**Содержание**

1.1 Сущность и понятие проекта

[1.2 Методы управления временем](#_Toc291622421)

1.3 Маркетинг в управлении проектом

[2.1 Характеристика рынка](#_Toc291622423)

2.2 Анализ конкурентов

[2.3 Сегментация рынка сбыта](#_Toc291622425)

Глава 3. Разработка и обоснование проекта создание "Свеж’OK"

[3.1 Сущность проекта](#_Toc291622427)

3.2 составление структурной декомпозиции работ по проекту

[3.3 Сетевое планирование проекта](#_Toc291622429)

3.5 Ресурсное планирование проекта

[3.6 Стоимостное планирование проекта](#_Toc291622431)

3.7 Экономическая эффективность проекта

[3.8 Распределение прибыли предприятия](#_Toc291622433)

3.9 Управление рисками проекта

[Заключение](#_Toc291622435)

Список использованных источников

**Введение**

Современная концепция управления проектом базируется на понятии «проект», который выступает не только как объект управления, обладающий специфическими чертами, но и как базовое свойство управления проектом.

Проект представляет собой открытую систему из совокупности связанных между собой работ, которая взаимодействует с окружающей средой, получая от нее необходимые ресурсы и предоставляя полученные результаты.

Рынка фреш-баров в г.Серове как такового нет. Он находится в процессе становления. В настоящее время рынок фреш-баров активно растет, и наценки на соки составляет минимум 100%,также в обществе царит мода на молодость, красоту и здоровье. Эти модные тенденции, совместно с растущими доходами населения, позволили существенно вырасти объемам продаж товаров и услуг, связанных с модой на здоровье. В частности, значительно выросло потребление свежевыжатых соков.

Объектом курсового проекта является рынок фреш-баров г. Серове, предметом является деятельность фреш-бара «Свеж’OK» в г.Серове.

Целью курсового проекта является разработка и обоснование проекта открытия фреш-бара «Свеж’OK» в г.Серове.

Цель данного курсового проекта будет достигнута путем решения поставленных задач.

Основными задачами курсового проекта являются:

- Рассмотреть теоретические аспекты дисциплин «Управление проектами» и теоретические аспекты Projekt Management;

- проанализировать рынок фреш-бара ;

- обосновать целесообразность проекта открытия фреш-бара «Свеж’OK», определить его длительность, стоимость и возможные риски.

- оценить экономическую эффективность проекта

- определение организационно- правовой формы фреш-бара

**Глава 1. Теоретические вопросы управления проектами при открытии нового бизнеса**

# 

# 1.1 Сущность и понятие проекта

управление проект финансовый экономический

Понятие «проект» объединяет разнообразные виды деятельности, характеризуемые рядом признаков, наиболее общими из которых являются следующие:

1. направленность на достижение конкретных целей, определенных результатов,
2. координированное выполнение многочисленных, взаимосвязанных действий,
3. ограниченная протяженность во времени, с определенным началом и концом.

Существует ряд определений термина «проект», каждое из которых имеет право на существование, в зависимости от конкретной задачи, стоящей перед специалистом.

Вот некоторые из них.

В самом общем виде проект (англ.project) - это «что-либо, что задумывается или планируется, например, большое предприятие» (толковый словарь Wedster).

С точки зрения системного подхода, проект может рассматриваться как процесс перехода из исходного состояния в конечный результат при участии ряда ограничений и механизмов.

Основные элементы проекта.

* Замысел
* Средства реализации
* Цели реализации

В том случае, когда в качестве результатов реализации проекта выступают некоторые физические объекты (здания, сооружения, производственные комплексы), определение проекта может быть конкретизировано следующим образом:

Проект - целенаправленное, заранее проработанное и запланированное создание или модернизация физических объектов, технологических процессов, технической и организационной документации для них, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению.

Итак, в современном понимании проекты - то, что изменяет наш мир: строительство жилого дома или промышленного объекта, программа научно-исследовательских работ, реконструкция предприятия, создание новой организации, разработка новой техники и технологии, сооружение корабля, создание кинофильма, развитие региона, - это все проекты.

**Сущность управления проектами**.

Управление проектами - синтетическая дисциплина, объединяющая как специальные, так и профессиональные знания. Специальные знания отражают особенности той или иной области деятельности, к которой относятся проекты (строительные, инновационные, образовательные, экологические, исследовательские, реорганизационные и др.).

К настоящему времени управление проектами стало признанной во всех развитых странах методологией инвестиционной деятельности. Графически управление проектами может быть представлена следующим образом:

Однако подлинной самостоятельной дисциплиной управление проектами стало благодаря знаниям, полученным в результате изучения общих закономерностей, присущих проектам во всех областях деятельности, благодаря методам и средствам, успешно используемым для самых различных проектов.

Методы управления проектами позволяют:

1. определить цели проекта и провести его обоснование;
2. выявить структуру проекта (подцели, основные этапы работы, которые предстоит выполнить).
3. определить необходимые объемы и источники финансирования;
4. подобрать исполнителей - в частности, через процедуры торгов и конкурсов;
5. подготовить и заключить контракты;
6. определить сроки выполнения проекта, составить график его реализации,
7. рассчитать необходимые ресурсы;
8. рассчитать смету и бюджет проекта;
9. планировать и учитывать риски;
10. обеспечить контроль за ходом выполнения проекта и многое другое.

Дадим определение (наиболее общее, но не единственное) сущности управления проектами, отличающееся от предложенного Институтом управления проектами (США) несколько большей строгостью. Управление проектом представляет собой методологию организации, планирования, руководства, координации человеческих и материальных ресурсов на протяжении и жизненного цикла проекта, направленную на эффективное достижение его целей путем применения системы современных методов, техники и технологий управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, качеству, времени.

Для эффективного управления проектами система должна быть хорошо структурирована. Суть структуризации сводится к разбивке проекта и системы его управления, на подсистемы и компоненты, которыми можно управлять. Основной структурной единицей участников проекта является команда проекта - специальная группа, которая становится самостоятельным участником проекта и осуществляет управление инвестиционным процессом в рамках проекта.

Реализация проекта происходит в рамках организационной формы, структура которой в значительной степени влияет на сам проект. Функции управления делятся на основные и обеспечивающие. К основным функциям можно отнести задающую, координирующую, регулирующую и контрольную. К обеспечивающим - информационную, экспертно-аналитическую, нормативно-методическую.

Промежуток времени между моментом появления проекта и моментом его ликвидации называется проектным циклом (говорят также «жизненным циклом проекта»).

Жизненный цикл проекта - исходное понятие для исследования проблем финансирования работ по проекту и принятия соответствующих решений.

Функции управления проектом включают:

1. планирование,
2. контроль,
3. анализ,
4. принятие решений,
5. составление и сопровождение бюджета проекта,
6. организацию осуществления,
7. мониторинг,
8. оценку,
9. отчетность,
10. экспертизу,
11. проверку и приемку,
12. бухгалтерский учет,
13. администрирование.

Подсистемы управления проектом включают:

1. управление содержанием и объемом работ,
2. управление временем,
3. управление продолжительностью,
4. управление стоимостью,
5. управление качеством,
6. управление закупками и поставками,
7. управление распределением ресурсов,
8. управление человеческими ресурсами,
9. управление рисками,
10. управление запасами ресурсов,
11. интеграционное управление,
12. управление информацией,
13. управление коммуникациями.

Управление проектом представляет собой методологию организации, планирования, руководства, координации человеческих и материальных ресурсов, на протяжении жизненного цикла проекта (говорят даже проектного цикла), направленную на эффективное достижение его целей путем применения системы современных методов, техники и технологий управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству.

**Цель и стратегия проекта.**

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

Стратегия проекта - центральное звено в выработке направлений действий с целью получения обозначенных миссий и системой целей результатов проекта можно условно разделить на 3 последовательных процедуры :

* 1. стратегический анализ;
  2. разработка и выбор стратегии;
  3. реализация стратегии.

Стратегический анализ начинается с анализа внешней и внутренней среды. Со стороны внешней можно ожидать либо угрозы, либо возможности для реализации проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы внешней среды: | Факторы внутренней среды |
| * технологические; * ресурсообеспеченность; * экономические; * ограничения государственного сектора; * социальные; * политические; * экологические; * конкуренты | * целевые рынки; * маркетинговые исследования; * сбыт; * каналы распределения; * производство; * персонал; * снабжение; * исследование и разработка НИОКР; * финансы; * номенклатура продукции; * исходя из миссии, целей организации, на основе результатов SWOT - анализа разрабатывается стратегия. |

Разработка и выбор стратегии осуществляются на трех различных организационных уровнях:

1. корпоративная стратегия;
2. деловая стратегия;

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. При разработке деловой стратегии используют 3 основных подхода:

* стратегию лидерства в издержках;
* стратегию дифференциации (уникальности по какому-либо направлению);
* стратегию концентрации на определенных направлениях (группе покупателей, номенклатуре изделий и географии их сбыта);

1. функциональная стратегия разрабатывается для каждого функционального

подразделения с целью конкретизации выбранной стратегии проекта.

Реализация стратегии подразумевает, в первую очередь, необходимость определенных изменений, необходимых в организационной структуре и организационной культуре. Поэтому часто необходимо создать специальные координационные механизмы в дополнение к организованной структуре управления: проектные, межпроектные (программные), венчурные (для проектов с высокимиуровнями рисков) группы.

**Результат проекта**

Под результатом проекта понимают продукцию, результаты, полезный эффект проекта. В качестве результата, в зависимости от типа /цели проекта, могут выступать: научная разработка, новый технологический процесс, программное средство, строительный объект, реализованная учебная программа, реструктурированная компания, сертифицированная система качества и т.д. Об успешности проекта судят по тому, на сколько он соответствует по своим затратным доходным, инновационным, качественным, временным, социальным, экологическим и другим характеристикам запланированному уровню.

# 

# 1.2 Методы управления временем

Сетевые методы в РМ используются для сложных и очень сложных проектов хотя элементы могут быть использованы в других случаях в РМ. Сетевая модель комплекса работ - ориентированный график который используется для описания зависимости между работами и этапами проекта или это метод календарного планирования который состоит в определении последовательности работ по проекту и в определении сроков его выполнения.

График Ганта- недостаток в том, что он не дает указания о способах наилучшего распределения ресурсов. Не позволяют связать стоимость работ с отдельными этапами выполнения проекта и с планом в целом. Метод Ганта - метод проб и ошибок, средство организации управленческого мышления, способа формального моделирования который можно использовать для сравнительно небольших проектов. Метод PERT и CPM.

PERT- метод оценки и пересмотра проектов. СРМ – метод критического пути.

Развитие этих методов заложило основу более формального общего подхода к проблеме управления проектами. Система, основанная на этих методах включает графическое представление взаимосвязи между отдельными элементами проекта и действия позволяющие оценить относительную важность каждого элемента проекта в общем плане.

**Методы управления проектами**

Методы управления проектами включают такие, как

* сетевое планирование и управление,
* календарное планирование,
* логистику,
* стандартное планирование,
* структурное планирование,
* ресурсное планирование,
* имитационное моделирование на ЭВМ

Методы управления проектами позволяют:

1. определить цели проекта и провести его обоснование; выявить структуру проекта (подцели, основные этапы работы, которые предстоит выполнить);
2. определить необходимые объемы и источники финансирования;
3. подобрать исполнителей - в частности, через процедуры торгов и конкурсов, - подготовить и заключить контракты;
4. определить сроки выполнения проекта, составить график его реализации,
5. рассчитать необходимые ресурсы;
6. рассчитать смету и бюджет проекта, планировать и учитывать риски;
7. обеспечить контроль над ходом выполнения проекта.

# 

# 1.3 Маркетинг в управлении проектом

Важнейшей частью маркетинга является организация сбыта. «Бизнес – это борьба за торговлю. И тот, кто захочет избежать борьбы, должен присмотреть для себя место на государственной службе или спокойном отделе крупной компании», считает Герберт Ньютон Кессон, автор популярных книг по менеджменту и бизнесу. Бизнес следует начинать с конца, с обеспечения сбыта, - утверждает он.

Окупаемость капитальных вложений за 1 год, получение дохода на вложенные средства не менее 80 % в год.

Целью маркетинга является создание условий для работы фирмы, при которых она может успешно выполнить свои задачи. В комплекс мероприятий по маркетингу обычно входят следующие мероприятия:

- изучение потребителя,

- анализ рыночных возможностей фирмы,

- анализ формы сбыта услуги, оценка, используемых фирмой методов ценообразования, исследование мероприятий по продвижению услуги на рынке,

изучение конкурентов.

Выбор «ниши». Рыночные возможности фирмы определяются максимальным количеством клиентов, потребности которых фирма может удовлетворить за определенный период времени. Рыночная возможность напрямую зависит от площади помещения, в котором будет располагаться фото-студия, так как необходимо ограничить посещаемость максимальным количеством людей, при котором будет сохраняться комфортная обстановка. Точное число будет определено в архитектурном плане. При расчетах берется средняя цифра 5 человек в час.

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость услуг,

- цены конкурентов на аналогичные услуги или услуги заменители,

- цену, определяемую спросом на данную услугу,

- уникальность данной услуги.

При создании имиджа престижного салона необходимо поддерживать цены на относительно высоком уровне, при этом цены не должны быть выше, чем у конкурентов. Ценовая политика фирмы должна строится на принципе высокое качество - высокая цена. Для максимального использования возможностей фирмы необходимо рассмотреть возможность введения скидок, льготного времени и т.д. Ценовая политика фирмы, таким образом, должна учитывать средние валовые издержки: Постоянные затраты + переменные затраты.

**Глава 2. Анализ рынка фреш-баров г. Серове Свердловской области**

# 2.1 Характеристика рынка

Продажа свежеотжатых соков - новое для России, стремительно развивающееся направление бизнеса, имеющее огромные перспективы. Никакими экзотическими соками нашего покупателя уже не удивишь - магазины заполнены напитками самых разных сортов. Но в большинстве своём эти соки изготовлены из концентратов, полученных методом вакуумной сушки. Делается это для удешевления конечного продукта за счёт снижения транспортных расходов - согласитесь, что доставка контейнера концентрата стоит во много раз дешевле, чем перевозка натурального сока, в котором примерно 95% массы составляет вода. Кроме того, натуральный сок очень сложно сохранить в его первозданном виде хотя бы несколько часов без применения консервантов или термообработки, а это самым губительным образом сказывается на его потребительских качествах - разрушаются витамины и биологически активные вещества - энзимы. Именно по этой причине во всём мире лавинообразно растёт спрос на свежеотжатые соки, которые готовятся из спелых свежих фруктов на специальных аппаратах прямо на глазах у покупателя..

Рынка фреш-баров в Серове как такового нет. Он находится в процессе становления. Более того, фактически нет и специалистов, которые работали бы в этом секторе. На сегодняшний день в сегменте фреш-баров наблюдается явный, устойчивый и неудовлетворенный спрос.

Для выбора фреш-бара в г.Серове, очень важно месторасположение. Главный критерий выбора — высокая проходимость. В основном подойдут только активно посещаемые торговые центры и супермаркеты, другие места просто не подойдут. Также как неплохой вариант можно рассмотреть место в фуд-корте торгового центра.

На основе исследовании, основных видов фруктов для приготовления свежевыжатых соков для всех фреш-баров и ресторанов, г. Серова посетители за период исследования заказали следующие виды соков:

* + - * 53% - Апельсиновый;
      * 27% - Яболочный;
      * 11% -Морковный ;
      * 6% - Ананасовый;
      * 2% - Гранатовый;
      * 1% - Манговый.

Данные показывают, что основной вид сока для всех фреш-баров, апельсиновый и яблочный соки (как правило, эти соки заказывают как по отдельности так и коктейлем). Это характерно для многих, но не всех фреш-баров: некоторые специализируются на смузи (холодный десерт в виде смешанных в блендере ягод или фруктов (обычно одного вида) с добавлением кусочков льда, сока или молока, качестве ягод или фруктов обычно используется малина, брусника, клубника или вишня), другие позиционируют свой бар, как молочных коктелйей с различными видами мороженого и соков, а также сладких наполнителей.

Для определения «движущей силы» при выборе открытия фреш-бара, специально для «Свеж’OK» респондентам было предложено ранжировать 6 показателей (один из которых был свободным):

* Цена сока;
* Цена коктейлей;
* Качество фруктов;
* Качество обслуживания;
* Удобное расположение фреш-бара;
* Другое (предлагалось указать, что именно).

Респондентам предлагалось ранжировать эти факторы от большего к меньшему. После обработки данных стало ясно, что первое место посетители отдают качеству фруктов, второе – качеству обслуживания, и третье – цене сока (то есть, стоимости одного 200мл стаканчика).

Первоначально существовала гипотеза, согласно которой цена сока для клиента является самым важным фактором при выборе фотосалона. После консультации со специалистом по фреш-бизнесу выяснилось, что в виду унификации фреш услуг (одни и те же поставщики фруктов, оборудования, стаканчиков и др.) качество приготовленных соков в барах г.Серова практически одинаково (даже если и существует некоторая разница, то она незначительна). То есть, качество фруктов «принимается потребителем по умолчанию» и должно быть обязательным условием работы на рынке. Таким образом, основным конкурентным преимуществом может стать качество обслуживания.

Действительно, сейчас ситуация на рынке услуг г,Серова постепенно отходит от советского и переходного, к более «рыночному» отношению к клиенту. Речь идёт об одной из наиболее успешных и популярных стратегий, Управление Связями с Клиентами. Эта стратегия предполагает совершенно другой уровень взаимоотношений клиент – компания, где продавец выступает не в роли торговца, а в роли эксперта. Продавец, умеющий найти индивидуальный подход к потребителю, интересующийся его проблемами и способный дать дельную консультацию (ежедневное употребление апельсинового сока в количестве 250мл, на 90% снижает риск простудными заболеваниями),способен сильно влиять на лояльность клиента к данному фреш-бару. Поэтому, основной упор необходимо сделать именно на качество обслуживания в фреш-баре, тем более, что это под силу любой компании, при грамотном управлении человеческими ресурсами.

# 

# 2.2 Анализ конкурентов

В настоящее время фреш-рынок развивается достаточно высокими темпами и достаточно сформировался. В данный момент на рынке г. Серове работают около 3 фреш-баров, предоставляющих услуги по приготовлению свежеотжатых соков, причем наиболее крупными и потенциально серьезными конкурентами являются лишь 2 фирмы. Следует отметить, что оборудование практически всех фреш-баров значительно устарело, является малопроизводительным и, зачастую не позволяет отжимать соки высокого качества. Кроме того, в Серове не существует крупного фреш-бара по предоставлению комплексных недорогих фреш-улсуг, очень мал ассортимент.

Для того чтобы оценить конкурентные преимущества фреш-бара "Свеж’OK", необходимо оценить преимущества фирм конкурентов (Таблица 1).

Таблица 1 - Выявление действующих и потенциальных конкурентов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Факторы конкурентоспособности  Основные конкуренты | Фреш-бар | | |
|  |  | "Апельсинофф" | "здоровье" | "фрутмикс" |
| 1 | Время работы | 12.00-17.00 | 12.00-17.30 | 11.00-18.00 |
| 2 | Месторасположение | Торговый цент | Супермаркет | супермаркет |
| 3 | Стоимость 200мл апельсинового сока:  - скидки для студентам  - скидки для школьников | 70р  -  5% | 60р  3%  - | 50р  3%  5% |
| 4 | Стоимость коктейлей(200мл) :  - из различных фруктов(апел.+ябл.)  - молочные коктейли | 100р  80р | 80р  70р | 70р  70р |
| 5 | Наличие рекламы | вывеска, печать | ТВ, печать | ТВ |

Вывод: Детальный анализ конкурентов в нашем случае проводится по следующим позициям: время и месторасположение, , стоимость 200мл апельсинового сока (скидки для студентов и школьников), стоимость коктейлей за 200 мл (молочные и из различных фруктов), наличие рекламы представлены выше. Основным конкурентом из вышеперечисленных фреш-баров является компания "Фрутмикс".

Относительно фреш-бара "Свеж’OK":

предполагаемый график работы:

Ежедневно с открытия торгового центра или супермаркета и до его зактрытия.

1. стоимость 200мл апельсинового сока предполагается в размере 50р, плюс скидки первым клиентам в размере 5%, а также школьникам 5%, студентам 5%,
2. Стоимость коктейлей за 200 мл:

* из различных фруктов 70р
* молочные 65р

1. Предполагается проведение активной рекламной компании:

* ТВ, печать, вывески.

Основными конкурентными преимуществами данного проекта является:

* + 1. Использование нового высокопроизводительного оборудования, который будет предоставлять широкий ассортимент услуг(отжим, смешивание) и станет центром здорового питания;
    2. Основной стратегией конкурентоспособности проектируемой фирмы будет комплексная стратегия по снижению цен, повышению качества и уровня обслуживания с целью проникновения на рынок и расширения объема продаж;
    3. Снижение издержек за счет высокой производительности оборудования, повышение качества обслуживания, снижение цен, более полное удовлетворение потребителей за счет расширения спектра услуг и введения гибкой системы скидок;
    4. Оригинальность интерьера;

5. Создание эксклюзивных коктейлей.

# 2.3 Сегментация рынка сбыта

Сегментирование рынка - это процесс разбивки потребителей на группы по какому-либо актуальному для покупки товара признаку (возрасту, полу, общественному положению и т.д.). Сегментация рынка и ориентация на определенный специфический сегмент рынка, позволяет фирме с небольшими ресурсами эффективно конкурировать с фирмами больших размеров на специализированных рынках.

При сегментации продукции по географическому признаку, принимаем во внимание город Серов, во всем своем объеме, т. е ориентация на город с плотностью населения в 109 тыс. человек.

Сегментирование основных потребителей, образующих фреш-рынок представлено на (рисунке 1).

Покупатели

Районы города

г.Серов

Конечные потребители

По возрасту

45 и более

35-45

20-35

14-20

По половому признаку

Женщина

Мужчина

По вкусовым предпочтениям

Остальные виды соков

Цитрусовые,ягодные соки

Молочные коктейли,смузи

По уровню дохода

С низким уровнем дохода

Со средним уровнем дохода

С высоким уровнем дохода

Рисунок 1- Сегментирование основных потребителей "Свеж’OK"

Исходя из имеющихся данных, можно выделить целевые сегменты

Что касается конечных потребителей, профилем данного сегмента является:

* Женщины со средним доходом, в возрасте от 20- 35 лет предпочитающие цитрусовые и ягодные соки.

# Глава 3. Разработка и обоснование проекта создание "Свеж’OK"

# 

# 3.1 Сущность проекта

Город Серов является одним из наиболее развитых городов Свердловской области области, в котором на данном этапе развития экономики страны находятся достаточно большие финансовые и экономические возможности, для получения прибыли начинающими и уже успешно работающими бизнесменами, компаниями и фирмами. Постоянно растет число людей, становящихся материально обеспеченными и способными потратить некоторое количество денег на проведение своего досуга. Все более стало распространенно желание людей красивыми, здоровыми и всегда оставаться молодыми, что очень популярно в данное время. Данный проект предусматривает создание фирмы, способной эффективно работать на открытом для всех, в том числе и для конкурентов, поле деятельности.

Основной вид деятельности предприятия - оказание услуг.

Для успешного выполнения данного проекта нам необходимо:

* помещение
* оборудование
* мебель
* квалифицированный персонал

В качестве мест для организации фреш-бара можно рассматривать первый этаж торгового центра в одном из развивающихся районов города. Помещение взято в аренду, и арендная плата составляет 21 000 в месяц.

Месторасположение фото-студии очень удачно со следующих позиций:

* парковка для клиентов;
* близость к крупным автотранспортным магистралям;
* большое количество офисов, компаний, жилых домов, находящихся поблизости;

Основные средства, необходимые для организации работы:

1. Здания и сооружения: в предлагаемом помещении необходимо сделать ремонт в соответствии с архитектурным планом. Стоимость ремонта до 39 000р.
2. Оборудование:

* 1 автомат по отжиму апельсинового сока .
* 2 нутрифастера (соковыжымалка для твердых фруктов)
* 1 блендр
* соковыжималка для цитрусовых
* холодильник
* кассовый аппарат

1. Описание услуги:

Фреш-бар «Свеж’ОК»" предлагает следующие виды услуг:

* Отжим соков из представленных фрутов
* Приготовление коктейлей на основе соков, а также мороженного
* Возможность упаковки сока «с собой»
* Приготовление эксклюзивных коктейлей

Целью реализации проекта является удовлетворение потребностей жителей города Серова с высоким и средним уровнем дохода в фреш-услугах высокого качества, а именно, наличие профессионального бармена и высококачественного оборудования, а также изготовление приготовление коктейлей и соков прямо на ваших глазах.

Задачи:

* Зарегистрировать (ИП Гатиятуллин, фреш-бар «Свеж’ОК»
* Проанализировать деятельность конкурентов
* Взять в аренду помещение
* Отремонтировать помещение для целей осуществления деятельности
* Получить разрешающую документацию на открытие фреш-бара
* Подписать договор на поставки материалов и оборудования
* Нанять персонал
* Провести рекламную компанию
* Открытие фреш-бара

# 3.2 составление структурной декомпозиции работ по проекту

ИП Гатиятуллин, фреш-бар «Свеж’ОК»

Концептуальная стадия:

1. Определение целей и задач проекта
2. Маркетинговые исследования
3. Корректировка целей и задач
4. Разработка бизнес плана
5. Согласование бизнес-плана с инвесторами

Планирование:

1. Разработка сводного плана проекта
2. Планирование ремонта

Реализация:

1. Поиск и выбор помещения
2. Ремонт
3. Определение типа и выбор оборудование
4. Закупка и доставка и установка оборудования
5. Размещение товаров

Кадровая политика:

1. Разработка штатного расписания
2. Разработка должностных инструкций
3. Подбор персонала
4. Обучение персонала

Сбор информации:

1. Подготовка документов для регистрации
2. Регистрация ИП
3. Получения разрешения от СЭС и пожарных

Продвижение и открытие:

1. Планирование рекламной кампании
2. проведение мероприятий по продвижению
3. подготовка к открытию
4. открытие и презентация бизнеса

# 3.3 Сетевое планирование проекта

Сетевое планирование – это форма графического отражения содержания работ и продолжительности выполнения проекта. Сетевое планирование состоит из критического и некритического путей. С помощью сетевого планирования можно увидеть, какие виды работ понадобятся для осуществления проекта. Сетевое планирование показывает, какие работы идут последовательно, а какие параллельно. С помощью сетевого планирования можно определить продолжительность проекта.

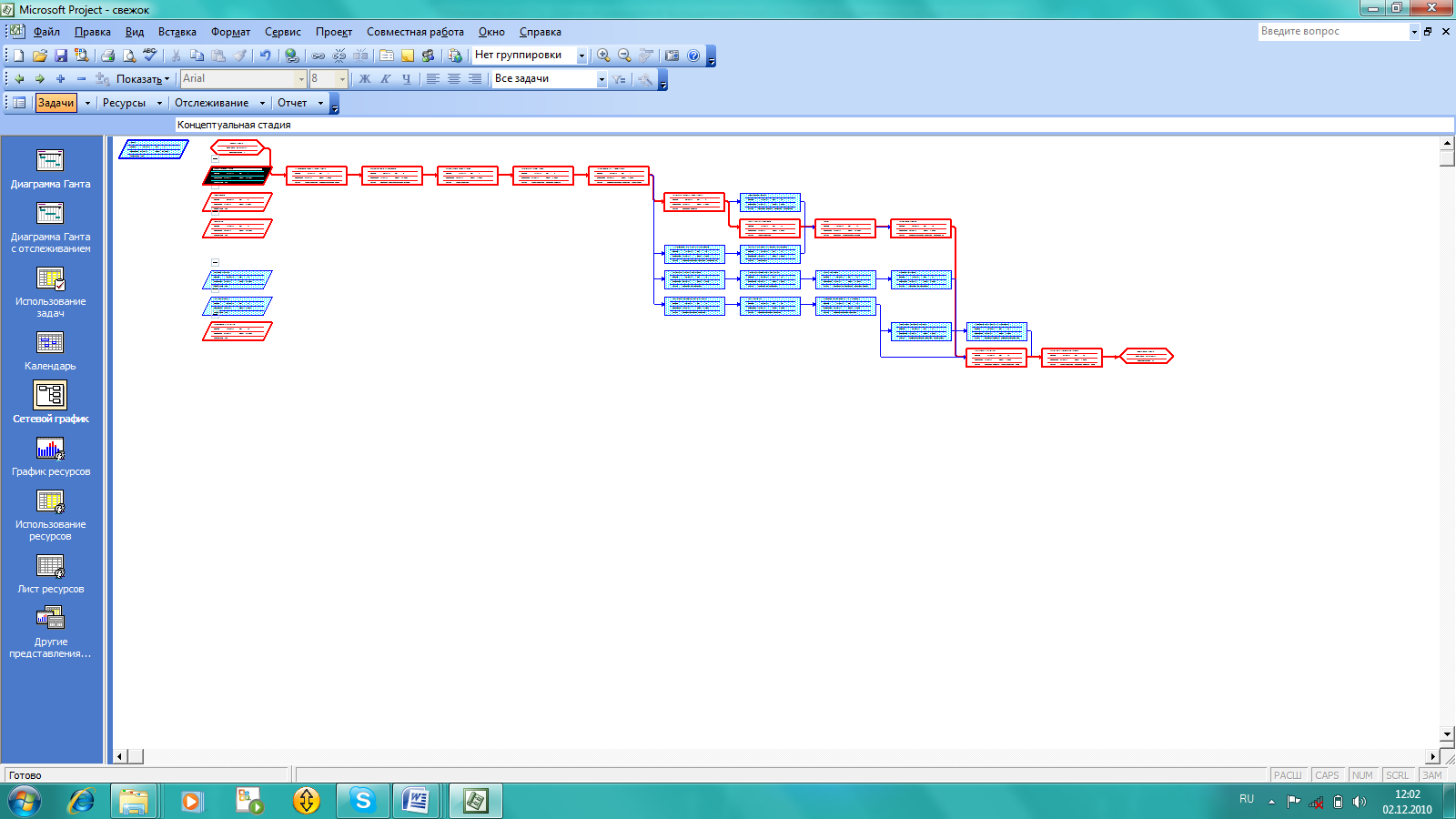


Рисунок 2 - Сетевая модель проекта фреш-бара «Свеж’ОК»

На рисунке 2 показана сетевая модель работ по проекту открытия фреш-бара «Свеж’ОК». На сетевой модели видно, что проект состоит из 11 критических и 12 некритических работ.

Сетевая модель проекта состоит из критических и некритических работ.

Критические работы

* Определение целей и задач проекта
* Маркетинговые исследования
* Корректировка целей и задач
* Разработка бизнес плана
* Согласование бизнес-плана с инвесторами
* Разработка сводного плана проекта
* Поиск и выбор помещения
* Ремонт
* Размещение товаров
* подготовка к открытию
* открытие и презентация бизнеса

Некритические работы

* Планирование ремонта
* Определение типа и выбор оборудование
* Закупка и доставка и установка оборудования
* Разработка штатного расписания
* Разработка должностных инструкций
* Подбор персонала
* Обучение персонала
* Подготовка документов для регистрации
* Регистрация ИП
* Получения разрешения от СЭС и пожарных
* Планирование рекламной кампании
* Проведение мероприятий по продвижению

**3.4 Календарное планирование проекта**

Календарное планирование – это составление и корректировка расписания проекта, в котором работы, выполненные различными организациями, увязываются между собой по времени и с возможностями обеспечения различными видами материально-технических и трудовых ресурсов.

Параметры календарного плана содержат:

* Дату начала каждой работы;
* Дату окончания работ;
* Продолжительность работ;
* Ресурсы необходимые для выполнения работ.

На рисунке 3 изображена диаграмма Ганта. На данной диаграмме виден полный список работ необходимых для исполнения. Только после реализации всех представленных работ возможно достижение цели проекта. Так же мы можем видеть плановые даты начала и окончания работ и последовательность выполнения работ.

На диаграмме Ганта отображены резервы времени некритических работ их выполнения.

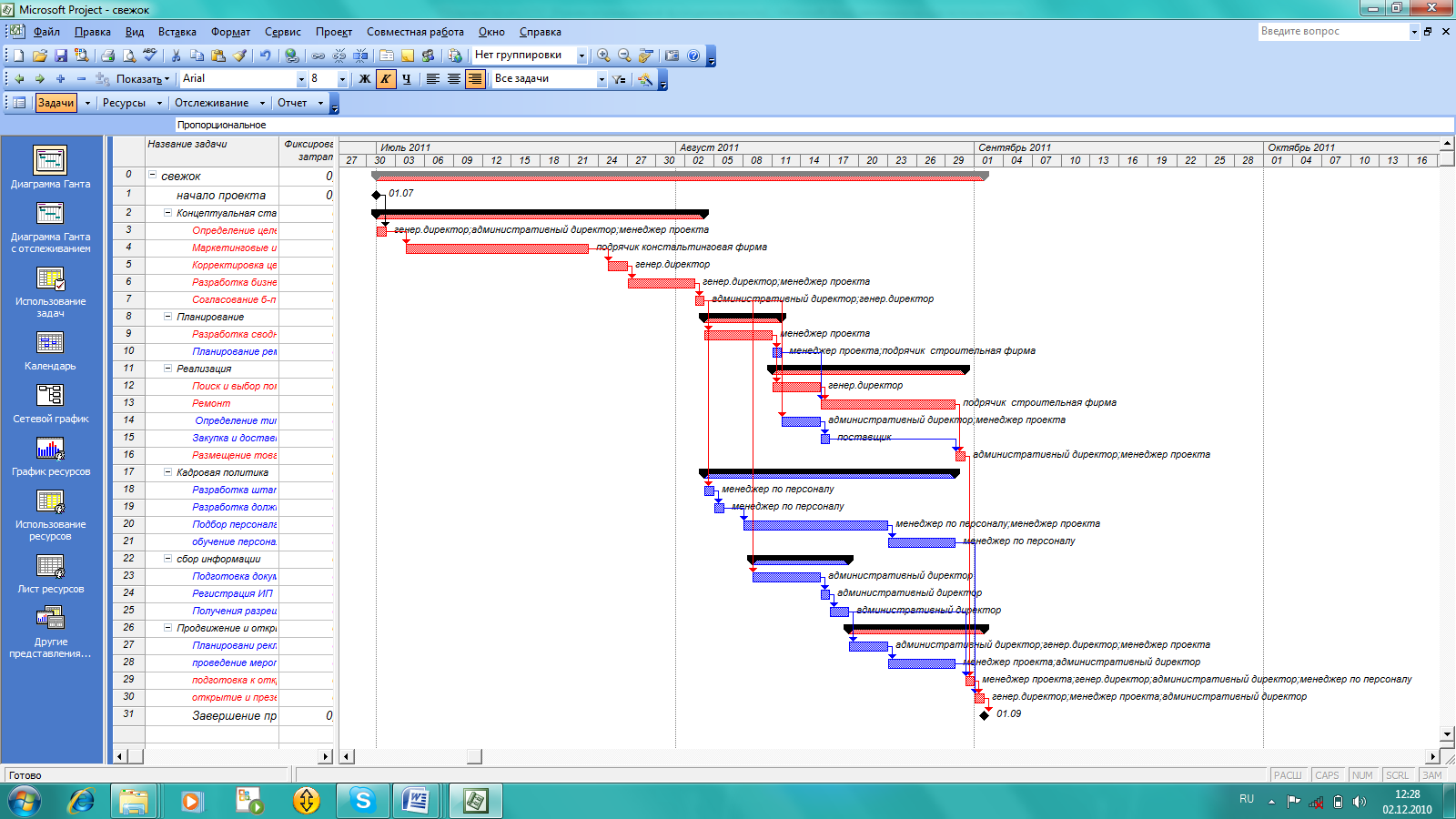


Рисунок 3 - Диаграмма Ганта

( Планируемая длительность проекта 45 дней, плановая дата начала проекта в понедельник 1июля 2011 года, плановая дата окончания проекта связана с открытием в среду 1сентября 2011 года)

# 3.5 Ресурсное планирование проекта

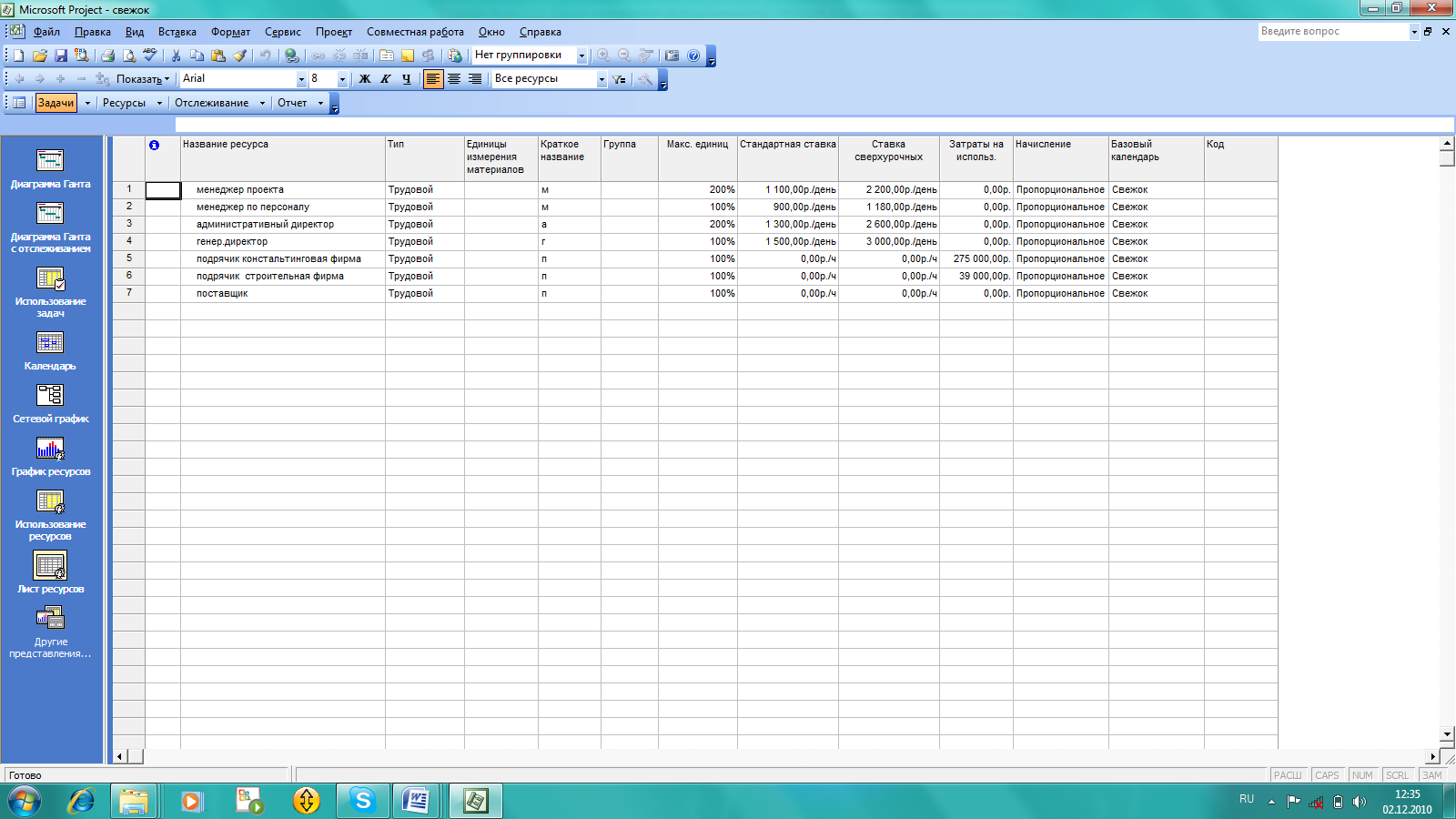


Рисунок 4 - Список ресурсов проекта

На основе представленного списка ресурсов необходимых для реализации проекта, а также требуемое количество каждого ресурса и затраты связанные с его использованием и метод начисления стоимости ресурса можно сделать вывод о том, что для реализации открытия фреш-бара «СвежОК» ИП Гатиятуллин необходимы следующие ресурсы:

По договору трудового найма: два менеджера проекта, менеджер по персоналу, два административных директора, генеральный директор;

По договору подряда: подрядчик консалтинговая фирма, подрядчик строительная фирма, а также поставщик, который устанавливает и монтирует оборудование за счет стоимости оборудования.

Стандартная ставка заработной платы составляет (метод начисления заработной платы – пропорционально):

Два менеджер проекта – 44000,00 руб./месс.; Менеджер по персоналу - 18 000,00руб./мес; ген.директор – 30000,00 руб./мес;

Два административных директора – 52000,00 руб./месс.; Строительная компания - 39 000,00р.; Консалтинговая фирма- 275000,00 рублей

# Стоимостное планирование проекта

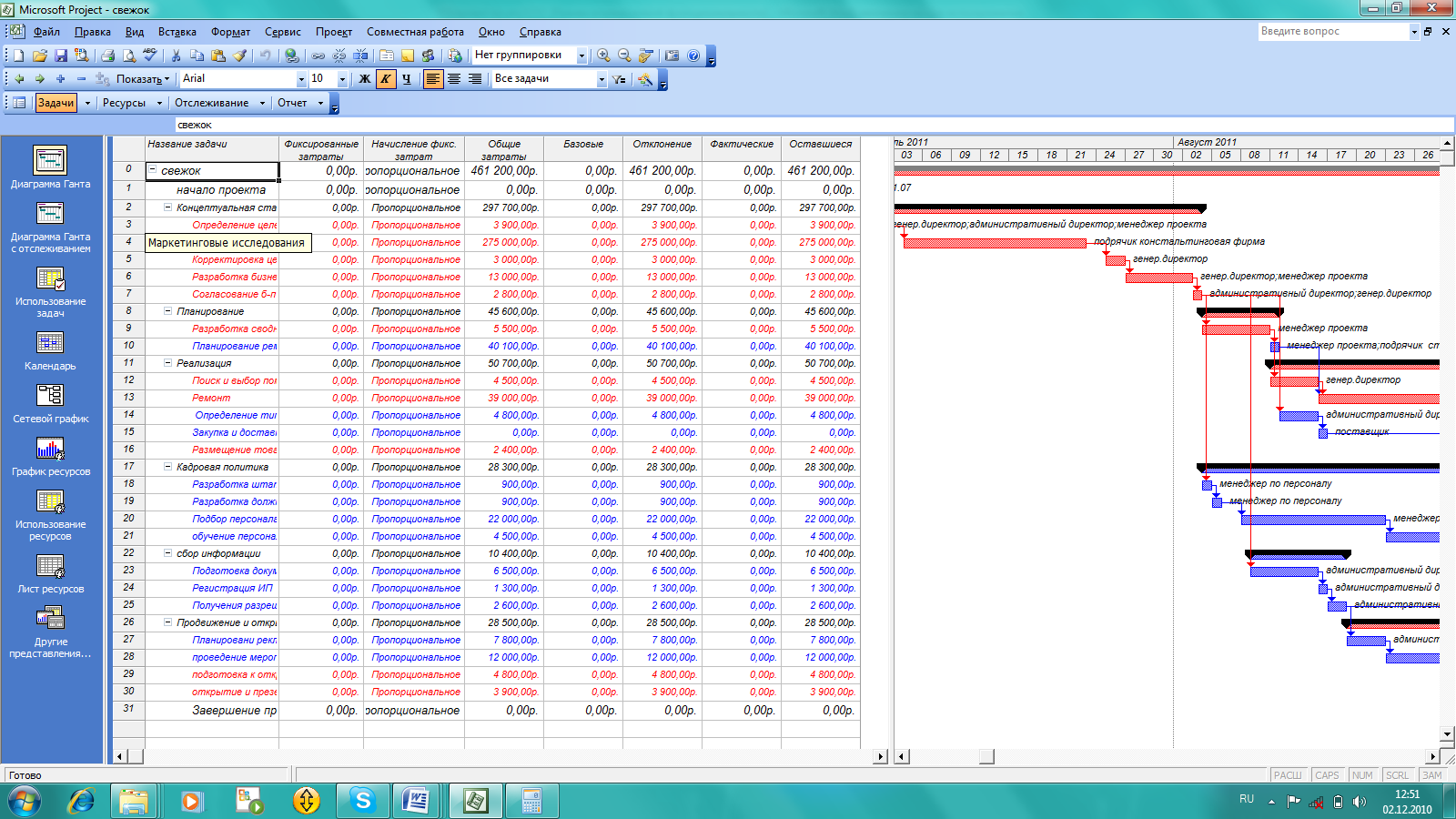


Рисунок 5 –Стоимостное планирование «Свеж’OK»", рубли

Общие затраты по проекту составляют 461200, 00 рублей. На концептуальной стадии проекта 297 700, 00 рублей, что составляет наибольшее количество затрат, на стадии реализации 50700, 00 рублей, кадровая политика составляет 28300, 00 рублей.

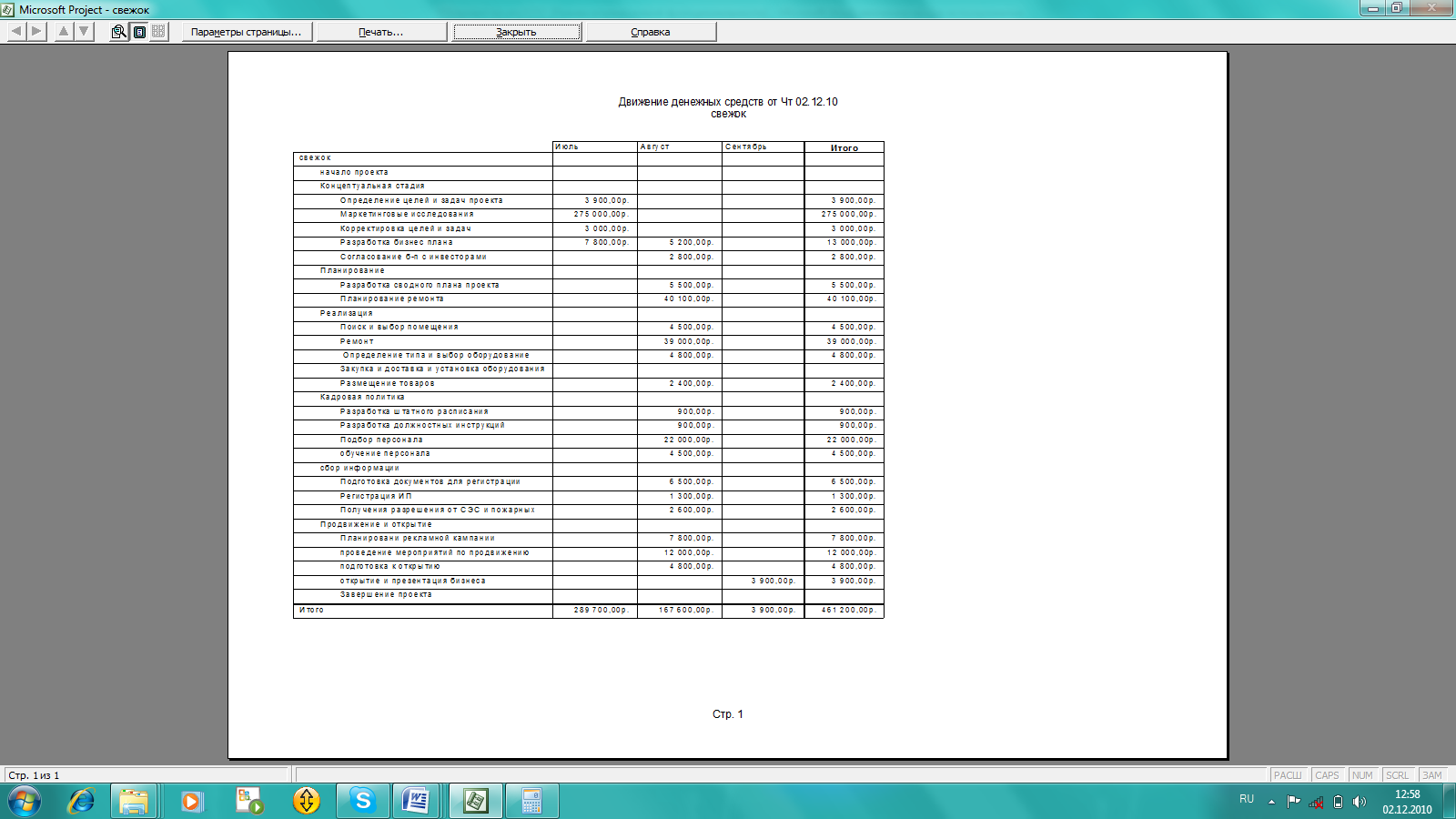


Рисунок 6 – Движение денежных средств "Свеж’OK"

Затраты проекта по месяцам составляют:

Июль 289700, 00р, август 167600, 00р, сентябрь 3900, 00р.

# 3.7 Экономическая эффективность проекта

Проект является мало бюджетным и в силу этого достаточно мобильным, что позволяет избежать многих рисков. Но, несмотря на это, быстро окупается и приносит сравнительно высокую прибыль.

Проведенный анализ показал, что после начала функционирования предприятия, может быть достигнут желаемый уровень спроса. Он может быть достигнут уже с началом работы фото-студии.

Планируемая прибыль в первом месяце работы составит 78 000 тыс. руб.

А реклама и использование передовых технологий позволят удержать место на рынке. Полученные деньги будут использованы для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга, создания фонда расширения и резервного фонда. А для снижения риска банкротства функционирование и развитие планируется исключительно в рамках самоокупаемости.

Рассчитывается с позиции всего хозяйства страны или региона. При ее организации в состав результатов проекта включают:

1. конечные производственные результаты (новый бизнес, коммуникации, мост и т.д.)
2. социальные и экологические изменения для участников проекта и других субъектов (новые рабочие места)
3. финансовые результаты (откуда привлекаются ресурсы)
4. косвенные результаты на данной и прилагающей территориях.

Финансовые показатели:

* деловая активность,
* прибыльность,
* финансовая независимость,
* надежность.

Наряду с количественными показателями проекта привлекается такая оценка как общественная значимость:

- влияние на имидж, популярность, влияние на социальную стабильность.

Таблица 2 - расчета эффективности проекта, рубли

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Ic | Pv | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| -461200 | 78000 | 78000 | 78000 | 78000 | 78000 | 78000 |
| Денежные потоки | -461200 | -383200 | -305200 | -227200 | -149200 | -71200 | 6800 |

Предполагается что в месяц в результате предприятие будет приносить выручку в размере 180000 рублей, учитывая расходы на закуп фруктов и овощей, а также оплаты труда рабочих, которые составляют 102000, прибыль предприятия составить 78000рублей в месяц

ЧДД = 6800 рублей

Срок окупаемости данного проекта составит 6 месяцев.

Данная прибыль будет являться, доходом учредителя и распределена соответственно его пожеланиям. При этом надо учесть, что часть ее пойдет в фонд накопления, а часть в фонд потребления.

# 

# 3.8 Распределение прибыли предприятия

Прибыль - это превышение доходов от продажи товаров над производственными затратами.

Прибыль является одним из важнейших показателей деятельности предприятия. Она выполняет две основные функции:

1. Характеризует конечные финансовые результаты деятельности предприятия и размер его денежных накоплений.
2. Является главным источником финансирования затрат на производственное и
3. социальное развитие предприятия.

Часть прибыли после уплаты налогов направляется на развитие предприятия

Фонд накопления - 70%

На социальные программы (Фонд потребления - 30% ) т.е. на оздоровление коллектива, на жилищные и коммунальные платежи.

# **3.9** Управление рисками проекта

Управление рисками проекта. Анализ опасностей, которые могут возникнуть при выполнении составленного плана, — один из самых сложных этапов планирования проекта. От того, как проведен анализ зависит, будет ли проект успешно завершен.

Анализ рисков состоит из следующих этапов:

- определение возможных ресурсных рисков и рисков в расписании проекта.

- определение мер по снижению для каждого риска, для успешной реализации проекта.

Необходимо отметить, что заранее определенные возможные риски и продуманные меры по их снижению сделают проект менее рискованным и привлекательны для инвестора.

В процессе деятельности фирма может столкнуться с различными рисками. Их можно классифицировать следующим образом:

1. Производственные риски связаны с различными нарушениями в производственном процессе или в процессе поставок сырья, материалов, комплектующих изделий.

Возможные производственные риски проекта:

* Возможная не допоставка оборудования
* Поставка оборудование не в срок

Меры по снижению производственных рисков:

* Подбор профессиональных кадров;
* Постоянное поощрение повышения квалификации работников;
* Разработка и использование продуманной системы контроля качества услуг;
* Своевременное выделение достаточных финансовых средств для приобретения необходимого оборудования.
* Действенный контроль за ходом производственного процесса

1. Коммерческие риски связаны с реализацией продукции на товарном рынке (уменьшение размеров и емкости рынков, снижение платежеспособного спроса, появление новых конкурентов и т. п.)

Возможные коммерческие риски проекта:

* Появление новых конкурентов
* Снижение платежеспособного спроса на фото – услуги

Мерами по снижению коммерческих рисков могут быть:

* систематическое изучение конъюнктуры рынка;
* создание дилерской сети;
* соответствующая ценовая политика;
* создание сети сервисного обслуживания;
* создание общественного мнения (паблик рилейшнз) и “фирменного стиля”;
* реклама и т. д.

1. Финансовые риски

Возможные финансовые риски проекта:

* инфляционные процессы
* колебания валютных курсов
* всеобщие неплатежи

Мерами по снижению финансовых рисков проекта:

* создание системы финансового менеджмента на предприятии
* работе с дилерами на условиях предоплаты

1. Юридические риски

Возможные юридические риски проекта:

* нечетко оформленными документами
* двоякими трактовками законодательства.

Меры по снижению юридических рисков:

* Четкая и однозначная формулировка соответствующих статей документов;
* Привлечение для оформления документов специалистов, имеющих практический опыт в этой области.

1. Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами, - это риски, обусловленные непредвиденными обстоятельствами (от смены политического курса страны до забастовок и землетрясений).

Возможные риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами проекта:

* Болезнь фотографа

Мерой по их снижению рисков:

* привлечение нескольких опытных фотографов.

Для снижения общего влияния рисков на эффективность предприятия необходимо предусмотреть коммерческое страхование по действующим системам страхования (страхование имущества, транспортных перевозок, рисков, заложенных в коммерческих контрактах на заключаемые сделки, перестрахование и пр.).

Значение данного раздела состоит в оценке опасности того, что цели, поставленные в плане, могут быть не достигнуты. Основные факторы риска по проекту:

* Появление новых конкурентов;
* Неплатежеспособность потребителей.

Итак, в результате проведенного исследования оказалось, что наибольшую вероятность имеют следующие риски:

Возможные риски на предприятии " Свеж’OK"

1. Риск потери помещения, в случае не пролонгации договора аренды помещения, который действует на протяжении 4 лет, учредители могут рассмотреть возможность выкупа помещения в собственность за счет полученной прибыли.

2. Риск отсутствия сбыта, его вероятность крайне невелика.

Риски в расписании проекта

В данном проекте существуют риски в расписании проекта: «слишком короткая задача» и «задача с внешней зависимостью», также возможно и ресурсные риски, а именно: «сотрудник с уникальными навыками» и «неопытный сотрудник»

Таблица 3 - Риски в расписании

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Риск | Работа/ресурс | | Стратегия предотвращения | План реакции |
| Риски в расписании | | | | |
| Слишком короткие задачи | Закупка, доставка и установка оборудования | В данном случае стоит или запланировать резервы во времени на реализацию данных работы или спланировать реализацию данных работы с максимальной детализацией и попытаться просчитать все возможные сценарии реализации работ. В данном проекте предусмотрен тщательный анализ поставщиков, затем выбор и покупка оборудования,  которая предусматривает гарантийный срок и договор на обслуживание этой же фирмой.  Поручить данную работу административному директору, имеющему большой опыт работы при заключении контрактов, договоров. | | У этой работы большие резервы времени, подписание договора может быть отложено на несколько дней. В результате анализа рынка мы имеем различных поставщиков, можем обратиться к другой фирме-поставщику для заключения договора на обслуживание, либо к другой группе фирм, выполняющих ремонтные работы и обслуживание оборудования. |
|  |  |  | |  |
| Задача с внешней зависимостью | Проведение ремонта | Ремонт поводится специально нанятой строительной фирмой, имеющей лицензии на все виды работ. Контролировать ход ремонтных работ будет секретарь, а также докладывать обо всех отклонениях от сроков, либо неполадках административному директору. | | Если целесообразно увеличение стоимости проекта, то выплатить строительной фирме требуемую повышенную сумму оплаты за услуги.  В случае отказа фирмой выполнять свои обязательства, задействовать внутренние резервы (поиск по личным связям) новой строительной фирмы, привлечение к работе юриста для выплаты фирмой неустойки. |
| Ресурсные риски | | | | |
| Сотрудники с уникальными навыками | Менеджер по персоналу является сотрудником с уникальными навыками – риск состоит в полной или временной потери работоспособности менеджера по персоналу. | | Данного сотрудника необходимо обеспечить рабочим местом и оборудованием соответствующим всем стандартам и требованиям, а также оборудование должно быть удобно для использования самим менеджером по персоналу. Необходимо оговорить график работы, в рамках которого сотрудник бы работал с максимальной эффективностью и позволял восстановиться за выходные. | Необходимо в короткое время заключить договор на оказание консалтинговых услуг нашей компании сторонней организацией. |
| Использование неопытных сотрудников | Менеджер проекта  является неопытным сотрудником – существует риск того, что этот сотрудник не выполнит работу вовремя или выполнит работу с ошибками. | | Необходимо составить четкий план работы менеджера проекта. Так же необходимо проведение сокращенного курса обучения по тем вопросам, которыми он будет заниматься во время реализации проекта. Постоянный контроль административным директором за работой менеджера проекта: текущая помощь, указание ошибок, методы их исправления. | Необходимо в кратчайшие сроки определить объем работ необходимых в исправлении, ускорении темпа работ, повторного выполнения работ. |

План сдерживания рисков проекта: В ходе выполнения проекта выявлены работы с рисками в расписании:

1. Слишком короткие задачи.

* В данном случаи стоит или запланировать резервы во времени на реализацию данных работ (Закупка, доставка и установка оборудования) или спланировать реализацию данных работы с максимальной детализацией и попытаться просчитать все возможные сценарии реализации работ. Поручить данную работу административному директору, имеющему большой опыт работы при заключении контрактов, договоров.

1. Задача с внешней зависимостью.

* Подготовка к ремонту, для сдерживания необходимо очень внимательно подойти к подбору ремонтной бригады. Необходимо назначить ответственного, который будет контролировать работу данной бригады.

Ресурсные риски:

В данном проекте существуют следующие ресурсные риски:

* специалисты с уникальными навыками является менеджер по персоналу;
* использование неоптных сотрдников явлется один из менеджеров проекта.

Проект может оказаться под угрозой срыва, если неожиданно станет недоступен сотрудник, обладающий особыми знаниями или навыками, поскольку только он может выполнить определенные задачи проекта в данном случаи это менеджер по персоналу для предотвращения необходимо приставить к нему специалиста, который будет учиться у него, перенимать знания и опыт чтобы в дальнейшем избежать этого риска. Иногда загрузка между участниками проекта распределяется неравномерно, и некоторые из членов команды делают больший объем работы, чем другие. Если не проконтролировать распределение работы, то может оказаться, что некоторые сотрудники отвечают за исполнение слишком большого числа задач. Слишком высокая ответственность отдельных сотрудников опасна тем, что в случае болезни такого одного сотрудника или недоступности его по другой причине выполнить все задачи в срок будет невозможно.

# Заключение

В данном проекте мы рассмотрели теоретические аспекты Project Managementа, провели анализ производственно-хозяйственной деятельности, проанализировали рыночную среду, определили стратегию проникновения на рынок и методы ценообразования, обосновали замысел проекта создания нового бизнеса, рассмотрели возможность появления потенциальных рисков и меры по их снижению. Анализируя сводные финансово-экономические показатели проекта, можно сделать окончательные выводы о целесообразности создания данного бизнеса.

В целом можно сказать, что данный проект обладает инвестиционной привлекательностью, так как предполагается, что из года в год фирма будет расширяться, совершенствовать технологии, а значит и увеличивать объемы продаж и прибыли. Ценовая политика должна строиться на принципах максимизации загрузки производственных мощностей. Для успешного продвижения этих услуг на рынке необходимо применять методы стимулирования продаж, которые создают дополнительные преимущества для нашей фирмы перед конкурентами. Мы рассмотрели некоторые из них:

1. Скидки для постоянных клиентов;

2. Распространять рекламные буклеты

Для рекламы будут использоваться бегущая строка на местном кабельном телевидении, а также календари, рекламные буклеты с предложением 5% скидкой предъявителю и другая печатная продукция.

Важным фактором стимулирования продаж услуг является стимулирование работы персонала фирмы. Установление цен будет осуществляться методом «издержки плюс прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. Главным элементом ценовой политики фирмы должно стать введение компьютерного учета всех клиентов фирмы с целью предоставления накопительных скидок с цены. Это позволит привлечь и сохранять постоянных клиентов и стабилизировать объем спроса.

Исходя из того, что на рынке присутствует значительное число конкурентов, и агрессивная политика цен может привести к негативным последствиям, основной идеей стратегии ценообразования фирмы в области установления цен является постепенное снижение цен на основании накопительных скидок постоянным клиентам и незначительное общее снижение цен. Такая стратегия будет способствовать привлечению постоянных клиентов, как за счет скидок, так и за счет высокого качества обслуживания покупателей. Расходы на маркетинг планируется финансировать за счет себестоимости и за счет фонда развития производства.Данный проект хорош тем, что в отличие от конкурентов фирма предлагает низкие цены на свои услуги, высокое качество, предоставляет постоянным клиентам скидки. Настоящий проект является еще и выгодным, так как объем затрат данной фирмы небольшой и сумма результатов по проекту значительно больше, чем сумма вложенных средств.

В данном курсовом проекте изложены основные компоненты по управлению проектом открытия фреш-бара «Свеж’OK» в г. Серове.

Система мероприятий в проекте, в конечном счёте, направлена на достижение целей и решение проблем, которые стоят перед предприятием и управляющим проектом в области повышения её конкурентоспособности.

Разработанный проект состоит из трехшести этапов и 23 работ, общей продолжительностью 45 рабочих дней. Сумма средств, необходимая для реализации проекта составляет 461200, 00 рублей.

Плановая дата начала проекта в понедельник 1июля 2011 года, плановая дата окончания проекта связана с открытием в среду 1сентября 2011 года.

Ресурсы, необходимые для реализации проекта: два менеджера проекта, менеджер по персоналу, два административных директора, генеральный директор, консалтинговая фирма и строительная организация

Проект открытия фреш-бара «Свеж’OK» предусматривает включение в расчет таких издержек, электроэнергия, услуги сторонних организаций, текущая реклама и заработная плата управленческого персонала.

Общие затраты на проект составляют 461200 рублей. Срок окупаемости вложений наступит в тот период, когда общая сумма доходов предприятия достигнет величины затрат, в проекте это произойдет через 6 месяцев.

Исходя из исследований, проведённых в работе, вполне очевидно, что проект открытия фреш-бара является крайне необходимым. При условии тщательной разработки и соблюдения всех необходимых правил и мер, проект окупится.

# Список использованных источников

1. «Коллективные вложения» – М.: Финансы и статистика,2003. 456с.
2. Козырев А.А. Информационные технологии в экономике и управлении: Учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. 360 с.
3. Компьютер для менеджера / Под ред. Комягина В.Б. / Практическое пособие в 2 т. – М.: Изд-во ТРИУМФ, 1998. 416 с.
4. Лесник А.Л. М.: Издательство «Вестник»,2007. С.
5. Путеводитель в мир управления проектами: Пер. с англ./ Под ред. Ю.Л.Эткинда. Екатеринбург: УГТУ, 1998. 191 с.
6. Управление проектами И.И.Мазур, В.Д.Шапиро, Н.Г.Ольдерогге. М.: Высшая школа, 2001. 875 с.
7. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. М., 1999. С.126, С356. 2006.
8. www.dkvartal.ru – управление проектами
9. www.projectmanagement.ru – управление проектами в России