

конкретных условиях. Исходя из этого направляющие тексты целесообразно выполнять в формате А4 и оставлять место для записей.

11. Направляющие тексты должны стать основой саморегулируемого учения. Они будут эффективным дидактическим средством лишь при планомерном осуществлении активного взаимодействия обучающегося со специально подобранными педагогом материалами, когда обучающийся сам увидит, что его умения и навыки становятся более прочными, когда он поймет, что трудное задание можно выполнить только ценой напряжения сил и воли, систематических занятий с направляющими текстами.

По своей сути направляющие тексты – это технология *мастер-классов*. Принципы их построения:

- атмосфера открытости, сотворчества, взаимодействия;
- эмоциональная приподнятость, доброжелательность, психологическое гостеприимство;
- социально-педагогическое равноправие всех субъектов профессионально-образовательного процесса;
- эмоционально-положительное восприятие участников группы;
- формирование чувства уверенности в собственных силах и потенциальных возможностях.

Рассмотренная развивающая технология получила широкое распространение на курсах повышения квалификации, так как она позволяет формировать новые профессиональные конструкты: компетентности, компетенции и метапрофессиональные качества.

Л. Т. Плаксина,
О. П. Перина

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ КАК КОМПОНЕНТ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ СПЕЦИАЛИСТА

Подготовка специалистов, способных осуществлять инновационную деятельность в условиях жесткой конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, требует от современной высшей школы решения задач по формированию у студентов рыночно-ориентированного стиля мышления, создания у них рыночной системы ценностей.

Предприятия в рыночной системе хозяйствования подвержены постоянным, во многом противоречивым изменениям и воздействиям. В дополнение к этому для российских условий характерна еще и неустойчивость законодательства. Специалисты считают, что в условиях рынка очень важен план, который необходимо понимать как комплекс мероприятий, учитывающий возникающие в новых условиях риски потери средств и очень ограниченное воздействие государства на правила рыночной экономики, обеспечивающий достижение установленных с помощью маркетинговых исследований и стратегического анализа целей. При этом все запланированные мероприятия должны быть сбалансированы с финансовыми, временными и кадровыми ресурсами. План представляет деятельность в будущем, и поэтому предприниматель анализирует проблемы и сопровождающие их риски, с которыми придется столкнуться в последующие периоды.

Современному менеджеру необходимо знать вопросы планирования. Принятым в менеджменте языком делового предложения является бизнес-планирование. Бизнес-план – это аналитический документ для планирования предпринимательской деятельности. В нем описываются основные аспекты будущего коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяются способы их решения. Бизнес-план является основным документом, на базе которого инвесторы и кредиторы, в том числе зарубежные, предоставляют средства. Чтобы убедить кредитора в успехе начинания, нужно ознакомить его с планами на сегодня и на перспективу, изложенными на бумаге и снабженными всеми необходимыми расчетами. Для этих целей и служит выработанный мировой экономической практикой бизнес-план.

Не существует стандартов на разработку бизнес-плана из-за различия целей бизнеса и бесконечного множества вариаций среды, в которой он действует. Значительной частью любого бизнес-плана являются разделы планомерного контроля и регулирования бизнеса. Хотя бизнес-план в целом считается инструментом для получения кредита, он служит и другим целям. Дополнительные цели приведем в соответствии с «Методическим пособием по разработке бизнес-плана», составленным Европейским союзом для новых независимых государств:

- выявление целей бизнеса;
- содействие выработке стратегии и оперативной тактики для достижения целей бизнеса;

- создание системы измерений результатов деятельности;
- предоставление инструментария управления бизнесом;
- предоставление средств оценки сильных и слабых сторон бизнеса, а также выявление альтернативных стратегий выживания.

Учитывая вышеизложенное, на кафедре сварочного производства Российского государственного профессионально-педагогического университета для преподавания дисциплины «Управление предприятием и технологический менеджмент» (специализация 030504.08 Технология и технологический менеджмент сварочного производства) подготовлены и внедрены в учебный процесс методические указания по выполнению курсовой работы «Разработка бизнес-плана производственного участка сборки и сварки металлоконструкций», в которой разрабатываемая ситуация (задача) приближена к естественным условиям. В методических указаниях рассмотрены различные аспекты бизнес-планирования деятельности фирмы и методика составления бизнес-плана, представляющая собой комплексное исследование различных сторон работы производственного подразделения; даны методические рекомендации студентам; представлены необходимые данные для выполнения курсовой работы.

Целью курсовой работы является приобретение практических навыков в области стратегического, тактического и оперативного планирования производства, обоснование экономической и коммерческой эффективности, разработка бизнес-плана для получения инвестиций.

Задание на курсовую работу включает разработку бизнес-плана вновь открывающегося участка цеха по выпуску сварных конструкций. К заданию прилагаются необходимые исходные данные.

Перед составлением бизнес-плана следует выполнить ряд предварительных расчетов и оценок:

- 1) определить трудоемкость каждого изделия и возможности участка по выпуску сварных конструкций для сторонних заказчиков с указанием критериев, по которым будет формироваться портфель заказов;
- 2) составить производственную программу выпуска сварных конструкций для сторонних заказчиков и определить основные стратегические цели участка;
- 3) определить численность персонала и затраты на оплату труда;
- 4) определить необходимые капиталовложения и источники финансирования;

- 5) определить сроки реализации проекта;
- 6) определить цены на сварные конструкции;
- 7) составить финансовый план и выполнить расчет коммерческой эффективности.

После решения этих вопросов можно приступить к составлению бизнес-плана.

Структура предложенного бизнес-плана выглядит следующим образом:

1. *Возможности фирмы (резюме)*. Резюме разрабатывается в самом конце составления бизнес-плана, когда достигнута полная ясность по всем остальным разделам. В целом резюме должно дать ответы будущим кредиторам и инвесторам фирмы на вопросы, что они получают при успешной реализации этого бизнес-плана и каков риск потери ими денег.

2. *Виды товаров и услуг*. В этом разделе описываются товары или услуги, которые предлагаются будущим покупателям и ради производства которых задумывается проект.

3. *Рынки сбыта. Конкуренция на рынках сбыта*. Этот раздел направлен на изучение рынков и позволяет четко представить, кто будет покупать товар.

4. *Маркетинговый план*. В данном разделе целесообразно изложить основные позиции стратегии маркетинга: как будет продаваться товар – через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации; как предполагается добиваться постоянного объема продаж – за счет расширения района сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей (реклама, стимулирование продаж и т. д.); как будет организована служба сервиса.

5. *План производства*. Главная задача этого раздела – доказать потенциальным инвесторам, что экономический потенциал предприятия способен обеспечить производственную программу, предусмотренную бизнес-планом.

6. *Организационный план*. Здесь приводится информация, характеризующая организационную структуру фирмы, а также сведения о персонале.

7. *Финансовый план и финансовая стратегия*. Ключевой вопрос: каковы потребности в инвестициях, источники их покрытия и обеспечение финансовой устойчивости предприятия?

8. *Факторы риска*. В этом разделе необходимо указать наиболее вероятные, чаще всего встречающиеся основные риски, а также меры по их нейтрализации.

Перечень вопросов в каждом конкретном случае может дополняться или уточняться в зависимости от условий, в которых функционирует фирма. Следует стремиться к тому, чтобы в бизнес-плане была сконцентрирована не только информация, необходимая менеджеру для управления фирмой, но и данные, которые требуются бухгалтеру, экономистам, менеджерам, юристу, банку и т. д. В целом бизнес-план должен быть изложен кратко с выделением ответов на наиболее важные вопросы.

Расчетная часть включает в себя:

- расчет трудоемкости сборки и сварки изделия;
- расчет производственной программы;
- количественный расчет и подбор необходимого оборудования;
- расчет потребности в персонале и фонде заработной платы;
- расчет потребности в ресурсах;
- расчет стоимости продукции;
- расчет дополнительных капиталовложений в оборотные средства;
- определение источников финансирования;
- составление плана доходов и расходов;
- составление балансового плана;
- оценку коммерческой эффективности с определением чистого дисконтированного дохода, индекса доходности, точки безубыточности и срока окупаемости.

Таким образом, бизнес-план представляет собой комплексный план развития предприятия на ближайший и отдаленный периоды времени. Он определяет цели предприятия и его политику в области продукции, маркетинга, производства, управления, финансирования. Этот документ анализирует все проблемы, с которыми может столкнуться предприятие, и определяет способы их решения.

1. Бизнес-план *служит для обоснования* предполагаемого бизнеса и *оценки результатов* за определенный период времени. В этой связи он может рассматриваться как *мерило степени достижения успеха*.

2. Бизнес-план является документом, позволяющим «высветить» курс действий и управлять бизнесом. Поэтому его можно представить как *неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля*.

3. Бизнес-план в большинстве случаев используется как *средство получения необходимых инвестиций*. В этом аспекте он служит «наживкой» для инвесторов и мощным *инструментом финансирования бизнеса*.

4. Бизнес-план – сам *процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления*. В этом смысле он представляет собой документ, делающий организацию восприимчивой к разного рода нововведениям: техническим, технологическим, информационным, экономическим и др.

5. Бизнес-план может быть хорошей *рекламой для предлагаемого бизнеса*, создавая деловую репутацию и являясь своеобразной визитной карточкой организации, поэтому он должен быть компактным, красиво оформленным, информационно насыщенным.

6. Бизнес-план является своего рода *документом, страхующим успех* предлагаемого бизнеса. Он демонстрирует готовность к риску.

Усвоение методики составления бизнес-плана дает менеджеру возможность лучше ориентироваться в рыночной среде, так как помогает выяснить финансовые потребности, проработать все финансовые детали и оценить шансы на получение прибыли, позволяет определить управленческие решения, разработать схему, которой необходимо следовать, а также служит инструментом коммуникации, определяя соответствующую ориентацию банкиров, инвесторов и возможных партнеров.

В заключение хотелось бы отметить, что выполнение данной курсовой работы вносит существенный вклад в совершенствование интегрированной подготовки специалистов, способных осуществлять инновационную деятельность в современных условиях жесткой конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, поскольку правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в какую-либо конкретную деятельность и принесет ли она прибыль. Не вызывает сомнения тот факт, что владение навыками бизнес-планирования повышает качество подготовки конкурентоспособного специалиста, адаптированного к быстро изменяющимся экономическим условиям деятельности современных предприятий (как производственных подразделений, так и учебных заведений различных уровней).

О. И. Халупо

ЯЗЫК И КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Язык и коммуникативная культура являются взаимосвязанными компонентами и оказывают большое влияние друг на друга, так как развитие и становление коммуникативной культуры происходит в процессе ис-