнес-планов

Целью создания новых предприятий является достижение экономических результатов либо возникновение социальных объектов новой направленности.

В рамках действующих объектов предпринимательства бизнес-планы создаются для осуществления инвестиций и инноваций. Их целью является повышение эффективности коммерческой деятельности, устранение низкой рентабельности, убыточности, возможного банкротства и прочие меры возможного финансового оздоровления.

Для социальных объектов актуальными целями разработки бизнес-планов является расширение перечня новых социальных услуг и улучшение существующих.

Следует различать цели и задачи бизнес планирования. Целью является тот результат, ради достижения которого разрабатывается бизнес-план. Задачами оказываются те проблемы, с решением которых возможно достижение целей.

Комплекс задач, решаемых при разработке бизнес-плана, можно разделить на две группы: стратегические и тактические.

Первые из них связаны с выявлением финансовых источников его формирования. Решается либо задача привлечения инвесторов любой формы собственности и организационно-правовой формы деятельности, либо привлечение средств через эмиссию ценных бумаг.

Текущие задачи связаны с разработкой отдельных разделов плана. Важнейшими из них являются формирование номенклатурных подробностей выпускаемых товаров и услуг, а также разработка тактической и стратегической тактики действия предприятия на рынке:

- Подлежат оценке возможные риски, требующие внесения негативных корректив в создаваемый план.
- Решается задача составления комплекта мероприятий по маркетингу, связанных с изучением рынка, продвижением и стимулированием продаж.
- Оценивается жизнеспособность и устойчивость предприятия в условиях существующей на рынке конкуренции.
- Особый комплекс задач связан с обеспечением финансовой устойчивости предприятия: оцениваются совокупные издержки, уровень их минимизации, а также задача максимизации прибыли.

Параллельно решается задача обеспеченности кадрами необходимой квалификации.

Принято считать, что наличие бизнес-плана обеспечивает выполнение двух важных для предприятия функций: внешней и внутренней. Представители внешнего делового мира получают возможность узнать про сущность и основные аспекты осуществления конкретного предпринимательского нововведения.

Внутренняя функция состоит в том, что бизнес-план становится механизмом самоорганизации, и действует в двух направлениях:

С одной стороны, у предприятия должны быть механизмы стратегического и оперативного руководства его деятельностью. И поскольку бизнес-план сформировал стратегические направления и цели деятельности, то контроль их соблюдения является естественным продолжением управления самим бизнес-планом. Второе направление внутренней функции бизнес-планирования состоит в том, что существование бизнес-плана даёт предприятию механизм анализа и контроля, а также оценки эффективности действий. В бизнес-плане имеются показатели успешности реализации новшества. Отслеживание их выполнения одновременно является механизмом контроля и оценки успешности предприятия в целом.

Следует обратить внимание, что у различных авторов нет общего мнения относительно названия составляющих процесса бизнес-планирования. Одни говорят о стадиях планирования, иные – про этапы.

Можно считать, что на предприятии бизнес-планирование осуществляется в четыре этапа:

- подготовительный;
- разработки плана;
- продвижения на рынок инвестиций;
- реализации.

Отправным моментом любой подготовки к планированию является поиск перспективы развития предприятия, бизнес-идеи. После ее появления начинаются процессы подготовки и разработки плана. В их ходе собирается информация о масштабах предполагаемой деятельности, ставятся внутренние и внешние цели, выявляются возможные инвесторы.

Разработка бизнес-плана предполагает определенную его структуру. Как правило, она включает в себя резюме плана, описания предприятия и его продуктов, сведения об анализе и оценке рынков сбыта продукции.

В любом плане в том или ином виде описывается конкурентная среда и представления о маркетинге в ее условиях. В его структуру входит план производства, а также организационный план. Обязательно включается раздел об оценке рисков, и, наконец, финансовый план.

После окончания разработки бизнес-плана начинается процедура его презентации. Она проводится в процессе переговоров с потенциальными инвесторами и партнёрами. Заинтересованные лица принимают бизнес-план к аудиту.

Как правило, он проводится в шесть этапов, по определённой схеме, и завершается принятием решения об участии в процессе инвестирования.

Этап реализации бизнес-плана длится от момента появления решения про инвестирование, и заканчивается запуском коммерческого производства. Планирование запуска начинается с разработки

соответствующего бюджета и должно осуществляться в соответствии с принятыми принципами разработки плановых документов.

Итак, бизнес-план – это краткое, точное и понятное описание предполагаемого бизнеса, в котором содержатся следующие данные:

- Программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы;
- Сведения о фирме;
- Сведения о товарах/услугах;
- Сведения о производстве товаров;
- Сведения о рынках сбыта и маркетинге;
- Сведения о порядке организации операций и их необходимой эффективности.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором описаны шаги управления и контроля процессов бизнеса, поэтому он является неотъемлемым элементом стратегического планирования.

В ходе процесса бизнес-планирования определяются цели бизнеса и пути их достижения, посредством намеченных и разработанных программ действий. Программа действий в ходе исполнения корректируется и дополняется в соответствии с изменениями внешней среды или в связи с теми или иными событиями. Анализ деятельности крупных организаций показывает, что качественные, точные бизнес-планы вполне могут быть сформированы в российских условиях и дают огромный плюс любой организации, работающей на рынке.

Существует определенная разница между бизнес-планированием в России и за рубежом.

Наша экономика менее стабильна, более склонна к крупным изменениям, скачкам и колебаниям. Поэтому если в европейской и американской практике уже долгие годы используются бизнес-планы, охватывающие 10, 15, 20, а то и 30 лет, то для российских предприятий горизонт планирования обычно не превышает 2-3 лет.

Даже совершенно несведущий в предпринимательстве человек может предположить, что построение работы предприятия должно придерживаться определенных правил и законов. Необходимо поставить четкие цели и определить способы их реализации. Именно для этого разработаны методы бизнес-планирования, которые не позволяют отклониться от намеченного курса.

Корректно составленная стратегия развития предприятия должна иметь возможность ответить на следующие вопросы:

По какому пути будет развиваться компания?

Каковы способы реализации товаров?

Какое будущее принесет предприятию данная идея?

Какие шаги следует предпринять при условии наступления кризиса?

Правильное планирование работы предприятия регламентирует все аспекты внутренней работы, а также анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, и пути их решения. Необходимость данного стратегического плана не оставляет сомнений.

С его помощью можно решить такие вопросы:

- определить направление деятельности компании;
- сформулировать цели, определить тактику и пути их достижения;
- определить товар, производимый предприятием, оценить издержки на его производство;
- выявить наличие в компании нужных специалистов;
- спланировать ход маркетинговых действий;
- оценить финансовые возможности;
- предусмотреть возможные сложности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Артемьева Т.Д., Федоренко А.И. Бизнес-планирование инвестиционных проектов как основа реализации стратегии развития компании. // "Инвестиционный банкинг" - N 3, 4, - 2007 год.
2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2009. — 256 с.
3. Бекетова О.Н., Найденов В.И. Бизнес-планирование. - М.: Эксмо, 2007. — 32 с.
4. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование: конспект лекций. - М.: Эксмо, 2007. — 160 с.
5. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. - М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с
6. Головань С.И., Спиридонов М.А. Бизнес-планирование и инвестирование. Учебник. Ростов н/Д, Феникс,

2008. – 302 с.

7. Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2009. – 320 с.

8. Горфинкель В.Я., Попадюк Т.Г. (ред.) Бизнес-планирование. Учебник. — М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2015. — 296 с.

9. Даниленков В.Л. Бизнес-планирование в АПК. Учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности Экономика и управление на предприятии АПК. г. Калининград, 2007. - 224 с.

10. Короткова И.В. Бизнес-планирование. Учебное пособие. Санкт-Петербургский колледж управления и экономики «Александровский лицей», 2011. - 56 с.

11. Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.

12. Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.- М.: Проспект, 2009. – 216 с.

13. Минко И.С. Бизнес-планирование инновационных проектов. Учеб. пособие. СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2014. – 171 с.

14. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В. А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. — 256 с. — (Профессиональное образование).

15. Морошкин В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. — 256 с.

16. Нефедова И.В. Бизнес-планирование. - М.: Научная книга, 2010 - 96с.

17. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.

18. Пашкина Т.И., Захарова Л.Р., Алчанова Р.Д. Бизнес-планирование предприятия. Учебное пособие. Уфа: Уфимск. гос. академия экономики и сервиса, 2008. – 98 с.

19. Платонова Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А Платонова, Т.В. Харитонова. — М.: Дело и сервис, 2005. – 432 с.

20. Попов В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2009. – 246 с.

21. Просвето Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. — 2-е изд., доп. — М. : Альфа-Пресс, 2008. — 255 с.

22. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 488 с.

23. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. — М.: Омега-Л, 2012. — 310 с.

24. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.

25. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование. Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2012. — 352 с.

26. Суслов Е.Ю., Задорожний А.В. Бизнес-планирование. Конспект лекций. — СПб.: СПбГИЭУ, 2010. — 94 с.

27. Торосян Е.К., Сажнева Л.П., Варзунов А.В. Бизнес-планирование. Учебное пособие. — СПб.: Университет ИТМО, 2015. — 90 с.

28. Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

29. Черняк В.З. Бизнес-планирование. Учебное пособие для студентов вузов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юнити-Дана, 2010. — 591 с.

30. Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / Д. А. Шевчук. — Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 208 с.

31. Бизнес планирование. - <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Biznes-planirovanie.php>

32. О сущности, содержании и осуществлении бизнес – планирования. - <http://vseproip.com/biznes/o-biznese/sushhnost-biznes-planirovaniya.html>

33. Основы бизнес-планирования. Как составить бизнес-план? - <http://ivan-shamaev.ru/basics-of-business-planning-and-business-plan/>

34. Основные разделы бизнес-плана: как ничего не упустить и правильно расставить акценты. - <http://vseproip.com/biznes/biznes-plan/razdely-biznes-plana.html>

35. Разработка эффективной рекламной кампании. - <http://repinabranding.ru/services/reklama>

36. Рынок автозапчастей — 2016: смена приоритетов? - <https://dvizhok.su/business/ryinok-avtozapchastej-2016-smena-prioritetov>

37. Суть бизнес-плана. - <http://www.inventech.ru/lib/finances/finances-0053/>

38. Что в себя включают методы бизнес-планирования. - <http://vseproip.com/biznes/malyi/metody-biznes-planirovaniya.html>

39. Цели и задачи проведения рекламной кампании. - <http://www.reklama-expo.ru/ru/ui/17123/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/20251>