

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/361960>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Финансовый менеджмент

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы обоснования бизнес-планирования

6

1.1. Сущность, цели и задачи бизнес-планирования 6

1.2. Методика составления бизнес-плана 9

1.3. Структура и содержание бизнес-плана 15

1.4. Место бизнес-плана в развитии организации 20

Глава 2. Практика бизнес-планирования в ФГУП «Почта России» 22

2.1. Характеристика предприятия ФГУП «Почта России» 22

2.2. Обоснование бизнес-планирования новых технологий и расчет расходов на них

29

2.3. Расчет денежных поступлений 40

Глава 3. Прогноз основных параметров бизнес-планирования ФГУП «Почта России»

46

3.1. Прогноз доходов и расходов по операционной деятельности 46

3.2. Расчет показателей эффективности деятельности ФГУП «Почта России»

58

Заключение 68

Список использованной литературы 71

Приложения 73

За достаточно длительное время, на протяжении которого используется технология проектного управления, были разработаны различного рода методики и инструменты, которые позволяют руководителям проектов нивелировать различного рода ограничения.

В частности, для нивелирования временных ограничений по проекту применяются такие методы, как построение и контроль календарного графика выполнения работ по проекту.

В целях управления ограничениями денежного характера применяются методы формирования финансовых бюджетов и планов по проекту, а также отслеживания показателей финансового плана и бюджета по мере реализации стадий проекта, в целях соблюдения нормативов затрат.

В целях осуществления работ по проекту необходимым условием выступает их ресурсное обеспечение и использованием методов управления человеческим и материальным капиталом, к примеру, применение матрицы ответственности, диаграмм загрузки ресурсов по проекту и прочее).

Следует также отметить, что из трех перечисленных выше ограничений по проекту наибольшие трудности в контроле возникают именно в организации контроля заданных результатов проекта. Основная трудность состоит в том, что достаточно часто задания трудно, как формулировать, так и контролировать.

Для реализации целей планирования проектов составляется четко структурированный и тщательно подготовленный документ, который описывает цели и задачи проекта, способы их достижения и технико-экономические показатели по проекту. Данный документ называется бизнес-планом инвестиционного проекта.

Бизнес-модель выступает документом, который позволяет управлять проектом, именно поэтому можно сказать, что бизнес-план выступает неотъемлемым элементом стратегического планирования и руководством для исполнения и контроля проекта.

В целом, типовой бизнес-план состоит из следующих основных разделов:

- резюме;
- описание отрасли;
- анализ среды проекта (предприятия);
- план маркетинга;

- план производства;
- организационный план;
- финансовый план.

Данный перечень разделов является типовым и может уточняться и дополняться в зависимости от условий реализации проекта.

При рассмотрении методической и информационно-методической базы разработки бизнес-плана предприятия необходимо также провести расчеты основных показателей его разделов.

Рассмотрим более подробно методические положения основных разделов бизнес-плана, которые представлены в табл. 1.1.

Таблица 1.1 - Методика формирования разделов бизнес-плана

Раздел

бизнес - плана Отражаемые показатели Требуемая информация

1 2 3

1. План маркетинга -Емкость рынка

-Конкурентная среда

-Ценовые стратегии

-Целевые сегменты

-Новизна продукции В этом разделе бизнес-плана описывается стратегия маркетинга, заключающаяся в

-Возможности предприятия в соответствии с ситуацией на рынке.

- Информация о емкости и сегментации рынка;

-Информация о конкурентах на данном рынке сбыта и конкурентной среде

-Информация о сбытовой политике и сбытовой стратегии предприятия

2.План производства -определение поставщиков товаро-материальных ценностей

-схема производственного процесса

-расчет прогнозных объемов производства продукции и

-объемов продаж

-Определение производственной программы нового предприятия, дается подробное описание производственного процесса и точное определение себестоимости производимого продукта.

-Приводится информации о производственном процессе производства продукции; потребности в производственных помещениях, их площади, потребность в земельных участках

-Потребность в оборудовании и материальных ресурсах

-Информация о потребности в средствах на оплату труда

-Информация об планируемых объемах продаж и необходимых инвестициях

-Информация о затратах по статьям затрат на производство продукции

3.Организационный план -Организационно-правовая форма

-Организационный план предприятия

-Организационная структура

-Набор персонала -Обосновывается организационная структура предприятия.

-Информация о взаимодействии, координации и контроле деятельности служб и подразделений нового предприятия

-Информация о потребности в персонале, условиях набора и подготовки кадров, условиях оплаты труда, а также информация о правовых аспектах деятельности нового предприятия (сведения о регистрации, учредительные документы, форма собственности, законодательные ограничения, особенности налогообложения, патентной защиты)

4. Финансовый план -эффективность бизнеса

-планируемый объем выручки

-планируемый объем прибыли

-нахождение точки безубыточности -Обобщающая информация по всем предшествующим материалам разделов бизнес-плана и информация, представляющая их стоимостную оценку.

-Приводится информация о эффективности предлагаемого бизнеса

-Информация о конечных результатах деятельности предприятия

5. План по рискам -финансовые и производственные риски -Приводится информация по оценке опасности того, что цели, поставленные в плане, не могут быть достигнуты полностью или частично.

-Информация о простых рисках, из которых выбираются наиболее важные.

-Информация о финансово- экономических рисках

Резюме содержит краткое изложение основных положений предполагаемого проекта.

В разделе бизнес – плана «Объект и предмет бизнеса» (Описание бизнеса) содержится описание продукции фирмы с позиции потребителей.

В частности, в данном разделе содержится следующая информация:

- потребности, которые удовлетворяет данный товар;
- показатели качества товара;
- основные экономические показатели фирмы;
- внешнее оформление товара фирмы;
- преимущества перед другими аналогичными товарами;
- основные направления совершенствования продукции;
- возможные ключевые факторы успеха товара фирмы.

Основным назначением товара выступает удовлетворение потребностей клиентов. В разделе бизнес – плана «Объект и предмет бизнеса» отражается информация, касающаяся области применения, функциональных особенностей и факторов привлекательности товара [9,с.73].

Основными факторами привлекательности товара выступают его ценность, цена, качество, марка, экологичность, срок службы и прочее.

Показатели качества продукта тесно связаны с его свойствами, в частности, надежность, простота эксплуатации, долговечность и пр.

Формирование отличительных особенностей нового товара от уже существующих на рынке товаров – конкурентов. Проводится описание патентных прав предприятия, имеющихся патентных моделей и товарных знаков.

Отмечается наличие ноу – хау, лицензий, возможности для экспорта продукции. Также, если планируются поставки продукции на экспорт, то должны быть приведены основные показатели, характеризующие экспортную деятельность (страны – экспортеры, валютную выручку, объем реализации).

Если бизнес – план разрабатывается для нового товара, то обязательно необходимо указать, соответствует ли данный товар требованиям новизны:

- отсутствие аналогов на рынке;
- наличие весомого качественного усовершенствования по сравнению с имеющимися на рынке товарами;
- товар, который уже был на рынке, но был усовершенствован настолько, что его качества изменились;
- старый товар, но в новой сфере применения.

Основное предназначение рассматриваемого разделе бизнес – плана состоит в том, чтобы показать потенциальным инвесторам, какими уникальными свойствами обладает товар и что он способен вызвать интерес со стороны потребителей [15,с.162].

При изучении этого раздела бизнес-плана, инвесторы и кредиторы должны сделать для себя вывод о преимуществе потребительных свойств продукции именно данного предприятия, а не другого, понять, чем они отличаются от подобных товаров других производителей. Затем эти товары и услуги уже оцениваются с позиций перспективных продаж, выбора и формирования наиболее оптимальной стратегии маркетинга.

В разделе «Организационный план» отражается стратегия предприятия в области организационной структуры, её совершенствования и определить кадровую политику. Организационный план формируется тогда, когда реализация программы бизнес-плана влечет изменение производственной и управленческой структуры предприятия, например, создание новых цехов, открытие представительств и филиалов и прочее.

План производства и реализации в условиях рынка становится частью плана сбыта предприятия, и он составляется в натуральном и стоимостном выражении.

В разделе «Производственный план» приводится краткое описание технологического процесса оказания услуг или производства продукции и содержатся следующие основные разделы:

- перечень необходимого технологического оборудования и его стоимость;
- стоимость строительно – монтажных и других видов подготовительных работ.

Ключевым разделом бизнес-плана является план маркетинга, на основе которого в дальнейшем будут обоснованы следующие разделы предлагаемой программы развития компании. В этом разделе бизнес-плана представлена стратегия продвижения товара на рынке, анализ ценовой политики, рекламы и методов стимулирования продаж.

На заключительном этапе анализа инвестиционного проекта составляет финансовый раздел, опирающийся на данные всех предыдущих разделов.

Финансовый план содержит основные сведения о наличии финансовых ресурсов, которые необходимы для реализации проекта - собственные и заемные средства [16,с.93].

План по рискам содержит основные сведения о предпринимательских рисках, связанных с созданием нового продукта и выведением его на рынок товаров, а также мероприятия по снижению этих рисков. Таким образом, разрабатывая бизнес-план, предприятие исходит из своей миссии, которая заключается в удовлетворении соответствующих потребностей физических и юридических лиц. На основании вышеизложенного можно отметить, что бизнес - план представляет собой модель инвестиционного проекта, отражающую все его основные стороны и характеристики.

1.3 Структура и содержание бизнес-плана

Бизнес-план представляет собой официальный документ, который оформлен в соответствии с рекомендациями и требованиями потенциальных инвесторов, партнеров по бизнесу и прочих третьих лиц. Для его обоснования аналитикам необходимо собрать большой информационный материал по широкому кругу вопросов о рынках, состоянии отрасли, новых технологиях, оборудовании и прочее. Эти материалы могут иметь самый разнообразный характер, как от простых описаний, формулирования своих идей до расчетов, которые должны быть оформлены в таблицах произвольного вида, постоянно дополняться в процессе работы и использоваться при корректировке официального варианта бизнес-плана. Таким образом, должны обязательно соблюдаться требования основополагающих принципов бизнес-планирования.

Специфика планируемого вида деятельности, размер предприятия и цель бизнес-планирования определяют состав, структуру и объем бизнес-плана компании, организующей новый вид бизнеса. Следует отметить, что, чем крупнее компания, тем сложнее ее функциональная деятельность, тем полнее и обоснованнее должно быть обоснование разделов бизнес-плана. У небольшого предприятия бизнес-план значительно проще по составу, структуре и объему, чем у крупного производства аналогичный план по новому бизнесу [13,с.173].

Кроме того, от размеров предлагаемого рынка сбыта также зависит состав и структура бизнес-плана, влияет на него и количество конкурентов, а также и перспективы роста компании, так как чем рынок сбыта обширнее, тем большее количество его сегментов необходимо изучить. А совокупность большого количества конкурентов требует детального изучения самых опасных, самых крупных из их числа, их реализуемого продукта, что вызывает усложнение структуры бизнес-плана. Для предприятия большое значение имеют те сегменты рынка или наиболее важные конкуренты, которые могут более подробно рассматриваться в особом разделе бизнес-плана, как представляющие наибольшую угрозу для бизнеса. При составлении бизнес-плана фирма ориентируется на следующую его структуру (рис. 1.1).

Рисунок 1.1 - Структура бизнес-плана предприятия

Особое внимание уделяется такому разделу бизнес-плана, как план производства, от эффективной реализации показателей которого зависит стабильное финансовое положение предприятия и его конкурентоспособность на рынке товаров и услуг.

Следует также отметить, что разработка бизнес-плана осуществляется на основе системы технико-экономических показателей, норм и нормативов прочих основополагающих документов компании.

Бизнес-план начинается с титульного листа, затем следует резюме – то есть краткое изложение основных положений предполагаемого бизнеса.

Далее составляются все вышеперечисленные разделы в обозначенном порядке, проводится описание отрасли - анализ текущего состояния и перспектив развития избранной отрасли бизнеса, и формируется проект будущего бизнеса [14,с.148].

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. -М.: Финансы и статистика, 2019.- с 349
2. Банков Н.Д., Русинов Ф.М. Организация и эффективность управления производством. М.: ПРИОР, 2020.- 192 с.
3. Бердникова Т.Б. Бизнес-план. - М.: ИНФРА-М, 2018.-267с.
4. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. -М.: Дашков и К, 2017.-217с.
5. Волков О.И. Экономика предприятия.- М.: ИНФРА-М, 2018. -456с.
6. Зайцев Н.Л. Экономика организации. - М.: Экзамен, 2020. М.: ЮНИТИ, 2019.-395с.
7. Котляров С.А. Управление затратами.- М.: Питер, 2018.-230с.
8. Камаев В.Д. Основы рыночной экономики. М.: Экономика, 2017. - 290 с.
9. Лагин Т.Е. Бизнес-план. М.: Академия, 2019. -185 с.
10. Менеджмент организации. Учебное пособие. Румянцева З.П., Саломатин Н.А. и др. - М.: ИНФРА, 2019. - 432с.
11. Маркарьян Э.А. Методика анализа показателей эффективности производства. - М.: МарТ, 2018.-255с.
12. Организация, планирование и управление деятельностью спортивных организаций: Учеб. для эконом. спец. вузов / Русинов Ф.М. /2-е изд.; перераб. и доп. - М.: Наука, 2017. -335с.
13. Романов А.Н. Маркетинг. М.: Юнити, 2020. - 430 с.
14. Ростовцев А.Д. Эффективность сбытовой деятельности. -М.: ИНФРА-М, 2019. - 155с.
15. Сидорович А.В. Бизнес-планирование. М.: Владос, 2019. - 255 с.
16. Тебекин А.В. Стратегический менеджмент. - М.: Юрайт, 2017.
17. Яценко В.В. Конкуренция сегодня // ЭКО. № 13. 2020. С 5-11.

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/361960>