

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://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Менеджмент

Содержание

1. Малое предпринимательство как субъект экономических отношений 3
 - 1.1. Понятие малого предпринимательства и его роль в экономике 3
 - 1.2. Государственная политика в области регулирования малого предпринимательства 8
2. Бизнес-планирование как инструмент предпринимательской деятельности 17
 - 2.1. Понятие и сущность бизнес-планирования 17
 - 2.2. Структура и последовательность разработки бизнес-плана 21
3. Бизнес план открытия малого предприятия 27
 - 3.1. Резюме проекта 27
 - 3.2. Основная идея проекта 28
 - 3.3. План маркетинга 29
 - 3.4. Организационный план 34
 - 3.5. Производственный план 39
 - 3.6. Финансовый план 43
 - 3.7. Анализ рисков проекта 46
- Заключение 49
- Список использованной литературы 53
- Приложения 56

1. Малое предпринимательство как субъект экономических отношений

1.1. Понятие малого предпринимательства и его роль в экономике

Термин «предпринимательство» появился очень давно, плюс к этому, толкование и взгляды на это понятие менялись и уточнялись вместе с развитием экономической теории.

Эволюция толкования терминов «предприниматель» и «предпринимательство» представлены в Приложении 1. Как видим, большинство толкователей к основным отличительным характеристикам предпринимательства относят наличие риска, инновационного характера деятельности, получение дополнительного дохода и самостоятельность.

Согласно современному российскому законодательству предпринимательская деятельность (или предпринимательство) – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества – продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. [1] Экономическая сущность предпринимательской деятельности заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью удовлетворения явного или потенциального спроса.

Чтобы понять роль малого бизнеса, необходимо иметь четкое представление о том, какое место он занимает в экономике государства и каковы его отличительные особенности. Формирование и развитие рыночных отношений предполагает свободное и равное существование и развитие различных форм собственности и различных секторов в каждой форме собственности. Если мы посмотрим на частный сектор экономики, мы можем поговорить о трех основных группах предприятий, которые в традиционных терминах определяются как крупные, средние и малые предприятия, в зависимости от их размера. Владельцы этих предприятий объединены общим интересом – сохранением, развитием и защитой частной собственности – которые являются общими чертами их поведения во всех отношениях, связанных с имуществом. В то же время предпринимательство в своей массе неоднородно, каждая из этих трех групп

имеет свои внутренние интересы, которые определяют стратегию их экономического поведения, отношение к государству и его политике, к социально-экономическим, политическим и национальным проблемам.

Заключение

Данная работа посвящена вопросам разработки бизнес-плана малого предприятия.

Как показывает мировой опыт, в странах, где малому и среднему предпринимательству принадлежит значительная доля создаваемого национального богатства, имеются и наиболее благоприятные условия для оздоровления экономики.

В результате выхода на рынок малых предприятий возникает здоровая конкуренция, которая приводит к экономическому росту государства. Развитие малого бизнеса создает предпосылки для ускоренного экономического роста, способствует диверсификации и насыщению местных рынков, позволяя вместе с тем компенсировать издержки рыночной экономики (безработица, конъюнктурные колебания, кризисные явления).

Становление малого предпринимательства определяет собой уровень развития экономических отношений, именно малый бизнес обеспечивает рабочие места, снижая тем самым уровень безработицы, а также создает социально-экономические предпосылки для формирования «среднего класса» населения. Малый бизнес способен поглотить (абсорбировать) освобождающиеся ресурсы, тем самым смягчая как проблему незанятости (в частности, проблему безработицы), так и структурный спад, заполняя образующиеся ниши; развитие сектора малого бизнеса важно также и для развития рыночных институтов, формирования конкурентной среды.

В соответствии со стратегией развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года по сравнению с 2014 годом намечено увеличение в 2,5 раза оборота малых и средних предприятий и их доли в валовом внутреннем продукте не менее чем в 1,5 раза.

В связи с этим вопрос об успешной деятельности предприятий малого бизнеса в России в условиях конкурентной среды особо актуален.

В отличие от США, доля малого бизнеса в РФ до сих пор недостаточна для успешного осуществления экономической деятельности.

формы государственной поддержки малого бизнеса подразделяются на прямые и косвенные методы. Механизм прямых мер предусматривает такие основные формы, как предоставление субсидий и займов, формирование государственных фондов, создание специальных финансовых институтов. Мероприятия косвенного влияния включают: налоговые скидки (или полное увольнение от других налогов); налоговые льготы, ускоренную амортизацию.

В настоящий момент в РФ официально утверждены 6 режимов налогообложения: 5 специальных и 1 общий. Дополнительная поддержка малого бизнеса выражается в наличии специальных привилегий и льгот.

Открытию предприятия малого бизнеса предшествует разработка бизнес-плана.

Метод бизнес-планирования представляет собой методологию планирования деятельности, в которой можно отслеживать изменения условий производства и продажи одного продукта на каждом этапе его жизненного цикла.

Бизнес-план – это специфический плановый документ, в котором отображены организационно-финансовые мероприятия для обеспечения производства отдельных видов товаров, работ, услуг.

Основная цель бизнес-плана – сформулировать основную концепцию развития предприятия, т.е. спланировать производственную, экономическую, финансовую, сбытовую, социальную и экологическую деятельность в строгом соответствии с потребностями целевого рынка и реальными возможностями приобретения необходимых видов ресурсов.

Структура бизнес-плана имеет определенный порядок и обычно содержит от семи до десяти разделов.

Бизнес-план дает объективное представление о стратегии и тактике развития производства и организации производственной деятельности, способах продвижения товара на рынок, прогнозирует цены, будущую прибыль, основные финансово-экономические результаты деятельности предприятия и вместе с тем определяет так называемые зоны риска, предлагает пути снижения этих рисков или, по крайней мере, их влияние на будущую прибыль.

В практической главе данной работы нами был разработан бизнес-план для открытия малого предприятия - праздничного агентства «Хэппи чоклат».

Отличительная особенность «Хэппи чоклат» – это принадлежность к особому сегменту рынка праздничных мероприятий- «Food and Fun». Все, что является результатом шоу и мастер-классов, съедобно и очень

вкусно. Это те лакомства, которые всей душой любит каждый человек – шоколад, фрукты, венские вафли и ароматные блины.

Компания ориентирована на работу как с частными лицами, так и с организациями. Кроме того, «съедобные» шоу-программы «Хэппи чоклат» могут пользоваться спросом на массовых городских мероприятиях.

Уникальное предложение компании «Хэппи чоклат» заключается в широком ассортименте предлагаемых услуг, который позволяет охватить большую группу целевых клиентов. Яркие шоу-программы с использованием сладких ингредиентов приходятся по вкусу как детям, так и взрослым.

Компания «Хэппи чоклат» будет оказывать услуги по двум направлениям: основные услуги и мастер-классы. Основные услуги (шоу) представляют собой полностью организованные шоу-программы, в которых клиенту и его гостям остается только наслаждаться видом и вкусом конечного результата выбранной услуги.

Мастер-классы предполагают непосредственное участие гостей в создании настоящего произведения искусства из выбранных заранее сладких ингредиентов.

Необходимый объем первоначальных инвестиций для приобретения необходимого оборудования и материалов составляет 463 020 руб.

В результате организации праздничного агентства могут быть достигнуты следующие результаты:

- потребители получают высококачественную и необычную услугу по проведению «съедобного» мастер-класса;

- будет организовано 5 новых рабочих мест на предприятии;

- срок окупаемости инвестиций составит 11 месяцев.

Среди основных рисков проекта:

- выраженная сезонность спроса;

- высокая вероятность появления конкурентов в связи с низкими барьерами входа на рынок;

- довольно высокая вероятность форс-мажоров, ведущих к срыву мероприятия;

- сильное влияние негативных отзывов на имидж компании и ее репутацию.

При грамотно организованном процессе привлечения клиентов, а также качественном обслуживании, данный вид бизнеса будет стабильно развиваться.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: от 26.01.1996 №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) (ред. от 08.05.2010) // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: от 30.11.1994 №51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (ред. от 27.07.2010) // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: от 1 июля 1998 г. // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
4. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ – Информационно-правовая система «КонсультантПлюс».
6. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 №1083-р (ред. от 08.12.2016) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года»
7. Асаул А.Н Организация предпринимательской деятельности: учебник / А. Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336с.
8. Асаул А.Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / А.Н. Асаул, Е.А. Владимирский, Д.А. Гордеев, Е.Г. Гужва, А.А. Петров, Р.А. Фалтинский; под ред. проф. А. Н. Асаула. – СПб.: АНО ИПЭВ. – 2013. – С.280.
9. Беспалов М.В. Особенности развития деятельности в условиях современной России: Учебное пособие / М.В. Беспалов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 – 232 с.
10. Боброва А.А. Понятие малого предпринимательства и его роль в экономике России. // Экономика и

социум. – №6(37). – 2017. – С. 34-37.

11. Брызгалин А.В. НК РФ и российское налоговое законодательство: соотношение и взаимодействие // Налоговый вестник. – 2011. – №1 – С. 29-33.
12. Васильева Н.А. Какую систему налогообложения выбрать для ИП в 2018 году // Бизнес и закон. – №1. – 2018. – С.11-15.
13. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.
14. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.
15. Зиброва Н.М. Инвестиционно-инновационный потенциал малого предпринимательства / Н.М. Зиброва, Д.Д. Миронова. Димитровградск: Вестник, 2016. – 106-113 с.
16. Карандаев Г.Н. Функционирование предпринимательства в России. – М.: Дело, 2016. – с. 86.
17. Кондраков Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 446 с.
18. Кудряшов В.В. Малое предпринимательство // Налоги и налогообложение. – 2013. –№4. – С. 15-22.
19. Лапуста М. Г. Малое предпринимательство: учебник / М. Г. Лапуста. – М.: ИН-ФРА-М, 2015 – 685 с.
20. Малис Н.И. Налоговый аспект государственной поддержки малого бизнеса // Финансы, 2012. – №6 – С. 41-45.
21. Малое и среднее предпринимательство Статистический сборник М.: Росстат, 2016 – 96с.
22. Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник. / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2016. – 288с.
23. Петухова С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. – М.: Омега-Л, 2013. – 171с.
24. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху интернета. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2012. – С.40.
25. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2014. – 145с.
26. Нажмитдинова З.Р., Лещина Э.Л. Проблемы налогообложения малого бизнеса в рф и возможные пути их решения // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XXXIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 22(33). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/22\(33\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/22(33).pdf) (дата обращения: 01.05.2018)
27. Websarafan. Новый способ получить взрывную волну подписчиков.
<http://websarafan.ru/2015/11/02/giveaway-v-instagrame-kak-poluchit-vzryvnuyu-volnupodpischikov/>
28. 2gis.ru – электронный справочник предприятий с картами городов РФ
29. www.chocoluxe.ru – Интернет-магазин товаров для сладких шоу
30. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ

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://studservis.ru/gotovye->

<https://studservis.ru/gotovye-%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B>