

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК _____

Антипов Сергей Юрьевич

Бизнес-планирование производства мототехники

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук
по специальности 1-27 80 01 «Экономика и организация производства»

Научный руководитель

Аксень Э. М.

доктор экономических наук

Минск 2016

Библиотека БГУИР

Введение

Цель данной магистерской диссертации: бизнес-планирование мотоклуба и, в последствии, расчет производства и кастомайзинг мотоциклов.

Данная тема является весьма актуальной, т.к. дает возможность теоретически, с высокой долей вероятности оценить все риски, связанные с открытием нового бизнеса. В связи с чем, появляется возможность заниматься «своим делом» на профессиональной основе и получать от этого прибыль.

Все больше людей интересуется мотокультурой, которая берет свои корни на Западе. Но, как таковой возможности сделать нечто похожее на то, что люди видят по телевизору и в интернете практически нет.

На данный момент в Беларуси данная культура практически неразвита: нет ни специализированных мастерских, ни специализированных магазинов по конкретной тематике. Основные факторы, которые должны привлечь потребителя приведены ниже:

- приобретение уникального товара: показать потребителю, что "здесь" он может получить нечто индивидуализированное, созданное конкретно для него;

- доступность товара: несмотря на то, что в понимании потребителей атрибуты мотокультуры считаются весьма дорогими, потребитель может это себе позволить;

- принадлежность к выделенной группе людей: показать потребителю, что он может быть частью мотокультуры;

- желание потребителя быть лучше: показать потребителю, что приобретение особенного товара подчеркивает его личностные качества, выделяет его среди других.

Общая характеристика работы

Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить, как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

Бизнес-план – программный продукт, вырабатываемый в ходе бизнес-планирования.

Планирование бизнеса – это определение целей и путей их достижения, посредством каких-либо намеченных и разработанных программ действий, которые в процессе реализации могут корректироваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами.

Бизнес-план служит двум основным целям:

- дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект;
- служит источником информации для лиц, непосредственно реализующих проект.

Бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

- определить конкретные направления деятельности фирмы;
- целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;
- определить лиц, ответственных за реализацию стратегии; выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
- оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- выявить соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения

поставленных целей; предусмотреть трудности, «подводные камни», которые могут помешать практическому выполнению бизнес-плана.

Бизнес-план помогает дать ответы предпринимателю на следующие вопросы:

- какой вид продукции или какое новое дело выбрать для выхода на отечественный и зарубежный рынок;
- каков будет рыночный спрос на предлагаемые товары и услуги и как он будет изменяться;
- какие ресурсы и в каких количествах потребуются для организации бизнес-проекта;
- сколько будут стоить необходимые ресурсы и где найти надежных поставщиков;
- каковы будут издержки на организацию производства и реализацию продукции и услуг на соответствующих рынках;
- какой может быть рыночная цена на данную продукцию и как на нее повлияют конкуренты;
- какими могут быть общие доходы и как их следует распределять между всеми участниками бизнес-проекта;
- каковы будут показатели эффективности производства и как их можно повысить.

Краткое содержание работы

Планирование данного проекта основано на системе UNIDO, так как идея мотоклуба заимствована с Американского рынка.

Основной маркетинговой целью данной организации является (в среднесрочном периоде): информирование потребителя, позиционирование организации и увеличение узнаваемости бренда. Стратегия, в целом, строится на путях достижения поставленных целей. Ниже приведен план продвижения:

1. Информирование потребителя. Средства достижения: публикация статей на популярных интернет-порталах (tut.by, onliner.by, select.by и пр.), элементы наружной рекламы: листовки, буклеты и пр.

2. Позиционирование организации, товара, формирование в понимании потребителя определенного образа товара. Средства достижения: Баннерная реклама, «сарафанное радио», различные выставки и мероприятия.

3. Увеличение узнаваемости бренда. Средства достижения: публикация статей на популярных интернет-порталах (tut.by, onliner.by, select.by и пр.), присутствие в сети Интернет (блог, сайт), элементы наружной рекламы (листовки, буклеты и пр), элементы интернет-рекламы (баннерная и медийная реклама, реклама в социальных сетях).

4. Организация открытых мероприятий.

В результате, при правильном расчете и подходе, будет создано то, чего так не хватает фанатам мотоциклов и мотоциклетной тематики. Мотоцикл, как и любые другие незаурядные увлечения, - это такая вещь, которая сильно сближает людей со своим специфическим мироощущением. Появиться что-то новое в молодежной культуре, чем люди будут интересоваться не только в интернете, но смогут и зарабатывать на этом.

На данный момент в Беларуси данная культура практически неразвита: нет ни специализированных мастерских, ни специализированных магазинов по конкретной тематике. Основные факторы, которые должны привлечь потребителя, приведены ниже:

– приобретение уникального товара: показать потребителю, что "здесь" он может получить нечто индивидуализированное, созданное конкретно для него.

– доступность товара: несмотря на то, что в понимании потребителей атрибуты мотокультуры считаются весьма дорогими, потребитель может это себе позволить.

– принадлежность к выделенной группе людей: показать потребителю, что он может быть частью мотокультуры.

– желание потребителя быть лучше: показать потребителю, что приобретение особенного товара подчеркивает его личностные качества, выделяет его среди других.

Заключение

Разработка бизнес-плана дает следующие преимущества:

- дает возможность четко обдумать и оформить свои идеи, проверить их жизнеспособность на бумаге расчетным путем;
- такой бумажный (виртуальный) вариант проверки идеи в конечном счете убережет предпринимателя от множества ошибок и ненужных затрат, сэкономит деньги, время и нервы;
- позволяет предпринимателю гораздо лучше понять механизм работы предприятия и действовать в рыночной среде намного эффективнее;
- после написания бизнес-плана, он будет служить Вам, как схема или карта, точное следование которой позволит с большей вероятностью достигнуть намеченной цели.

Бизнес-планирование первоначально потребует значительных сил, средств, усилий и времени по сбору и обработке информации, а последующее финансовое планирование предприятия является намного более простым, так как требует только своевременного периодического внесения дополнений и изменений к текущему плану, а также своевременного реагирования на рыночную ситуацию.

Данный бизнес план в силу своей актуальности дает возможность теоретически, с высокой долей вероятности оценить все риски, связанные с открытием нового бизнеса. Есть шанс начать практически новый бизнес для нашей страны без конкуренции на этом рынке, что приведет к быстрой окупаемости проекта и весьма неплохими перспективами на будущее. Это будет хорошим толчком для развития мотокультуры в нашей стране в целом.

Список опубликованных работ

1. Антипов С. Ю. Особенности разработки стратегии и продвижения мототехники. Сборник научных работ магистрантов. Кафедра менеджмента Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, Минск, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bsuir.by/m/12_100229_1_97168.pdf

Библиотека БГУИР