

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические аспекты бизнес-плана.....	6
1.1. Сущность и задачи бизнес-плана.....	6
1.2. Структура и содержание бизнес-плана.....	10
1.3. Методология бизнес-плана. Методологическая основа.....	14
1.4. Описание услуги.....	16
1.5. Резюме.....	18
1.6. Эффективность и качество организаций.....	19
Глава 2. Методология бизнес-плана.....	23
2.1. Общая информация.....	23
2.2. Значимость инвестиционной деятельности организации в городе.....	25
2.3. Методы как познания. Основы метода.....	26
2.4. Маркетинговый план.....	28
2.5. Необходимость создания бизнес-школы по направлению диджеинг.....	31
2.6. Стимулирование сотрудников и клиентов.....	34
Глава 3. Структуризация бизнес-проекта по направлению диджеинг....	39
3.1. Описание проекта.....	39
3.2. Производственный план.....	40
3.3. Анализ рисков.....	42
Заключение.....	49
Список использованных источников и литературы.....	51

ВВЕДЕНИЕ

Темой данной дипломной работы является бизнес-план как основа стратегического планирования создания нового бизнеса образовательной организации.

Открытие нового направления в городе Канске, а именно, открытие школы диджеинга, способную помочь людям раскрыть свои возможности и свой потенциал, где будут опытные диджеи и преподаватели проводить различные лекции и семинары, открытые занятия. Школа диджеинга – это школа по сведению и созданию музыки.

Данная тема будет актуальна так как я предлагаю направление еще не нашедшее применение в городе Канске. В Канске еще нет такой школы, которая бы занималась подготовкой и продвижением начинающих диджеев.

Актуальность исследования обусловлено в том, что развитие творческих способностей, важная составляющая часть в формировании личности, начиная в подростковом периоде, а также главный процесс самовыражения.

Цель дипломной работы – это разработка бизнес-плана по направлению Диджеинг в городе Канске.

Объект исследования: бизнес-школы города Канска.

Предмет исследования: бизнес-школа по направлению Диджеинг.

- Изучить бизнес-план как документ по разработке стратегического планирования нового бизнеса;
- Исследовать направления подготовки кадров существующих бизнес-школ города Канска;
- Разработать бизнес - бизнес-план по направлению диджеинг в городе Канске.

В первой главе «Теоретические аспекты бизнес-плана» раскрываются теоретические аспекты управления, развития и разработки бизнес-плана,

понятия и сущность, принципы и методы, структура, методология, эффективность бизнес плана, описание услуги.

Во второй главе «Методология бизнес плана» изучена характеристика и организационная структура бизнес-школ в городе Канске, проведен анализ сравнений других школ-бизнеса. Также рассмотрены требования кадрам предприятия, предъявляемые профессиональным стандартом.

В третьей главе «Структуризация бизнес-проекта по направлению Диджеинг» разработаны и мероприятия по улучшению квалификации сотрудников, предложены системы мотиваций для начинающих и опытных диджеев, а также усовершенствование работы с жалобами потребителей услуг. Проведены анализы рисков, доходов, затрат.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что внедрение предлагаемого нового бизнес-плана образовательной организации по направлению диджеинг в городе Канске, позволит повысить заинтересованность клиентов, стимулируя и мотивируя различными продвижениями, конкурсами. Таким образом, улучшит качество заинтересованности в школе диджеинга, что позволит повысить эффективность работы предприятия.

В современной России «самовыражение» является довольно острой проблемой. Люди, в особенности молодежь боится выделяться из «серой» массы людей, они будут думать, что скажут другие люди. Но ведь нужно научиться внушить себе, что мнение окружающих совсем неважно, неважно какую музыку слушаешь, в чем одеваешься и т.д., ведь у каждого человека свое мнение, путь. Поэтому создаются различные курсы, тренинги, специальные школы, чтобы люди могли заниматься чем то особенным и само развиваться и реализовываться. К примеру, начать заниматься музыкой, создавать что то свое и добиться успеха в этом направлении.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1. Сущность и задачи бизнес-плана

Бизнес-план представляет собой результат исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности фирмы (продукта или услуг) на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях. Он опирается на:

- Конкретный проект оказания новых услуг (особенности удовлетворения потребностей и т.д.);
- Всесторонний анализ производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности, целью которого является выделение его сильных и слабых сторон, специфики и отличий от других аналогичных фирм;
- Изучение конкретных финансовых, технико-экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач.

Существует две формы бизнес-планирования деятельности фирмы:

- планирование деятельности фирмы на рынке;
- внутрифирменное планирование.

Как правило, эти аспекты планирования взаимосвязаны.

Необходимо отметить, что по-настоящему планирование может быть рациональным только тогда, когда отношения фирмы с контрагентами на рынке носят не случайный и разовый характер, а приобретают устойчивый и долговременный характер.

Цель разработки бизнес-плана — спланировать деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Задачами бизнес-плана являются:

- Сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;
- Определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- Выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
- Оценить производственные и непроизводственные издержки;
- Определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию и т.п.;
- Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей и т.д.

В данной дипломной работе будут использованы все задачи бизнес-плана.

Бизнес-план выполняет следующие основные функции:

- Является инструментом, с помощью которого организация может спрогнозировать и оценить фактические результаты деятельности за определенный период;
- Используется для разработки концепции бизнеса в перспективе;
- Является инструментом обоснования эффективности инвестиций;
- Представляет собой инструмент реализации стратегии предприятия.

Также имеется последовательность разработки бизнес-плана. Не существует жесткого регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Структура и состав зависят от сути того чем будет заниматься компания: инвестиционный проект (лизинговые операции) или планирование деятельности при создании или бизнес-план под реализацию одного из проектов компании с привлечением заемных средств.

Необходимо отметить, что при разработке бизнес-плана на каждом шаге производят анализ и определение возможностей сокращения риска, затрат и сроков реализации проекта.

Непосредственно начать разработку необходимо с описания продукции, уделяя особое внимание конкурентоспособности.

Розничные торговые сети представляют собой одно из наиболее важных направлений развития торговли в российской экономике, во многом это объясняется тем, что продукты питания и товары повседневного потребления традиционно пользуются условно постоянным спросом вне зависимости от того, каким образом изменяется уровень доходов населения. На долю розничной торговли в российской экономике приходится наибольшая численность занятых в экономике (18,2 %), ее валовая добавленная стоимость составляет 18,7 % от общей ВДС. Она также является одной из самых эффективных отраслей по таким спектрам ВВП, как основные фонды, инвестиции, занятость и рентабельность [24, 51 с.].

Одним из факторов обеспечивающих функционирование современных организаций розничной торговли является персонал. Управление персоналом организаций - это деятельность по соподчинению всех лиц, придающих участие в процессах деятельности организации, ради реализации организационных функций.

Роль управления персоналом организаций выражается через обеспечение эффективного функционирования и развития предприятия розничной торговли через реализацию кадрового потенциала [7, 98 с.].

Изучение литературы по исследуемой проблематике результативности управления деятельностью организаций показывает, что важнейшей целью управления персоналом в существующих условиях выступает концепция эффективного управления и использования кадрового потенциала.

Как отмечает Е. С. Яхонтова «примерно к 80-м годам прошлого столетия произошло качественное изменение отношения к персоналу – его стали оценивать как решающий ресурс в таком неотъемлемом элементе рыночной экономики, как конкурентное соревнование» [40].

Так же автор отмечает, что «персонал является одним из основных факторы достижение устойчивого развития» предприятия розничной

торговли. В этих условиях реализация потенциала персонала организаций – один из ключевых вызовов, который стоит перед руководителями современных предприятий. В последние десять лет вырос интерес к нему как показателю успешности развития организаций.

Вместе с тем, категория «потенциал» персонала организаций не является достаточно изученной и трактуется исследователями по-разному. Базовым термином для понятия служит термин «возможная сила» [(potential -сила)] - скрытая возможность, сила, способная проявиться при известных условиях. В общем случае «потенциал» - источники, возможности, запасы, которые могут быть реализованы для достижения поставленной цели.

Прежде всего, имеются в виду способности к развитию, совершенствованию и максимально эффективному использованию имеющихся ресурсов, следовательно, категорию «потенциала» можно рассматривать на двух уровнях: достигнутый (существующий) и перспективный (максимально возможный) [4, 48 с.].

Достигнутый уровень представляет собой ресурсы и способности, имеющиеся у организации на данный момент. Они представляют собой реальную составляющую кадрового потенциала.

А перспективный уровень представляет собой максимально возможный объем ресурсов, которыми может обладать предприятие, если задействует все имеющиеся в его распоряжении возможности и скрытые резервы.

Таким образом, на пересечении «полей», где один из аспектов соприкасается с каждым уровнем, возникают различные трактовки термина потенциал. В соответствии с этим определения понятия «кадровый потенциал», встречающиеся в литературе у различных авторов, несут в себе определенный акцент: на материальной или ресурсной составляющей, на возможностях и скрытых резервах.

В качестве принципов организации деятельности системы управления персоналом можно привести следующие:

- системность и непрерывность управления персоналом организаций;

- ориентированность на запрос конкретной организации;
- соответствие образовательным потребностям работников;
- реализация с учетом возраста персонала, уровня образования, стажа специалистов;
- повышение степени готовности организаций к происходящим изменениям на развивающемся рынке социально-культурных услуг;
- обеспечение постоянного обновления и совершенствования необходимых знаний, навыков и умений персонала организаций;
- формирование и развитие корпоративной культуры;
- повышение сплоченности коллектива, лояльности персонала;
- распространение передового опыта отдельных сотрудников;
- снижение текучести кадров [14, 83 с.].

1.2. Структура и содержание бизнес-плана

Единой универсальной структуры бизнес-плана не существует. Однако выделяют все же основные разделы бизнес-плана, которые содержат информацию, направленную на реализацию целей бизнес-планирования.

Основными элементами бизнес-плана являются:

- резюме;
- содержательный раздел (описание, сущность проекта);
- разделы внутрифирменного планирования (деятельность и структура компании, маркетинг, планирование отделов и персонала, технологии, товарооборот и т.п.);
- финансово - аналитический раздел (планирование финансовых показателей их анализ и оценка);
- оценка рисков бизнес-плана.

Теперь рассмотрим данные элементы бизнес-плана подробно, т.к. это будет способствовать более полному раскрытию частей бизнес-плана школы бизнеса, малого бизнеса в большом городе в данной дипломной работе.

Резюме — это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие, начиная свое дело или развивая имеющееся. По сути, резюме является сокращенной версией самого бизнес-плана.

Порядок изложения резюме является достаточно свободным, однако его необходимо начинать с главной цели предлагаемого бизнеса.

Резюме составляется в конце написания бизнес-плана, однако находится в начале документа.

Концепция бизнеса — раздел, в котором излагается вид деятельности, способы получения прибыли, направленность бизнеса.

Также здесь необходимо отметить, важность товара для потребителей, его уникальность. Желательно охарактеризовать функциональные возможности и особенности продукции.

Завершает раздел, описание ключевых факторов, которые должны определить успех предлагаемого бизнеса.

Описание предприятия: в этом разделе необходимо охарактеризовать предприятие, обратив внимание на его отличия от других компаний, присутствующих на рынке. Далее в сжатой форме приводится основная информация о предприятии — организационно-правовая форма, учредители, юридический адрес и т.п.

Необходимо отразить потребность в производственных помещениях и их площадь, а также производственную площадь предприятия. Необходимо указать потребность в дополнительном оборудовании и материальных ресурсах. Раздел заканчивается расчетом издержек производства и себестоимости производимой продукции.

План маркетинга — это план мероприятий по достижению намечаемого объема продаж и получению максимальной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей. В этом разделе необходимо отразить маркетинговую стратегию развития предприятия.

Разрабатывая эту стратегию, целесообразно учесть влияние внешнего окружения (тенденции изменения технологий, запросов и мотивации потребителей и т.д.) в целях адаптации предприятия к меняющимся рыночным условиям путем разработки комплекса маркетинга, включающего товарную, ценовую, сбытовую политику и сервисное обслуживание.

Финансовый план является важной частью практически любого бизнес-плана. Цель финансового плана определить эффективность предлагаемого бизнеса.

Этот раздел бизнес-плана должен дать возможность оценить способность проекта обеспечивать поступление денежных средств в объеме, достаточном для обслуживания долга.

Следует подробным образом описать потребность в финансовых ресурсах, предполагаемые источники и схемы финансирования, ответственность заемщиков и систему гарантий. Особое значение следует уделить описанию текущего и прогнозируемого состояния окружающей экономической среды. Должны быть отражены трудно прогнозируемые факторы, их альтернативные значения для различных вариантов развития событий.

Требуется четкая разбивка расходов по проекту и использования средств.

В данном разделе необходимо отразить:

- общую потребность в инвестициях;
- источники финансирования;
- план доходов и расходов;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- потребность в оборотном капитале;
- срок окупаемости проекта;
- отчет по прибыли;
- расчет точки безубыточности, а также необходимые финансовые показатели.

Ключевые моменты бизнес-планирования – это оценка инициаторами проекта:

- Возможности, необходимости и объема выпуска продукции (услуг);
- Потенциальных потребителей;
- Конкурентоспособности продукта на внутреннем и внешнем рынках, своего сегмента рынка;
- Показателей различных видов эффективности (коммерческой, региональной, бюджетной);
- Достаточности капитала у инициатора бизнес-идеи и возможных источников финансирования.

Из перечисленного выше можно сделать вывод, что бизнес-план – это:

- Изложение системы доказательств, убеждающих инвестора в выгоды проекта;
- Определение степени жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия;
- Предвидение рисков предпринимательской деятельности;
- Конкретизация перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей развития;
- Развитие перспективного (стратегического) взгляда на компанию и ее рабочую среду путем получения ценного опыта планирования.

1.3. Методология бизнес плана. Основа

Метод - это совокупность действий, призванных помочь достижению желаемого результата. Современная наука основывается на определенной методологии – то есть совокупности используемых методов и учений о методе.

Методологическая основа исследования состоит в применении метода диалектики как общенаучного метода познания, а также ряда частных научных методов таких как, финансовый анализ, анализ хозяйственной

деятельности, системный анализ изучаемой структуры бизнес-плана и финансовых результатов.

Любая методика включает в себя различные методы познания. В данной дипломной работе использованы следующие методы: синтеза и анализа; индукции и дедукции, описания и прогнозирования, а также сравнения.

Для более полного понимания основы исследования объекта данной дипломной работы рассмотрим определение каждого метода:

- Синтез - соединение ранее выделенных частей (сторон, признаков, свойств или отношений) предмета в единое целое.

- Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения) с целью их всестороннего изучения. Данный метод является наиболее популярным для курсовых и дипломных работ.

- Индукция - метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок.

- Дедукция - вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев.

- Описание - фиксация средствами естественного или искусственного языка сведений об объектах.

- Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления.

- Сравнение - сопоставление однородных объектов для нахождения черт сходства либо различий между ними.

Не секрет, что любая методика представляет собой указания или методологические советы по исполнению исследования объекта. Что касается исследования бизнес-плана, то она будет содержать следующие моменты:

- формулировку задач и целей бизнес-планирования;

- объекты бизнес-плана;
- специфика вида деятельности компании;
- рынок сбыта;
- конкуренция;
- стратегия развития и финансирования;
- оценка рисков.

Такая последовательность является наиболее оптимальной с точки зрения теории и практики бизнес-плана исходя из специфики данного сегмента бизнеса.

По мнению автора учебника «Экономический анализ хозяйственной деятельности» Савицкой Г.В., каждый результативный показатель, в данном случае в бизнес-плане это прибыль, зависит от многочисленных и разнообразных факторов: конкуренции, специфики деятельности компании, кредитования, запланированного объема продукции и т.п. [28, с. 123]. Чем детальнее исследуется влияние факторов на величину результативного показателя, тем точнее его оценка. Отсюда важным методологическим вопросом в бизнес-планировании является изучение влияния факторов, таких как конкуренция, рынок сбыта, кредитование, объем продукции и т.п. на величину запланированной прибыли, так как бизнес-план составляется именно с целью получения прибыли. Без глубокого и всестороннего изучения факторов нельзя сделать обоснованные выводы о результатах деятельности, выявить резервы (запас финансовой прочности, количество отчислений в фонды компании), обосновать планы и управленческие решения, прогнозировать результаты деятельности, оценивать, при принятии управленческих решений, их чувствительность к изменению внутренних и внешних факторов в деятельности компании [1, с. 246].

Таким образом, на основании всего вышесказанного, можно сделать вывод, что методологическая основа в исследовании бизнес-плана очень важна, не менее чем в написании и исследовании научных трудов.

Таким образом, категория «кадровой элите» является основной для формирования конкурентных преимуществ организаций, так как в ее структуру входят наиболее «ценные» и «немногочисленные» представители персонала от которых напрямую зависит эффективность бизнеса, а, следовательно, и его безопасность.

Основными критериями отнесения сотрудников к категории «кадровой элиты» являются не только уровень профессиональной и личностной компетенции и подготовки, но и, конечно же, его уникальная «трудовая ментальность» [4, 100 с.], которая формируется за счет реализации следующих потенциальных факторов:

- способностей сотрудника к наиболее полной концентрации на процессах деятельности, часто исключая даже понятия нормированности рабочего дня;

- личностная готовность поставить приоритет интересной деятельности, над приоритетом материальных и карьерных интересов;

- «ментальная неспособность» сознательного прямого брака в работе, в том числе и субъективной оценки «недостаточности уровня результативности труда»;

- приоритет субъективной удовлетворенности результатами деятельности над внешней оценкой, в том числе и со стороны работодателя;

- принципиальное неучастие в «горизонтальных» и «вертикальных» конфликтах внутри коллектива организации в ущерб деятельности, возможный риск конфликта из-за необеспечения ресурсов выполнения работы.

1.4. Описание услуги

Необходимые нормативно-правовые документы: Лицензия не требуется. Школа бизнеса представляет собой деятельность направленную на развитие человека как личность, и как специалиста, а в дальнейшем и

развитие его бизнеса. В программе «Школы диджеинга» будет осуществляться семинары, тренинги и курсы, а также открытые занятия, которые способны помочь раскрыть человеку свой потенциал, а также свой бизнес.

- Семинары: Одной из активных форм учебных занятий являются семинары, они используются практически во всех сферах обучения. Как правило, они строятся на основе живого творческого обсуждения, товарищеской дискуссии по рассматриваемой тематике. В действительности, как указывают многие педагоги, основной недостаток семинарских занятий в настоящее время заключается в пассивности слушателей, создания видимости активности, путем предварительного распределения вопросов и выступлений, отсутствие подлинно творческой дискуссии. Семинар позволяет активизировать познавательную и эмоциональную деятельность студентов, раскрывать их творческий потенциал.

- Тренинги: Форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. От лекции или урока тренинг отличается тем, что материал не только "начитывается", но и прорабатывается, т.е. закрепляется в сознании участников тренинга. Достигается это за счет того, что ведущий на протяжении всего тренинга активно работает с мотивацией участников, стимулируя их интерес и пробуждая желание сделать услышанное частью своего личного опыта.

- Курсы: На данных курсах будут проводить практическую подготовку и профессиональное обучение начинающих диджеев. Данные учебные курсы разработаны для тех, кто желает развиваться в дальнейшем в сфере музыкальной индустрии.

- Открытые занятия: На таких мероприятиях будут собираться все ученики, преподаватели, опытные диджеи. А также любой желающий, где каждый послушает и узнает что то нового из лекций, а также показать чему научился за период обучения.

Учебные программы курсов разработаны для тех, кто желает заняться предпринимательской деятельностью, не имея специального образования и каких-либо начальных знаний, и опыта в данной сфере. Курсы диджеинга помогут слушателям получить необходимые знания, практические советы и последовательность действий по организации, ведению, контролю и развитию собственного музыкального продукта [25, с. 215].

Также разработали стимулирование для клиентов данного направления. Открытые уроки с опытными диджеями. Соревнования между учениками или диджеями с опытом, где оценивать будут обычные жители. Возможность устраивать свои вечеринки и мероприятия, где лучшие ученики будут играть свою музыку. Конкурс среди лучших, ученики будут бороться за выступления в больших клубах, барах и ресторанах в городе Красноярске. А также возможность получить сертификат на дальнейшее обучение и развитие в школе Диджеинга в Москве.

1.5. Резюме

Цель проекта: Открытие нового направления в городе Канске, а именно, открытие школы диджеинга, способную помочь людям раскрыть свои возможности и свой потенциал. В данной школе можно будет создавать собственную музыку, сэмплы и сводить треки. В процессе обучения студенты будут разрабатывать реальный музыкальный проект, начиная с самых ранних стадий и заканчивая полноценным продуктом, готовым к выходу на рынок и монетизации. Разработка проекта происходит совместно с начинающими артистами и под руководством опытных кураторов. В процессе разработки проекта студенты разбирают кейсы, участвуют в стратегических сессиях, посещают офисы ведущих компаний музыкального рынка и принимают участие в профессиональных мероприятиях.

Заявитель: Минина Яна Владимировна 04.11.1996

Образование: неоконченное высшее

Место открытия: Красноярский край, г. Канск, ул. Советская 3.
Описание проекта: Целевая аудитория: население нашего города, а именно молодая часть населения от 14 лет, стремящаяся развиваться в музыкальной индустрии и добиться успеха.

Конкурентные преимущества: Можно отнести то, что мы предлагаем услугу еще не нашедшее применение в нашем городе. В городе Канске еще нет подобных школ, занимающейся написанием и сведением музыки, а также дальнейшим продвижением учеников. Задача проекта такова, привлечь различных опытных преподавателей и диджеев, разрекламировать себя и данный проект в целом. Помочь людям найти себя, свой стиль, научить слушать, слышать и чувствовать музыку.

1.6. Эффективность и качество организаций

Суть проблемы данной работы заключается в повышении качества управления образовательных учреждений. Качество управления заключается в следующем

- Тщательный подбор персонала;
- Грамотное планирование учебного процесса;
- Современные методики преподавания, а также использование в учебном процессе новых технологий;
- Постоянный контроль как за процессом обучения, так и за его результатами.

Основной целью образовательных учреждений является получение обучающимися знаний, которыми он сможет воспользоваться в дальнейшем в своей работе. Именно поэтому образовательные учреждения разных уровней должны заботиться не только об эффективности работы самого учреждения, но и о качестве своих услуг [15, с. 105].

Понятие «качество образования» - многомерное. Качество трактуется как определенный уровень знаний и умений, умственного, физического и

нравственного развития, которого достигли обучающиеся. Качество образования увязано с планируемыми задачами, и является соотношением цели и результата.

Под понятием качества образования обычно рассматривают:

- качество содержания образования;
- значение результатов образования;
- качество образовательных технологий.

Термин «эффективность» означает степень приближения к оптимальному (наиболее желаемому) или максимальному результату при минимальных издержках. Эффективность очень часто определяется как отношение результатов к формирующим их затратам.

Можно выделить ряд подходов и рекомендаций, направленных на повышение качества образования и социально-экономической эффективности образовательных учреждений:

- Повышение надежности обучения.
- Приведение в соответствии целей общества и целей образовательных учреждений. Выполнение данного пункта позволит избежать противоречий и разногласий между образовательными учреждениями и обществом. Ведь для эффективного осуществления процесса обучения интересы общества и образовательных учреждений должны быть направлены в одно направление.

- Проектирование и внедрение системы управления качеством образовательного процесса. Управление качеством образования рассматривается как целенаправленное и комплексное взаимодействие управления и управляющей части в целях достижения наилучшего результата. Данный вопрос может быть определен как дисциплинарный.

- Управление практической и профессиональной ориентации учебных дисциплин в общеобразовательных и профессиональных учебных заведениях. Все дисциплины должны иметь практическую значимость, способствующие в дальнейшем формированию личности. В рамках различных направлений и специальностей изучаются разный список дисциплин, но при этом все

изучаемые дисциплины должны быть не просто доведены до обучающегося, а именно иметь практическую значимость для него [8, с. 28].

- Соединение обучения с практической трудовой деятельностью. Применение полученных знаний и навыков в процессе обучения на практике, позволяет еще раз убедиться в их необходимости и полезности. Также это позволяет закрепить полученные знания на практике.

- Систематический контакт будущих работодателей с образовательными учреждениями. Это позволит идти «в ногу со временем» и удовлетворять имеющиеся потребности. Выполнение данного пункта поможет соотнести спрос и предложение на рынке образовательных услуг, оперативно реагировать на изменения, а также сократить нерациональное использование образовательных ресурсов.

- Взаимодополняемость всех ступень обучения. Каждая из ступень образовательного процесса должна не противоречить, а именно дополнять предыдущую.

Использование данных подходов и рекомендаций позволит повысить рост качества образовательных учреждений, сократить издержки, тем самым повысить эффективность функционирования и предоставлять образовательные услуги, соответствующие потребностям заинтересованных сторон. Именно качество подготовки выпускников в дальнейшем формирует лицо образовательного учреждения, его имидж и конкурентоспособность, что имеет большую значимость в условиях рыночной конкуренции.

Современные программы материального мотивирования персонала - это не просто способ удержания персонала в современной торговой организации, но и инструмент повышения эффективности бизнеса. Каждая организация выбирает свою схему материального мотивирования, опираясь на стандарты отрасли, финансово-экономическое состояние, тенденции рынка труда, собственные ценности, цели и принятые правила рабочего поведения. Задача руководителей - формировать такое поведение сотрудников, которое обуславливает достижение компанией намеченных

результатов. В связи с этим в системе материального мотивирования, прежде всего, важно учитывать функциональные обязанности, выполняемые сотрудниками.

На процесс управления сотрудниками компаний, безусловно, влияет фактор мотивационной сферы персонала. Значение стимулирования в системе управления кадровым составом компаний заключается в самом содержании понятия «мотив» [6, 38 с.].

Изначально понятие «мотив» связано с понятием «причина» или «движущая сила» деятельности, исходя из начального понятия «мотивационная» сфера системы управления компаний напрямую обуславливает взаимосвязь таких факторов как:

- цели компании,
- задачи системы управления компаний,
- интересы менеджмента,
- ценности сотрудников,
- мотивы деятельности персонала.

При этом следует отметить, что, не смотря на определяющую роль «мотивов» в профессиональной деятельности сотрудников компаний единства в определении сущности современных форм и методик мотивирования у современных исследователей нет, при этом чаще всего используется толкование понятия «мотив», исходя из подхода процесса формирования побуждения к деятельности.

ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

2.1. Общая информация

Канск — город (с 1782) в России, административный центр Канского района Красноярского края. Население — 90 231 чел. (2017).

Город Канск стоит на реке Кан, правом притоке Енисея в 247 км к востоку от Красноярска. Первый Канский острог был построен в 1628 году в 43 км ниже современного города. В 1636 году острог перенесён на своё нынешнее место. Постоянного населения в Канске не было аж до 1717 года, когда сюда переслали из Красноярска несколько казачьих семей. Развитию города сильно помог построенный во второй половине XVIII века Сибирский тракт. Вскоре в Канске строят каменный собор, а этой чести был удостоен далеко не каждый сибирский город. Возникает промышленность, идёт активная культурная жизнь: например, театр и кинематограф появились в городе ещё до революции.

В 1919 году в окрестностях Канска разворачивались кровопролитные события Гражданской войны. В лесах действовали большевистски настроенные партизанские отряды, пытавшиеся даже устраивать восстания, но без поддержки регулярной Красной армии не преуспевшие. В 1920 году в городе останавливался чешский писатель Ярослав Гашек, и не просто останавливался, но ещё и успел обвенчаться [36].

В советское время Канск сохранил свой промышленный характер, дав, например, имя Канско-Ачинскому угольному бассейну, одному из крупнейших в России. Главной отраслью местной промышленности является лесопереработка, есть здесь и крупная ТЭЦ.

Наряду с Енисейском, Минусинском, Ачинском и самим Красноярском, Канск входит в пятёрку городов Красноярского края, сохранивших неединичные дореволюционные здания и потому представляющих для путешественника интерес: впрочем, из всех пяти

упомянутых городов — наименьший. На фоне сравнимого по своему размеру Ачинска, в Канске особенно остро ощущается небрежное отношение к городской среде — от бурьяна на центральной площади до обилия мусора и начисто отсутствующих тротуаров. В центральной части России это был бы классический уездный город N, привлекающий только очень увлечённых краеведов, но в Сибири всё наоборот: Канск — самый интересный город на всём длинном, почти суточном отрезке пути от Иркутска до Красноярска.

Любопытно, что в конце лета Канск ненадолго преобразается в связи с проведением Международного канского видеотриенналя экспериментального кино, сделанного как пародия на Каннский кинофестиваль для кино классического. Если со стороны проведение в Канске кинофестиваля выглядит простой игрой слов, дополненной шуточным призом — «золотым пальмовым секатором» в противовес вручаемой в Каннах «золотой пальмовой ветви» — то, оказавшись в городе, вы увидите в этом фестивале то ли злой сарказм, то ли подвижническую попытку развития культуры в глухой российской провинции. В любом случае, один раз в год город наполняется людьми, теряя на время фестиваля свой обычный, сонный и потрепанный облик [42].

Основные Канские предприятия специализируются в сфере машиностроения и металлообработки, пищевой промышленности, строительных материалов и электроэнергетики. Так, в перечень компаний Канска, определяющих лицо города входят Канская ТЭЦ, Канский ЛХК (производит пиломатериалы), комбинат строительных материалов, завод легких металлоконструкций КЗЛМК «МАЯК», ОАО «Сегмент», ликероводочный завод, завод по сборке комбайнов и предприятие по выпуску полимерных упаковочных материалов. Карта Канска позволяет без труда найти месторасположение этих предприятий.

Также реестр предприятий Канска включает: ООО «Вторцветмет», ООО «Канский угольный разрез», ЗАО «Сибсталь», ООО «Канский лесоперерабатывающий комплекс», ООО «Сибирский лес». Справочник

организаций Канска также содержит подробную информацию про ООО «Канская табачная фабрика», пивзавод «Канский», ОАО «Мясо», ОАО «Эмальпосуда», обувную фабрику «Аллег».

Каталог фирм Канска включает широкий перечень компаний, которые оказывают различные услуги населению – от юридических до развлекательных. Желтые страницы Канска будут не полными без компаний, оказывающих услуги связи. В городе имеется МТС, Билайн, ЕТК, Мегафон, а также сеть третьего поколения торговой марки Wellcom, запущена сеть 3G. Список учреждений Канска достойно представлен в сфере образования. Так, в городе действуют политехнический, технологический и педагогический колледжи, медицинский и библиотечный техникумы, 3 профессиональных училища, 21 общеобразовательная школа, 2 музыкальных и одна художественная школы. Важное место в городе занимают драматический театр и краеведческий музей. Многие канские организации добровольно участвуют в развитии города.

2.2. Значимость инвестиционной деятельности организации в городе

Инвестиционный паспорт муниципального образования город Канск» - визитная карточка, приглашение к партнерству. Он является продуктивной основой для диалога органов власти, инвесторов и населения. Основная идея документа – представить вниманию бизнес-сообщества информацию об инвестиционном климате города и перспективных направлениях инвестирования. Канск выгодно отличается от других территорий края своим удачным географическим положением: город расположен в центре восточной части Красноярского края с мощным аграрным потенциалом и богатыми лесными ресурсами [9, с. 43]. Сильная сырьевая база близлежащих территорий, наличие инвестиционных площадок, обеспеченных энергоресурсами, транспортная доступность и развития

телекоммуникационная сеть города, наличие трудовых ресурсов – все эти факторы в совокупности благоприятствуют развитию бизнеса на территории.

Канск открыт для новых серьезных проектов в различных сферах бизнеса, готов принять отечественных и зарубежных предпринимателей, предлагает взаимовыгодные условия сотрудничества и всестороннюю поддержку для реализации привлекательных бизнес – идей.

Мы делаем все, чтобы настоящим и потенциальным инвесторам было выгодно и комфортно работать и развивать свой бизнес на нашей территории.

2.3. Методы как познания. Основы метода

Метод - это совокупность действий, призванных помочь достижению желаемого результата. Современная наука основывается на определенной методологии – то есть совокупности используемых методов и учений о методе.

Методологическая основа исследования состоит в применении метода диалектики как общенаучного метода познания, а также ряда частных научных методов таких как, финансовый анализ, анализ хозяйственной деятельности, системный анализ изучаемой структуры бизнес-плана и финансовых результатов.

Любая методика включает в себя различные методы познания. В данной дипломной работе использованы следующие методы: синтеза и анализа; индукции и дедукции, описания и прогнозирования, а также сравнения.

Для более полного понимания основы исследования объекта данной дипломной работы рассмотрим определение каждого метода:

- Синтез - соединение ранее выделенных частей (сторон, признаков, свойств или отношений) предмета в единое целое.

- Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения) с целью их всестороннего изучения. Данный метод является наиболее популярным для курсовых и дипломных работ.

- Индукция - метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок.

- Дедукция - вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев.

- Описание - фиксация средствами естественного или искусственного языка сведений об объектах.

- Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления.

- Сравнение - сопоставление однородных объектов для нахождения черт сходства либо различий между ними [19, с.15].

Не секрет, что любая методика представляет собой указания или методологические советы по исполнению исследования объекта. Что касается исследования бизнес-плана, то она будет содержать следующие моменты:

- формулировку задач и целей бизнес-планирования;
- объекты бизнес-плана;
- специфика вида деятельности компании;
- рынок сбыта;
- конкуренция;
- стратегия развития и финансирования;
- оценка рисков.

Такая последовательность является наиболее оптимальной с точки зрения теории и практики бизнес-плана исходя из специфики данного сегмента бизнеса.

По мнению автора учебника «Экономический анализ хозяйственной деятельности» Савицкой Г.В., каждый результативный показатель, в данном случае в бизнес-плане это прибыль, зависит от многочисленных и разнообразных факторов: конкуренции, специфики деятельности компании, кредитования, запланированного объема продукции и т.п. [5, с. 44]. Чем детальнее исследуется влияние факторов на величину результативного показателя, тем точнее его оценка. Отсюда важным методологическим вопросом в бизнес-планировании является изучение влияния факторов, таких как конкуренция, рынок сбыта, кредитование, объем продукции и т.п. на величину запланированной прибыли, так как бизнес-план составляется именно с целью получения прибыли. Без глубокого и всестороннего изучения факторов нельзя сделать обоснованные выводы о результатах деятельности, выявить резервы (запас финансовой прочности, количество отчислений в фонды компании), обосновать планы и управленческие решения, прогнозировать результаты деятельности, оценивать, при принятии управленческих решений, их чувствительность к изменению внутренних и внешних факторов в деятельности компании.

Таким образом, на основании всего вышесказанного, можно сделать вывод, что методологическая основа в исследовании бизнес-плана очень важна, не менее чем в написании и исследовании научных трудов.

2.4. Маркетинговый план

Расходы на рекламу: Маркетинговая деятельность важна для раскручивания любой организации. На первых этапах это дает возможность проинформировать потенциальных потребителей о наличии данной услуги на рынке. Далее реклама позволяет создать компании свое имя, и стать популярной. Поддерживать рекламную деятельность необходимо на всех этапах деятельности. Поэтому мы решили реализовывать рекламные акции в

нескольких направлениях, именно: газеты, ТВ, печатная продукция-буклеты, визитки, этикетки, ярлыки и конечно же социальные сети.

- Реклама на телевидение. Бегущая строка на телевидение является отличным способом привлечения внимания людей, так как более 90% населения смотрит телевизор ежедневно. Подать рекламу на телевидение будет стоить 5000 рублей в месяц.

- Печатная продукция: газеты, буклеты, визитки. Реклама в печатной продукции очень удобна людям для восприятия информации. Распространять её очень легко. На создание рекламы в печатной продукции в месяц будет составлять 5 000 рублей.

- Реклама в интернете. Самые сильные затраты будут акцентироваться на рекламе в интернете, где больше и чаще всего проводят свое время. Введение социальных сетей, а также создание собственного сайта, связанного с продвижением школы Диджеинга, входят в обязательном порядке любого проекта на бизнес-рынке. Стоимость рекламы в интернете на месяц обойдется от 20 000 тысяч рублей.

Смета затрат на организацию рекламы можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 - Затраты на организацию рекламы

Тип рекламы	Цена, месяц в руб	Стоимость в год, руб
ТВ	5 000 рублей	60 000 рублей
Интернет	20 000 рублей	240 000 рублей
Печатная продукция	5 000 рублей	60 000 рублей
Итого:	30 000 рублей	360 000 рублей

Итого затраты на рекламу составляют 30 000 рублей в месяц или 360 000 рублей в год.

Анализ конкурентов: Как и в любом другом виде деятельности, в данном виде деятельности существуют конкуренты. В городе Канске подобной школы не существует, но есть другие бизнес-школы по различным направлениям. Такие как: «Молодой предприниматель», «Международный бизнес», «Курсы английского языка», «Современный танец», «Вокал» и

другие направления. Поэтому можем сделать вывод, что по данному направлению, конкурентов как таковых нет. Соответственно, интерес к новому продукту возникнет, как и у молодежи, так и более взрослых людей. Также конкурентами можно рассматривать школу диджеев из больших городов, например в Красноярске «UPPERCUTS DJs ACADEMY». Анализ конкурентов представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Анализ конкурентов

Критерии анализа	«UPPERCUTS DJs ACADEMY»	«Школа Диджеинга»
Популярность	Средний уровень	Низкий уровень
Расположение	Центр	Центр
Уровень цен	Средний	Средний

Проведя анализ конкурентов по данному направлению можно заметить, что конкурентов в данной отрасли у нас в городе немного. Основная часть конкурентов сосредоточена в южной части города [33, с. 49]. Цены на продукцию средние и высокие. Если учесть, что мы будем располагаться в центре города и «строить» коммерческий проект будем с нуля, привлекая заинтересованных лиц. А также быть в заинтересованности, и продвижении начинающих диджеев. То мы сможем с легкостью преодолеть барьер выхода на рынок, предлагая свои услуги (тренинги, курсы, семинары). А также очень хорошее стимулирование клиентов в целом. Продвижение в дальнейшем. Работа в значимых и популярных сферах, местах. Такие как: свадьбы, праздники, мероприятия, концерты, клубы, рестораны, бары, а в дальнейшем участие в фестивалях с опытными диджеями, и работы в других странах.

Если же рассматривать в целом по двум направлениям, то мы имеем хорошие шансы для развития данного проекта, при этом имеется возможность и для повышения цен, добавлений курсов и дальнейшего развития. Без глубокого и всестороннего изучения факторов нельзя сделать обоснованные выводы о результатах деятельности.

2.5. Необходимость создания бизнес-школы по направлению диджеинг

Основные места работы диджея — клубы, радио, выпускные, праздники, кафе, бары, различные мероприятия. Есть еще так называемые мобильные диджеи, которые работают на мероприятиях и повсюду ездят с собственной аппаратурой. Мобильные диджеи действуют как самостоятельные предприниматели: сами ищут заказчиков, занимаются рекламой, возят оборудование и т.д. Кандидату на резидентство в клубе или на работу на праздниках в любом случае нужен собственный демо-материал.

Учиться можно начать в школе Диджеинга, а можно самостоятельно, либо обратиться к друзьям. Но навыки все же нужно оттачивать лучше в школе диджеев, ибо там направят и помогут найти нужный стиль в музыке, а также в дальнейшем развитии. Да и на первое время не придется тратить на покупку оборудования. Самое главное это знание и информация. А как известно, кто обладает информацией, тот всегда на шаг впереди всех. Также и в этом деле, чтобы стать диджеем, нужно сначала вооружиться приличным багажом знаний и полезной информации. Самое важное для диджея, это конечно грамотно и правильно сводить между собой музыкальные треки на музыкальных носителях, винил, CD, USB. Весь этот процесс называется микшированием [44].

Вторым по важности аспектом в работе диджея, является музыкальный материал, ведь хорошее сведение, не гарантирует того, что люди будут танцевать под эти треки. Диджей должен хорошо разбираться в музыкальных стилях, уметь их различать. Первое, с чем вам нужно определиться, на какую аудиторию вы хотите работать. Поверьте ответ в стиле: «- Я хочу играть для всех» - это дилетантство. Нет ни одного диджея, который играет абсолютно для всех, если назовете такого диджея, пройдете обучение в школе диджеев - "Школа Диджеинга" бесплатно. Второе, вам необходимо определить для себя сколько вы готовы потратить на свое

обучение времени, сил и материальных средств. Самый простой способ и пожалуй самый эффективный это обратиться в школу диджеев . Так вы будете уверены, в том что вас действительно научат основам и дадут необходимый минимум или максимум, в зависимости от выбранного курса.

Более тернистый путь, это обучение у друзей и приятелей диджеев . Во-первых такое обучение это русская рулетка, вас могут быстро и грамотно научить сводить треки, а могут просто загубить в вас талант и всяческие желания покорять клубный олимп. Второе, это то что вам могут навязать музыкальный стиль и просто напросто, направить вас не в то русло и вы четко вместе со своим частным учителем будете биться в закрытые двери.

Естественно в начале обучения, вам необходимо изучить оборудование, и постараться поиграть на как можно большем диджейском оборудовании. Поверьте, это вам однажды очень сильно пригодиться, потому что не во всех клубах, кафе, барах и т.д. стоят вертушки pioneer последней модификации [50].

Начав изучать техники сведения музыкальных треков, сегодня в 21 веке, диджей уже ни просто человек сводящий музыку между собой. Сегодня диджей, должен быть музыкантом, вам нужно начинать изучать написание музыки, чтобы создавать свои собственные треки. Поэтому, решив пройти обучение, вы четко должны поставить себе цель, чего вы хотите добиться!

В современной России «самовыражение» является довольно острой проблемой. Люди, в особенности молодежь боится выделяться из «серой» массы людей, они будут думать, что скажут другие люди. Но ведь нужно научиться внушить себе, что мнение окружающих совсем неважно, неважно какую музыку слушаешь, в чем одеваешься и т.д., ведь у каждого человека свое мнение, путь.

В данной школе три направления, которые помогут реализоваться в будущем, каждый человек может выбрать что то для себя.

Основа любой методики мотивирования сотрудников содержит в себе модель воздействия на субъект трудовой деятельности, которая описывала

бы каким образом при взаимодействии внутренних и внешних ограничений, ценностей и потребностей формируются стимулы (внутренние цели) трудовой деятельности и ее результаты (блага).

В обоснование данного вывода можно привести следующие тезисы:

- уровень удовлетворения сотрудника организации, которое он получает при выполнении работы, оказывает определенное влияние на его поведение в похожих условиях и в будущем;

- сотрудники организации на безусловном уровне будут стараться копировать определенное поведение;

- сотрудники компании на безусловном уровне будут стараться не копировать определенное поведение, которое связано у них с неудачной реализацией своих потребностей [11, 99 с.].

Современные программы материального мотивирования персонала - это не просто способ удержания персонала в современной торговой организации, но и инструмент повышения эффективности бизнеса. Каждая организация выбирает свою схему материального мотивирования, опираясь на стандарты отрасли, финансово-экономическое состояние, тенденции рынка труда, собственные ценности, цели и принятые правила рабочего поведения.

На практике труд работников часто оценивается субъективно, а размер компенсации устанавливается по усмотрению руководителя - исходя из его понимания ценности того или иного сотрудника для компании [16, 55 с.].

Однако политика в области оплаты труда должна увязываться не с отдельными индивидуумами, а с должностями и их значимостью для организации, транслировать взаимосвязь между результатами работы каждого и его вознаграждением, а также учитывать вклад отдельных сотрудников в общий результат.

Тогда инициативы материального мотивирования в компании будут приведены в соответствие со стратегией бизнеса, в том числе и современной организации.

Задача руководителей - формировать такое поведение сотрудников, которое обуславливает достижение компанией намеченных результатов. В связи с этим в системе материального мотивирования, прежде всего, важно учитывать функциональные обязанности, выполняемые сотрудниками.

2.6. Стимулирование сотрудников и клиентов

За последние несколько лет схемы программ материального мотивирования сильно видоизменились как по используемым показателям эффективности, так и по размеру самого переменного вознаграждения по отношению к совокупному доходу. Изменилось и количество используемых показателей эффективности.

Например, большинство американских и европейских компаний использует от трех до пяти показателей в своих программах материального мотивирования, сочетая финансовые и нефинансовые метрики, а азиатские компании предпочитают оценивать удовлетворенность клиентов и достижение стратегических целей.

В российской модели мотивирования имеются стимулы такие как:

- выплата премии за превышение нормы выполнения плана,
- установление двойной тарификации в выходные и праздничные дни
- тринадцатая зарплата, предусмотренная на заводах
- другие материальные стимулы (льготные оздоровительные санатории, походы в кино и театр, дома отдыха, спортклубы).

Правильно разработанные и внедренные программы материального мотивирования, направленные на ключевые категории сотрудников, не только способствуют повышению их вовлеченности, но и стимулируют развитие бизнеса».

Чаще всего в компаниях используются программы материального мотивирования, направленные на стимулирование достижения

краткосрочных (в течение месяца) и среднесрочных (до года, в течение года) задач, а также реализацию долгосрочной стратегии бизнеса.

В современной практике в компаниях активно применяются гибкие программы материального мотивирования на базе системы «проекторного» подхода оценки результатов представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Параметры программ материального мотивирования в рамках системе «проекторного» подхода оценки результатов

Параметры системы материального мотивирования	Описание параметров
Периодичность материального мотивирования	По окончании проекта За выполнение отдельных этапов проекта Периодическая (квартальная, месячная)
Размер плановой премии	В % от оклада, в зависимости от роли в проекте
Форма материального мотивирования	Индивидуальная Коллективная Комбинированный план
Условия материального мотивирования	Соблюдение бюджета проекта Соблюдение стандартов качества Соблюдение сроков Удовлетворение заказчиков Производственная дисциплина
Показатели материального мотивирования	Финансово-экономические показатели проекта Сложность проекта Качество выполнения работ Сроки выполнения работ
Момент выплаты премии	Сразу после сдачи работ по проекту/этапу проекта Через определенный промежуток времени после сдачи работ по проекту/этапу проекта
Зависимость между показателем материального мотивирования и суммой премии	Фиксированная ставка Переменная ставка, увеличивающаяся в прогрессии Взаимосвязанные показатели
Уровень достижения целей	Один (плановый) уровень Три уровня (пороговый, плановый и максимальный)

Любая система вознаграждения работников должна быть привязана к бизнес-результатам.

Для перехода от стратегических целей компании к работе каждого отдельного сотрудника применяется принцип декомпозиции целей на

отдельные задачи с измеримым результатом, соразмерным отдельной должностной позиции и конкретному рабочему месту.

В идеале каждый работник должен видеть свой вклад в общий результат компании. Общепринятая форма привязки эффективности деятельности руководителя к бизнес-результатам - система KPI, которая выражается в цифровых показателях эффективности бизнеса, как правило, по итогам финансового года.

Соответственно, премирование конкретного руководителя или ключевого сотрудника привязано к показателям, на достижение которых он влияет в ходе своей деятельности.

При этом обязательно определяется пороговое значение, ниже которого показатель считается.

Например, премирование работников отдела продаж может устанавливаться в количестве заключенных контрактов; в сумме, на которую заключены контракты; в количестве привлеченных клиентов / заказчиков.

Если компания производственная, то к основным бизнес-процессам будут относиться, например, объем производства, сокращение производственного цикла, снижение издержек и другие показатели.

В связи с этим сегодня при построении системы мотивации для торгового персонала важно соблюдать основные принципы (простоту, прозрачность, справедливость, честность и регулярное информирование), добавлять в систему «дух соревнования» в виде различных конкурсов и возможности увеличить премию за счет победы в них.

В компании не используются штрафы и наказания в системе мотивации, а напротив, применяется повышающий коэффициент к уже сформированной премии (если команда магазина победила во внутреннем соревновании). Периодически проводятся конкурсы по продаже какого-либо товара, которые позволяют заработать дополнительную премию.

Важный элемент таких активностей - онлайн-коммуникация работников. Для этого в компании существует специальная страница на

информационном портале, которая отображает место команды магазина в рейтинге, продажи и другие показатели, влияющие на победу [40].

И конечно не обязательно в организации для более качественной работы использовать материальные формы и методы мотивации персонала. Есть много простых и интересных способов, которые не требуют больших денежных затрат.

Шутливое наказание худших сотрудников. Не обязательно штрафовать худших работников, можно придумать разные шутливые титулы и звания, которые получают те, кто не справляется со своей работой.

Развлечения. Многие современные компании за границей имеют игровые зоны, где сотрудники могут отдохнуть и отвлечься от проблем. Работа становится более эффективной, а у персонала не возникает мыслей о том, насколько угнетающая атмосфера в офисе.

Спонтанные подарки. Небольшие презенты сотрудникам просто для хорошего настроения не могут не радовать и не стимулировать работать.

Премии тем, кто имеет хорошее здоровье. В других странах уже давно практикуются такие методы мотивации и стимулирования персонала, как предоставление премии тем, кто не болел весь год и постоянно проходил медицинское обследование.

Свободное посещение работы. Лучшим специалистам на определенное время можно установить свободный график посещения.

Таким образом, можно констатировать, что специфика системы материальной мотивации во многом зависит от сферы деятельности организации.

Как показало исследование, сам процесс функционирования системы управления персоналом предприятий – это процесс формирования, как кадрового состава учреждения, так и формирование новых компетенций, и получение специальных знаний действующего персонала для получения дополнительной квалификации или профессиональной деятельности в определенной сфере.

Система управления персоналом предприятий как элемент общего управления предполагает не только первоначальный отбор кандидатов в персонал и передачу необходимых знаний, умений и навыков, но и изменение поведенческих моделей, установок, мотивов, убеждений сотрудников предприятий. Как следствие, оно является необходимым инструментом для поддержания и развития кадрового потенциала розничных предприятий.

Традиционные принципы системы управления персоналом в совокупности могут представлять единую «систему принципов» розничных предприятий, на которую необходимо опираться при планировании и совершенствовании кадровых ресурсов.

Инструментами актуализации человеческих ресурсов являются методы направленные на развитие и совершенствование условий гуманизации труда и качества трудовой жизни, что в конечном итоге, с одной стороны, должно открывать возможность самореализации человека в трудовой деятельности, а с другой — стимулировать экономическую эффективность предприятий.

Современный HR менеджмент базируется на постулате необходимости наличия постоянного роста эффективности и профессионализма деятельности специалистов кадровой службы. Главная цель деятельности HR службы (и соответственно критерии эффективности деятельности) является оптимизация использования трудовых ресурсов

ГЛАВА 3. СТРУКТУРИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ДИДЖЕИНГ

3.1. Описание проекта

Школа диджеинга – это школа по созданию собственной музыки и сведению треков. От 14 лет. В процессе обучения студенты разрабатывают реальный музыкальный проект, начинают с самых ранних стадий и заканчивают с полноценным продуктом, готовым к выходу на рынок и монетизации. Разработка проекта происходит совместно с начинающими артистами и под руководством опытных кураторов. В процессе разработки проекта студенты разбирают кейсы, участвуют в стратегических сессиях, посещают офисы ведущих компаний музыкального рынка и принимают участие в профессиональных мероприятиях.

Так как - это единственная школа-бизнеса по направлению диджеинг в городе Канске, конкуренции нет. Это направление как раз для тех, кто не собирается уезжать из Канска и будет помогать развивать музыкальную индустрию там, создавая собственный продукт. В каждом городе есть ребята, которым интересно познание музыки, которые готовы устраивать вечеринки, связанные с электронной музыкой. А также зарабатывать, играя на различных мероприятиях (свадьбы, выпускные, клубы, бары и т.д.).

Основной проблемой развития проекта – может стать культура развития и численность населения. Ведь если сравнивать масштаб других городов (Красноярск, Москва, то заинтересованности там намного больше).

Решение ее, можно с помощью заинтересованности и стимулирование клиентов. Например: открытые уроки с опытными диджеями, где можно попробовать сводить треки. И индивидуальные занятия с диджеем. Также устраивать свои небольшие вечеринки, где лучшие ученики будут играть сеты. Далее конкурс, лучший из 3 человек, получает возможность сыграть в Красноярске, участие в различных фестивалях, а затем дальнейшее обучение

и развитие в Москве. Такое стимулирование придаст больше мотивации начинающим диджеям, или уже с опытом человек отточит навыки, и будет в дальнейшем развиваться в больших городах.

Более тернистый путь, это обучение у друзей и приятелей диджеев . Во-первых такое обучение это русская рулетка, вас могут быстро и грамотно научить сводить треки, а могут просто загубить в вас талант и всяческие желания покорять клубный олимп. Второе, это то что вам могут навязать музыкальный стиль и просто напросто, направить вас не в то русло и вы четко вместе со своим частным учителем будете биться в закрытые двери.

3.2. Производственный план

Производственный план данного проекта состоит из трех курсов и бесплатного пробного занятия. Из этого следует, что каждый человек может найти для себя свое направление, которое будет соответствовать и помогать ему в дальнейшем развитии. Курсы также рассчитаны на рассрочку без процентов, что будет являться плюсом для тех, кто хочет заниматься музыкой, но не может оплатить курс сразу.

Занятия и стоимость курсов представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Стоимость курсов

Интенсивный курс	3 занятия, самостоятельная практика, диплом	3 000 рублей
Стандартный диджеинг	10 занятий, 2 мастер-класса, 10 самостоятельных практик, экзамен, диплом	18 000 рублей (Рассрочка без %)
Уникальный курс	25 занятий, 10 мастер классов, 15 самостоятельных практик, экзамен, диплом	35 000 рублей (Рассрочка без %)
Первый урок – бесплатно		

Ниже дано то, что необходимо на первоначальных затратах, при этом берем кредит 1 530 000 на 5 месяцев, проект окупится через максимум за 12 лет представлено в таблице 5.

Таблица 5 - Первоначальные затраты

Кредит – 1 530 000 рублей на 5 месяцев	
Аренда помещения	150 000 рублей (на 5 месяцев)
Аудиосистема – 10 штук	250 000 рублей
Программная система	15 000 рублей
Мебель (6 столов, 6 стульев, шкаф)	40 000 рублей
Светомузыка	8 000 рублей
Ноутбук	35 000 рублей
Наушники – 6 штук	45 000 рублей
Охранная сигнализация	5 000 рублей (на 5 месяцев)
Реклама	150 000 рублей (на 5 месяцев)
Фонд оплаты труда	620 000 рублей (на 5 месяцев)
Итого: 1 315 000 рублей	

По итогам приведенной таблицы можно сделать вывод о том, что для создания бизнес-школы по направлению диджеинг, необходимо 1 400 000 руб.

Для начала деятельности необходимо получить кредит и рассчитать его сумму. Сумма кредита составляет 60 тыс. рублей. Срок выплаты кредита – 1 400 000 на 5 месяцев. Процент, под который банк выдает кредит - 13%

- общая сумма выплат - 1 445 472 рублей
- общая переплата - 45 472 рублей
- процент переплаты – 3,25%
- ежемесячный платеж – 289 094 рублей

Также обязательно включить отчисление налогов фонда оплаты труда:

- взносы для Пенсионного фонда страхования – 22%;
- фонда социального страхования – 2,9%;
- отчислений в Фонд медицинского страхования – 5,1%

Все вместе выходит 30% налогов на фонд оплаты труда.

Системы функционала управления персоналом по группам:

- Экономические методы, которые опираются на управленческом воздействии на экономические интересы объектов системы управления. В их основу заложен процесс реализации экономических законов общества, рынка и принципов управления.

- Организационно - распорядительные (административно-дисциплинарные) методы над кадрами, которые основаны на использовании системы объективных законах организации совместной деятельности участников. Эти методы характеризуются прямым характером воздействия в системе управления – требование стандартов, регламентов или административно-распорядительного документа являются обязательными для исполнения. Данные методы реализуют потенциал административных функций управления, обязанностей и прав.

- Социально - психологические методы над кадрами базируются на реализации социальных и психологических факторов. Эти методы представляют собой важный элемент процесса управления [18, 53 с.].

Таким образом, рассмотренные методы, цели и задачи деятельности кадровой службы как основного элемента менеджмента компании обуславливают необходимость формирования организации деятельности кадровой службы.

Ниже можно увидеть годовой доход бизнес-школы по направлению диджеинг, который представлен в таблице 6.

Таблица 6 - Годовой доход

Стоимость 1 часа для слушателя	400 рублей
Группа	5 человек
Продолжительность занятий в день	6 часов
Число рабочих дней в год	250 дней
Годовой доход	3 000 000 рублей в год

3.3. Анализ рисков

Определение способов минимизации рисков: Для «Школы бизнеса» по направлению диджеинг в городе Канске, основным фактором риска является не востребованность на рынке, низкий спрос. Уменьшить риск можно путем качественного обслуживания и низких цен [17, с. 128].

Необходимо и очень важно дать участникам проекта то, что не может предложить другая организация. Чем можно заинтересовать клиента -

привлечь приемлемыми ценами и обеспечить качество обслуживания, стимулированием и мотивированием, а также заинтересовать клиента своей деятельностью. Этапы анализа рынка:

- цели анализа рынка;
- план анализа рынка;
- методы исследований;
- сроки и бюджет;
- провести исследования;
- анализ и выводы;
- презентация результатов;
- итоговый обзор.

При анализе рисков было выявлено, что на эффективность работы влияют множество факторов. Все основные риски перечислены в таблице 7 ниже.

Таблица 7 - Возможные риски

Возможные риски	Влияние прибыль	Меры по снижению влияния риска
1.Экономические риски связаны с неплатежеспособностью потребителя, неустойчивостью спроса, снижения цен конкурентами.	Уменьшение дохода. Потеря спроса	Постоянная работа с клиентами, совершенствование и повышение качества услуг, гибкая ценовая политика
2.Производственные риски, не организованность преподавателей	Снижение доходности	Четкое календарное планирование. Заблаговременные договоренности
3.Технический риск	Потеря престижа	Связан, с выполнением и качеством работы-услуги.
4. Удаленность от большого города	Низкий интерес. Закупка оборудования	Стимулирование и мотивирование клиентов. Конкурс среди лучших. Заблаговременная покупка.

Работа всех организации неизбежно связана с необходимостью укомплектования штата. Отбор нового персонала не только обеспечивает режим бесперебойного функционирования организации, но и закладывает основу будущего успеха. От того, насколько эффективно налажен рабочий

процесс по отбору персонала, в значительной степени зависит их вклад в достижение целей организации и качество предоставляемых услуг. Поиск, наём, отбор и удержание персонала являются продолжением кадровой политики любых предприятий и одним из ключевых элементов системы управления персоналом, тесно увязанным со всеми основными направлениями работы в этой сфере.

Именно люди приводят в действие всю работу на предприятии. Наладить работу и предоставить все условия для ее развития, и есть первейшая задача руководства любой организации.

Конкретная ответственность за общее управление трудовыми ресурсами в крупных организациях обычно возлагается на профессионально подготовленные кадровые отделы, как правило, в рамках службы персонала. Для того, чтобы такие специалисты активно вносили свой вклад в реализацию целей организации, им нужны не только знания и компетенции в своей конкретной области, но и осознание потребностей лидеров низших чинов. В то же время, если лидеры низшего уровня не понимают специфику управления людскими ресурсами, его механизм, возможности и недостатки, то они не могут в полной мере воспользоваться услугами специалистов по кадрам. Поэтому важно, чтобы менеджеры знали и понимали методы управления людьми [39].

Организация труда персонала признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность, а понятие «управление персоналом» рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

что в современных условиях рыночных отношений и рынка рабочей силы по подбору и найма сотрудников придается особое значение. Высококвалифицированный персонал играет важную роль для своей организации, поэтому у работников со временем меняются общественный статус, характер его отношений к труду и условиям предоставляемой работы.

Правильное управление персоналом должно носить комплексный характер, в котором работники предприятия рассматриваются как человеческий ресурс или человеческий капитал. Всю работу и управление сотрудниками нужно выстроить так, чтобы не было проблем с текучестью кадров и их профессиональной пригодностью. Текучесть кадров на сегодняшний день является серьезной проблемой для многих предприятий. Чтобы этого избежать, руководители вводят различные системы мотиваций, не только для клиентов, но и разрабатывают различные мероприятия для удержания своих кадров [11, с. 72].

Внедрение предлагаемого нового бизнес-плана образовательной организации по направлению диджеинг в городе Канске, позволит повысить заинтересованность клиентов, стимулируя и мотивируя различными продвижениями, конкурсами. Таким образом, улучшит качество заинтересованности в школе Диджеинга, что позволит повысить эффективность работы предприятия.

В современной России «самовыражение» является довольно острой проблемой. Люди, в особенности молодежь боится выделяться из «серой» массы людей, они будут думать, что скажут другие люди. Но ведь нужно научиться внушить себе, что мнение окружающих совсем неважно, неважно какую музыку слушаешь, в чем одеваешься и т.д., ведь у каждого человека свое мнение, путь.

В данном проекте набирается команда из пяти человек, готовая реализовать идеи и помочь развиваться направлению диджеинг в городе Канске. А также привлекать новые лица, опытных диджеев и инвесторов.

Работники этой категории связаны с работодателями долгосрочными контрактами, от их деятельности во многом зависят репутация и престиж и конкурентные позиции организации.

Элементы рыночной дискриминации затрагивают их в малой степени, в случае изменения рыночной конъюнктуры к сотрудникам этой категории применяют лишь методы функциональной адаптации. Они, сохраняя полную

занятость, способны перестраивать свое трудовое поведение, адаптируясь к конкретным изменениям рыночной среды.

Для них характерен высокий уровень профессиональной и трудовой мобильности внутри организации, что является важным ресурсом ее выживания, особенно в экстремальных условиях.

Работники данной категории институционально зависят от благосостояния торгового предприятия, поскольку, как правило, их профессиональная карьера связана с перспективами его развития.

В этом случае отношения между работником и работодателем характеризуются устойчивостью и пластичностью.

«Кадровое ядро» - «кадровая элита», таким образом, представляет собой особые свойства части работников, относимые к специфическим и интерспецифическим ресурсам.

Эта категория не является абсолютно однородной, в ее состав входит контингент, находящийся на разных стадиях профессиональной.

Вторая категория работников относится к так называемому «первому периферийному слою», им предоставляются менее благоприятные социально-экономические условия труда. Здесь тоже существует определенная дифференциация занятых, отличающихся по формам найма.

Во-первых, выделяется группа постоянных работников, количество которых варьируется в зависимости от изменения конъюнктуры рынка.

Во-вторых, имеется группа работников, временные рамки, занятости которых ограничены контрактами.

В-третьих, относительно самостоятельный статус имеют работники, занятые на условиях совместительства.

В-четвертых, отдельный сегмент составляют работники, находящиеся на первичных этапах профессиональной социализации (ученики, стажеры).

Третья категория работников реализует различные формы временной занятости: по субконтракту, через третьи организации и т.д. На этом уровне

концентрируются работники, для которых эта организация является транзитной сферой предложения труда.

Фонд оплаты труда в месяц и должность, представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Фонд оплаты труда

Должность	Фонд оплаты труда в месяц
Управляющий	40 000 рублей
PR-менеджер	25 000 рублей
Преподаватель	30 000 рублей
Бухгалтер	14 000 рублей
Уборщица	15 000 рублей
Итого: 124 000 рублей	

Ниже можно увидеть статистику годовых затрат данной организации по направлению диджеинг, представлена в таблице 9.

Таблица 9 - Годовые затраты

Аренда помещения в центре г. Канска (150кв.м)	360 000 рублей
Оплата интернета	6 000 рублей
Коммунальные платежи	60 000 рублей
Охранная сигнализация	12 000 рублей
Реклама	360 000 рублей
Фонд оплаты труда	1 488 000 рублей
Аренда транспорта	120 000 рублей
Итого: 2 406 000 рублей в год	

Также, мы можем увидеть в конце прибыль и чистую прибыль, а также срок окупаемости школы-бизнеса по направлению диджеинг, представлены в таблице 10.

Таблица 10 - Чистая прибыль

Прибыль	594 000 рублей в год
Чистая прибыль	450 000 рублей в год
Срок окупаемости проекта – 3 года	

Годовой доход – годовые затраты (3 000 000 – 2 406 000) = 594 000 рублей прибыли.

Прибыль / налог на прибыль (594 000/ 1,32) = 450 000 рублей чистой прибыли.

Кредит (на 5 месяцев) / чистая прибыль (1 530 000/ 450 000) = 12 лет
срок окупаемости бизнес школы по направлению диджеинг в городе Канске.

С точки зрения, данный проект окупится максимум за 12 лет, это хороший показатель для небольшого города как Канск. С каждым годом, развитие и прибыль будет расти, клиентов станет больше. Соответственно стимулирования и новые предложения будут всегда в разработке, чтобы привлекать и мотивировать начинающих или уже опытных диджеев.

Современные программы материального мотивирования персонала - это не просто способ удержания персонала в современной торговой организации, но и инструмент повышения эффективности бизнеса. Каждая организация выбирает свою схему материального мотивирования, опираясь на стандарты отрасли, финансово-экономическое состояние, тенденции рынка труда, собственные ценности, цели и принятые правила рабочего поведения.

В условиях жесткой и все возрастающей конкуренции сотрудники должны быть высокопрофессиональными и эффективными. Для этого необходимо правильно выбрать формы и системы методов воздействия на персонал, которые смогут обеспечить заинтересованность работников в достижении больших результатов труда, стимулировать сотрудников и приведут к росту эффективности деятельности компании в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Грамотное использование методов бизнес – анализа и прогноза дает руководителям и менеджерам компаний уверенность в завтрашнем дне, и, как следствие, ведет к повышению организованности и цивилизованности на рынке в целом.

Разработанный бизнес-план развития предприятия направлен на:

- понимание общего состояния дел на данный момент;
- представление того уровня, который вы собираетесь достичь;
- планирование процесса перехода из одного состояния в другое.

Бизнес-план позволяет решить эти проблемы. Он включает разработку цели и задач, которые ставятся перед предприятием на ближайшую и дальнюю перспективу, оценку текущего состояния экономики компании, путем анализа основных показателей ее работы и сопоставление их с показателями по бизнес-плану. В нем дается оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции [21, с. 98].

Бизнес-план дает возможность продумать свои действия, помогает предупредить и достойно встретить многие неизбежные проблемы в развитии бизнеса. Он является инструментом, с помощью которого возможен контроль и управление производством. Бизнес-план позволяет управлять по предварительному плану, а не просто реагировать на события.

Для достижения цели в работе были определены и решены следующие задачи:

- Описаны теоретические основы бизнес-планирования, а именно: цели, функции и назначение бизнес-плана, этапы разработки и структура бизнес-плана;
- Представлена методология исследования бизнес-плана;
- Разработан бизнес план по созданию школы бизнеса по направлению диджеинг в городе Канске.

В ходе рассмотрения бизнес-плана школы бизнеса по направлению диджеинг в городе Канске было выявлено, что для реализации данного проекта требуется наличие финансовых средств в размере 1 400 000 рублей.

Кроме того, были оценены потенциальные риски данного бизнес-плана, которые являются маленькими. В финансовом плане обоснованы расходы по реализации проекта, а так же доказана эффективность реализации бизнес-плана.

В заключении, к данной дипломной работе, можно сказать, что благодаря разработки бизнес-плана был задан определенный экономический уровень работы компании при котором она приносит прибыль. Именно от этого уровня идет точка отсчета эффективности ее работы.

Соответственно, чем эффективней будет этот бизнес-проект, тем больше людей будут приходить с доверием для реализации своей интересной идеи, которая вскоре может воплотиться в реальность. Конечно не без помощи наших опытных спикеров и инвесторов, которые готовы помочь, подсказать и поделиться своим опытом. Потому что возможно, что из молодых начинающие предприниматели, займут место спикеров, инвесторов и руководителей, и будут вещать свою историю для таких же молодых ребят.

Мы разработали стимулирование для клиентов данного направления. Открытые уроки с опытными диджеями. Соревнования между учениками или диджеями с опытом, где оценивать будут обычные жители. Возможность устраивать свои вечеринки и мероприятия, где лучшие ученики будут играть свою музыку. Конкурс среди лучших, ученики будут бороться за выступления в больших клубах, барах и ресторанах в городе Красноярске. А также возможность получить сертификат на дальнейшее обучение и развитие в школе Диджеинга в Москве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алан Д. Опп. «Управление проектами: руководство по ключевым процессам, моделям и методам.» –Днепропетровск.: «Баланс Бизнес Букс», 2016.-216с.
2. Албегова И. Ф. Фандрайзинг для некоммерческих организаций как технология успеха //Учебно-методическое пособие. – Ярославль, 2009.–106 с.
3. Анискин Ю.П., Павлова А.М. «Планирование и контроллинг»: Учебник.-М.:Омега – Л, 2015.-280с.
4. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. «Финансовый анализ». – М.: Издательство «ДИС», 2016.-310с.
5. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Платонов А.П., Рыкова И.В. «Организация предпринимательства»: Учебное пособие. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», МУПК, 2014.-355с.
6. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности.» М.: Финансы и статистика, 2016. -210с.
7. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
8. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. «Бизнес-план предприятия. Теория и практика» / Серия «Учебники, учебные пособия». Ростов н / Д: Феникс, 2013.-278с.
9. Богатко А.Н. «Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта.» – М.: Финансы и статистика, 2014г.-364с.
10. Буров В.П., Морошкин О.К. «Бизнес-план. Методика составления реальный пример» - М: ЦИПКК, 2015. – 201с.
11. Воеводина Н. А., Вяльшина А. А., Ермак Т. Л., Невешкина Е.В. «Некоммерческие организации» // Научная книга, 2012. – 86 с.
12. Зигель Э.С. Шульц Л.А. «Составление бизнес-плана» М: Финансы и статистика, 2016.-632ч.

13. Жуков, В. В. SWOT-анализ / В. В. Жуков // Бизнес-план инновационного проекта : теория и практика: / В. В. Жуков.—С. 344-349.—М., 2010.
14. Кренер, С. Планета МВА. Бизнес-школы: взгляд изнутри / С. Кренер, Д. Дирлова. - М.: Олимп-Бизнес, 2013. - 256 с.
15. Кочеткова, А. В. Бизнес-план : [коммуникационный менеджмент] / А. В. Кочеткова // Коммуникационный менеджмент: [учеб. пособие для вузов] / В. М. Шепель [и др.] ; под ред. В. М. Шепеля.—М., 2004.—С. 287-292.
16. Ковалев В.В. «Финансовый анализ: методы и процедуры. Финансы и статистика.» – М.: Финансы и статистика, 2014.-361с.
17. Котлер Ф. «Основы маркетинга» М: Прогресс, 2015.- 301с.
18. Краюхина Г.А. «Экономика предприятия. Ч.6.Экономическая деятельность предприятия»: Учебное пособие. СПб.:СПбГИЭУ, 2007.-255 с.
19. Липсиц И.В. «Бизнес-план – основы успеха»: Практическое пособие – М: Машиностроение, 2015. – 300с.
20. Миронова И.А. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий.» – Спб: ПрофиКС, 2009.-108с.
21. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с.
22. Орлова Е. Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании: [учебное пособие для вузов] / Е. Р. Орлова.—3-е изд., стер.—М.: Омега-Л, 2005.—152 с.
23. Ишина И. В. Финансы некоммерческих организаций (учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры). М: Юрайт, 2013. – 238 с.
24. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2013. - 284 с.
25. Пелих А.С. «Бизнес-план или как организовать собственный бизнес.»- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: «Ось-89», 2014.-362с.

26. Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
27. Савицкая Г.В. «Анализ хозяйственной деятельности.» Учебник. М.: ИНФРА-М, 2009.- 425 с.
28. Савельева Н.А. «Бизнес-план предприятия» /Теория и практика: Учебное пособие. – Ростов н / Д: Феникс, 2017.-384 с.
29. Тезаурус. Методология и методы социологических исследований, М.: ЮНИТИ-АНА, 2009. – 320 с
30. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. «Методика финансового анализа.» М.: ИНФРА-М, 2016.-291с.
31. Экономика предприятия: Учебник для студентов вузов Под ред. В.М. Семенова, 4-е изд-е. – Спб, 2017, – 381с
32. Экономика предприятия: учебник / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 718 с.
33. Экономика предприятия: учебник / под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: Юристь, 2010. – 608 с.
34. Экономика: учебник / под ред. проф. А.С. Булатова – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юристь, 2012. – 896 с.
35. Информационное агентство «РИА Новости», [Электронный ресурс] – URL: <https://ria.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
36. Электронная газета «Санкт-Петербургские Ведомости», [Электронный ресурс] – URL: <https://spbvedomosti.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
37. Электронный журнал «Собака.ru», [Электронный ресурс] – URL: <http://www.sobaka.ru/krsk> (Дата обращения 09.05.2019).
38. Официальный сайт телеканала НТВ «НТВ Новости», [Электронный ресурс] – URL: <https://www.ntv.ru/novosti/> (Дата обращения 09.05.2019).
39. Новости Канска Сегодня [Электронный ресурс] – URL: <https://news.rambler.ru/Kansk/> (Дата обращения 09.05.2019).

40. Государственная научная библиотека Красноярского края [Электронный ресурс] – URL: <https://www.kraslib.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
41. Википедия [Электронный ресурс] – URL: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения 09.05.2019).
42. Теплица социальных технологий [Электронный ресурс] – URL: <https://te-st.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
43. Бизнес в Канске [Электронный ресурс] – URL: <https://www.ubu.ru> (Дата обращения 09.05.2019).
44. Бизнес в Красноярске [Электронный ресурс] – URL: <https://krsk.au.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
45. Некоммерческие организации [Электронный ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения 09.05.2019).
46. Крупнейшие благотворительные организации [Электронный ресурс] – URL: <https://www.miloserdie.ru> (Дата обращения 09.05.2019).
47. Сеть деловых коммуникаций [Электронный ресурс] – URL: <https://sbis.ru/> (Дата обращения 09.05.2019).
48. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – URL: <https://www.nalog.ru/rn24/> (Дата обращения 09.05.2019).
49. Сайт журнала «Кадровое дело» — [Электронный ресурс] Режим доступа: <URL:www.kdelo.ru> (Дата обращения 09.05.2019).
50. Нестеров А.К. Оценка эффективности мероприятий / Образовательная энциклопедия. Открытый ресурс Интернет – режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/ocenka-effektivnosti-meropriyatii.html> (Дата обращения 09.05.2019).

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Использованные в работе материалы из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них. Работа прошла проверку через систему антиплагиат.

Отпечатано в _____ экземплярах

Библиографии _____ наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

(подпись)
« ____ » _____ 2019 г.
(дата)

(Ф.И.О.)

Нормоконтроль пройден:

(подпись)
« ____ » _____ 2019 г.
(дата)

к.з.н., доцент Г.Т. Полежаева
(Ф.И.О.)

