

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/kursovaya-rabota/350891>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономическая теория

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ 4

1.1 Основные понятие, сущность, структурные элементы бизнес планирования 5

1.2 Международные подходы к бизнес-планированию 11

2 АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ООО «ЛАБИРИНТУМ 20

2.1 Характеристика организации 20

2.2 Направления финансового оздоровления предприятия через бизнес-планирование 27

2.3 Мероприятия по финансовому оздоровлению предприятия 30

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 38

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Основные понятие, сущность, структурные элементы бизнес планирования

Бизнес-план – краткое, конкретное и доступное описание планируемого бизнеса, главнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, который позволяет выбрать наиболее перспективные решения и определить средства рычаги для достижения цели.

Бизнес-план это документ, который позволяет управлять бизнесом, поэтому он является неотъемлемым элементом стратегического планирования и руководством для исполнения и контроля. Главное чтобы бизнес-план был самим процессом планирования и инструментом внутрифирменного управления. Бизнес-план, своего рода документ, который подстраховывает успех предполагаемого бизнеса, он же является и инструментом самообучения.

В связи с кризисными ситуациями и с необходимостью финансового оздоровления, возникает необходимость постоянно контролировать ситуацию на предприятия. Одним из вариантов улучшения контроля является использование бизнес-плана для повышения конкурентоспособности, а также для финансового оздоровления музея.

Целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший или отдаленный периоды, в зависимости от потребностей рынка и возможностей получения необходимых ресурсов.

Задачами бизнес - плана является:

- формулирование долговременных и краткосрочных целей фирмы, стратегии и тактики их достижения;
- определение конкретных направлений деятельности фирмы, целевых рынков и позиции фирмы на этих рынках;
- выборка ассортимента и определение показателей товаров и услуг, которые могут быть предложены фирмой потенциальным потребителям;
- оценка производственных и непроизводственных издержек;
- определение состава маркетинговых мероприятий по стимулированию продаж, изучению рынка, ценообразованию и т.п.;
- оценка финансового положения фирмы и соответствия имеющихся материальных и финансовых ресурсов возможностям достижения поставленных целей и т.д.

Бизнес - план выполняет следующие важные функции, а именно:

- является инструментом, благодаря которому оценка фактических результатов деятельности за определенный период предпринимателем становится проще;
- используется для разработки концепции ведения бизнеса в будущем;
- является рычагом для добывания финансовых ресурсов;
- представляет собой инструмент для осуществления стратегии предприятия.

В рыночной экономике существует большое количество вариаций бизнес-планов, отличающихся по

содержанию, по форме, структуре и т. д. Явные различия можно заметить в рамках вариаций бизнес-планов в зависимости от назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения), по предприятию в целом (новому или действующему) (рис.1.).

Рисунок 1 - Классификация планов по объектам бизнеса

Рассмотрев рисунок 1 можно заметить, что бизнес - план составляется не только в начале развития предприятия, а также для действующего предприятия, с целью его развития и финансового оздоровления. Кроме того, планированию поддаётся не только предприятие в целом, но и отдельные его подразделения. Важно отметить, что выделяются различные структуры бизнес-планов, но приблизительно одинаковым строением обладают все [6].

Основная трактовка бизнеса (резюме) - это информация о планируемом бизнесе и целях, которые стоят перед предпринимателем в начале либо в ходе развития предприятия. Необходимо понимать, что эта информация подаётся в сжатом виде и должна быть легко и быстро читаема.

По сути, концепция является сокращенным вариантом бизнес - плана.

В резюме должны отражаться следующие основные пункты:

- возможности для бизнеса;
- условия инвестирования;
- срок окупаемости проекта;
- важность для предприятия и региона;
- привлекательность бизнеса;
- необходимые финансовые ресурсы (собственные или заемные);
- возможный срок возврата заемных средств;
- ожидаемая прибыль и ее распределение и т.д.

Порядок изложения концепции является не обязательным, но не смотря на это ее нужно начинать с основной цели предлагаемого бизнеса (по обычаю это получение прибыли) и назначения подготавливаемого бизнес - плана. Концепция бизнеса (резюме) создается под конец написания бизнес - плана, но находится в начале.

В пункты, которые описывают ситуацию в настоящее время и дают краткую информацию о предприятии, нужно вложить следующую информацию:

- главные события, которые повлияли на появление идей по бизнес - плану;
- главные условия и проблемы которые стоят перед менеджерами;
- положение на рынке и состояние, которого нужно достигнуть;

Затем в краткой форме прилагается базовая информация о предприятии - дата основания, организационно - правовая форма, юридический адрес, учредители и т.п.

В пункте, который даёт характеристику объекта бизнеса, важно отметить направленность бизнес - плана (продукция, услуги, работы, создание нового предприятия, финансовое оздоровление, развитие действующего).

Кроме того, здесь нужно отметить, необходимость товара для потребителей, его оригинальность. Также желательно дать характеристику функциональным возможностям и особенностям продукции. [8]

В окончании раздела, описываются ключевые факторы, которые определяют успех предлагаемого бизнеса. Анализ рынка и исследования сосредоточены на выявлении сегодняшних потенциальных потребителей услуг и продукции. В этом разделе желательно выявить цели, которые преследует потребитель при покупке: цена, качество, время и точность поставки, сервисное обслуживание и т.п.

Важно произвести сегментацию рынка, выявить размеры и емкость рынков по продукции предприятия. Необходимо сделать анализ того, насколько быстро услуги, продукция укрепятся на рынке и выявить возможности его развития и расширения в перспективе, а также базовые факторы, влияющие на это. Плюс ко всему, немаловажно определить конкурентов, проанализировать и оценить их деятельность. Необходимо выявить и рассмотреть их сильные и слабые стороны.

Также, нужно определить возможный объем продаж в натуральном и денежном эквиваленте. Организационный план разрабатывается только при случае, когда создается новое предприятие. Тут необходимо описать организационную структуру предприятия, где конкретно определяются должностные инструкции ведущих менеджеров, их место в управленческом процессе, и плюс ко всему, определяется то, как будет происходить взаимодействие служб и подразделений. Кроме этого можно указать такие факторы как потребность в рабочей силе, условиях труда, организации оплаты труда и т.п. Подпунктом организационного плана является правовое обеспечение деятельности предприятия, где прилагаются все данные о правовых аспектах деятельности (форма собственности, сведения о регистрации, законодательные ограничения, учредительные документы, патентная защита и т.п.). В части Персонал и управление желательно раскрыть информацию о менеджерах и дать характеристику их управленческим возможностям. Здесь имело бы место разработка штатного расписания.

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / И. Адизес. – СПб.: Питер, 2017. – 384 с.
2. Афанасьев М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирмы / М.П. Афанасьев. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 287 с.
3. Баринов В.А. Бизнес-планирование. Уч. Пособие / В.А. Баринов. – 3-е изд. – М.: Форум, 2019. – 256 с.
4. Берд П. Бизнес-план: Пошаговое руководство / П. Берд. – М.: Гранд-Фаир, 2018. – 304 с.
5. Бухалков М. Внутрифирменное планирование / М. Бухалков. – М.: Дело и сервис, 2018 – 132 с.
6. Гербер М. Малый бизнес: от иллюзии к успеху / М. Гербер – М.: Олимп Бизнес, 2017. – 224 с.
7. Головань С.И. Бизнес-планирование: Учебное пособие / С. И. Головань. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 231 с.
8. Голубков Е.П. Технология принятия управленческих решений / Е. П. Голубков. – М.: Дело и сервис, 2015. – 544 с.
9. Горфинкель В., Швандар В. Малый бизнес. Организация, экономика, управление / В. Горфинкель, В. Швандар. – М.: Юнити, 2019. – 495 с.
10. Долгоруков А. М. Целеполагание в бизнесе / А. М. Долгоруков. – М.: «1С-Паблишинг» - 2018. – 236 с.
11. Дубровин И. Бизнес-планирование на предприятии / И. Дубровин.– М.: Учебные издания для бакалавров, 2019. – 432 с.
12. Иванов Л. Исследование рынка собственными силами. Мастер-класс / Л. Иванов. – СПб.: Питер, 2016. – 144 с.
13. Ким Хэлдман. Управление проектами / Хэлдман Ким. – М.: ДМК, 2018. – 352 с.
14. Лудольф Ф., Лихтенберг С. Бизнес-план. Профессиональная подготовка и убедительная презентация / Ф. Лудольф, С. Лихтенберг. – М.:ОлмаМедиа Групп, 2019. – 208 с.
15. Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: 2018. – 112 с.
16. Маркова В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко. – М.: Проспект, 2019. – 216 с.
17. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. – 256 с.
18. Нэгл Т. Теория и практика ценообразования / Т. Нэгл. – СПб.: Питер, 2020. – 572 с.
19. Петров А. Н. Стратегическое планирование / А. Н. Петров. – СПб.: «Знание», 2086. – 205с.
20. Петухова С.В. Бизнес-планирование / С.В. Петухова. – М.: Омега – Л, 2019. – 236 с.
21. Питер Дж. Патсула. Бизнес-план на 30 дней. Пошаговое руководство по успешному бизнес-планированию и началу собственного бизнеса / Патсула Дж. Питер. – 3-е изд. – М.: Эксмо, 2019. – 507 с.
22. Платонова Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. – М.: Дело и сервис, 2015. – 432 с.
23. Попов В.Н. Бизнес-планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 246 с.
24. Портер М. Конкуренция. Обновленное и расширенное издание / М. Портер. – М.:Вильямс, 2019. – 178 с.
25. Просветов Г. Управление малым бизнесом. Задачи и решения / Г. Просветов. – М.: Альфа-Пресс, 2020. – 320 с.
26. Расиел И., Фрига П. Инструменты McKinsley. Лучшая практика решения бизнес-проблем/ И. Расиел, П. Фрига. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 224 с.
27. Попов В. П., Ляпунов С. И. Сборник бизнес-планов деловых ситуаций (с комментариями и рекомендациями)/В. П. Попов, С. И. Ляпунов. – 4-е изд. – М.:КноРос, 2013.– 149 с.
28. Свиричевский В. Управление малым бизнесом / В. Свиричевский. – М.: Инфра-М, 2020. – 256 с.

29. Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А.Уткин. – М.: Изд-во «ЭКМОС», 2018. – 102 с.

30. Черняк В.З. Бизнес-планирование: Учебник для вузов / В. З. Черняк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 470 с.

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/kurovaya-rabota/350891>