

Недостатком является упование на то, что вновь привлекаемые кадры будут успешно решать возникающие проблемы. Очень часто механический рост приводит к тому, что численно разросшаяся компания становится просто неуправляемой.

Эффективность применения экспертных методов для определения направлений развития во многом зависит от квалификации привлекаемых экспертов. В большинстве случаев в качестве экспертов выступают собственные ведущие специалисты компании: финансовый директор, главный бухгалтер, начальник производства, руководитель информационной службы. В большинстве случаев функциональный взгляд, нацеленность на достижение высоких показателей, прежде всего, оперативной деятельности, а иногда и просто желание угадать желания высшего руководства делают этих специалистов не лучшими экспертами в области организационного развития. В результате очень часто направление развития компании определяется авторитетом того или иного специалиста, а то и вовсе "модным подходом", при котором внедряются популярные методы и инструменты управления вне зависимости от объективных условий развития конкретной компании.

Научный метод основан на применении системного подхода. При этом компания как комплексная система управления бизнесом. Подсистемы компании и окружающая среда рассматриваются в их взаимодействии. Системный подход основан на выявлении сущности организационного развития и применении соответствующих моделей [3].

Таким образом, эффективное организационное развитие - это условие выживания компании. И одной из проблем современного менеджмента в Казахстане является низкий уровень подготовки управленческих кадров. В сфере образования необходимы реформы в подготовке управленцев практического направления. Теоретическая база у персонала достаточно высокая, но многие сотрудники не в состоянии внедрять эти знания в практическую деятельность компании. Встает необходимость тесного сотрудничества учреждений образования и предприятий. Необходимо внедрять современные инструменты эффективного управления, но только с учетом национальных и культурных параметров страны [4].

Список использованной литературы

1. *Бойко С.В.* Теория менеджмента [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ppt-online.org/191987>
2. *Дружинина Н.Г.* Менеджмент. Шпаргалка // «Научная книга», 2018. 140 с.
3. *Мироненко Ю.Д., Тереханов А.К., Бизнес консультанты компании ООО "Инлайн Технолоджис".* Организационное развитие компании // А. 2014 г.
4. *Мироненко Ю.Д., Тереханов А.К., Организационное развитие компании* [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.cfin.ru/management/strategy/change/for_org_dev.shtml.
5. *Нестеров А.К., Организационное развитие* // Энциклопедия Нестеровых, 2018.
6. *Пинаев Д.* Суть организационного развития, М., 2019.

А.В. Оводова, научный руководитель *А.В. Ефанов*
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия
alexa.ovodova@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается структура и состав бизнес-плана, его цели и задачи его составления. Описано значение применения бизнес-плана при тестировании успешности бизнес-идеи. Сделан вывод о необходимости бизнес-плана при оценке бизнес-идеи.

Ключевые слова: бизнес-план, бизнес-идея, анализ, проект, рынок.

Разработка бизнес-плана позволяет объективно исследовать и анализировать бизнес-идею. В бизнес-плане проводится оценка рыночного спроса, исследование прямых и косвенных конкурентов, изучение потребностей клиентов, оценка затрат на ее реализацию, рассчитывается срок окупаемости и необходимый объем продаж для получения прибыли, а также определяются пути развития бизнес-идеи и необходимость в привлечении дополнительного капитала. Бизнес-план позволит рассмотреть бизнес-идею с разных сторон, оценить риски, прежде чем вкладывать денежные средства в новое предприятие.

Определяя в бизнес-плане цели и задачи, стратегию, тактику ведения бизнеса, концепцию, пути реализации продукции, первоначальные затраты, мы тем самым определяем пути и способы реализации бизнес-идеи, вырабатываем конкурентные преимущества, обосновываем надежность и реализуемость проекта.

Согласно данным официального сайта федеральной налоговой службы, количество индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации, сведения о которых внесены в ЕГРИП с 01.01.2019 по 01.01.2020 года составило 807,9 тыс., а количество индивидуальных предпринимателей, прекративших деятельность в отчетном периоде – 731,7 тыс. Количество юридических лиц, запись о которых внесена в ЕГРЮЛ с 01.01.2019 по 01.01.2020 года составляет 303,1 тыс., а количество юридических лиц, прекративших свою деятельность – 667,8 тыс. [5]. Риск банкротства для вновь созданных предприятий в первые пять лет обуславливает необходимость разработки бизнес-плана.

Бизнес-план – это документ, в котором представлены сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, а также обоснованы финансовые затраты и просчитаны возможные риски при реализации бизнес-идеи. Назначение бизнес-плана – показать реальные шансы реализации бизнес-идеи, а также продемонстрировать необходимость (или ее отсутствие) для привлечения инвестиций со стороны. Одной из функций бизнес-плана является оценка перспективы бизнес-идеи, которая позволяет быть готовым к изменениям рыночной и экономической ситуации [2].

Бизнес-идея – это концепция бизнеса, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой потребителю [6]. Бизнес-идея должна включать хотя бы один из следующих элементов:

- Что-то новое. Новый товар, услуги, возможности или технологии.
- Нечто лучшее. Усовершенствование имеющихся товаров или услуг (расширение возможностей, снижение цены, повышение надежности, скорости или новый уровень удобств).
- Ненасыщенный или новый рынок. Имеются в виду ситуации, когда рынок предъявляет значительный спрос, но конкуренты не способны удовлетворить его; когда некая территория не охвачена определенными услугами или когда на небольшой части рынка (в рыночной нише) отсутствуют доминирующие игроки.
- Новая система поставок или канал распределения. Новые технологии (прежде всего Интернет), позволяют компаниям более эффективно привлекать покупателей. Предприятия должны использовать новые возможности, позволяющие без особых затрат расширить предлагаемый потребителям выбор, а также географию поставок и предоставления услуг.

- Повышение степени интеграции. Ситуация, когда товар изготавливается и продается одной и той же компанией или когда фирма предлагает расширенный набор услуг или товаров на одном географическом рынке [1].

На сегодняшний день в мировой практике существуют следующие стандарты составления бизнес-плана: ЮНИДО (UNIDO), КРМГ (KPMG), ТАСИС (TACIS), ЕБРР (EBRD). В России существуют «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов», которые утверждены Министерством экономики РФ и Министерством финансов РФ в 1999 г. [3].

Основные компоненты бизнес-плана:

Резюме (краткое описание), в котором указаны основные параметры проекта и его краткая характеристика. Резюме содержит краткую информацию о сути проекта, бизнес-концепцию, финансовые показатели и показатели эффективности, структуру продукта (услуги), объем выпуска, гарантии проекта. Описаны основные виды деятельности и характер компании, также её профиль, цели, правовая форма и конкурентные преимущества, отличающие её от других компаний [4].

Анализ рынка. В данном разделе, как правило, приводят описание продукта, емкости рынка продукта, а также существующие тенденции развития рынка. Следует изучить потенциал роста бизнеса в данной отрасли на основе экономических факторов и условий, ознакомиться с лицензиями и разрешениями, которые понадобятся для ведения бизнеса, оценить рыночный спрос, ответив на следующие вопросы: Какую проблему решит наш продукт / услуга для потребителей? Как люди решают эту проблему в данный момент? Наша бизнес-идея уже существует / реализуется? Если да, как она будет отличаться или как ее улучшить?

Определение целевого рынка является важным этапом в проверке бизнес-идеи. Сложно определить потенциал бизнес-идеи без четкого понимания аудитории, ее размера, их привычек расходования. Следует составить профиль идеального клиента на основе анализа, сторонних исследований рынка, отзывов, опросов в Интернете. Существуют следующие демографические факторы клиента, которые следует о нем знать: возраст; место проживания; доход; пол; работа, образование, хобби; семейное положение. Также следует определить, что важнее потенциальному клиенту: цена, качество, лояльность, технологии, надежность, сервис или мода, и оценить, какие из потребностей клиента можно удовлетворить.

Конкуренция. В данном разделе указываются основные конкуренты, их объемы и ценовой сегмент. Анализ конкурентов можно разделить на следующие этапы: 1. определение основных конкурентов, сбор важной информации о них: какие продукты или услуги они предлагают и для кого, какие методологии ценообразования применяют, какая репутация у них на рынке; 2. определение типа конкуренции (прямая, косвенная); 3. определение своих конкурентных преимуществ (выявление сильных сторон своей бизнес-идеи, которые отличаются от конкурентных и могут понравиться целевым клиентам); 4. анализ сильных и слабых сторон конкурентов. В качестве инструментов анализа конкурентов можно использовать карту конкурентов, SWOT-анализ.

Стратегии рекламы и продвижения. В данном разделе описывается маркетинговая стратегия и основные каналы рекламы, такие как Интернет (тематические сайты и форумы, социальные сети, 2GIS, Google), оффлайн-реклама (телевидение, радио, билборды, реклама на общественном транспорте, реклама в журналах и газетах, стендеры, вывески, объявления на улице).

Производственный план. В данном разделе дается характеристика производственному процессу, осуществляется расчет производственных затрат и разрабатывается план производства.

Организационный план. Организационный план должен содержать обоснование необходимого количества специалистов, затраты на персонал и организационную структуру бизнеса.

Финансовый план. В этом разделе формируются план прибылей/убытков, план движения денежных средств, разрабатывается график финансирования, осуществляется расчет показателей эффективности проекта. Данный раздел бизнес-плана позволит ответить на следующие вопросы: Сколько будет стоить осуществление бизнес-идеи с нуля? Где взять стартовый капитал на реализацию бизнес-идеи? На какой месяц бизнес выйдет на получение прибыли? Какой срок окупаемости проекта? Каков потенциальный доход бизнеса?

Риски и гарантии. В данном разделе определяются предпринимательские риски и методы реагирования на них. В бизнес-плане прописываются все необходимые данные для реализации бизнес-идеи, такие как стартовые затраты, ежемесячная доходность, концепция, местоположение, маркетинговая стратегия, анализ рынка, анализ конкурентов, финансовый план и т.д. Бизнес-план позволяет оценить успешность бизнес-идеи. Способность трансформации бизнес-идеи в жизнеспособный бизнес, должна быть подкреплена осуществимым бизнес-планом.

Список использованных источников

1. *Абрамс Р.* Бизнес-план на 100 %: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2016.
2. *Бронникова Т. С.* Разработка бизнес-плана проекта: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2019. 215 с.
3. *Косов В.В., Лившиц В.Н.* Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. М.: Экономика, 2000. 421 с.
4. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Паблишер, 2016.
5. Статистика по государственной регистрации ИП, юридических лиц в целом по Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/regstats/
6. *Шкурко В.Е.* Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 172 с.

А.М. Подставкина, научный руководитель *И.В. Мжельская*
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Новосибирск, Россия
poppuyt@mail.ru

ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА БАЗЕ КРУПНОГО РЕГИОНАЛЬНОГО АЭРОПОРТА

Аннотация. В статье представлено обоснование создания логистического центра на базе крупного регионального аэропорта, предназначенного для обеспечения потребностей грузоотправителей и грузополучателей в складских услугах, а также в услугах, связанных с межрегиональными, внешнеторговыми и транзитными перевозками грузов. Строительство логистического центра позволит на высоком уровне удовлетворить спрос на складские и логистические услуги со стороны организаций-арендаторов.

Ключевые слова: логистический центр, складские и логистические услуги, крупные, средние, мелкие арендаторы, рынок складской недвижимости, складской комплекс.