

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт общественных наук
Кафедра экономики и менеджмента

Бизнес-план открытия предприятия в сфере услуг

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой, доктор пед. наук
профессор

_____ С.Л. Фоменко

Исполнитель:
Хамидова Иродахон Умиджановна,
обучающийся БУ-42z группы
4 курса заочного отделения

подпись

Научный руководитель:
Толстых Ольга Александровна,
канд.пед.наук, доцент кафедры
экономики и менеджмента

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	6
1.1 Цели и сущность бизнес-планирования.....	6
1.2 Структура бизнес-плана.....	17
ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ХОСТЕЛА «SWEET SLEEP».....	28
2.1 Резюме.....	28
2.2 Описание предприятия и отрасли.....	29
2.3 Описание продукции.....	34
2.4 Маркетинговый план.....	36
2.5 Производственный план.....	37
2.6 Организационный план.....	40
2.7 Финансовый план.....	43
2.8 Оценка рисков и их страхование.....	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	51
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	53
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	57

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Рыночная экономика базируется на таком производстве товаров и услуг, которые потребляются. Потребности со временем изменяются, соответственно, изменяются и требования к качеству и функциональным возможностям товаров и услуг. Перед предпринимателями возникают новые задачи, направленные на дальнейшее создание новых организаций. Бизнес-планирование позволяет согласовать возможности предпринимателя с потребностями рынка на определенный период.

В основе бизнес-планирования лежит разработка бизнес-плана. Разработка бизнес-плана дает возможность трезво оценить свое предприятие, выявить его слабые и сильные стороны, определить, что потребуется для осуществления деятельности фирмы, оценить открывающиеся перспективы, предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьезную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения. Поэтому разработка бизнес-плана необходима не только для вновь открывающегося предприятия, а также для дальнейшего эффективного развития уже действующего предприятия.

Составление бизнес-плана, даже если он составляется независимым специалистом, требует личного участия руководителя, поэтому современные руководители должны знать основы бизнес-планирования, уметь самостоятельно разрабатывать различные планы-проекты и способствовать их осуществлению в современных условиях производства товаров и услуг.

Таким образом, для бизнес-планирования предприятия сферы услуг, повышения эффективности его деятельности и сохранения конкурентоспособности необходимы современные подходы к управлению, одним из которых является бизнес-планирование, которое занимает все более

существенную долю в современном менеджменте, и личное участие руководителя в этом процессе. А для того, чтобы грамотно составить бизнес-план, необходимо рассмотреть теорию бизнес-планирования с учетом особенностей предприятия данной сферы.

Сложилось **противоречие** между необходимостью создать эффективное предприятие малого бизнеса и отсутствием разработанного бизнес-плана.

Проблема исследования: без разработанного бизнес-плана невозможно успешное развитие предприятия сферы услуг.

Объект исследования: бизнес-планирование.

Предмет исследования: разработка бизнес-плана предприятия в сфере услуг.

Цель исследования: разработать бизнес-план открытия предприятия сферы услуг – хостела в г. Екатеринбурге.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические аспекты разработки бизнес-плана.
2. Дать характеристику объекта.
3. Составить анализ рынка и составить организационный план создания студии.
4. Разработать производственный план.
5. Рассчитать финансовый план.
6. Определить риски и способы страхования от них.

В работе используется комплекс взаимодополняющих **методов исследования:** теоретические - методы системного анализа, методы причинно-следственного анализа, методы прямого структурного анализа; эмпирические - методы сравнительного анализа, моделирование.

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретические аспекты данной работы рассматривались на основе трудов как российских, таких как: Баринов В. А., Буров В. П., Выварец А. Д., Головань С. И., Горемыкин В. А., Крутякова Ю. А., Максюттов А. А., Попов В. М.,

Уткин Э. А., Шаш Н. Н., Юсупова С. Р. и другие, так и зарубежных авторов, а именно: М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, П. Дж. Патсула, Дэвид Д. Бэнгз.

Материал об особенностях бизнес-планирования в организациях сферы услуг представлен в недостаточном объеме, в основном, это статьи в электронных научных журналах, например, «Управление экономическими системами», «Финансовый менеджмент», «Молодой ученый».

При написании работы используются следующие **методы исследования:**

- теоретические: анализ и систематизация литературы по проблеме;
- эмпирические: анализ практической деятельности; анкетирование; проектирование; экономический анализ.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы из 48 источников. Текст работы проиллюстрирован 7 рисунками, 15 таблицами, 1 приложением.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Цели и сущность бизнес-планирования

Успех работы фирмы невозможен без квалифицированного, эффективного менеджмента. Каждая из функций менеджмента имеет огромное значение для управления организацией, но основополагающей является планирование [32].

В планировании нуждается любое предприятие, любое производство, экономика в целом. Спланировать бизнес - значит, оценить возможности, необходимость и объемы выпуска конкурентоспособной продукции, определить емкость рынка и его конкретного сегмента, оценить спрос на продукцию, выпускаемую фирмой, результативность ее работы на рынке.

Быстрое развитие технологий, усложнение и многообразие предлагаемых продукции и услуг, сокращение их жизненного цикла, появление большого количества конкурентоспособных компаний, повышение требовательности потребителей, увеличение объема и скорости получения информации, новых знаний - все эти и другие изменения в мире вынуждают хозяйствующие субъекты искать методы для лучшей адаптации к новым условиям. К этому следует добавить неопределенность, непредсказуемость и нестабильность внешней среды. Поэтому в настоящее время управление организацией принимает все более предпринимательский характер. Это проявляется в том, что в управлении возрастает роль предвидения, стратегического представления.

Развитие рыночных отношений в нашей стране, по большей мере, происходило стихийно, и потребность в бизнес-планировании проявилась довольно поздно. Первые бизнес-планы, как «заморская диковина», появились в России лишь в начале 90-х годов, в то же время большинство

предприятий продолжают использовать более привычные технико-экономические обоснования.

Понятие бизнес-плана является русским эквивалентом английского «business plan», означающего план дела, бизнеса, коммерческой деятельности, торговли. В определенном смысле это понятие связывают с предпринимательской деятельностью, хотя в английском языке предпринимательство определяется как «enterprise», но сам предприниматель может обозначаться как «businessmen» [8, с. 170].

Бизнес-план является традиционным для рыночной экономики документом, без которого в сфере бизнеса не предпринимаются никакие сколько-нибудь серьезные действия. В определенном смысле он представляет собой формализацию системного подхода к процессу планирования, форму обоснования экономической целесообразности выбранных фирмой направлений деятельности и использования тех или иных источников финансирования этой деятельности, оценки ожидаемых финансовых результатов (продажи, прибыли, отдачи от вложенного капитала).

И сегодня в отечественной практике существует огромное многообразие его определений, отчасти заимствованных из зарубежного опыта. Но необходимо осознавать, что простого перевода содержательной его части для нас может быть недостаточно, равно, как и то, что многие из западных методик могут попросту не работать в российских условиях, если в них не будет учитываться специфика нашей экономики. Приведем несколько определений бизнес-плана, заимствованных из разных источников:[2, с. 108]

«Бизнес-план представляет собой документ внутрифирменного планирования, излагающий все основные аспекты планирования производственной и коммерческой деятельности предприятия, анализирующий проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяющий способы решения финансово-хозяйственных задач».

«Бизнес-план – объективная оценка собственной предпринимательской

деятельности предприятия, фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией» [7, с. 8].

Понятие «бизнес-планирование» состоит из двух составляющих.

Бизнес – это деятельность, направленная на получение дохода гражданами, располагающими некой собственностью [11].

Планирование – это целенаправленная деятельность предприятия, представляющая собой взаимосвязь внутривозрастных проблем (экономические, социальные, организационные, инвестиционные, управленческие и другие) в виде единой системы. Следовательно, планирование в организации – основа создания и управления, нормативная база для разработки и принятия управленческих решений [7].

Объединив данные понятия в одно, можно сформулировать следующее понятие бизнес-планирования – это последовательная разработка мероприятий, включающих в себя определение цели, содержания, сбалансированного взаимодействия ресурсов, объемов, методов, последовательности и сроков выполнения деятельности по производству, реализации товаров или оказанию услуг [2].

Следовательно, бизнес-планирование является не только способностью прогнозирования предстоящих действий, но и способностью определения вероятных рисков, возникающих в ходе реализации деятельности, а также умением их предотвращать. Предприятия не могут полностью устранить риск, но способны управлять им с помощью тщательного планирования [11].

Принято выделять следующие планы деятельности организации: наступательные и оборонительные. Первые направлены на развитие организации (освоение новых рынков, производство новых товаров и оказание новых услуг, увеличении доли рынка), вторые же способствуют удержанию позиций на действующем рынке с целью предупреждения банкротства организации [9].

Под развитием организации понимается такой процесс принятия решения, при котором достигается целевое (желательное и более совершенное) состояние деятельности и путь его достижения с учетом внутренних возможностей и внешних факторов (условий) [22].

В годы существования Советского Союза у всех на слуху были такие выражения как «Выполним и перевыполним план!», «Пятилетку - в четыре года!». Для любой хозяйственной деятельности существовали плановые показатели - количество тонн зерна, стали или чугуна. План был и у каждого предприятия. Существовал он и для каждой территориальной единицы - области или союзной республики.

Действовал отдельный орган - Госплан СССР, работали плановые органы республиканского и местного уровня, а также комиссии при министерствах. Система этих учреждений была запутанной, часто с двойным подчинением. Крупные предприятия всесоюзного значения контактировали с Госпланом напрямую. При этом политические цели и высокие показатели были важнее экономической целесообразности. А исследования причин невыполнения плана находились под негласным запретом, так как «подрывали социалистическую экономику».

В современном бизнесе можно ставить реалистичные задачи и при этом рассчитывать, что их действительно постараются выполнить. В СССР зачастую в план вносились показатели, которых нереально было достичь, а основным призывом было не просто выполнить, а перевыполнить этот план. Интересно, что при плановом хозяйстве предприятия оказывались в двойственном положении. Выполнение и перевыполнение плана влекло за собой почет, награды и преференции, а для руководителей - карьерные возможности. Однако это означало, что план на следующий период будет повышен и предприятию придется приложить еще больше усилий для его выполнения. Те же, кто не мог выполнить план, решительно осуждались, но на следующий год планка для них оставалась на прежнем уровне. Поэтому

руководители не всегда так уж старались добиться сверхвысоких показателей.

Бизнес-план – это документ, в котором формулируется цель предполагаемой экономической деятельности, описываются работы, услуги, содержится анализ рынка, а также рассматриваются организационно-правовые вопросы и функции производства, дается технико-экономическое обоснование эффективности планируемой работы [20].

Цель разработки бизнес-плана – планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов, и привлечения инвесторов.

Инструменты, которые помогут в процессе бизнес-планирования:

1. Планирование сбыта – установка плана на долгосрочную перспективу, исходя из имеющегося в данный момент спроса, с учетом разных сегментов рынка.

2. Планирование производства – расчет по данным планирования сбыта.

3. Планирование появления новых производственных мощностей.

4. Планирование деятельности в сфере инвестиций.

5. Планирование по работе с персоналом.

6. Планирование материально-технического обеспечения.

7. Планирование материальных запасов.

8. Финансовое планирование.

9. Планирование ликвидности.

9. Планирование рекламы.

10. Балансировка плана – по факту, представляет собой сравнение состояние экономики и финансов организации с обязательством.

11. Планирование результата включает в себя расчет всех показателей, которые оценивают планируемую результативность: экономическую, финансовую, производственную, трудовую, социальную, экологическую.

12. Экологическое планирование.

13. Планирование бюджета – ключевой инструмент в управлении организацией. При использовании данного метода вся деятельность компании представляет из себя процесс балансировки дохода и расхода по четко обозначенным пунктам. Также в нем обязательно прописывается индивидуальная ответственность.

Развитие рыночных отношений в нашей стране, по большей мере происходило стихийно, и потребность в бизнес-планировании появилась довольно поздно. Первые бизнес-планы появились в России лишь в начале 90-х годов, в то же время большинство предприятий продолжают использовать более привычные технико-экономические обоснования. Но по мере развития рыночной экономики и международных связей потребность в разработке бизнес-планов перестает вызывать сомнения. Уже в 1994-1995 гг. он становится обязательным документом, применяемым в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности вложений инвестиций [28].

Сегодня бизнес-планы необходимы всем. Стимулом к подготовке бизнес-плана может стать поиск возможного инвестора, получение банковского кредита, возможность привлечь грантовые средства фондов в рамках программ развития предпринимательства, в то же время нельзя не отметить важность работы над бизнес-планом для самого предпринимателя, поскольку это позволяет оценить и проверить реалистичность предлагаемого бизнеса (пока еще сохраняется возможность отступления).

Современные проекты требуют крупных капиталовложений (инвестиций), не всегда имеющих у предпринимателя. При привлечении внешних инвестиций необходимо учитывать, что потенциальных кредиторов (инвесторов) интересует, что они получают при успешной реализации проекта и, каков риск потери вложенных ими денег.

Бизнес-план поможет предупредить или при неудачном развитии событий достойно встретить многие неизбежные трудности в становлении нового или развитии существующего бизнеса. Бизнес-план позволяет продемонстрировать выгодность предлагаемого проекта и привлечь потенциальных партнеров или инвесторов к его реализации. Он может убедить инвесторов в том, что представленный проект предлагает новые возможности получения доходов, и предприятие имеет эффективную, реалистичную и последовательную программу осуществления целей и задач. Это очень важно, так как любой инвестор вложит свои средства лишь в тот проект, который с достаточной вероятностью гарантирует ему получение максимальной прибыли. Бизнес-план также нужен тому, кто предполагает провести изменения в своем бизнесе, или для того, чтобы взглянуть на свое дело со стороны [21].

Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и как инструмент внутрифирменного управления. С этой точки зрения он представляется как постоянно обновляемый документ, делающий организацию восприимчивой к разного рода нововведениям – техническим, технологическим, информационным, организационным, экономическим.

Бизнес-планирование как необходимый элемент управления выполняет в системе предпринимательской деятельности ряд важнейших функций, среди которых наибольшее значение имеют следующие:

- инициирование – активизация, стимулирование и мотивация намечаемых действий, проектов и сделок;
- прогнозирование – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учета совокупности факторов;
- оптимизация – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;

- координация и интеграция – учет взаимосвязи и взаимозависимости всех структурных подразделений предприятия с ориентацией их на единый общий результат;

- безопасность управления – обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;

- упорядочение – создание единого общего порядка для успешной работы и ответственности;

- контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и его корректировки;

- воспитание и обучение – благоприятное воздействие образцов рационально спланированных действий на поведение работников и обучение их, в том числе и на ошибках;

- документирование – представление действий в документальной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий менеджеров предприятия [14].

В настоящее время не существует единого подхода в определении основных функций, которые выполняет бизнес-план. Наиболее традиционным является подход, согласно которому бизнес-план выполняет три функции [7].

Стратегическая функция – помогает при разработке стратегии бизнеса, что особенно важно при организации новой компании или определении новых бизнес-направлений.

Инвестиционная функция – помогает определить оптимальные источники и объем внешних инвестиций, найти потенциальных инвесторов.

Функция планирования – позволяет оценить перспективы развития бизнеса и разработать комплекс конкретных мероприятий для их достижения.

Также достаточно распространенным является подход, согласно которому бизнес-план выполняет различные функции как внешние

(познакомить с предприятием представителей делового мира), так и внутренние, жизненно важные для деятельности самого предприятия. Согласно этому подходу, к внешним функциям бизнес-плана относятся следующие:

- макроэкономический анализ соответствующих сфер производства – эта функция предполагает определение стратегических тенденций развития производства;

- создание информационной базы для разработки макроэкономической политики – включает в себя разработку и реализацию государственной политики, а также разработку и реализацию региональной политики;

- привлечение инвестиций – содержание этой функции можно определить как реальные инвестиции, т.е. централизованные инвестиции (государственные, региональные программы), дотации, субсидии, и финансовые инвестиции, т.е. подготовка эмиссии акций и реализации их на фондовом рынке;

- привлечение заемного капитала – ссуды, кредиты;

- установление деловых контактов, изучение целей участников – эта функция содержит в себе организацию и проведение переговоров, торгов, заключение контрактов;

- обоснование направлений реализации – приватизация государственных (муниципальных) предприятий, обоснование совместных производств с другими предприятиями, обоснование использования иностранного капитала, обоснование создания финансово-промышленных групп или вложения в них.

К внутрифирменным функциям бизнес-плана, согласно тому же подходу, являются следующие:

- разработка долговременных стратегий (концепций) развития; обоснование конкретных направлений деятельности, краткосрочных ее

целей; разработка тактики их достижений; прогнозирование результатов деятельности – все это обеспечивает системный и сквозной характер планирования и прогнозирования;

- оценка научно-технического, производственного потенциала – оценка степени использования имеющегося потенциала: выявление и оценка резервов, разработка мероприятий по научно-техническому развитию;

- анализ соответствия кадрового состава – переподготовка (повышение квалификации), подбор новых кадров;

- определение центров ответственности за результаты деятельности – содержание этой функции определяется как обоснование обязанностей структурных подразделений и отдельных исполнителей;

- анализ системы оплаты труда – оценка существующей системы оплаты труда;

- контроль за результатами деятельности, их учет – эта функция содержит в себе учет отклонений от плана, их анализ;

- определение степени и факторов риска – разработка мероприятий по снижению риска;

- отчетность перед собственниками;

- стабильность проекта производства, подготовка к внезапным изменениям – обеспечение устойчивости и живучести проекта [21].

В зависимости от рыночной ситуации и цели составления бизнес-планы могут быть различны. Вследствие этого бизнес-планы по объектам бизнеса можно классифицировать в соответствии с рис. 1.

Бизнес-планы разрабатываются в различных модификациях в зависимости от назначения: по бизнес линиям (продукция, работы, услуги, технические решения), по предприятию в целом (новому или уже действующему). Бизнес-план может быть нацелен как на развитие предприятия, так и на его финансовое оздоровление. Также может

планироваться деятельность всего предприятия или его отдельного подразделения [17].

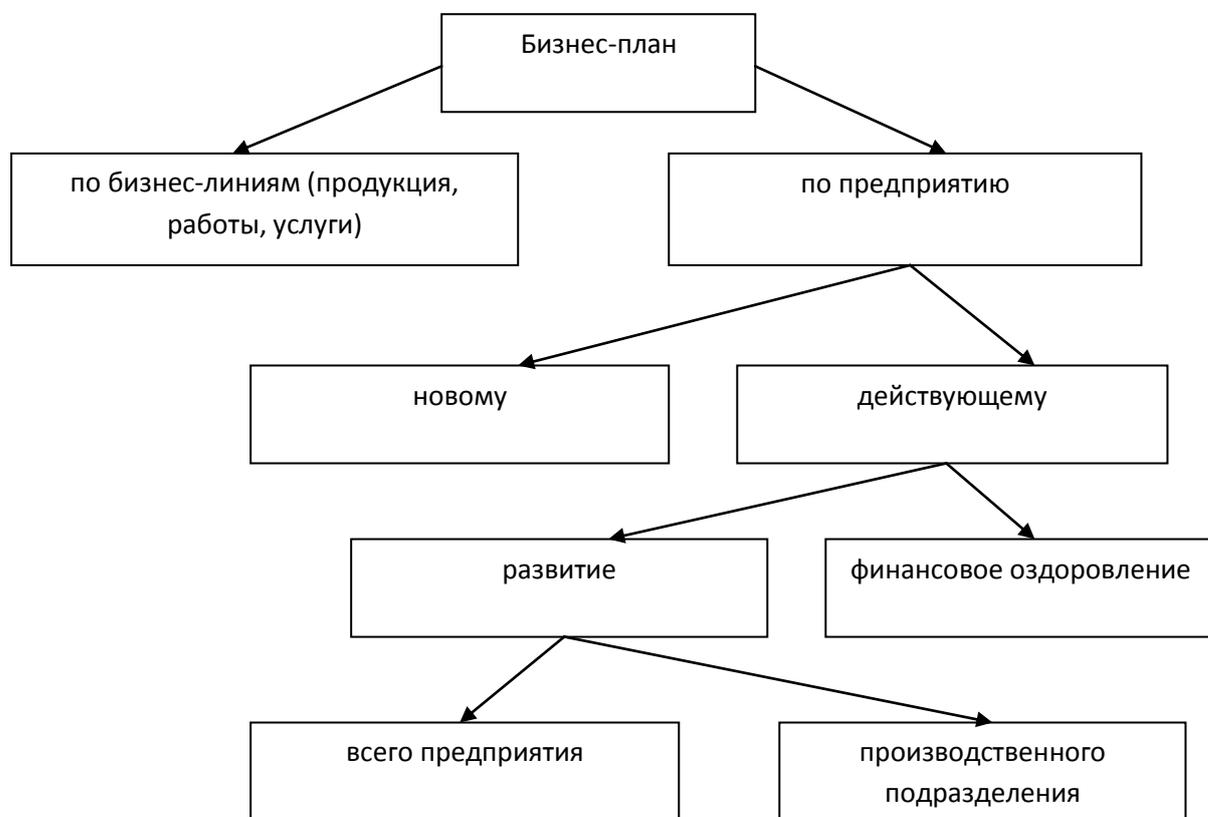


Рис. 1. Типология бизнес-планов по объектам бизнеса [21]

Таким образом, бизнес-планирование является процессом объективной оценки индивидуальной предпринимательской деятельности организации, а также инструментом инвестиционных и проектных решений с учетом рыночных потребностей и экономической ситуацией.

1.2 Структура бизнес-плана

Важное значение имеет структура бизнес-плана, поскольку этот документ иногда играет решающую роль в становлении нового или развитии существующего бизнеса. Сама структура бизнес-плана не должна быть жесткой. Нет необходимости и слепого копирования его содержания из зарубежного опыта. Следует отметить, что и переводная литература по данной тематике, которой в последние годы в нашей стране издано огромное количество, этого не рекомендует, а лишь предлагает придерживаться некоторого образца, разработанного на основе анализа огромного множества планов. Структура бизнес плана «может видоизменяться в зависимости от ваших потребностей» - такие рекомендации можно встретить практически в любом издании. [6, с. 173]

Составление бизнес-плана должно основываться на исследовании конкурентной области, анализе направления и эффективности проекта. Следует учитывать, что впоследствии план будет представляться вашим клиентам и партнерам как обоснование надежности, и рентабельности бизнеса [12].

План для развития бизнеса разрабатывается с учетом особенностей и характеристик конкретного предприятия, однако, существуют общие стандарты написания.

В первую очередь, данный документ должен представлять компанию – ее название, фактический и юридический адреса, контактную информацию, реквизиты и сферу деятельности – эти сведения пишутся на титульном листе. Далее следует резюме, которое содержит краткое описание проекта. Эта часть не должна занимать более 2-3 страниц, главная её цель – заинтересовать в дальнейшем ознакомлении с документом.

Основная часть бизнес-плана начинается характеристикой компании – её истории, целей, достижений, положение бизнеса на конкурентном рынке, организационной структуры и т.д. Ключевую роль играет объективность предоставления информации, она свидетельствует о надежности и серьезном положении бизнеса. Описание предприятия продолжается исследованием целевой аудитории и рынка сбыта продукции и услуг.

План обязательно должен включать маркетинговый анализ рекламных компаний, исследования потребительской мотивации и др. Сведения о финансовой и кадровой политике представляют план производства и схема структурных подразделений компании.

Любые параметры бизнес-планов содержат финансовый отчет, показывающий, какой объем ресурсов потребуется для реализации проекта, и определяющий сроки его окупаемости [13].

Процесс бизнес-планирования. Перед созданием самого бизнес-плана, важно собрать всю необходимую информацию. Для этого существуют следующие этапы:

Этап 1. Определяем источники нужной информации. Этими источниками могут быть как учебники по планированию, так и госучреждения, которые занимаются проблемами малого бизнеса. Кроме того, это могут быть консалтинговые компании, издания или обучения по корректному формированию бизнес-планирования. Даже друзья и знакомые могут послужить источником информации.

Этап 2. Определяем цели разработки бизнес-плана. Оцените тот перечень задач и проблем, на решение которых направлен ваш бизнес-план. Исходя из него и определяются ваши цели. Лишь при создании добротного и качественного плана, можно добиться достижения всех поставленных целей.

Этап 3. Определяем цели читателей. Кто будет входить в круг читателей – внутренние сотрудники компании или еще и внешние? Возможно, это будут потенциальные инвесторы и акционеры, может даже банки.

Этап 4. Устанавливаем общую структуру создаваемого документа.

Этап 5. Собираем информацию, чтобы подготовить все разделы нашего бизнес-плана. Данный этап обеспечивает нас поддержкой тех, у кого уже есть опыт и знания в бизнес-планировании. Это могут быть как внутренние сотрудники, которые уже имеют опыт и знание внутренних процессов. Важно привлекать внешних консультантов, которые смогут провести грамотную оценку рынка и спрогнозировать все важные процессы в сфере финансирования. Помимо финансистов, важно вовлекать еще и экономистов широкого профиля, консультантов по управленческим вопросам. План продаж: нюансы составления и реализации

Этап 6. Пишем бизнес-план. Основное правило этого этапа – самостоятельное составление бизнес-плана самим предпринимателем, вне зависимости от наличия у него опыта и навыков. Консультанты уже не будут требоваться на этом этапе, так как на предыдущем они всю задачу выполнили – собрали информацию и первично обработали.

Содержание, объем и стиль написания некоторых разделов в разных бизнес-планах могут существенно отличаться друг от друга, при этом состав разделов в обобщенном виде сводится к следующим:

1. Резюме.
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Описание товара или услуги.
4. Маркетинговый план.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Финансовый план.
8. Оценка рисков и их страхование.

Сфера услуг является одной из основных отраслей общественного производства, призванной чутко реагировать на потребности и спрос населения.

На сегодняшний день сфера услуг испытывает необходимость нового

подхода к планированию и организации предприятия. Комплексный подход в обслуживании, ориентация на клиентов со средним уровнем дохода при соблюдении достаточного качества услуг и сервиса может обеспечить предприятию стабильный доход.

Бизнес-план открывается титульным листом. Титульный лист бизнес-плана должен привлечь внимание адресата и заставить его ознакомиться с документом.

Содержание должно отразить основные разделы бизнес-плана и помочь будущим инвесторам понять суть вашего предложения.

С резюме начинается изложение содержательной части проекта. Это своего рода реклама проекта, а потому оно должно содержать убедительные доказательства его привлекательности. Резюме пишется в завершение работ над текстом бизнес-плана. Однако, поскольку читать проект начинают с резюме, вполне уместно предварить представление материала очень сжатым изложением существа проекта.

Раздел «Описание предприятия и отрасли» содержит основные сведения о предприятии и сфере его деятельности. Здесь находят отражение главные события, повлиявшие на появление идей предлагаемого бизнеса, а также главные проблемы, стоящие перед организацией в настоящее время. Оценивается фактическое положение предприятия на рынке, указываются направления его развития на перспективу. Давно существующее предприятие приводит краткую историю своей хозяйственной деятельности. Указывается тип предполагаемого бизнеса. Представляются те виды деятельности, которыми предприятие предполагает заниматься или уже занимается.

При описании компании нужно придерживаться только фактов, воздержаться от преувеличений и попыток показать компанию более крупной и успешной, чем она есть на самом деле [35].

В разделе «План маркетинга» дается разъяснение, заключающееся в приведении возможностей предприятия в соответствие с ситуацией на рынке. При составлении бизнес-плана в сфере услуг нужно принимать во внимание,

что не все маркетинговые приемы, которые широко используются в сфере материальных товаров, применимы в сфере услуг.

План маркетинга предусматривает следующие подразделы [32].

Маркетинговая стратегия – планирование и организация сил и средств предприятия и использование их в наиболее выгодных и перспективных направлениях. В этом разделе детализируются цели маркетинга по продаже конкретных товаров (услуг), определяются рынки, на которые предприятие будет ориентироваться, основные сегменты рынков по каждому отдельному виду товаров (услуг), тактика конкурентной борьбы, бюджет маркетинга. После этого определяется конкретная маркетинговая стратегия для достижения сформулированных целей.

Ценообразование. Цена товара может определяться с учетом множества факторов: себестоимости продукции (средних издержек производства), уникальных достоинств товара, его качества, цены конкурентов на аналогичный товар (услугу) или товары-заменители, цены, определяемой спросом на данный товар (услугу). Выбор метода установления цен и уровень планируемой предприятием цены свидетельствуют о выработке предприятием своей ценовой политики. Ценовая политика в маркетинге может включать:

- выход на рынок;
- вытеснение конкурентов с рынка;
- ввод на рынок нового товара;
- получение сверхприбыли на основе стратегии «снятия сливок с рынка»;
- быстрое возмещение затрат, связанных с производством и сбытом продукции;
- сохранение стабильного положения на рынке при нормально-умеренной рентабельности;
- поддержание и расширение доли рынка фирмы и др.

Раздел «План производства» готовится только той фирмой, которая занимается или будет заниматься производством. Он должен описать путь, на основе которого предприятие планирует в ближайшие 2-3 года (для крупных компаний до 4-7 лет) эффективно изготавливать продукцию [17].

В разделе «Организационный план» указываются организационно-правовая форма предприятия, сведения о партнерах, мера ответственности партнеров, организационная структура фирмы с распределением обязанностей и функций.

Если бизнес-план предусматривает создание нового предприятия, то выбор предпочтительной организационно-правовой формы существенно облегчает возможности реализации бизнес-идеи или проекта. Выбор организационно-правовой формы зависит от сферы и масштабов предпринимательской деятельности, личного опыта и знаний, наличия собственного капитала и возможности его привлечения, срока реализации предпринимательского проекта.

В финансовом плане все изложенное в предыдущих разделах словами находит цифровое выражение, позволяющее оценить выгодность предприятия в конкретных категориях эффективности.

В этом разделе необходимо указать, сколько капитала хочет получить фирма, форму инвестиций, как будут использоваться полученные фонды и какую долю компании приобретает инвестор. Нужно показать, каким образом по истечении определенного времени инвестор сможет получить обратно свой вклад, стоимость которого пропорционально возрастает; как будут использоваться деньги инвестора [5].

Прогнозирование финансовой результативности поможет решить основные вопросы, которые стоят на повестке у каждого менеджера. Именно здесь менеджер увидит прибыль, которую он сможет получать, а кредиторы смогут оценить возможность заемщика обслуживать долги.

В текущем пункте указывается:

- отчет о прибыли и убытке;
- балансировка финансовых трат и доходов;
- прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия);
- анализ безубыточности;
- стратегия финансирования.

Помимо этого, необходимо рассчитывать показатели финансового состояния компании (расчеты ликвидности, платежеспособности, прибыльности, использования активов, акционерных капиталов). Все эти данные можно рассчитывать на основе отчетов и документации.

В этом разделе необходимо указать, сколько капитала хочет получить фирма, форму инвестиций, как будут использоваться полученные фонды и какую долю компании приобретает инвестор. Нужно показать, каким образом по истечении определенного времени инвестор сможет получить обратно свой вклад, стоимость которого пропорционально возрастает; как будут использоваться деньги инвестора [5].

Все расчеты в финансовом разделе должны подтвердить, что, начиная с некоторого уровня производства товара, его выпуск будет приносить прибыль.

Чем выше постоянные затраты, тем больше значение точки безубыточности.

Раздел «Оценка риска и страхование» должен включать перечень возможных рисков, организационные меры по профилактике и нейтрализации указанных рисков и представить программу самострахования и внешнего страхования от рисков. Главное в определении рисков заключается не в точности расчетов и вычислений, а в умении руководителя (предпринимателя) предугадать возможные типы рисков, с которыми фирма может столкнуться, и оценить эти риски.

В этом разделе бизнес-плана нужно перечислить и оценить степень и вероятность возникновения рисков, с которыми может столкнуться предприятие; указать, каким образом конкуренты могут отреагировать на

ваше появление на рынке; описать стратегии, которые будут использоваться в том случае, если предположения окажутся ошибочными; описать страховую защиту; описать наиболее серьезные риски, с которыми может столкнуться компания, и указать, как планируется устранять их [4].

Оценка и страхование риска. Риски будут появляться в любом случае в любых хозяйственных отношениях. Вот перечень основных рисков:

1. Суверенный риск. Это риск, который связан с экономикой и финансовой ситуацией в целом государстве. Самая большая проблема, которая может быть – отказ от исполнения обязательств по внешнему долгу страны. Так, например, пострадали иностранные компании, вкладывавшие инвестиции в государственные облигации в канун кризиса 1998 года. Важно учитывать этот риск международным корпорациям, банкам, всем фондам, которые имеют госгарантии, хотя, если говорить откровенно, то вообще каждой международной организации. Основные причины возникновения ситуации риска – война, катастрофа, спад мировой экономики, неэффективная политика государства в сфере макроэкономики.

2. Политический риск. Зачастую является синонимом предыдущего риска, хотя применяется исключительно в качестве характеристики финансовых отношений экономических агентов и правительством страны, которая имеет отличное от общепринятого политическое устройство или не совсем стабильную политическую ситуацию. В этом случае очень вероятна и гражданская война, и революция, и национализация капитала.

3. Производственный риск. Обуславливается особенностью отрасли бизнеса, в которую вкладываются собственники. Этот капитал используется для любого вида производства. Основная причина, почему происходят финансовые потери – распродажа в убыток всех активов и технической базы в случае, когда ликвидация происходит вынужденно. Получается ситуация, что распродажа проходит в убыток, даже не компенсируя первоначальные затраты. Если же не проводить ликвидацию, а пытаться

перепрофилироваться и раскрутиться с нуля, вложения средств будут далеко не маленькими.

4. Финансовый риск. Обуславливается структурой источников поступления средства. В этом случае мы говорим не о риске выбора неверного вложения капитала, а о рискованности политики, отвечающей за привлечение источников финансирования компании. Конечно же, данные источники далеко не дешевые, притом стоимость по каждому источнику может разительно отличаться, исходя из динамики показателей, дополнительных условий и обстоятельств. Помимо этого, обязательства в отношении поставщика различаются в зависимости от источника финансирования. При несоблюдении обязательств по договору, компания может быть представлена процедуре банкротства, что приведет к огромным потерям со стороны собственников.

5. Риск снижения покупательной способности денежной единицы. Данный риск может проявляться в любом виде бизнеса и является опасным в целом при ведении бизнеса. Его смысл в снижении деловой активности и рентабельности, вследствие инфляции, например.

6. Процентный риск. Представляет собой потери из-за изменения процентных ставок. В этом случае важно учесть этот риск инвесторам и самим субъектам хозяйствования. Например, владельцы облигаций могут понести значительные потери, в случае общей тенденции к снижению средним процентных ставок. Для организации этот риск может проявиться в любом аспекте, притом негативно могут сказаться любые изменения процентной ставки – как регрессивные, так и прогрессивные.

7. Систематический, или рыночный, риск. Это вид риска характерен для всех ценных бумаг, которому не поможет даже диверсификация для элиминирования.

8. Специфический, или несистематический, риск. Проявляется в операциях с финансовыми активами и крайне узко трактуется. По сути, это риск ценных бумаг, не связанный никоим образом с изменением рыночного

портфеля, что приводит к элиминированию через комбинирование этой бумаги с иными ценными бумагами в хорошо диверсифицированном портфеле.

9. Валютный риск. Каждый, кто владеет финансовыми активами или обязательствами, которые выражаются в валюте, может понести значительные потери при резком обвале курса валют. Данный риск может быть очень значительным и болезненным. Например, в августе в 90х, в России курс доллара вырос в 4 раза, что привело к банкротству многих предприятий, которые оказались не в состоянии исполнить обязательства перед западными поставщиками и кредиторами.

10. Транзакционный риск. Является операционным риском, т. е. риск потерь, которые связаны с конкретной операцией. Так как операций без риска в бизнесе практически нет, это самый распространенный тип риска. К примеру, поставщик оказывается не в состоянии исполнять периодику и сроки поставок, дебиторы задерживают оплату счетов, покупаемые активы могут обесцениваться по причине финансовых трудностей эмитента и пр.

11. Актуарный риск. Покрывается страховой в обмен на выплату премии. Актуарными называют расчеты в сфере страхования, которые понимаются в качестве системы мероприятий для создания финансовых фондов на основе вкладов участников. Обычно, ущерб, который наносится стихией или несчастными случаями, будет порыв именно из подобного фонда. Так как страхование – добровольная услуга, может возникать тот самый актуарный риск, когда риск переложено на страховую.

С развитием рыночных отношений бизнес осуществляется всегда в условиях неопределенности и изменчивости как внешней, так и внутренней среды. Это значит, что постоянно возникает неясность в полезности ожидаемого конечного результата и, следовательно, возникает опасность непредвиденных потерь и неудач.

Структура раздела, как правило, имеет следующий вид:

1) формирование полного перечня возможных рисков;

- 2) оценка вероятности проявления рисков;
- 3) ранжирование рисков по вероятности проявления;
- 4) оценка ожидаемых размеров убытков при их осуществлении;
- 5) установление и обоснование приемлемого уровня риска (определение области допустимого риска);
- б) выделение наиболее существенных рисков;
- 7) страхование рисков.

Здесь важно отметить, что подобная структура рассмотрена нами в качестве примера и носит характер рекомендаций. Разделы и их содержание могут быть дополнены или уточнены, исходя из условий функционирования конкретной компании.

Таким образом, при подготовке бизнес-плана в сфере услуг необходимо принимать во внимание, что данное исследование имеет отличия от бизнес-плана организации производства, что связано с наличием у услуг ряда отличительных признаков; ключевую роль в бизнесе, ориентированном на предоставлении каких-либо услуг, играет человеческий фактор.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ХОСТЕЛА «SWEET SLEEP»

2.1 Резюме

Наименование: Хостел «Sweet Sleep»

Отрасль: предоставление гостиничных услуг.

Организационно-правовая форма - Индивидуальный предприниматель.

Основное направление деятельности организации – предоставление койко-места в хостеле.

Целью представленного бизнес-плана является создание конкурентоспособной организации, удовлетворяющей потребности определенного сегмента рынка.

Стратегия фирмы:

- гибкая ценовая политика;
- индивидуальный подход;
- комфортные условия пребывания;
- расширение спектра своей деятельности и, тем самым, снижение рисков в своей деятельности.

Основные показатели эффективности:

Сумма инвестиций - 742 971 руб., собственные средства.

Срок окупаемости – 1 год и 2 месяца.

Чистый приведенный доход – NPV - 1 064 065.

Внутренняя норма рентабельности – MIRR, % - 64,22

В городе существует около десятка конкурентов, но у хостела «Sweet Sleep» есть возможность занять свою нишу, благодаря качеству предоставляемой услуги, и гибкой ценовой политике.

2.2 Описание предприятия и отрасли

Хостел – это гостиница с номерами без особых удобств, общими туалетом и душем на этаже. В номерах проживают несколько человек, но обычно не долгий срок. Хостелы востребованы из-за низких цен на проживание. Часто ими пользуются молодежь, туристы и командировочники.

Скромные требования по оснащению хостела обеспечивают его главный плюс: минимальные затраты на открытие.

Миссия предприятия – удовлетворение потребности населения во временном жилье. Средством удовлетворения потребности является услуга по предоставлению койко-места в комнате на несколько человек.

Для открытия предприятия необходимо помещение, т. к. в собственности его нет, необходимо его арендовать. Под хостел подойдет квартира в которой достаточно большие комнаты подходящие для размещения 3-х – 4-х двухъярусных кроватей, на одну кровать не менее 5 кв.м. Квартира желательно должна быть как минимум 3-х комнатной, в 2-х комнатах которой можно разместить постояльцев, а в третьей обустроить комнату отдыха, для проведения досуга, либо во всех комнатах разместить постояльцев, создав комфортные условия для проведения досуга. Одно из важных требований к рассматриваемому помещению это то, что оно должно находиться, на первом или втором этаже, желательно с отдельным входом. В хостеле желательно наличие 2-х сан. узлов, с душевой кабинкой, и водонагревателем объемом 50-100 литров, на случай отключения горячей воды.

Открытие хостела планируется в городе Екатеринбурге, т.к. Екатеринбург пользуется большим вниманием со стороны международных туристов, что является плюсом для открытия хостела в данном городе.

Структура рынка гостиниц Екатеринбурга в разрезе «звезд» представлена на рис. 2.

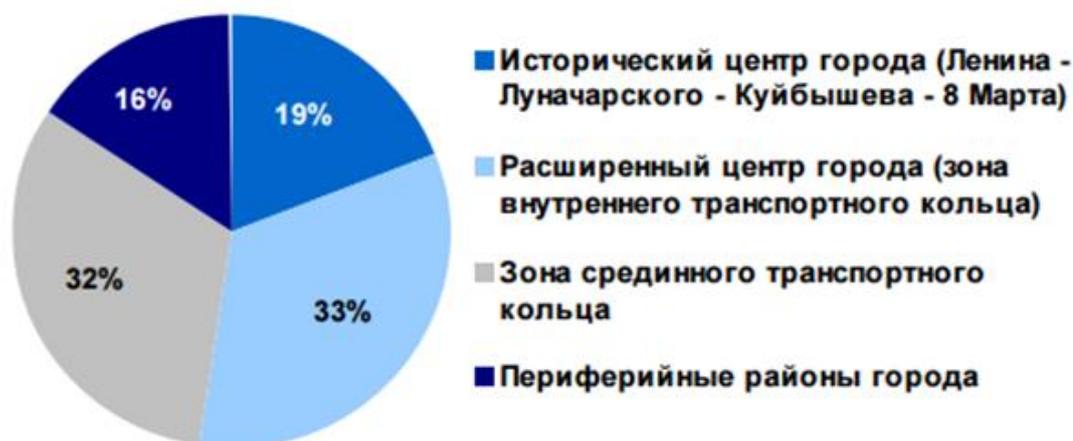


Рис. 2. Структура распределения гостиниц Екатеринбурга по территории города

При определении классности гостиниц учитывались данные Администрации Екатеринбурга о сертифицированных объектах (в настоящее время сертифицировано $\approx 40\%$ всех гостиниц). Классность остальных объектов принималась исходя из информации самих гостиниц и различных каталогов средств размещения, а также информации консалтинговой компании «Урал-Гермес».

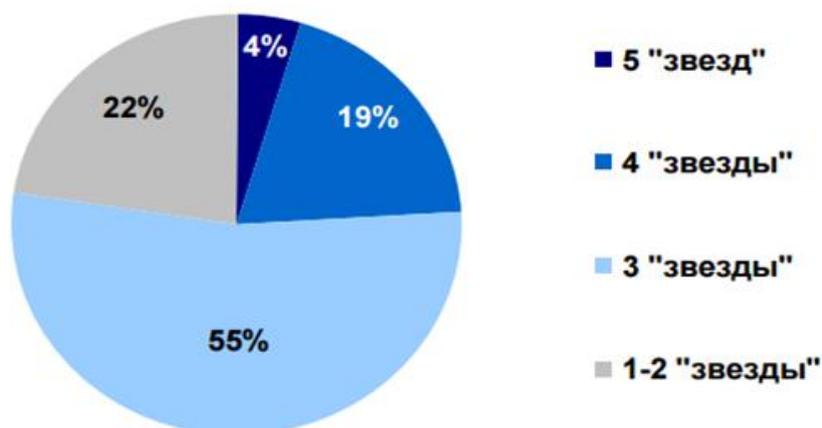


Рис. 3. Структура гостиниц в Екатеринбурге в разрезе «звезд», %

Из рисунка 3 видно, что в структуре гостиниц в Екатеринбурге преобладают гостиницы класса «3 звезды» $\approx 55\%$. В сегменте гостиниц уровня «4 звезды» на сегодняшний день работают $\approx 19\%$ объектов. На сравнительно низкодоходные сегменты гостиниц «1 звезда» и «2 звезды» приходится $\approx 22\%$. Рынок гостиниц класса «5 звезд» достаточно стабилен причем дальнейшее увеличение потока туристов и развитие бренда Екатеринбурга сделают и этот сегмент дефицитным. В целом, можно сделать вывод, что рынок находится в стадии переходного развития, при котором практически все сегменты еще достаточно перспективны.

Благоприятное воздействие на привлечение туристов в г. Екатеринбург может оказать и проведение в городе мероприятий федерального и международного значения (ежегодная международная выставка «Иннопром», Чемпионат мира по футболу в 2018 году)

Одним из основных показателей, характеризующих конкурентную обстановку на рынке гостиниц является достигнутая цена номера в отелях различных категорий. Была сделана выборка гостиниц сегмента «1 – 3 звезды» для анализа ценового фактора по г. Екатеринбургу. В таблице 1 представлена информация по ценам в различных категориях.

Таблица 1. Цена номеров, руб.

Категория номера	«1-2 звезды»		«2-3 звезды»		«3-4 звезды»	
	(без питания)		(завтрак включён)		(завтрак и ужин включён)	
	1 чел.	2 чел.	1 чел.	2 чел.	1 чел.	2 чел.
Стандарт эконом	2300	3000	2800	4000	2980	4360
Стандарт	2500	3200	3000	4200	3180	4560
Стандарт плюс	2700	3400	3200	4400	3680	4760
Люкс	4400	5400	4900	6400	5080	6760
Студия	4400	5400	4900	6400	5080	6760

На цену номера в гостиницах оказывают влияние следующие основные факторы:

- расположение гостиницы и ее класс;

- широта и качество предоставляемых услуг;
- характеристики и оснащенность номера и др.

Основными конкурентами организации являются хостелы расположенные в г. Екатеринбурге, что отражено в таблице 2.

Таблица 2. Хостелы Екатеринбурга

Название хостела	расположение	Количество номеров	Вместимость человек	Цена за место
«АЛЛиС ХОСТЕЛ»	перекресток Малышева и Вайнера	7	20	от 500 до 1500
«Фонари»	Высоцкого 18 д	-	15	от 350
«Фонари-2»	Опалихинская 20	-	15	от 350
«Harry House»	Серова 25	2	10	600
«DOMINO»	Челюскинцев 60	3	9	от 600 до 1200
«RED STAR»	Народной Воли 69	6	46	От 400 до 1500

Расположение хостелов относительно станций метро и торгово-развлекательных центров г. Екатеринбурга отражено в таблице 3.

Таблица 3. Расположение хостелов относительно ТРЦ, и станций метро

Название хостела	ТРЦ, кинотеатры	Станции метро
«АЛЛиС ХОСТЕЛ»	Гринвич, Успенский, Алатырь	Площадь 1905 года
«Фонари»	-	-
«Фонари-2»	Карнавал	-
«Harry House»	Фан-Фан, Мегаполис	Чкаловская
«DOMINO»	ККТ Космос	Динамо
«RED STAR»	ТРЦ Гринвич,	Геологическая

Конкурентным преимуществом DOMINO, является наличие одно- и двухместного номеров., однако цена на койка-место не самая доступная по городу. Red Star удобно расположен в центре города, вблизи от станции метро. Их преимущество в наличии большого числа номеров с разным количеством мест, от чего зависит цена за место. Единственным преимуществом хостела «Фонари» является достаточно низкая цена за место, всего 350р, и то что их уже два в городе, но, по расположению они значительно уступают. Частные лица сдающие квартиры посуточно имеют

преимущество, тогда когда нужно жилье на несколько суток для большой компании людей, минус их в том что у них нет отчетности, и сайта, с подробным описанием предоставляемых услуг.

Один из наиболее распространённых и качественных методов оценки конкурентоспособности предприятия является SWOT-анализ (табл. 4).

Таблица 4. SWOT-анализ хостела

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Расположение в центре города; 2. Собственное помещение; 3. Высококвалифицированный персонал (в совершенстве владение английским языком); 4. Предоставление дополнительных услуг; 5. Достаточное количество мест размещения; 6. Возможность бронирования места на официальной странице хостела; 7. Наличие кухни, зоны отдыха и работы; 8. Соответствие цены и качества предоставляемых услуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточная известность хостела, в связи с недавним открытием; 2. Низкая коммуникативная эффективность рекламного бренда; 3. Низкое информационное обеспечение клиентов; 4. Невозможность размещения больших групп (больше 35 человек)
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Усиление рекламной компании; 2. Смена бренда (повышение имиджа компании); 3. Разработка программы маркетингового исследования; 4. Расширение хостела, или открытие второго хостела; 5. Повышение и усовершенствование информационного обеспечения клиентов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая и политическая ситуация в стране; 2. Усиление конкурентного давления со стороны других хостелов; 3. Открытие новых хостелов - конкурентов

В сложившейся ситуации, хостел выйдет на рынок, обладая рядом преимуществ перед другими хостелами города.

Во-первых, это прекрасное место расположения. Расположен почти в центре города, рядом с основными улицами города ул. Белинского, и ул. Луначарского, в непосредственной близости от достопримечательностей города.

Во-вторых, хостел имеет большее количество мест размещения, по сравнению с конкурентами, что позволяет размещать в хостеле, большее число гостей.

В-третьих, хостел ведет гибкую ценовую политику и систему скидок.

В-четвертых, хостел отличается уютная, домашняя атмосфера, приветливый персонал, ориентированный на гостя, что играет очень важную роль в формировании базы постоянных клиентов.

Таким образом, рассмотрев возможности проектируемого хостела, ее слабые и сильные стороны, можно определить стратегию конкурентоспособности фирмы. Так как проект будет функционировать на развивающемся рынке с сильной конкуренцией, то для него наилучшей будет комбинированная стратегия, нацеленная на решение своих конкурентных преимуществ и предусматривающая более глубокое проникновение на рынок.

2.3 Описание продукции

Продуктом бизнес-плана, является место в хостеле, которое представляет собой койко-место, в много местном номере (6-8 мест), оснащенный двухъярусными кроватями, с прикроватными фонариками, тумбочками, столом, и телевизором.

Особое значение приобретает сегментация рынка. От нее зависит на кого в первую очередь будет нацелена деятельность предприятия. Гостиничная сфера дает множество примеров сегментации по различным параметрам. Основной сегмент для хостела это студенты в возрасте от 18 до 25 лет, командировочные, семьи с детьми приезжающие на отдых.

Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода. Цены определяются путем калькуляции и должны возмещать:

затраты на аренду помещения, включающую стоимость электроэнергии, горячего и холодного водоснабжения, и отопления;

издержки обращения: расходы на содержание предприятия в целом (зарплата персонала, налоги, амортизационные отчисления, отчисления на социальные нужды и т. д.).

Для обеспечения более индивидуального подхода к клиентам был разработан прайс-лист:

Цена за койко-место для взрослых (лица от 14 лет) составляет - 480 руб. / сутки.

Детям до 6 лет – бесплатно (с условием, что они размещаются на одном месте с родителем), если на отдельном месте то 300 руб. / сутки.

Детям от 6 до 14 лет проживание будет стоить- 300 руб. / сутки.

Если клиент заезжает на срок от 10 до 20 дней, цена суток будет составляет 430 руб.

При проживании от 20 до 29 суток, цена проживания составляет 380 руб.

Цена за месяц проживания – 9 990 руб.

Средняя цена проживания за сутки будет 385 руб., что достаточно приемлемо, и доступно для людей с разным уровнем дохода.

Основные вложения планируется осуществить на этапе организации предприятия, на котором будет приобретено оборудование, и все необходимое для начала работы организации, дальнейшие затраты, это арендная плата, взнос в пенсионный фонд, расходы на мобильную связь, расходы на интернет, зарплата, приобретение хозяйственных товаров.

2.4 Маркетинговый план

Цель маркетинга - привлекать и удерживать выгодных клиентов. А это происходит тогда, когда удовлетворяются их нужды. Тогда они не только опять вернутся в хостел, но и при разговоре со знакомыми дадут о нем самый благоприятный отзыв. В последнее время в маркетинге все большее значение приобретает маркетинг-микс (комплекс маркетинговых мер). Он включает в себя следующие компоненты: создание условий, стимулирующих спрос и сбыт производимых товаров и услуг, товарную, ценовую политику и политику формирования каналов сбыта, а также комплексные исследования, информационные системы и планирование.

Чтобы найти клиентов, и завоевать свою нишу необходимо проведение эффективной рекламной компании. Реклама на телевидении, радио и газете, была признана не рентабельной, т.к предполагает больших затрат, с учетом того что придется охватить большую территорию, что повлечет за собой большие вложения, приведет к увеличению стоимости места проживания.

В качестве основного способа продвижения и рекламы организации был и выбраны интернет ресурсы, сайты бесплатных рекламных объявлений:

- 1) Из рук в руки – месяц размещения бесплатно, затем чтобы поднять объявление нужно заплатить 200р;
- 2) Avito.ru – месяц размещения бесплатно, поднятие стоит 136 руб.;
- 3) Суточно.ру – размещение бесплатно;
- 4) Stay Today – размещение бесплатно;
- 5) Rokvel.ru – размещение бесплатно;
- 6) Alikso.ru – размещение бесплатно;
- 7) 24sells.ru - размещение бесплатно.

Также эффективным способом распространения информации о хостеле, является создание в социальных сетях группы организации, в которых будет указана информация о хостеле, стоимость проживания, фотографии.

2.5 Производственный план

Поиск и аренда помещения, один из важных этапов в открытии предприятия. На данный момент существует много способов поиска помещений: реклама в газетах, сайты объявлений в интернет: из рук в руки, авито, Е1; и услуги агентств недвижимости: «Новосел», «Диал», «Этажи»; первые два способа являются самыми дешевыми, но продолжительными по времени, услуги риелтора платные позволяют в кратчайшие сроки подобрать помещение по нужным параметрам.

Выбрано помещение по адресу: ул. Тверитина, д. 34. Арендная плата составляет 50 000 руб. в месяц. Помещение выбрано на сайте: <https://arenda.e1.ru/view/60351101/> (рис. 4).

Необходимое оборудование для открытия хостела «Sweet Sleep» это: двухъярусные кровати, желательно с боковым ограничителем на втором ярусе; ортопедические матрасы; телевизор в комнату отдыха; микроволновка. Полный список с указанием количества и цен приведен в приложении 1.

Для осуществления расчета амортизации основных средств, осуществим расчет капитальных затрат при проектировании нового предприятия, определим суммы потраченные на приобретение оборудования, данные представлены в таблице 5.

Сдам ежемесячно 4-комнатную квартиру | Тверитина, 34 | 50 000 руб./мес.

Площадь
Общая: 189 м² Кухня: 24 м²

Детали

Этаж	4
Этажность	17
Материал дома	Кирпичный
Год постройки	2001
Тип квартиры	Бизнес-класс
Планировка	Комнаты изолированные
Санузел	Несколько
Лоджия	2 лоджии
Мебель	Есть
Холодильник	Есть
Коммунальные платежи Водоснабжение и электроэнергия	Оплачиваются дополнительно
Интернет	Да
Состояние	В отличном состоянии

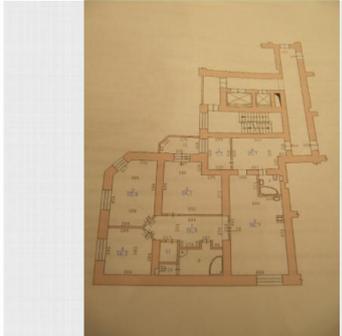


Рис. 4. Скриншот с сайта объявлений о сдаче недвижимости в аренду (дата обращения 03.05.2018)

Таблица 5. Основные средства, нуждающиеся в амортизации.

Основные фонды	Стоимость, тыс. руб.
Стоимость бытовой аппаратуры (телевизоры, микроволновка, и т.п)	100,732
Приобретение мебели и посуды)	130,489
ИТОГО	231,221

Норму амортизационных отчислений можно рассчитать на основе линейного метода, при использовании которого норма амортизации определяется по формуле: $Na = 1/n \times 100$

Na - норма амортизации, % ;

n - срок полезного использования амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

Примем за срок эксплуатации оборудования среднюю величину равную 5 годам, и будем использовать её как срок полезного использования амортизируемого имущества, тогда норма амортизации будет следующей:

$$Na = 1/60 \times 100 = 1,66 \%$$

$$(231,221 \times 1,66) / 100\% = 3,828 \text{ тыс.р.}$$

Расходы на амортизацию основных фондов определяются на основе капитальных затрат и установленных норм амортизации на основе таблицы 6.

Таблица 6. Определение суммы амортизационных отчислений за год

Виды основных средств	Стоимость основных средств, тыс. руб.	Норма амортизационных отчислений, %	Сумма амортизационных отчислений, тыс. руб. за год
Оборудование	231,221	1,66	3,828

Принимаем величину расходов на амортизацию - 3,828 тыс. р.

Ежегодно стоимость основного оборудования снижается, и, естественно, снижаются и амортизационные отчисления. Если, допустим, основные средства в планируемый период не будут пополняться, то отчисления так же снизятся.

Рассчитаем издержки обращения по элементам в год в таблице 7.

Таблица 7. Издержки обращения

Статьи издержки	Сумма, тыс. руб.	Уровень издержек %
Расходы на оплату труда	240	28,43
Отчисления во внебюджетные фонды	72	8,5
Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря	504,00	59,52
Амортизация основных средств	3,8	0,4
Расходы на приобретение хозяйственных товаров	24,0	2,8
Оплата услуг связи	3	0,35
Итого	846,8	100,00

Расчеты производственного плана сделаны в соответствии с основными бизнес-процессами хостела. Основные издержки приходятся на аренду, на втором месте оплата труда, на третьем - отчисления во внебюджетные фонды.

2.6 Организационный план

Для открытия хостела, в первую очередь необходимо зарегистрироваться в качестве ООО или ИП, в нашем случае организационно-правовая форма - индивидуальный предприниматель.

Следующий шаг, подбор квартиры в центре города, желательно на первом или втором этаже, и оценить стоимость переоборудования квартиры в хостел: оценить количество кроватей которые можно поставить в комнаты из расчета 5 м.кв на кровать, рассчитать оснащение кухни необходимым для проживания оборудованием (кухонным гарнитуром, холодильником, плитой), рассмотреть возможность оборудования одной из комнат в качестве комнаты отдыха.

Подбор персонала в нашем случае не планируется, так как создатель и собственник бизнеса непосредственно является администратором и техническим работником.

Обязанности администратора расписаны в должностной инструкции:

I. Общие положения

1) Администратор хостела относится к категории специалистов.

2) На должность администратора назначается лицо, имеющее среднее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы или начальное профессиональное образование и стаж работы по специальности в системе гостиничного обслуживания не менее 2 лет.

3) Администратор гостиницы назначается на должность приказом директора гостиницы.

4) Администратор хостела должен знать:

а) Постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов по вопросам гостиничного обслуживания.

- b) Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации.
- c) Правила и методы организации процесса обслуживания клиентов.
- d) Порядок содержания жилых и других помещений гостиницы.
- e) Основы эстетики, этики, психологии и обслуживания посетителей.
- f) Основы экономики, организации труда и управления.
- g) Структуру управления гостиницей, права и обязанности работников гостиницы.
- h) Законодательство о труде.
- i) Правила внутреннего распорядка.
- j) Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

II. Должностные обязанности

Администратор гостиницы:

- 1) Обеспечивает работу по эффективному и культурному обслуживанию клиентов, созданию для них комфортных условий.
- 2) Осуществляет контроль над своевременной подготовкой номеров к приему прибывающих в гостиницу, соблюдением чистоты в гостинице, регулярной сменой белья в номерах, сохранностью имущества и оборудования.
- 3) Информировать проживающих в гостинице о предоставляемых дополнительных платных услугах, принимает заказы на их выполнение и контролирует их исполнение.
- 4) Дает устные справки, касающиеся гостиницы, расположения городских достопримечательностей, зрелищных, спортивных сооружений и т.д.
- 5) Принимает и оформляет необходимые документы.
- 6) Принимает меры к разрешению конфликтов, возникающих при обслуживании проживающих.

7) Рассматривает претензии, связанные с неудовлетворительным обслуживанием клиентов и проводит соответствующие организационно-технические мероприятия.

8) Информировывает руководство организации об имеющихся недостатках в обслуживании клиентов, принимает меры к их ликвидации.

III. Права

Администратор хостела вправе:

1) Знакомиться с проектами решений руководства гостиницы, касающимися его деятельности.

2) Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями.

3) Привлекать специалистов всех (отдельных) структурных подразделений к решению задач, возложенных на него (если это предусмотрено положениями о структурных подразделениях, если нет — то с разрешения директора гостиницы).

4) Требовать от руководства гостиницы оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

IV. Ответственность

Администратор гостиницы несет ответственность:

1) За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, — в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.

2) За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности, — в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

3) За причинение материального ущерба — в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

По достижении предприятием точки безубыточности, всю прибыль организации планируется вкладывать в развитие, модернизацию основных фондов, набор дополнительного персонала, для более качественной работы хостела. В 2020 году прибыль, полученную от работы хостела планируется вложить открытие нового хостела в котором на ряду с дешевыми местными номерами, будут одноместные номера и семейные.

2.7 Финансовый план

Сведения об основных показателях деятельности фирмы представлены в таблице 8.

Таблица 8. Основные показатели деятельности на год хостела «Sweet Sleep»

Показатели	Единицы измерения	Проект плана на год
Товарооборот, всего	тыс. руб.	1143,450
Численность работников всего	чел.	1,0 (владелец)
Расходы на оплату труда – сумма в % к выручке	%	3,7
Капитальные вложения (затраты на закупку оборудования и первой партии товара)	тыс. руб.	530,919
Среднемесячная заработная плата одного работника	тыс. руб.	20
Прибыль	тыс. руб.	579,45
Сумма издержек производства и обращения	тыс. руб.	69,0
Чистая прибыль	тыс. руб.	543,45

При планировании прибыли организации на 2018 год будем учитывать что первые три месяца возможно отсутствие клиентов, пока реклама не дала результат, также будем учитывать среднюю стоимость проживания равную 385 руб. (таблица 9).

Таблица 9. Месячная выручка хостела «Sweet Sleep»

Месячная выручка (планируемая)			
Год	2018	2019	2020
средняя стоимость за место (тыс.руб)	0,385	0,385	0,385
заполняемость (мест)	10	16	18
дней в месяце	30	30	30
ИТОГО	115,5	184,8	207,9

За три года месячная выручка вырастает за счет увеличения наполняемости хостела (таблица 10).

Таблица 10. Годовая выручка хостела «Sweet Sleep»

годовая выручка (планируемая)			
Год	2018	2019	2020
средняя стоимость за место (тыс.руб)	0,385	0,385	0,385
количество мест	20	20	20
заполняемость	10	16	18
количество рабочих месяцев	9	12	12
ИТОГО	1039,5	2217,6	2494,8

Стоимость оборудования, необходимого для открытия хостела рассчитана в приложении 1, и составляет 384 121р., также на открытие необходимы средства на аренду помещения 200 000 руб. за четыре месяца, в целом для открытия хостела необходимо 429 121 р. Издержки (таблица 11) в первые три месяца работы хостела составят 364 850 р. Таким образом, на открытие и содержание хостела первые три месяца обойдется в 742 971 р.

Таблица 11. Издержки хостела «Sweet Sleep», месяц

издержки	(тыс. руб)
аренда	50
интернет+TV	0,7
отчисления во внебюджетные фонды	6
зарплата	20
расходы на содержание	3
сотовая связь	0,25
ИТОГО	97,95

С учетом издержек можно вычислить прибыль организации за каждый год (таблицы 12-14).

Таблица 12. Чистая прибыли за первые полгода 2019 г. хостелом «Sweet Sleep»

годовая выручка (планируемая)	2019					
	I	II	III	IV	V	VI
средняя стоимость за место (тыс. руб)	0,385	0,385	0,385	0,385	0,385	0,385
количество мест	20	20	20	20	20	20
заполняемость, %	0	0	0	70	70	70
инфляция, %	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
количество рабочих месяцев	1	1	1	1	1	1
ИТОГО	0	0	0	63,75	64,069	64,389

Таблица 13. Чистая прибыли за вторые полгода 2019 г. хостелом «Sweet Sleep»

годовая выручка (планируемая)	2019					
	VII	VII	IX	X	XI	XII
средняя стоимость за место (тыс. руб)	0,385	0,385	0,385	0,385	0,385	0,385
количество мест	20	20	20	20	20	20
заполняемость, %	70	70	70	70	70	70
инфляция, %	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
количество рабочих месяцев	1	1	1	1	1	1
ИТОГО	64,711	65,0346	65,3598	65,687	66,015	66,345

Таблица 14. Чистая прибыль хостела «Sweet Sleep» за 2020-2021 гг.

Годовая выручка (планируемая)	2020				2021
	I кв	II кв	III кв	IV кв	
средняя стоимость за место (тыс.руб)	0,385	0,385	0,385	0,385	0,385
количество мест	20	20	20	20	20
заполняемость, %	70	70	70	70	70
инфляция, %	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
количество рабочих месяцев	3	3	3	3	12
ИТОГО	387,15	389,086	391,031	392,99	1940,4

Разрабатываемый бизнес-план рассчитан на три года. Вся полученная прибыль будет направлена на расширение бизнеса, открытие хостела с большей вместимостью. Исходя из этого планирование ведется на срок до 3-х лет.

Нами были рассчитаны финансовые показатели функционирования бизнес-процесса. Одним из таких показателей является динамика изменения денежного потока, для рассчитываемого периода. График изменения денежного потока хостела «Sweet Sleep» представлен на рис 5.

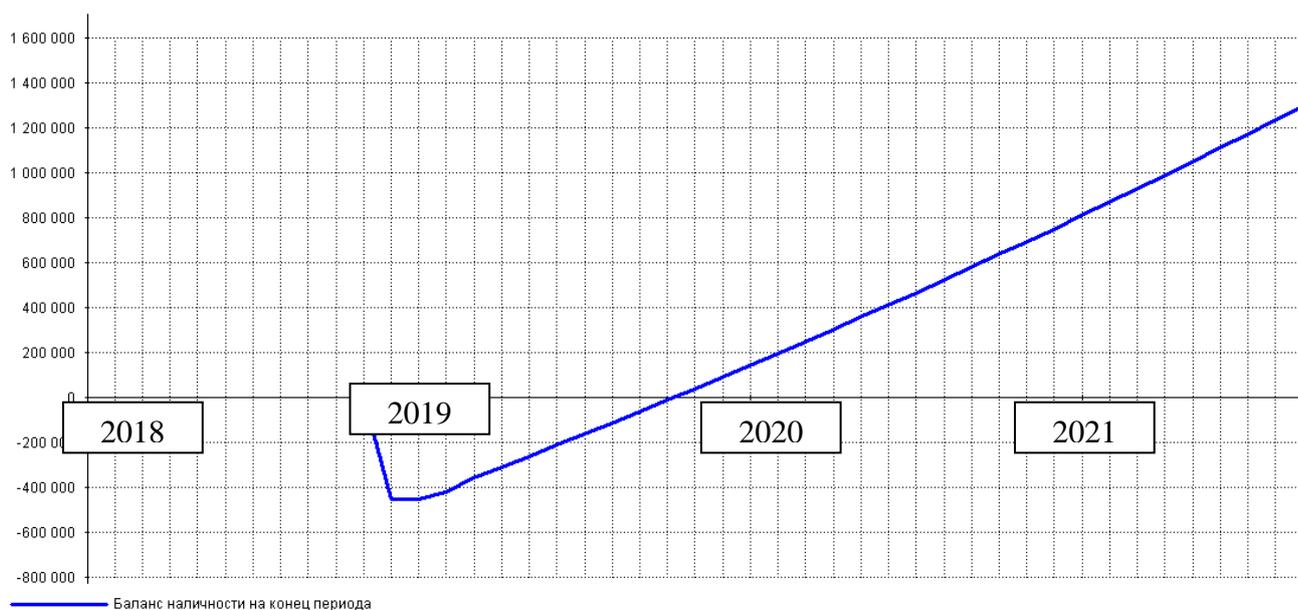


Рис. 5. Значения денежного потока хостела «Sweet Sleep» в течение рассчитываемого периода

На графике видно денежный отрицательный до октября 2019, и принимает положительные значения в начале октября 2019 г., это связано с большими затратами для открытия на начальном этапе. Отрицательные значения денежного потока говорят о значении заемных средств, которые необходимо иметь, для того, чтобы начать бизнес.

Далее были рассчитаны показатели эффективности для моделируемого бизнес-процесса. Результаты расчетов представлены в таблице 15.

Таблица 15. Показатели эффективности инвестиционных проектов

Показатель	рубли
Ставка дисконтирования %,	10
Период окупаемости – РВ, мес	14
Чистый приведенный доход - NPV	1 064 065
Индекс прибыльности - PI	3.35
Модифицированная внутренняя норма рентабельности – MIRR, %	64,22

Одним из главных показателей эффективности хостела «Sweet Sleep» считается чистый приведенный доход, в нашем случае он получился положительным, накопления за три года с учетом дисконтирования 10 % составят 1 065 тыс. рублей. Кроме того индекс прибыльности составляет 3,35 это означает, что каждый вложенный рубль в проект принесет нам доход 3,35 рубля. Модифицированная внутренняя норма рентабельности значительно превышает ставку дисконта (ставку рефинансирования 10%), по всем этим показателям бизнес-план открытия хостела «Sweet Sleep» можно считать эффективным.

2.8 Оценка рисков и их страхование

Риск: неэффективность планируемой рекламной деятельности.

Меры: если планируемая рекламная деятельность окажется неэффективной это повлечет за собой, отсутствие, необходимого количества постояльцев. Выходом будет организация другого вида рекламной деятельности, для которой необходимо денежное вложение, но может способствовать увеличению числа клиентов.

Риск: Увеличение арендной платы.

Меры: увеличение арендной платы повлечет за собой увеличение цены проживания в хостеле, что не желательно, т.к может привести к сокращению числа клиентов. Для того чтобы оставить цену на прежнем уровне необходимо комплекс платных дополнительных услуг, прибыль с которых будет покрывать издержки увеличившейся арендной платы.

Риск. Отсутствие потребности в услуге у определенного сегмента.

Меры: поиск партнеров, организаций нуждающихся в услуге, обсуждение ценовой политики.

Риск: снижение прибыли в периоды, не соответствующие сезону продаж основного продукта.

Меры: Принятие мер по продвижению других продуктов и услуг, чтобы компенсировать недостающий спрос основного продукта.

Одним из количественных методов расчета риска является расчет показателей предельного уровня, в частности, расчет точки безубыточности и запаса финансовой прочности проекта.

Представим расчеты наглядно (рис. 6-7).

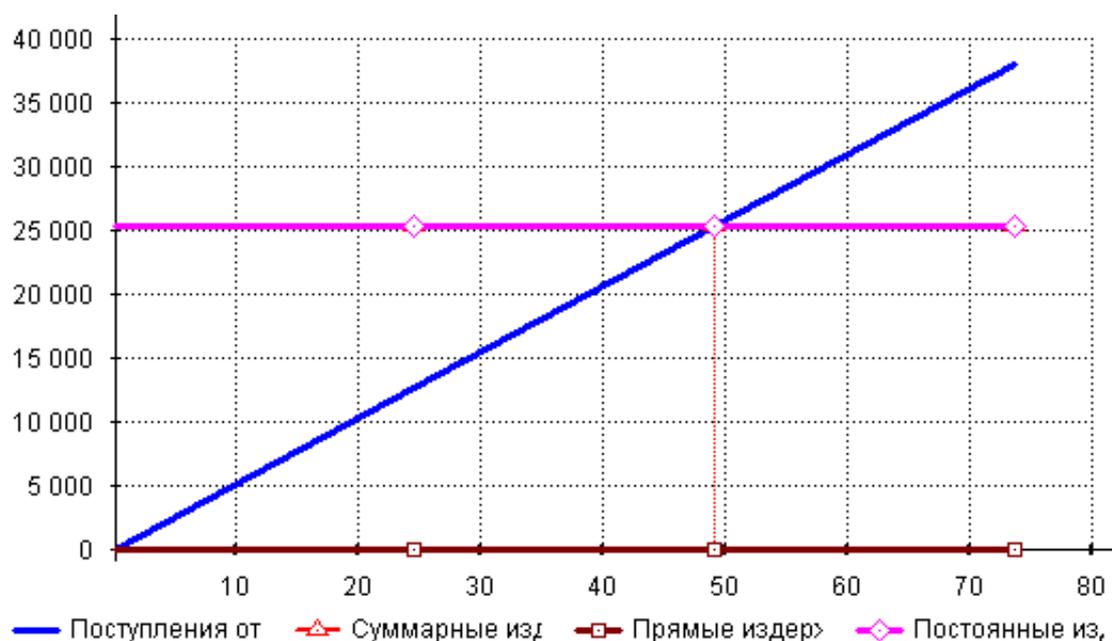


Рис. 6. График безубыточности хостела «Sweet Sleep» по предоставляемым услугам

На графике точка безубыточности составляет 49 услуг в месяц, это означает, что ежедневно в нашем хостеле должно проживать не менее 8-10 человек, что составляет 40-50% от максимально заложенного количества мест для проживания. В среднем, хостелы такого рода в городе Екатеринбурге заняты на 70%, таким образом можно предположить, что порог безубыточности находится ниже предполагаемого спроса на 20%, поэтому риск недополучения прибыли из-за незаполненности хостела постояльцами можно считать незначительным.

Нами был рассчитан запас финансовой прочности бизнес-плана, он составил 46 %, это означает, что предполагаемый объем продаж может быть снижен на 46 %.

Еще одним способом оценки финансового риска является расчет кривых чувствительности, рисунок 8.

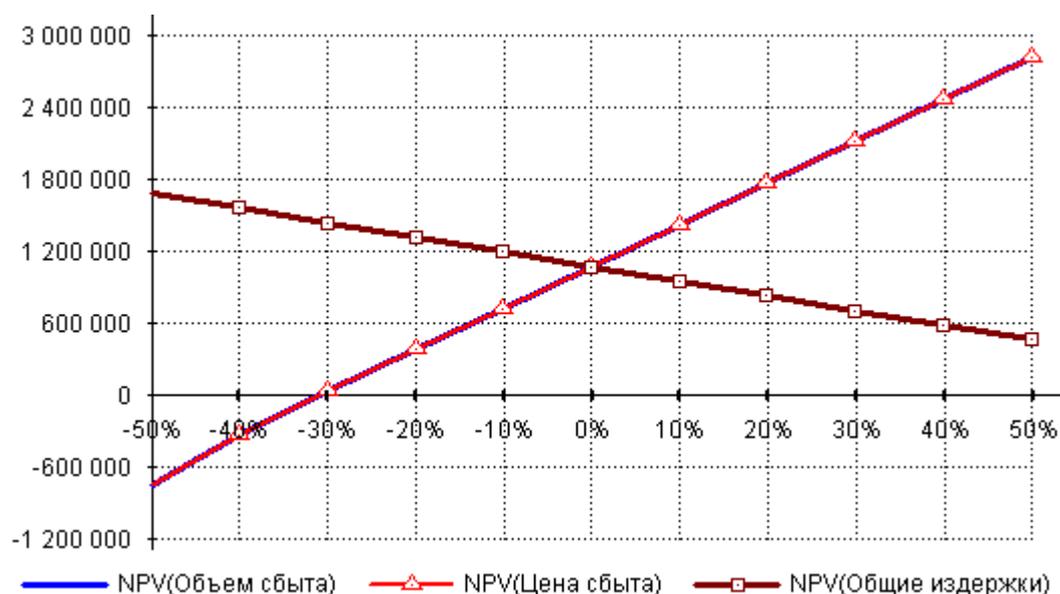


Рис. 7. Кривые чувствительности для хостела «Sweet Sleep»

Нами были рассчитаны кривые чувствительности для чистого дисконтированного дохода в зависимости от изменения объема продаж, цены и общих издержек с шагом 10 %. На основе расчетов было выявлено, что чистый дисконтированный доход обратится в ноль при снижении цены, либо объема продаж на 30 %. Цена установлена ниже средней по рынку, поэтому снижать ее мы не можем, следовательно, необходимо опасаться снижения спроса, т. е. если в хостеле «Sweet Sleep» ежедневно будет останавливаться не менее 8 человек, то чистый дисконтированный доход будет оставаться на нулевом уровне, что допустимо.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понимание того, как правильно составить бизнес - план, становится обязательным требованием к подготовке любого менеджера, управленца и бизнесмена. Грамотно составленный бизнес-план позволит сделать создаваемое предприятие более эффективным, управляемым и прибыльным.

В работе была разъяснена необходимость и сущность бизнес - планирования, рассмотрена структура и содержание бизнес – плана, экономически обоснована целесообразность реализации хостела, рассмотрены основные ошибки и риски, и меры по их предотвращению.

Планируя открытие хостела, необходимо завоевать клиентов безупречным качеством оказываемых услуг.

В бизнес-плане отражены следующие моменты: дано краткое описание основной торговой деятельности, приведен анализ рынка гостиничных услуг г. Екатеринбурга, анализ основных конкурентов для будущего, проектируемого заведения, показаны экономические составляющие, представлен финансовый план на будущий период, технико-экономическое обоснование использования привлекаемых дополнительных денежных средств.

Разработанный и представленный, во второй главе выпускной квалификационной работе, бизнес – план хостела целью которого является получение прибыли от инвестиций посредством организации эффективной деятельности предприятия сферы услуг. Проект, на основании имеющихся финансовых показателей, будет иметь успех в своей реализации при сохранении планируемых объемов продаж и удержании определенной цены.

Таким образом, можно сделать вывод, что гостиничный бизнес в г. Екатеринбурге является перспективным, что связано с малым количеством

организаций предоставляющих услуги дешевого временного проживания, и большим спросом на эту услугу.

Чтобы открыть небольшой хостел в г. Екатеринбурге необходимо свое или арендуемое помещение – 3-х – 4-х комнатная квартира, свои или заемные средства в размере как минимум 500 000 р.

Чтобы бизнес начал приносить запланированную прибыль необходимо обеспечить его клиентами, целевой аудиторией, основная часть из которых это студенты заочного отделения приезжающие в город на срок до 21 дня. При заполнении хостела «Sweet Sleep» клиентами на 50% прибыль будет покрывать все затраты. Срок окупаемости проекта составляет 1 год и 2 месяца.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.) // Российская газета. 25.12.1993 г.
2. Гражданский кодекс РФ (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994 г. (ред. от 29.12.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
3. Налоговый кодекс РФ (часть первая) № 146-ФЗ от 9.07.1998 г. (ред. от 19.02.2018) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
4. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) № 117-ФЗ от 5.08.2000 г. (ред. от 19.02.2018) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
5. Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (ред. от 31.12.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
6. Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» (ред. от 27.11.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
7. Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. 248 с.
8. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100 %. Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. М. : Альпина Паблишер, 2018. 468 с.
9. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert / В.С. Алиев. М. : Инфра-М, 2017. 288 с.
10. Афилов, Э.А. Планирование на предприятии / Э.А. Афилов. М. : Инфра-М, 2015. 352 с.
11. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л.Е. Басовский. М. : Инфра-М, 2017. 272 с.
12. Блинов, А.О. Теория организации и организационное поведение (теория и практика) / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. М. : КноРус, 2018. 284 с.

13. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта / Т.С. Бронникова. М. : Инфра-М, 2017. 216 с.
14. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы: теория и практика / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. М. : Инфра-М, 2018. 192 с.
15. Вайс, Е.С. Планирование на предприятии (организации) / Е.С. Вайс, В.М. Васильцова, Т.А. Вайс, В.С. Васильцов. М. : КноРус, 2018. 336 с.
16. Веснин, В.Р. Теория организации в схемах / В.Р. Веснин. М. : Проспект, 2017. 126 с.
17. Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
18. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов / В.Л. Горбунов. 2018. 288 с.
19. Друкер, П.Ф. Практика менеджмента / П.Ф. Друкер. М. Манн, Иванов и Фербер, 2015. 402 с.
20. Друкер, П.Ф. Эффективный руководитель / П.Ф. Друкер. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. 238 с.
21. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии / И.А. Дубровин. М. : Дашков и Ко, 2016. 432 с.
22. Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017. 200 с.
23. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент / А.Т. Зуб. М. : Юрайт, 2017. 376 с.
24. Иванова, Т.Ю. Теория организации / Т.Ю. Иванова. М. : КноРус, 2016. 430 с.
25. Кабанов, В.Н. Организация предпринимательской деятельности: самоучитель / В.Н. Кабанов. М. : Русайнс, 2017. 304 с.
26. Карлберг, К. Бизнес-анализ с использованием Excel / К. Карлберг. М. : Вильямс, 2015. 576 с.

27. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. М. : Юрайт, 2017. 508 с.
28. Латфуллин, Г.Р. Теория организации / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. М. : Юрайт, 2016. 448 с.
29. Либерман, И.А. Планирование на предприятии / И.А. Либерман. М. : РИОР, 2016. 208 с.
30. Литвинова, Т.Н. Планирование на предприятии (в организации) / Т.Н. Литвинова, И.А. Морозова, Е.Г. Попкова. М. : Инфра-М, 2016. 156 с.
31. Мардас, А.Н. Теория организации / А.Н. Мардас, О.А. Гуляева. М. : Юрайт, 2017. 130 с.
32. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование / В.А. Морошкин, В.П. Буров. М. : Инфра-М, 2016. 288 с.
33. Новичков Н.В. Теория организации / Н.В. Новичков. М. : КноРус, 2017. 216 с.
34. Номейн, А. Как составить бизнес-план / А. Номейн. М. : Издательские решения, 2017. 26 с.
35. Орлова, Е.Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. М. : Омега-Л, 2016. 176 с.
36. Парахина, В.Н. Теория организации / В.Н. Парахина, Т.М. Федоренко, Е.Ю. Шацкая. М. : КноРус, 2017. 360 с.
37. Петров, К.Н. Как разработать бизнес-план / К.Н. Петров. М. : Вильямс, 2015. 320 с.
38. Попова, Е.П. Теория организации / Е.П. Попова, К.В. Решетникова. М. : Юрайт, 2017. 338 с.
39. Пророков, А.Г. Организация предпринимательской деятельности в таблицах и схемах / А.Г. Пророков, Л.И. Чистоходова. М. : Проспект, 2016. 200 с.
40. Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2015. 344 с.

41. Романова, М.В. Бизнес-планирование / М.В. Романова. М. : Инфра-М, 2015. 240 с.
42. Русецкая, О.В. Теория организации / О.В. Русецкая, Л.А. Трофимова, Е.В. Песоцкая. М. : Юрайт, 2016. 392 с.
43. Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учеб. пособ. / А.А. Сергеев. М : Юрайт, 2016. 463 с.
44. Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://smb.gov66.ru/>
45. Смирнов, Э.А. Теория организации / Э.А. Смирнов. М. : Инфра-М, 2016. 248 с.
46. Теория организации / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. М. : Юрайт, 2017. 158 с.
47. Третьякова, Е.Л. Теория организации / Е.Л. Третьякова. М. : КноРус, 2016. 224 с.
48. Шастико, А.Е. Экономическая теория организаций / А.Е. Шастико. М. : Проспект, 2016. 304 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Перечень оборудования необходимый для открытия хостела

Наименование	Кол-во (шт)	Стоимость (тыс. руб.)
Кровати 2-х ярусные	10	51,4
Матрасы ортопедические	20	44
Кухонный гарнитур	1	19,95
Постельное белье, подушки, одеяла	По 20	28,124
Прикроватные коврики	8	0,887
Палас	1	2,6
Коврики для сан. узлов	3	0,928
прикроватные фонарики	16	3
Зеркала	3	0,759
Стол кухонный	1	1,7
Стол приставной	2	2,4
Стол компьютерный	1	2
Стойка ресепшн	1	3
Стулья	14	8,9
Кресло-мешки	4	8,6
Подставка для обуви	1	0,517
Часы настенные	3	0,597
Сейф ячейки	1	7,96
Фильтр для воды	1	1,95
Сланцы (тапочки для душа)	16	1,149
Гладильная доска	1	0,327
Урны мусорные	3	0,459
Унитаз, душевая кабинка	По 1	18,18
Сантехника для установки	-	8,527
Сушилка для белья	2	1,1

Шторы	3	9,531
Водонагреватель на 100л	1	9,103
Посуда	-	5,302
Пылесос	1	1,69
Ноутбук	1	15,98
Компьютер	1	16,5
интернет	-	0,7
Стеллаж	1	2
Плечики	20	0,46
Вешалки	3	1,906
Межкомнатная перегородка	1	4,434
Телевизор для кухни	1	8,97
Телевизоры в комнаты	3	37,5
Тумбочки	10	7,72
Чайник	1	0,532
Микроволновка	1	2,36
Варочная панель	1	6
Холодильник	1	10,49
Принтер + краска	1	2,652
Касса + полгода обслуживания	1	15,5
Тренажеры	2	7,427
ИТОГО		385,771

ГЛОССАРИЙ

Понятие	Определение понятий	Источник
Бизнес-план	план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности	Волков, О. И. Экономика предприятия [Текст] : учебник / О. И. Волкова. М. : ИНФРА-М, 2010. 416 с.
Доля рынка	доля компании в объеме продаж на данном рынке. Позволяет оценить конкурентные позиции производимого/реализуемого компанией товара	Глущенко Е. В. Теория управления - М.: Вестник, 2012.-380 с.
Инвестиции	долгосрочные вложения государственного или частного капитала в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты. Дают отдачу через значительный срок после вложения	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева и др. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 672 с.
Конкурентная среда	рынок или его сегмент, где предприятие ведет борьбу за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с.
Конкурентоспособность предприятия	уровень экономического, технологического и финансового потенциала предприятия, обеспечивающего ему возможность конкурировать со своими соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары или стремящимися проникнуть на рынок	Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М.Попов, С. И.Ляпунов. М.: Финансы и статистика, 2012. 672с.
Малое предприятие	наиболее дешевый путь к рынку, закладывающий глобальные основы ресурсосберегающего экономического роста в стране	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с
Маркетинг	организационная функция и совокупность процессов создания,	Глущенко Е. В. Теория управления. -

	продвижения и предоставления ценностей покупателям и управления взаимоотношениями с ними с выгодой для организации	М.: Вестник, 2012.-380 с.
Реклама	часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему	Ларионов, И.К. Предпринимательство. М.: Дашков и Ко, 2014. 192 с.
Риск	опасность отклонения от предполагаемой цели, приводящая к возникновению непредвиденных потерь прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи с неблагоприятными обстоятельствами	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с
Рынок	совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями	Глущенко Е. В. Теория управления. - М.: Вестник, 2012.-380 с.
Финансовая реализуемость инвестиционного проекта	это обеспечение такой структуры денежных потоков проекта, при которой на каждом шаге расчета имеется достаточное количество денег для его продолжения	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева и др. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 672 с.
Эффективность инвестиционного проекта	экономическая категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с
SWOT анализ	метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны)	Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник. М.: Финансы и статистика, 2012. 672с.