

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/202663>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Коммерция

Введение 3

1 Теоретические и методические аспекты бизнес-планирования при создании коммерческого предприятия 8

1.1 Понятие бизнес-планирования, основные цели, функции и принципы 8

1.2 Содержание бизнес-плана и отличие от других плановых документов 10

2 Организация бизнес-планирования при создании коммерческого предприятия на примере ИП Суворов 16

2.1 Основные показатели предпринимательской деятельности ИП Суворов 16

2.2 Описание процесса бизнес-планирования в ИП Суворов 18

2.3 Характеристика разделов бизнес-плана развития предпринимательской деятельности ИП Суворов 34

3 Оценка эффективности бизнес-проекта и рисков реализации бизнес-плана 47

3.1 Затраты по проекту 47

3.2 Расчет показателей эффективности бизнес-проекта по расширению предпринимательской деятельности 49

3.3 Описание рисков 51

Заключение 56

Список использованных источников 58

Приложение 60

Кроме привлечения инвесторов, бизнес-план способен определить цели и задачи предприятия на определенный период, а также пути и способы достижения этих целей [4].

Приведем варианты цели проекта, которой может быть:

- ☐ определение степени реальности достижения результатов в завершенном проекте или коммерческом предложении;
- ☐ убеждение сотрудников и инвесторов в реальности достижения определенных качественных или количественных показателей проекта;
- ☐ подготовка общественного мнения к проведению акционирования предприятия, при необходимости;
- ☐ определение целесообразности перестройки работы и реорганизации существующей или создания новой фирмы;
- ☐ привлечение внимания инвесторов и т.д.

Согласно мнению И.В. Липсица, бизнес-план представляет собой документ, который [4]:

- ☐ описывает аспекты будущего коммерческого предприятия;
- ☐ анализирует возможные проблемы предприятия;
- ☐ устанавливает способы решения таких проблем.

В конечном итоге, задача бизнес-плана – определить:

- ☐ возможную стоимость проекта;
- ☐ планируемые доходы.

Грамотно составленный бизнес-план позволяет определить:

- ☐ стоимость проекта;
- ☐ доход от проекта;
- ☐ риски проекта.

Согласно зарубежному опыту, предприниматели для успешного развития своего бизнеса обязаны составлять планы:

- ☐ долгосрочный;
- ☐ краткосрочный.

Бизнес-план позволяет грамотно организовать деятельность в следующих сферах:

- ☐ инновационной;
- ☐ хозяйственной;
- ☐ коммерческой;

□ инвестиционной.

Для разработки бизнес-плана необходимы:

□ всесторонняя экономическая оценка проекта;

□ руководство предпринимателя и руководителя проекта.

При составлении бизнес-планов, необходимо сотрудничество как предпринимателей, так и экономистов [4].

Это необходимо особенно для отечественных предприятий старого образца, на которых составлялись планы на периоды: пять лет и один год. Поэтому необходима преемственность опыта разработки планов отечественных предприятий с внесением зарубежного опыта.

1. Запесоцкий А.С. Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития // В сборнике: Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития. 2021. С. 9-11.
2. О пиаре в управлении и управлении пиаром // Управленческое консультирование. 2021. № 3 (147). С. 8-9.
3. Пестова Я.Н. Региональное профессиональное PR-сообщество «Дальневосточная школа PR» как динамический объект // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 5-2 (107). С. 145-150.
4. Савченко Е.А., Макарова Т.П. PR и PR-технологии: сущность, цели, задачи, функции // Образование. Наука. Научные кадры. 2019. № 3. С. 178-180.
5. Савченко Е.А., Макарова Т.П. Подготовка будущих специалистов к овладению PR-технологиями и PR-стратегиями в сфере физической культуры и спорта // В сборнике: Воспитательная работа в образовательной организации: состояние, проблемы, перспективы развития. сборник научных трудов всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Москва, 2020. С. 351-356.
6. Специфика маркетинга в розничной торговле в условиях глобальной нестабильности / Аджарян А.С., Малинская А.И., Забарная Ж.В., Гуторов И.И., Марина К.А., Боначева А.С. // Финансовая экономика. 2021. № 1. С. 111-117.
7. Студенческий проект как способ получения практики по рекламе и PR на примере PR BAR / Ананова В.А., Козина А.А., Матуева Л.К. // В сборнике: современное медиапространство и информационная деятельность МЧС России. сборник трудов секции № 23 XXX Международной научно-практической конференции. Академия гражданской защиты МЧС России. Химки, 2020. С. 80-84.
8. Фейгин Г.Ф. Мировое хозяйство в условиях пандемии covid-19: новые вызовы для сферы услуг // В сборнике: Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития. 2021. С. 29-31.
9. Формирование широко диверсифицированной системы моделей инвестиционной и производственной деятельности предприятий промышленного производства и сферы услуг / Герцекович Д.А., Ларин С.Н., Подлиняев О.Л., Пожидаева Е.А. // Экономика и предпринимательство. 2021. № 1 (126). С. 1126-1133.
10. Хамидиён И.И. Коммуникационные компоненты пр-текста в корпоративных сми таджикистана: сохранение позиций и восприятие информации // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. 2020. № 7. С. 395-399.
11. Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития. 2021.

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/202663>