Оглавление

Введение 3

Глава 1. Управление проектом "Разработка бизнес-плана" 6

1.1. Понятия "проект" и "управление проектами" 6

1.2. Основные задачи и области управления проектами 7

1.3. Основные принципы и стандарты, которыми необходимо руководствоваться при разработке проекта 8

Глава 2. Разработка проекта по открытию компании 14

2.1. Проект разработки 14

2.2. Цели проекта бизнес-планирования 21

2.3. Требования к проекту 26

2.4. Окружение проекта 27

2.5. Участники проекта 30

2.6. Жизненный цикл проекта 30

2.7. Структура проекта 31

Заключение 34

Список использованной литературы 36

# Введение

Актуальность исследования. Открытие дизайнерского агентства — это хорошая идея бизнеса. С ростом рынка нового жилья, пропорционально ему растет и спрос на сопутствующие покупке квартиры услуги: отделка и ремонт помещений, разработка проектов дизайна и, наконец, дизайн интерьеров. Рынок дизайна интерьеров стремительно растет: если лет 5-7 назад лишь относительно немногие могли позволить себе эту услугу, то сейчас все большее количество людей заказывают услуги дизайнеров для того, чтобы создать в своем жилище неповторимую атмосферу, уютное и стильное пространство. Многие креативные, творческие люди мечтают создать свою студию дизайна интерьеров, потому что это красивый и интересный бизнес. Но это все же бизнес, поэтому деловой подход должен соседствовать с творческим началом. Успешная работа такой студии состоит из двух составляющих.

Первое — это креативная, тщательно продуманная архитектурно-художественная часть, второе — успешный маркетинг, максимально эффективное предложение и, как непременное следствие, продажа клиентам ваших дизайнерских услуг.

Концепцию дизайн — студии можно предусмотреть. Идея создать компанию исключительно по продаже дизайнерских услуг будет плодотворной только при условии наличия в ее творческом отделе дизайнеров, успевших приобрести известность на рынке и обладающих отличным портфолио. В таком случае на вашу компанию работать будет раскрученный бренд. Открытие дизайнерского агентства — это интересный, творческий и прибыльный бизнес.

 Услуги студии дизайна, которая берется не только за разработки оформления помещений, но также осуществляет и архитектурно-планировочное проектирование, плюс согласование разработанных проектов с соответствующими органами, пользуются наибольшим спросом у клиентов. Совмещение персоналом административных и творческих функций не будет способствовать успеху дизайнерской студии на рынке. Вариант, когда художники и дизайнеры будут творить, максимально реализуя все свои таланты, а продажа услуг и руководство компанией будут осуществляться профессиональными менеджерами, будет, пожалуй, лучшим решением.

Открывают собственное дизайнерское агентство, чаще всего, дизайнеры, уже имеющие солидное портфолио и опыт работы или же это может быть пара — менеджер и дизайнер, каждый из которых отлично знает свою часть работы. Открытие своей студии дизайна интерьеров, без опыта работы и знаний в этой области, может привести к быстрому разорению. Если имеется желание открыть собственное дело в этой сфере, для начала будет полезно поработать в существующем агентстве и набраться опыта и связей.

Вопросам составления проектов бизнес-планов посвящено большое количество работ ученых-экономистов: В. С. Черняк, А. В. Черных, И. В. Давыденко, В.Р. Кучеренко, В. А. Карпов, А. С. Маркитан, М. Ю. Куденко, С. М. Осипенко, И. Е. Веремейчик. В то же время, многие аспекты этой проблемы, учитывая особенности развития современной экономики требуют более полного и предметного исследования.

Целью данной работы является разработка проекта ИП Боева К.Д.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- Разработать проекта создания ИП Боева К.Д, которое будет заниматься оказанием дизайнерских услуг;

- Оценить экономическую эффективность проекта и предложить рекомендации по минимизации рисков и совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности.

Предметом данной работы являются основные экономические показатели эффективности проекта.

Объектом данной работы является процесс создания ИП Боева К.Д.

Теоретической и методологической базой работы стали работы отечественных и зарубежных авторов по бизнес-планированию, экономике предприятия, финансам, планированию, бухгалтерскому учету и финансовому анализу. Также использованы нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия в области бухгалтерского учета, налогообложения.

Методы, применяемые при анализе: системный подход, методы логического обобщения материалов, статистический анализ.

Структура работы включает в себя: введение, основную часть, заключение, список используемых источников.

Глава 1. Управление проектом "Разработка бизнес-плана"

1.1. Понятия "проект" и "управление проектами"

Под проектом понимают комплекс научно-исследовательских, проектно-конструкторских, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, связанных ресурсам, исполнителям и срокам, соответственно оформленных и направленных на изменение объекта управления, обеспечивающая эффективность решения основных задач и достижения соответствующих целей за определенный период.

Конечными целями проектов является создание и освоение новой техники, технологии и материалов, способствует выходу отечественной продукции на мировой уровень.[[1]](#footnote-1)

* Проект - это замысел (задача, проблема) и необходимые средства его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата.
* Термин "проект" (от латинского «брошенный вперед») специалисты трактовали недавно как чертежи, пояснительная записка и сметы, на основе которых можно построить самолет, сооружение или завод; или это текст, предшествующий документа - плана, договора, соглашении.

Приведем еще несколько вариантов определения понятия "проект", которые встречаются в литературе:

* Проект - это отдельное предприятие с конкретными целями, которые часто включают требования к времени, стоимости и качества достигаемых (Английская ассоциация проект-менеджеров);
* Проект - это определенное задание с определенными исходными данными и установленными результатами (целями), обусловливающих способ его решения (Толковый словарь по управлению проектами).

Эти определения являются универсальными, методологически взвешенными и широко применяемыми в зарубежной практике управления проектами.

Специалисты Института управления проектами (США) предложили такую ​​трактовку термина "управление проектом": это искусство управлять и координировать людские и материальные ресурсы в течение жизненного цикла проекта, применять системы современных методов и техники управления и минимизации рисков для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовольствием участников.[[2]](#footnote-2)

На сегодня управление проектами - это признанная во всем мире методология решения организационно-технических проблем, это философия руководства проектами. Условия рынка становятся более привередливыми, повышаются темпы изменений, которые происходят.

 Управление проектами - это процесс управления командой, ресурсами проекта с помощью специальных методов и приемов с целью успешного достижения поставленной цели.

1.2. Основные задачи и области управления проектами

В результате комплексных экономических преобразований, которые происходят в РФ, создаются новые, внедряются существующие модели и механизмы построения современных экономических отношений как в государстве, так и на предприятии. Соответственно, любой предприниматель понимает, что для дальнейшей прибыльной деятельности, прежде всего, необходимо в совершенстве управлять производственно-хозяйственной деятельностью. Важное место при этом принадлежит проектному управлению, а именно, необходимость решения следующих вопросов:

* как спланировать и скоординировать реализацию проекта;
* как привлечь средства из внешних источников финансирования для реализации проекта;
* как лучше распорядиться собственными средствами;
* как достичь максимальных прибылей при минимальных затратах;
* как создать команду работников для реализации проекта;
* как мотивировать персонал к эффективной деятельности;
* как избежать конфликта в команде проекта.

Решая все перечисленные вопросы, мы сталкиваемся с проблемой управления проектами, то есть с особым искусством, которое можно выделить и изучить.

1.3. Основные принципы и стандарты, которыми необходимо руководствоваться при разработке проекта

Чтобы проектное управление, как инструмент повышения эффективности бизнеса, приносило максимальную результативность, каждая организация должна выбрать для себя ту методологию управления проектами, которая лучшим образом подходит под специфику её бизнеса.

Стандарт PRINCE2 был разработан в 1989 году по заказу Британского агентства Central Computer and Telecommunications Agency (CCTA). В 1996 году он был принят в качестве основного стандарта в области управления проектами в Великобритании.[[3]](#footnote-3)

Согласно исследованию PWC данную методологию в мире использует всего порядка 3% компаний.

 В основном данный стандарт используется в Великобритании и её бывших колониях.

PMI PMBOK. Данная методология не нуждается в особом представлении. Согласно исследованию PWC около 41% компаний в мире используют данную методологию в качестве основной.

IPMA. Международная Ассоциация Управления Проектами (International Project Management Association) была создана в Европе в 1964 году. В России данная ассоциация представлена с 1991 года и носит название [СОВНЕТ.](http://www.sovnet.ru/)

Заниматься созданием проектов планировки помещений могут творческие люди: художники, архитекторы или дизайнеры. Это дело не требует больших затрат на начальном этапе. Его могут вести 2-3 человека. Начинать брать первые заказы можно. не имея офисного помещения. Главное для каждого дизайнера - его клиенты. Если студия дизайна имеет довольных заказчиков, то у нее будет появляться новая работа. Чтобы просчитать затраты на открытие такого предприятия, понадобится бизнес-план дизайн-студии.

В связи с тем что этот бизнес не требует пакета разрешительных документов и, чтобы вести его, не нужно быть экономистом и менеджером в одном лице, дизайн-студий появляется очень много. Некоторые из них, не найдя своего места на рынке дизайнерских услуг, сворачивают свою деятельность или перебиваются мелкими заказами. Чтобы не пополнить их ряды, понадобится такой же бизнес-план, как и в любом другом деле.

Начать бизнес стоит с исследования рынка услуг, частью которых предприниматель планирует стать. Нужно выделить корифеев, которые работают в регионе давно, изучить их предложения и цены, выявить примерное количество дизайнеров интерьера в городе. Соответствует ли предложение подобных услуг спросу на них или превышает его? Все это поможет определить свободную нишу, в которую можно вписаться со своей студией по созданию красоты в доме заказчика.[[4]](#footnote-4)

Денежные вложения зависят от целей, которые планируется достигать в процессе работы. Если бизнес нацелен на быстрый результат и организатор готов довольствоваться небольшими заказами, приносящими стабильный, но небольшой доход, можно ограничиться покупкой только компьютерной техники. Бизнес-план такого предприятия сведется к стоимости многофункционального компьютера с мощной начинкой.

Дизайнерские программы потребляют большое количество ресурсов - придется потратиться на запас оперативной памяти и купить максимально емкий жесткий диск. Не обойтись без современной видеокарты и профессионального монитора. Эта техника будет не для красоты, а для заработка. Экономить на ней нельзя. Покупка подходящего компьютера обойдется примерно в 45 000-55 000 рублей.

Для эффективной деятельности понадобятся лицензионные дизайнерские программы, которые стоят довольно дорого. Но если фирма будет функционировать в офисе, это будет обязательным условием ее работы. Для визуализации макетов понадобится программа 3D-Max, которая стоит 149 500 рублей. В комплекте программ для дизайнера интерьера должны присутствовать AutoCAD (122 000 руб.), Corel Draw (11 000 руб.), Adobe Photoshop (24 500 руб).

Помимо компьютеров, для распечатки внешнего вида интерьеров для клиента понадобится принтер. Современная оргтехника отличается максимальной эргономичностью. В одном аппарате может быть принтер, ксерокс и сканер. Все эти функции необходимы для работы дизайнера интерьера. Тут можно сэкономить и купить три в одном. Стоимость может быть невысокой, если остановить свой выбор на струйном принтере. Понадобится в офисе мобильная связь, придется раскошелиться на телефонные аппараты, а возможно, и на факс. Не обойтись в студии дизайна без цифровой фотокамеры (около 30 000 руб.) и лазерной рулетки (6500 руб.) для снятия точных замеров в помещении клиента.[[5]](#footnote-5)

Офис - это лицо фирмы. В бизнес-план необходимо включить расходы на оформление помещения, куда будут приходить заказчики. Сюда войдут расходы на мебель. Для начала можно ограничиться обстановкой эконом-класса. Важно в помещении, где работают дизайнеры интерьера, создать атмосферу творчества и максимального комфорта. Интерьер офиса может стать своеобразной визитной карточкой студии. Ведь на начальном этапе у молодой компании нет наработок, которые можно показывать заказчикам, большинство из которых хотят видеть готовые разработки для красоты помещений. Одним из таких проектов может стать собственный офис.

Для начала подойдет помещение в 20-30 кв. метров. Офис надо выбирать в районах с развитой инфраструктурой, куда легко добраться как на своем транспорте, так и на общественном. Нужно включить в бизнес-план расходы на аренду офиса. Эта цифра может варьироваться от нескольких сотен долларов до нескольких тысяч. Все зависит от региона, где будет развиваться бизнес. Хорошо начинать свою работу на базе уже действующих структур: мебельный магазин или фабрика, магазин отделочных материалов и других сопутствующих организаций. Тогда расходы на аренду можно существенно сократить.

Покупка мебели при минимальных затратах обойдется в 35 000 рублей: рабочие столы (по 5000-7000 руб.), возле каждого рабочего места должно быть два стула, для сотрудника и клиента (каждый по 900-1500 руб.), офисный шкаф для папок с чертежами и проектами (6000-8000 руб.) и шкаф для одежды (6000-8000 руб.). В расходы на оформление можно вписать цветы в горшочках для красоты, рамки для дипломов, корзины для мусора и прочие мелочи, которые присутствуют в любом офисе.ся к оглавлению

Любой бизнес-план должен содержать смету расходов на заработную плату сотрудников. Это может быть владелец - опытный специалист и два сотрудника. Эти люди должны заниматься проектами: разрабатывать макеты, работать с клиентами до полного завершения и утверждения заказчиком дизайн-проекта.[[6]](#footnote-6)

Нанимать для работы дизайнером интерьеров не обязательно именитых профессионалов. Вполне подойдут начинающие, подающие надежды специалисты, закончившие недавно ВУЗ. Как правило, назначается фиксированный оклад - от 10 000 рублей и премия 5-10% за каждый сданный проект. Проценты рассчитываются от суммы, заплаченной клиентом за дизайн-проект интерьера. Чем выше эта сумма, тем меньше берется процент. В некоторых студиях дизайна оклады не предусмотрены, а за выполненную работу дизайнеры получают 20-30% от стоимости. Так хозяин предприятия может обезопасить себя от риска работать в минус, когда заказов нет.

Директор должен курировать все проекты, находящиеся в работе студии, искать новых заказчиков, заниматься вопросами рекламы и осуществлять контроль. В дальнейшем часть обязанностей может перейти в руки офис-менеджера. Ведение бухгалтерии на первых порах лучше доверить специализированным фирмам. Это оправдано. Для своего бухгалтера придется оборудовать часть интерьера для отдельного рабочего места и оплачивать его работу. Услуги «приходящего» бухгалтера обойдутся до 10 000 рублей за месяц.ться к оглавлению

Важной частью расходов, занесенных в бизнес-план, является реклама. Тут можно задействовать несколько каналов оповещения сразу. Начать необходимо со своих знакомых. «Сарафанное радио» - самый действенный способ привести клиента в свою контору. Понадобится интернет-реклама и сайт, где будут выставлены для красоты и демонстрации своих возможностей самые удачные проекты. За сайт придется заплатить 30 000-50 000 рублей. Хорошо работает реклама в специализированных журналах и справочниках. В целом за первые несколько месяцев работы на продвижение своего бизнеса уйдет 60 000 рублей.[[7]](#footnote-7)

В бизнес-план нужно заложить расценки за услуги студии. Стоимость за создание красоты в интерьере лучше поставить чуть ниже, чем у именитых конкурентов. Например, в Екатеринбурге это будет 800-1200 рублей/кв.м площади. Один дизайнер может вести сразу несколько интерьеров. Работа над каждым из них может занимать 1-3 месяца. Соответственно, один сотрудник заработает 240 000-360 000 рублей в месяц, обслуживая проект интерьера в 100-150 кв. метра.

Для того чтобы окупить заложенные в бизнес-план расходы за год, студия дизайна должна выполнить заказов на 760 000 рублей. Со временем количество заказчиков будет увеличиваться, проекты для красоты помещений станут более профессиональными и дорогостоящими. Если все правильно рассчитать на начальном этапе и хорошо зарекомендовать себя на рынке подобных услуг, то со временем организатор получит стабильный и доходный бизнес.

Глава 2. Разработка проекта по открытию компании

2.1. Проект разработки

В целом развитие российского рынка нержавеющего плоского проката идет уверенными темпами. Видимое потребление плоского проката в 2014 г. составило 140 тыс.т., однако большую часть занимал импорт. Превосходство импорта в холоднокатаном сегменте объясняется высоким качеством поверхности и геометрией импортного материала, что ценится потребителем. Второй причиной превосходства - является марочная структура импортного материала. Российские производители практически не занимают нишу 304 марки нержавеющей стали, которая составляет 48 % в импортной продукции. Технологические ограничения российских производителей позволяют им сейчас успешно конкурировать только в сегменте нержавеющей стали с титаном (321 марка), которая занимает всего 20 % импорта. Таким образом, освоение 304 марки стали позволит национальным производителям выйти на новый сегмент российского рынка и потеснить зарубежных конкурентов.

ИП Боева К.Д будет заниматься оказанием субподрядных услуг по дизайну интерьеров. Представим кратко информацию о проектируемой организации.

Таблица 2.1.

Информация об организации ИП Боева К.Д

|  |
| --- |
| Организационно-правовые |
| Форма собственности | Частная |
| Форма организации | Индивидуальный предприниматель |
| Организационная структура | Линейно-функциональная структура управления |
| Кадровая политика | Основные направления: * Создание и поддержание сильной корпоративной культуры;
* Прозрачная система оценки персонала;
* Программы обучения и развития персонала;
* Система стимулирования сотрудников, основанная на результатах работы всей компании и отдельного подразделения;
* Формирование лояльности сотрудников (нацеленность на долгосрочное сотрудничество) и т.д.
 |
| Системы менеджмента и принятый стиль руководства | Система менеджмента компании «Террател» базируется на требованиях международных стандартов серии ISO.  |
| Ресурсы |
| Интеллектуальные | Сотрудники компании должны иметь высшее техническое и инженерное образование. Важным является стимулирование развития персонала. |
| Информационные | Информационными источниками будут выступать каталоги, буклеты, паспорта в каждой товарной позиции, находящиеся в свободном доступе. |
| Трудовые | 30 человек |

Объем инвестиций необходимых для открытия предприятия оставляет 1 200 000,00 руб.

Таблица 2.2

Инвестиционные вложения в организацию

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма | Удельный вес, % |
| Заемные средства | 650 000,00 | 54,17 |
| Грант | 300 000,00 | 25 |
| Собственные средства | 250 000,00 | 20,83 |
| Итого | 1 200 000,00 | 100 |

Для создания организации планируется привлечь заемные средства в размере 650 000,00 рублей под 16%, со сроком до 2-х лет, с отсрочкой платежа на 6 месяцев. А также планируется привлечение гранта в размере 300 000,00 рублей за научные разработки. 52,5% инвестиционных затрат приходится на оборудование по проекту вместе с монтажом. 12,5% приходится на получения всей разрешительной документации. Оборотные средства составляют 35,0% от инвестиционных затрат и включают расходы на приобретения сырья для начала производства продукции.

Все вычисления будем заносить в таблицу.
Перечень работ и их продолжительность перенесем во вторую и третью графы. При этом работы следует записывать в графу 2 последовательно: сначала начиная с номера 1, затем с номера 2 и т.д.
Во второй графе поставим число, характеризующее количество непосредственно предшествующих работ (КПР) тому событию, с которого начинается рассматриваемая работа.

Так, для работы (3,4) в графу 1 поставим число 2, т.к. на номер 3 оканчиваются 2 работы: (1,3),(2,3).

Далее заполняем графы 4 и 5. Для работ, имеющих цифру 0 в графе 2, в графу 4 также заносятся нули, а их значения в графе 5 получаются в результате суммирования граф 3 и 4.

Для заполнения следующих строк графы 4, т.е. строк начиная с номера 2, просматриваются заполненные строки графы 5, содержащие работы, которые оканчиваются на этот номер, и максимальное значение переносится в графу 4 обрабатываемых строк.

Этот процесс повторяется до тех пор, пока не будет заполнена последняя строка таблицы.

Заполнение графы 4.

Рассмотрим события: (1,2): 3. Заносим значение 3 в графу.
Рассмотрим события: (1,3): 6;(2,3): 5. Максимальное значение: 6. Заносим его в графу.

Рассмотрим события: (1,4): 4;(3,4): 13. Максимальное значение: 13. Заносим его в графу.

Рассмотрим события: (2,5): 8;(3,5): 10. Максимальное значение: 10. Заносим его в графу.

Графы 6 и 7 заполняются обратным ходом, т.е. снизу вверх. Для этого просматриваются строки, оканчивающиеся на номер последнего события, и из графы 5 выбирается максимальная величина, которая записывается в графу 7 по всем строчкам, оканчивающимся на номер последнего события (т.к. tр(i)= tп(i)).

Процесс повторяется до тех пор, пока не будут заполнены все строчки по графам 6 и 7.

Заполнение графы 7.

Рассмотрим события:

(3,6): 10

(4,6): 19

(5,6): 12

Максимальное значение: 19. Записываем его в графу 7 по всем строчкам, оканчивающимся на номер последнего события 6.
Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 5. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 5.

(5,6): 19 - 2 = 17;

Данное значение переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам. В нашем случае это значение: 17.

Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 4. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 4.

(4,6): 19 - 6 = 13;

Данное значение переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам.. В нашем случае это значение: 13.

Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 5. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 5.

(5,6): 19 - 2 = 17;

Данное значение переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам.. В нашем случае это значение: 17.

Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 3. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 3.

(3,4): 13 - 7 = 6;

(3,5): 17 - 4 = 13;

(3,6): 19 - 4 = 15;

В графу 6 среди них выбирается минимальная величина, которая переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам. В нашем случае это значение: 6.

Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 4. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 4.

(4,6): 19 - 6 = 13;

Данное значение переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам. В нашем случае это значение: 13.

Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 3. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 3.

(3,4): 13 - 7 = 6;

(3,5): 17 - 4 = 13;

(3,6): 19 - 4 = 15;

В графу 6 среди них выбирается минимальная величина, которая переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам.. В нашем случае это значение: 6.
Далее просматриваются строки, оканчивающиеся на номер предпоследнего события, т.е. 2. Для определения графы 7 этих строк просматриваются все строчки, начинающиеся с номера 2.

(2,3): 6 - 2 = 4;

(2,5): 17 - 5 = 12;

В графу 6 среди них выбирается минимальная величина, которая переносится в графу 7 по обрабатываемым строчкам. В нашем случае это значение: 4.

Содержимое графы 8 равно разности граф 6 и 4 или граф 7 и 5.

Таблица 7

Структура работ Проекта

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Работа (i,j) | Работа | Количество предшествующих работ | Продолжительность tij | Ранние сроки: начало tijР.Н. | Ранние сроки: окончание tijР.О. | Поздние сроки: начало tijП.Н. | Поздние сроки: окончание tijП.О. | Резервы времени: полный tijП | Резервы времени: свободный tijС.В. | Резервы времени: событий Rj |
| (1,2) | Создание бизнес плана | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 4 | 1 | 0 | 1 |
| (1,3) | Анализ бизнес плана | 0 | 6 | 0 | 6 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 |
| (1,4) | Технологическое проектирование | 0 | 4 | 0 | 4 | 9 | 13 | 9 | 9 | 0 |
| (2,3) | Инженерное проектирование | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 6 | 1 | 1 | 0 |
| (2,5) | Закупка стройматериалов | 1 | 5 | 3 | 8 | 12 | 17 | 9 | 2 | 7 |
| (3,4) | Ремонт помещения | 2 | 7 | 6 | 13 | 6 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| (3,5) | Приобретение оборудования | 2 | 4 | 6 | 10 | 13 | 17 | 7 | 0 | 7 |
| (3,6) | Доставка на предприятие | 2 | 4 | 6 | 10 | 15 | 19 | 9 | 9 | 0 |
| (4,6) | Получение согласований СЭС и пожарной службы необходимых для открытия | 2 | 6 | 13 | 19 | 13 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| (5,6) | Установка оборудования | 2 | 2 | 10 | 12 | 17 | 19 | 7 | 7 | 0 |

Критический путь: (1,3)(3,4)(4,6)

Продолжительность критического пути: 19

2.2. Цели проекта бизнес-планирования

Предприятие ИП Боева К.Д планирует занять лидирующие позиции на национальном рынке предоставления услуг по дизайну. Конкурентными преимуществами предприятия являются масштабность производства, небольшая себестоимости производства, открытые торговые пути через море (доступ к мировым рынкам), и железнодорожные сообщения.

Также конкурентными преимуществами являются ассортимент выпускаемой продукции.

Главной целью предприятия является превращение ИП Боева К.Д на высокопроизводительное, эффективно функционирующие с динамическим развитием предприятие.

Составим таблицу целей проекта согласно СМАРТ методики.

Таблица 8

СМАРТ цели проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№ | Цели проекта | Дата выполнения |
| 1 | Заключение инвестиционного договора | 01.03.2017 |
| 2 | Получение кредита | 15.03.2017 |
| 3 | Внесение в госреестр, постановка на учет в административных и налоговых органах | 17.03.2017 |
| 4 | Подбор местоположения и оформление документации | 20.03.2017 |
| 5 | Покупка оборудования | 25.03.2017 |
| 6 | Установка оборудования | 25.03.201-15.04.2017 |
| 7 | Найм персонала | 20.04.2017 |
| 8 | Обучение персонала | 25.04.2017 |
| 9 | Проведение маркетинговой компании | 30.04.2017 |
| 10 | Окончание проекта | 15.05.2017 |

:



Рисунок 1 – График CPM

1. Путь: 3 - 1 - 4 - 8 - 9 - 11 = 17 недель

2. Путь: 3 - 6 - 10 - 7 - 9 - 11 = 21 неделя

3. Путь: 3 - 2 - 5 - 7 - 9 - 11 = 25 недель

*Миссия* — это генеральная цель проекта, четко выраженная причина его существования. Она детализирует статус проекта, обеспечивает ориентиры для определения целей следующих уровней, а также стратегий на различных организационных уровнях. Говорят также, что миссия — это главная задача проекта с точки зрения его будущих основных услуг или изделий, его важнейших рынков и преимущественных технологий.

1. Цель проекта: создать бренд.
2. Принципы: уложиться в установленные сроки, креативно и ответственно подойти к выполнению своих обязанностей, экономно расходовать выделенный бюджет.
3. Польза: легкозапоминаемый и узнаваемый бренд.

Миссия проекта: Мы, стараясь уложиться в установленные сроки, экономно расходуя бюджет, креативно и ответственно подошли к выполнению своих обязанностей, создаем новый легкозапоминающийся и узнаваемый бренд , для того чтобы потребители могли быстро распознать наш товар на рынке.

6. Видение проекта

Видение проекта: По окончанию проекта, мы видим наш бренд — эксклюзивным, ярким; внедренным на рынок, где он узнаваем покупателями, за счет чего происходит увеличение продаж продукции под нашим брендом и соответственно увеличение прибыли.

7. Стратегия проекта

Стратегия проекта разрабатывается в рамках деловой стратегии, т. е. отвечает на вопрос, каким образом продукция проекта будет конкурировать на рынке. Очевидно, что выбор стратегии проекта должен существовать в рамках уже выбранного общего направления развития организации.

Стратегия проекта — центральное звено в выработке направлений действий с целью получения обозначенных миссией и системой целей результатов проекта. Подготовку стратегии проекта можно разделить на последовательные процедуры: стратегический анализ; разработка и выбор стратегии; реализация стратегии.

8. Методы снижения риска проекта

Распределение рисков, позволяет распределить риски между участниками проекта - является эффективным способом его снижения. Теория надежности показывает, что с увеличением количества параллельных звеньев в системе вероятность отказа в ней снижается пропорционально количеству таких звеньев. Поэтому распределение рисков между участниками повышает надежность достижения результата. Логичнее всего при этом сделать ответственным за конкретный вид риска того из его участников, который обладает возможностью точнее и качественнее рассчитывать и контролировать данный риск. Распределение рисков оформляется при разработке финансового плана проекта и контрактных документов.

9.Методы формирования команды проекта

*Команда* — это самостоятельный субъект деятельности, который может быть рассмотрен с точки зрения свойств, процессов, параметров, характерных для социальной группы.

При организации работы над проектом необходимо решить две главные задачи:

* формирование команды проекта;
* организация эффективной работы команды.

В зависимости от специфики, размера и типа проекта в его реализации могут принимать участие от одной до нескольких десятков (иногда сотен) организаций и отдельных специалистов. У каждой из них свои функции, степень участия в проекте и мера ответственности за его реализацию. Специалистов и организации, в зависимости от выполняемых ими функций, принято объединять в совершенно конкретные группы (категории) *участников проекта,*в состав которых входят: заказчики, инвесторы, проектировщики, поставщики ресурсов, подрядчики, консультанты, лицензиары, финансовые институты — банки и, наконец, команда проекта, возглавляемая руководителем проекта — менеджером проекта (в терминологии, принятой на Западе — проект-менеджера), а также, в зависимости от специфики проекта, другие участники (гл. 2). Следует отметить, что участники проекта — категория более широкая, чем команда проекта. *Команда проекта —*одно из главных понятий управления проектами [9, 12—14]. Это группа сотрудников, непосредственно работающих над осуществлением проекта и подчиненных руководителю последнего; основной элемент его структуры, так как именно команда проекта обеспечивает реализацию его замысла. Эта группа создается на период реализации проекта и после его завершения распускается. Очевидно, что количество людей в команде определяется объемом работ, предусмотренным проектом. Как правило, лидеры (менеджеры) функционально и(или) предметно ориентированных групп специалистов и составляют команду управления проектом. Лидеры групп — это руководители, координаторы усилий всех членов группы; члены группы — непосредственные исполнители, которые имеют возможность сосредоточиваться на конкретной работе. При необходимости некоторые роли членов команды могут совмещаться. Взаимоотношения участников проекта внутри команды проекта, создаваемой для управления последним, раскрывает ее *организационная структура команды проекта.*Существует два основных принципа формирования команды для управления проектом. 1. Ведущие участники проекта — заказчик и подрядчик (кроме них, могут быть и другие участники) создают собственные группы, которые возглавляют руководители проекта, соответственно, от заказчика и подрядчика. Эти руководители подчиняются единому руководителю проекта. В зависимости от организационной формы реализации проекта, руководитель от заказчика или от подрядчика может являться руководителем всего проекта. Руководитель проекта во всех случаях имеет собственный аппарат сотрудников, осуществляющих координацию деятельности всех участников проекта. 2. Для управления проектом создается единая команда во главе с руководителем проекта. В команду входят полномочные представители всех участников проекта для осуществления функций согласно принятому распределению зон ответственности. Система управления командой проекта включает организационное планирование, кадровое обеспечение проекта, создание команды проекта, а также осуществляет функции контроля и мотивации трудовых ресурсов проекта для эффективного хода работ и завершения проекта. Система нацелена на руководство и координацию деятельности команды проекта, использует стили руководства, методы мотивации, административные методы, повышение квалификации кадров на всех фазах жизненного цикла проекта. На рис. 20.1.1 показана структура системы управления командой проекта. Сложность и комплексность задач по управлению проектом рождает потребность в высокой технической компетентности, владении большими объемами экономических, правовых, управленческих знаний, поэтому создание профессиональной проектной команды — необходимое условие эффективной работы над проектом. Суть команды — в общем для всех ее членов обязательстве, определяемом наличием некоего назначения, в которое верят все члены команды: ее *миссии,*которая для проекта заключается в его эффективной его реализации. Для команды проекта необходимо наличие у ее членов комбинации взаимодополняющих навыков, которые составляют три категории:

* технические и/или функциональные, т. е. профессиональные, навыки;
* навыки по решению проблем и принятию решений;
* навыки межличностного общения (принятие риска, полезная критика, активное слушание и т. д.).

2.3. Требования к проекту

* Прибыльность и рентабельность проекта субподрядных услуг по дизайну интерьеров;
* Возможность возвратности кредитных средств на заданных условиях и в фиксированные сроки кредитования.

2.4. Окружение проекта

 Увеличение удельной доли использования стекла в архитектурных и дизайнерских решениях способствует расширению применения стекла в строительной отрасли (нестандартное применение стекла, уникальные дизайнерские решения в интерьере с использованием стекла). Вкусы и модные тенденции «работают» на пользу применения стекла (возможность), что способствуют росту спроса на него. Реакция предприятия - совершенствование качества продукции.

Таблица 9

Матрица SWOT-анализа для ИП Боева К.Д

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Возможности | Угрозы  |
|  | - Повышение качества продукции за счет современного оборудования;- Расширенный ассортимент | - Повышение цен на сырье, природный газ и железнодорожные тарифы;- Усиление конкуренции со стороны Китая, Турции |
| Сильные стороны- Выгодное географическое положение поставщиков сырья;- Монопрофильность деятельности- Эффективная система качества продукции | Благодаря монопрофильности деятельности можно расширить сортамент продукции. |  |
| Слабые стороны- Высокая энергоемкость производства;- Неполное использование производственных мощностей;- Большие затраты на производство;- Зависимость отконъюнктуры на мировых рынках и валютных колебаний;- Большая ориентация предприятий на экспорт. | - Расширение ассортимента продукции позволит в полном объеме использовать производственные мощности; | За счет нового оборудования предприятия можно повысить качество продукции по сравнению с конкурентами и расширить ассортимент, что в свою очередь сделает предприятие более конкурентоспособным и снизит влияние Китая,Турции;- Использование стратегии снижения издержек производства. |

Итак, матрица SWOT-анализа для ИП Боева К.Д показывает, что предприятие имеет определенные проблемы, но ИП Боева К.Д может, используя свои сильные стороны и возможности реализовать определенные стратегии, которые позволят избавиться от слабых сторон и избежать возможных угроз. Однако реализация указанных стратегий должна проходить комплексно для достижения максимального эффекта. Для того чтобы реализовать все свои стратегии предприятию необходимо иметь высокий уровень корпоративного управления.

Риски присутствуют всегда при реализации любого проекта. Рассмотрим основные из них.

Таблица 10

Структура основных рисков Проекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Содержание риска | Уровень риска | Пути снижения риска | Ориент. затраты на снижение риска | Примечание |
| Вероятность | Угроза |
| Рост налоговой нагрузки из-за изменения вгосударственной налоговой политике | Низкая | Средняя | коррективы маркетингового плана и проведение агрессивной ценовой политики для привлечения постоянных клиентов;- снижение уровня рентабельности бизнеса с одновременным внедрением мер по минимизации операционных расходов;- внедрение новых систем оплаты труда и премирование персонала. | 20 |  |
| Низкий уровень квалификации персонала | Низкая  | Средняя  | - набор персонала на конкурсной основе;- сотрудничество с учебными заведениями соответствующего профиля; участие в тренинг-программах | 50 |  |
| Увеличение цены на сырье | Высокая | Высокая  | - отказ от услуг посредников, выход на товаропроизводителей и дистрибьюторов;- рост цен реализации продукции с учетом соответствующего временного лага;- снижение уровня рентабельности. | 25 |  |
| Низкая эффективность технических ресурсов (низкая производительность, высокий уровень брака) | Высокая | Высокая  | Повысить уровень автоматизации производства, уровень гибкости производства,надежность технических ресурсов | 25 |  |
| Низкая надежность технических средств | Высокая | Высокая  | Универсальность оборудования, период эксплуатации | 50 |  |
|  | Включение в себестоимость дополнительных расходов на минимизацию рисков | 170 |  |

2.5. Участники проекта

* Инвестор – ОАО «Сбербанк» и генеральный директор ИП Боева К.Д
* Заказчик - ИП Боева К.Д
* Пользователь проекта - ОАО «Сбербанк» и ИП Боева К.Д
* Команда проекта - ООО «Экструзионные Машины»

2.6. Жизненный цикл проекта

Открытие нового предприятия предполагает осуществление ряда этапов по его созданию и организации производственно-хозяйственной деятельности.



Рис.1 - Диаграмма Ганта



Таблица 11

Этапы проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этапы проекта | Условия выполнения | Сроки выполнения |
| Начало проекта |  | 01/2 год |
| Заключение инвестиционного договора | 1 месяц проекта | 1-30 банковских дней |
| Получение кредита | Наличие соответсвующего пакета документов | 01 месяц |
| Внесение в госреестр, постановка на учет в административных и налоговых органах | Заключение инвестиционного договора | 1-30 календарных дней |
| Подбор местоположения и оформление документации | Предварительные работы | 01 месяц |
| Покупка оборудования | Заключение инвестиционного договора | 1-30 календарных дней |
| Установка оборудования | Получение инвестиционных средств | 1-30 календарных дней |
| Найм персонала | Производственная деятельность | 1-30 календарных дней |
| Обучение персонала | Окончание этапа организации производственного процесса | 1-30 календарных дней |
| Проведение маркетинговой компании | 360 календарных дней | 1-360 календарных дней |
| Окончание проекта |  | 12 месяц – 24 месяц |

2.7. Структура проекта

В современных условиях успех предприятия определяется, воздействием управления на внутренние факторы производства.

Схема организационной структуры предприятия представлена на рис. 2. На ИП Боева К.Д будем применять линейно-функциональную структуру управления, которая является разновидностью механистической структуры. В ее основу положена иерархическая организация процесса управления по функциям (производство, снабжение, бухгалтерский учет, и т.д.).

Исполнительный орган на предприятии ИП Боева К.Д - генеральный директор, который в свою очередь подчиняется собранию участников общества (иными словами учредителям).

Высшее руководство организации – генеральный директор - имеет закрепленные должностной инструкцией организации полномочия: это право принимать окончательное решение, направлять и координировать работу других и отдавать приказы.



Рис. 2 - Организационная структура

Система управления ИП Боева К.Д подразделяется на управляющую и управляемую подсистему, которые тесно взаимодействуют. Функционирование механизма управления обеспечивается управляющей подсистемой, в которой выделяют 3 уровня управления. Первый уровень управления в ИП Боева К.Д представлен в лице генерального директора, второй уровень – руководители подразделений, которые непосредственно пребывают в подчинении генерального директора, третий уровень - вторичные подразделения и руководители, которые подчиняются представителям второго уровня и в подчинении которых находится общепроизводственный персонал.

Главная цель управления персоналом состоит в обеспечении предприятия работниками, отвечающими требованиям данного предприятия, их профессиональной и социальной адаптации, развитии персонала.

Таблица 12

Показатели эффективности проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Значение |
| Период расчета, мес. | 60 |
| Ставка дисконтирования, % | 8 |
| Период окупаемости - PB, мес. | 8 |
| Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес. | 8 |
| Чистый приведенный доход, NPV - руб. | 16 378 527 |
| Индекс прибыльности - PI | 15,66 |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR,% | 823,4 |

Опираясь на высокие значения интегральных показателей, Проект можно охарактеризовать как экономически эффективный.

Заключение

В данной работе были изложены и рассчитан проект малого предприятия по оказанию субподрядных услуг по дизайну интерьеров ИП Боева К.Д.

Главной целью предприятия является превращение ИП Боева К.Д на высокопроизводительное, эффективно функционирующие с динамическим развитием предприятие.

Также в результате проекта был исследован вопрос необходимых трудовых, материальных, финансовых ресурсов. К сожалению, собственного капитала у учредителей недостаточно для открытия предприятия собственными силами.

Открытие дизайнерского агентства — это не трудно. На начальном этапе вам не потребуется много персонала, чем большее количество работников, тем крупней затраты компании, для начала, когда еще не ясна перспектива развития бизнеса, затраты стоит сократить до минимума. Увеличить количество персонала и офисную площадь можно будет в любое время, начинать же лучше с малого. Вполне достаточно будет нанять нескольких дизайнеров и менеджера по продажам, должность менеджера может совмещать руководитель. Бухгалтерию сразу лучше всего поручить компании, специализирующейся на аутсорсинге. Дизайн-студия оказывает услуги, воспринимающиеся клиентами визуальным образом, поэтому визуальной составляющей стоит уделить наиболее пристальное внимание. По высшему разряду должно быть оформлено все: сайт вашей компании, каталог работ и сам офис.

Если с каталогом и собственным веб-сайтом более-менее понятно, то на оформлении офиса мы остановимся подробнее. Офис дизайнерского агентства должен располагать клиентов к непринужденному общению с персоналом и презентовать студию как творческую мастерскую, способную найти нестандартное решение для оформления интерьеров. Поэтому особое внимание стоит уделить внутреннему убранству офиса. Оно должно быть оформлено с безупречным вкусом и выгодно отличаться от помещений «казенного» типа, в которых расположены компании, не столь творчески ориентированные. Расположить офис лучше всего в центре города.

Арендовать такой офис будет дороже, зато позволит принимать заказы от клиентов из разных районов города. Техническое оборудование студии дизайна невозможно представить без мощных современных компьютеров, копировальное устройство должно быть многофункциональным, хороший цветной лазерный принтер формата не ниже А3, сканер. Программное обеспечение выбирать стоит, ориентируясь на предпочтения дизайнеров, однако, желательно, чтобы оно было лицензионным, что избавит от вероятных серьезных проблем с правоохранительными структурами. Мебель для офиса подбирается в соответствии с общим стилем помещения, и здесь нужно учесть, что дизайнерам удобней будет работать за столами достаточно крупных размеров. В целом, оформление офиса должно быть организовано в соответствии с двумя критериями: удобство и стиль.

Список использованной литературы

1. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. - М.: Дашков и К, 2015. - 292 c.

2. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 c.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 c.

4. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2014. - 292 c.

5. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2016. - 240 c.

6. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2014. - 240 c.

7. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2016. - 240 c.

8. Барышникова, Н.А. Экономика организации: Учебное пособие для СПО / Н.А. Барышникова, Т.А. Матеуш, М.Г. Миронов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 191 c.

9. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко.. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 c.

10. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 c.

11. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 c.

12. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 c.

13. Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2015. - 671 c.

14. Иванов, Г.Г. Экономика организации (торговля): Учебник / Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2014. - 352 c.

15. Клочкова, Е.Н. Экономика организации: Учебник для СПО / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 447 c.

16. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 c.

17. Коробкин, А.З. Экономика организации отрасли: Учебное пособие / А.З. Коробкин. - Минск: Изд-во Гревцова, 2015. - 288 c.

18. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.В. Коршунов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 407 c.

19. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум / В.В. Коршунов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 407 c.

20. Коршунов, В.В. Экономика организации: Учебник и практикум для СПО / В.В. Коршунов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 407 c.

21. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / В.В. Коршунов. - М.: Юрайт, 2015. - 433 c.

22. Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 400 c.

23. Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. / М.С. Мокий. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 334 c.

1. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. - М.: Дашков и К, 2015. - 292 c [↑](#footnote-ref-1)
2. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2016. - 240 c [↑](#footnote-ref-2)
3. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко.. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 c [↑](#footnote-ref-3)
4. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 c [↑](#footnote-ref-4)
5. Клочкова, Е.Н. Экономика организации: Учебник для СПО / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 447 c [↑](#footnote-ref-5)
6. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / В.В. Коршунов. - М.: Юрайт, 2015. - 433 c. [↑](#footnote-ref-6)
7. Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. / М.С. Мокий. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 334 c [↑](#footnote-ref-7)