Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 26.10.2023 12:09:51
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет «Экономики и управление»
Кафедра «Менеджмент»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

по дисциплине
«Стартап-менеджмент»

Направление подготовки
38.03.02 – «Менеджмент»
Профиль: «Управление бизнес-процессами»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва 2021

1.Цель и организация выполнения курсовой работы.

Студенты в процессе изучения дисциплины «Стартап-менеджмент» выполняют курсовую работу в соответствии с учебным планом направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель курсовой работы –приобретение студентами организационных, управленческих и финансовых навыков, необходимых для комплексного управления стартапом на его различных этапах.

Структурно курсовая работа состоит из двух частей – теоретической и практической. Теоретическая часть посвящена методологическим вопросам управления стартапами, а практическая – формированию и представлению идеи собственного стартапа.

Курсовая работа, выполненная на оценку «хорошо» или «отлично», может в дальнейшем явиться одной из составных частей выпускной квалификационной работы. Курсовая работа должна быть выполнена и представлена в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Выполнение курсовой работы предполагает:

- ознакомление с программой дисциплины «Стартап-менеджмент» и методическими рекомендациями по выполнению курсовой работы;
- проработку соответствующих разделов методологии управления стартапом, изучение рекомендуемой учебной и специальной литературы;
- составление плана курсовой работы;
- освещение изученной методологии и методов управления стартапом в теоретической части курсовой работы;
- выполнение практической части курсовой работы с применением освоенных научных методов;
- оформление курсовой работы в соответствии с установленными требованиями. Выбор темы курсовой работы и варианта задания для практической части осуществляется на основании табл.

Студент имеет право на самостоятельный выбор темы, выполняемой на доступных студенту конкретных статистических материалах, а также в зависимости от профиля его работы, профессиональных и научных интересов. Выбор тематики курсовых работ по выбору студента осуществляется по согласованию с преподавателем. Возможно также выполнение курсовой работы по индивидуальной теме, предложенной самим студентом. Для утверждения темы курсовой работы по выбору или индивидуальной темы студенту необходимо представить на кафедру заявление с кратким обоснованием выбора темы. Подписанное заведующим кафедрой или его заместителем заявление является разрешением на выполнение курсовой работы.

Преподаватель кафедры, являющийся руководителем курсовой работы, утверждает план работы и осуществляет консультирование студента по ее выполнению. На консультациях студент обсуждает и уточняет содержание теоретической части работы, а также представляет на проверку практическую

часть. По всем вопросам, связанным с выполнением курсовой работы, следует обращаться к руководителю работы.

Выполненная работа в установленные учебным графиком сроки представляется для рецензирования на кафедру. Срок рецензирования – не более 5–7 дней. Рецензент оценивает качество работы, степень самостоятельности ее выполнения, уровень грамотности изложения материала, отмечает положительные стороны и недостатки работы и определяет, допускается ли она к защите. Рецензия на курсовую работу составляется в письменном виде и оценивает качество выполненной работы в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов.

Отрецензированная работа, получившая положительную оценку, возвращается студенту для подготовки к защите. По всем замечаниям рецензента студент должен до защиты курсовой работы сделать необходимые исправления и дополнения. Если курсовая работа не допущена к защите, то она должна быть доработана в соответствии с замечаниями руководителя. Рецензент имеет право не допустить работу к защите, если она не соответствует требованиям к структуре и содержанию теоретической или практической частей, выполнена несамостоятельно или содержит данные без ссылки на их источники. Повторно выполненную курсовую работу студент сдает на проверку вместе с рецензией на предыдущий вариант работы.

Защита курсовой работы состоит в устном сообщении о результатах работы и ответах на вопросы, относящиеся к ее содержанию. В процессе защиты курсовой работы выявляется уровень знаний студента и степень его самостоятельности при выполнении работы. В случае необходимости защита аналитической части, выполненной студентом, проводится в компьютерном зале.

Студенты, получившие на защите неудовлетворительную оценку, к экзамену не допускаются. В этом случае студент должен внести в работу необходимые изменения и лучше подготовиться к повторной защите. При повторной неудовлетворительной оценке студент получает на кафедре другую тему курсовой работы для выполнения.

2. Структура курсовой работы.

При выполнении курсовой работы необходимо придерживаться следующей структуры:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- теоретическая часть;
- практическая часть;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Титульный лист является первой страницей курсовой работы. Образец оформления титульного листа приведен в Приложении. В оглавлении (объем – одна страница) даются названия всех разделов работы с указанием страниц, с которых эти разделы начинаются.

Все разделы курсовой работы, за исключением введения, заключения, списка использованной литературы и приложений, должны быть пронумерованы. Введение, заключение и список использованной литературы не нумеруются. Названия разделов в оглавлении должны точно соответствовать их названиям в тексте.

2.1. Требования к структуре и содержанию теоретической части курсовой работы.

Теоретическая часть (объем – 10–12 страниц) имеет целью углубить знания студентов по отдельным разделам научной методологии управления стартапами в соответствии с тематической направленностью работы.

Данный раздел носит теоретический характер. В нем рассматриваются работы отечественных и зарубежных авторов по теории и практике анализируемой в курсовой работе проблемы (задачи) стартап-менеджмента и возможных направлений их решения, дается обзор нормативных актов и литературных источников, их оценка, обосновывается собственная позиция студента.

Глава служит теоретическим обоснованием будущих обобщений и предложений по главному вопросу темы. Текст должен содержать ссылки на используемые источники. В этой главе должно быть показано, какие имеются теоретические подходы к рассматриваемой проблеме, какой из них, по мнению студента, наиболее приемлем для исследуемой организации.

В общем виде в теоретической части должны быть рассмотрены:

- понятие и сущность изучаемого явления, процесса;
- краткий исторический обзор (эволюция) взглядов на исследуемую проблему, сравнительный анализ исследований в России и за рубежом;
- тенденции развития тех или иных процессов;
- управленческие, социальные, организационные, политические и технологические факторы, которые влияют на решение проблемы.

План изложения этой части должен быть составлен студентом после проработки соответствующей литературы и согласован с руководителем работы. Теоретическую часть курсовой работы целесообразно разбить на три параграфа. Содержание и названия параграфов могут быть определены студентом самостоятельно в зависимости от специфики выбранной темы и наличия практического материала.

Освещать следует только те вопросы, которые непосредственно относятся к основному содержанию темы, не касаясь проблем других отраслей знаний.

2.2. Требования к выполнению и оформлению практической части курсовой работы.

Практическая часть курсовой работы (объем – 15-25 стр. – имеет целью освоение студентами методологии и методики разработки собственного стартапа).

Практическую часть рекомендуется выполнять в соответствии с приведённой в разделе 4 структурой.

3. Требования к оформлению курсовой работы

При оформлении курсовой работы необходимо руководствоваться следующими требованиями.

1.Объем курсовой работы – 30–35 страниц машинописного текста (исключая приложения) на стандартных листах формата А4, набранных на компьютере с использованием текстового редактора, табличного процессора или других программных средств.

2. Страницы должны быть пронумерованы и оформлены с учетом установленных требований: гарнитура шрифта – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, абзацный отступ – 1,25 см; размеры полей: верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3, правое – 1,5 см.

3. Каждую структурную часть работы следует начинать с новой страницы. В конце заголовка раздела, главы, параграфа точки не ставятся.

4. Сокращения слов и использование аббревиатур, за исключением общепринятых, в работе не допускаются.

5. Приводимые в работе статистические данные, цифры и факты должны сопровождаться ссылками на соответствующие источники информации из списка использованной литературы.

6. Каждая таблица должна иметь тематический заголовок. Все таблицы должны иметь сквозную нумерацию (отдельную для теоретической, практической и аналитической частей).

7. Приведенные в работе схемы и графики также должны быть пронумерованы и иметь подрисуночные подписи (нумерация сквозная в пределах раздела).

8. Описание литературных источников выполняется в соответствии со стандартными требованиями, приведенными в предыдущем разделе.

9. При оформлении приложений каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок, который располагается по центру. Приложения нумеруются арабскими цифрами. Связь приложений с основным текстом осуществляется через ссылки в тексте на соответствующие приложения.

10. На последней странице курсовой работы студент должен поставить подпись и дату ее выполнения.

Структура и содержание курсовой работы, направленные на формирование студенческого стартапа

1. Опишите основную идею стартапа.

Пример выполнения студентом:

Современный бизнес адаптируется под новые требования. Отдельные специалисты и профессиональные группы ищут альтернативные варианты организации рабочего пространства. Привычные офисы заменяются так называемыми **коворкинг-центрами**. **Цель проекта** – открытие коворкинг-центра для реализации спектра услуг в сфере коворкинга (организации работы различных специалистов на одной территории, представляющий собой «совместный офис»).

Целевая аудитория коворкинг-центра состоит из различных групп, к которым можно отнести фрилансеров, начинающих предпринимателей, самозанятое население, а также людей, стремящихся к саморазвитию.

Коворкинг-центры обладают следующими **преимуществами:**
-экономия на аренде помещения;
-вариативность: можно арендовать одно рабочее место на определенный срок, или периодически посещать центр, пользуясь свободным местом;
-центры подходят как для организации индивидуальной работы, так и для проведения групповых деловых встреч.
-деловая обстановка способствует повышению производительности труда;
-коворкинг-центры могут стать площадкой для полезных деловых знакомств;
-центры снабжены всем необходимым для работы: офисной техникой, Wi-Fi и т.д.

Коворкинг как бизнес в России – это перспективное направление.

Факторы:

-низкая конкуренция, перспективы расширения сферы в будущем. Это новое явление в бизнес-среде России. На сегодняшний день по всей стране зарегистрировано около 300 коворкинг центров, 1/3 из них располагается в Москве. Для других крупных городов эта ниша более свободна и открывает множество перспектив.

-существует активная поддержка для предпринимателей в этом сегменте.
-ежегодно процент дистанционной занятости в России растет. По оценкам J’son & Partners Consulting, к 2020 году доля удаленно работающих сотрудников в России вырастет до 20%

-крупные компании России уже демонстрируют тенденцию перехода на удаленную работу. Например, о закрытии 70% своих офисов и переводе сотрудников на дистанционную занятость заявляла компания “ВымпелКом”.

-Малое и среднее предпринимательство также поддерживает эту тенденцию. По результатам опроса, проведенного компанией «Битрикс 24», 27% компаний планируют перевести на удаленную работу более половины персонала.

Таким образом, открытие коворкинг-центра позволит учесть тенденции современной экономики и предпринимательства и занять свободную нишу в преддверии развития данного направления.

2. Опишите потребность (реальную проблему) потребителей, которую поможет решать Ваш стартап.

Пример выполнения студентом:

Потребности:

1. **Гибкое управление офисной недвижимостью**
   - Возможность краткосрочной аренды на необходимый срок (от одного часа до нескольких месяцев);
   - Возможность выбрать любое количество мест (от 1 рабочего места до нескольких мини-офисов, комбинированных с рабочими местами, с опцией последующего расширения или уменьшения занимаемого пространства)
   - Наличие разных форматов (здесь каждый человек или рабочая команда могут снять рабочие места удобного типа –незакрепленное, закрепленное, мини-офис

2. **Атмосфера, дизайн, нетворкинг**
   - В современном мире рабочее место становится характеристикой статуса. Работа в гибком рабочем пространстве интересна новому поколению работников, которым важно получение эмоций, впечатлений и нового опыта. Для них важны дизайн, атмосфера и «модность» места, в котором они работают.
   - Атмосфера гибкого рабочего пространства отличается от традиционного офиса. Здесь много общих зон с диванами и пуфиками, где можно и отдохнуть, и поработать, сменив обстановку.

3. Весь необходимый набор сервисов

— Обеспечение необходимым оборудованием (стол, стул, ящик для хранения вещей, настольная лампа и т.д.)
— Общие зоны, кухня, где предоставляют бесплатные напитки (чай, кофе, вода)
— Уборка
— Интернет
— Переговорные комнаты
— Услуги ресепшена (встреча гостей, чай-кофе для гостей)
— Телефония
— Офисная техника (принтер/сканер)
— Конференц-залы
— Доступ 24/7

В последние годы коворкинг-центры набирают популярность, поскольку наблюдается тенденция перехода специалистов на удаленную работу. Фотографы, дизайнеры, IT-специалисты, писатели, юристы – представители абсолютно разных профессий приходят к выводу, что пользование коворкинг-центрами намного удобнее и дешевле, нежели аренда дорогих офисов в центре города.

Желание работать на удаленно проявляют 67% соискателей. А количество вакансий, предлагающих такую работу, составляет около 35% от общей доли объявлений.Такие центры позволяют экономить субъектам малого и среднего бизнеса на аренде офисных помещений в период кризиса.

3. Охарактеризуйте конкретную группу потребителей (целевую аудиторию) вашего стартапа: возраст, уровень образования, уровень доходов, периодичность возникновения потребности.

Пример выполнения студентом:

Целевая аудитория коворкинг-центра состоит из различных групп, к которым можно отнести фрилансеров, сотрудников компаний, начинающих предпринимателей, самозанятое население, а также людей, стремящихся к саморазвитию.

Целевую аудиторию коворкинга можно разделить на четыре большие группы:

1. **Начинающие предприниматели**

Стартапы (чаще всего занятые IT и консалтингом) - это небольшие команды от 5 до 10 человек. Именно эта аудитория является самой многочисленной.

В 2018 году основной потенциальный арендатор коворкинга –это небольшая команда молодых людей с высоким уровнем образования, которые занимаются высокомаржинальным бизнесом.

2. **Сотрудники компаний**

Клиенты, которым необходим временный офис (например, на время переезда, при расширении штата или для размещения проектных команд). В настоящее время доля таких клиентов еще невелика, однако спрос с их стороны постепенно увеличивается

3. **Фрилансеры**

К ним можно отнести IT-специалистов, копирайтеров, переводчиков, копирайтеров, дизайнеров и других специалистов, работающих удаленно. Преимущественно в эту группу входят представители интеллектуального труда;

– часть из них не нуждается в постоянном офисе, а другая часть не имеет возможности снимать дорогостоящий офис на постоянной основе;

4. **Самозанятое население**

Обычно в эту группу включают представителей творческих профессий (фотографов, писателей, коучеров и т.д.).

Также отдельно можно выделить людей, стремящихся к саморазвитию и посещающих различные мероприятия в коворкинг-центрах. Таким образом, аудитория коворкинг-центров достаточно разнообразна и многочисленна.

4. Составьте примерный план анализа потенциального рынка. Какие мероприятия необходимо провести, в какие сроки и с использованием каких инструментов (чтобы подтвердить наличие реальной потребности)

Пример выполнения студентом:

Коворкинг как бизнес в России – это перспективное направление, так как конкуренция на этом рынке пока еще низкая, а сфере есть, куда расти.

Развитие экономики и предпринимательства происходит весьма динамично. Изменения затрагивают все организационные процессы бизнеса. Современный бизнес адаптируется под новые требования. Отдельные специалисты и профессиональные группы ищут альтернативные варианты организации рабочего пространства. Привычные офисы, на аренду которых тратятся существенные суммы, заменяются так называемыми коворкинг-центрами – местом, где можно работать, проводить деловые встречи, пользоваться Wi-Fi и отдыхать.

В последние годы коворкинг-центры набирают популярность, поскольку наблюдается тенденция перехода специалистов на удаленную работу. Фотографы, дизайнеры, IT-специалисты, писатели, юристы – представители абсолютно разных

профессий приходят к выводу, что пользование коворкинг-центрами намного удобнее и дешевле, нежели аренда дорогих офисов в центре города. Первый коворкинг-центр в России был открыт в Челябинске в 2008 году. На сегодняшний день в России зарегистрировано около 300 коворкинг-центров, из них более 100 расположено в Москве. Однако говорить о насыщении рынка еще рано.

Данный формат отлично прижился во многих странах, но в России по-прежнему находится на начальной стадии своего развития и не приобрел таких масштабов, как за рубежом. Причина этого заключается в специфике отечественной экономики: во-первых, дистанционная занятость специалистов в России не превышает 5% от общего числа активного экономически занятого населения (для сравнения, в США 45% сотрудников работает на «удаленке» или имеет такую возможность); во-вторых, арендаторы с неохотой сдают помещения, предназначенные для коворкинг-центров, так как считают этот бизнес довольно непостоянным. Несмотря на это, положительные тенденции в бизнесе позволяют говорить о коворкинг-центрах как о перспективном направлении, поскольку:

- ежегодно процент дистанционной занятости в России растет. По оценкам J’son & Partners Consulting, к 2020 году доля удаленно работающих сотрудников в России вырастет до 20%, что обеспечит работодателям экономию более 1 трлн. рублей.
- крупные компании России уже демонстрируют тенденцию перехода на удаленную работу. Например, о закрытии 70% своих офисов и переводе сотрудников на дистанционную занятость заявляла компания “ВымпелКом”. Малое и среднее предпринимательство также поддерживает эту тенденцию. По результатам опроса, проведенного компанией «Битрикс 24», 27% компаний планируют перевести на удаленную работу более половины персонала.
- желание работать на «удаленке» проявляют 67% соискателей. А количество вакансий, предлагающих такую работу, составляет около 35% от общей доли объявлений.
- стремление малого и среднего бизнеса сэкономить на аренде офисных помещений в период кризиса.

Таким образом, открытие коворкинг-центра позволит учесть тенденции современной экономики и предпринимательства и занять свободную нишу в преддверии развития данного направления.

5. Возможно ли оценить емкость незанятой ниши на рынке в денежном эквиваленте? Если да – то как, каков ожидаемый оборот?

Пример выполнения студентом:

Объем рынка (Москва):

На конец 2 кв. 2018 г. – 102 000 кв. м., что составляет 1% вакантных площадей офисной недвижимости.

На конец 4 кв. 2018 г. – 140 000* кв. м. (рост 30% за 2018).

Прогноз риэлторской компании Cushman на 2020 – 280 000* кв.м., что составляет 2% вакантных площадей офисной недвижимости.

По данным риэлторской компании CBRE емкость московского рынка коворкингов составляет около 25 миллиардов рублей или 8,6 миллиона квадратных метров

6. Подробно опишите модель монетизации вашего стартапа.

Пример выполнения студентом:

Проект коворкинг-центра предполагает получение прибыли от аренды рабочих мест различными специалистами. Помимо основного источника дохода коворкинг-центры также зарабатывают на аренде конференц-залов и тренинговых комнат, проведении обучающих курсов, мастер-классов и так далее.

В соответствии с перечнем услуг, предлагаемых коворкинг-центром, определяется и организация самого пространства, и необходимая площадь, и тарификация. Некоторые коворкинг-центры создаются с определенной тематикой – например, это может быть пространство, объединяющее творческих людей, сотрудников промышленности или начинающих предпринимателей. Такие тематические коворкинг-центры позволяют объединять специалистов из одной сферы деятельности, что расценивается посетителями как дополнительное преимущество. Управлять такими тематическими коворкинг-центрами намного проще, поскольку имеется четкое представление о целевой аудитории и требованиях, которые она предъявляет. Поэтому создание коворкинг-центра, который представляет собой творческое пространство, отличный вариант.

Зачастую концепция предполагает создание трех функциональных зон: изолированные рабочие места, позволяющие работать в уединении и тишине; общий зал, где будут вестись переговоры, проводиться встречи; а также отдельный зал для проведения семинаров, тренингов и так далее. На базе коворкинг-центра будут проводиться различные тренинги, творческие вечера, выставки творческих работ и т.д.

В связи с определенной концепцией, следует установить и перечень услуг:

- постоянная или разовая аренда рабочего места (стоимость включает пользование офисной техников, бесплатный интернет, пользование кофемашиной и кулером);

- аренда зала для семинаров (стоимость включает пользование техникой для проведения презентаций);
- аренда зала для выставок, концертов, творческих вечеров и т.д.;
- организация самим центром бесплатных семинаров, воркшопов или тематических вечеров. Данная услуга направлена на привлечение посетителей.

Важно понимать, что для эффективного ведения бизнеса коворкинг-центра необходимо создать на его базе активное сообщество, которое постоянно участвует в различных мероприятиях и само их организовывает.

Чтобы зарабатывать, коворкинг-центру нужно быть больше, чем пространство для работы. На одной «аренде рабочего места» далеко не уедешь. Поэтому обязательно организуйте дополнительные мероприятия или услуги.

Доходы:

В среднем, расценки на услуги коворкинг-центра составляют:

- разовое посещение: 300-500 руб.
- стоимость абонемента на месяц: 5000-15000 руб.
- стоимость аренды конференц-зала: 5000-10000 руб.

Исходя из средних цен на основные услуги коворкинг-центров, рассчитаем планируемые доходы. Для этого определим среднее число посетителей в день – 20 человек и средний чек 400 руб.: 20*400*30=240 000 (руб.).

Количество проданных месячных абонементов – 10, средней стоимостью 8000 руб.: 10*8000=80 000 (руб.).

Количество проведенных в месяц мероприятий: 20, средняя стоимость аренды зала 8000 руб.: 20*8000= 160 000 (руб.).

Таким образом, предполагаемый месячный доход коворкинг-центра составляет 480 000 рублей.

Из этой суммы нужно вычесть расходы. Тогда чистая ежемесячная прибыль составит примерно 150-180 тыс. рублей. Выйти на планируемый объем продаж можно уже через 3-4 месяца работы.

При таких показателях срок окупаемости составит 15 месяцев. Если сравнивать со среднеотраслевым значением, то это вполне оптимистический прогноз. Добиться таких результатов возможно при правильной организации бизнеса и эффективном использовании возможностей. Все это обеспечит достаточный уровень продаж.

Выход на плановый объем продаж планируется на 4-ый месяц работы. Объем чистой прибыли за первый год работы составит 879 136 рублей. Рентабельность продаж в первый год работы – 15,9%.

Чистая приведенная стоимость положительна и равна 241 495 рублей, что позволяет говорить об инвестиционной привлекательности проекта. Коэффициент рентабельности инвестиций составляет 8,36%, внутренняя норма прибыли превышает ставку дисконтирования и равна 7,36%.

7. Оцените приблизительный объем необходимых инвестиций и определите потенциальных инвесторов.

Пример выполнения студентом:

Коворкинг-центр – это относительно **долгосрочные вложения**, которые не окупятся сразу. Также проект требует **значительной суммы первоначальных затрат.** Но, при этом, главным достоинством коворкинг-центра как бизнес-направления является **перспективность и ориентация на тенденции экономики** (ежегодно число специалистов, работающих по системе дистанционной занятости, увеличивается)

Для запуска проекта необходимо рассчитать объем первоначальных инвестиций. Горизонт планирования составляет 5 лет. Для этого нужно определиться с затратами на приобретение мебели и оборудования, рекламное продвижение на рынке и формирование оборотных средств, за счет которых будут покрываться убытки начальных периодов.

Первоначальные инвестиции для коворкинг-центра составляют 1 020 000 рублей. Основная часть требуемых инвестиций приходится на приобретение мебели и оборудования –44,1%, доля расходов на аренду и ремонт помещения составляет – 40,1%%, на рекламу – 7,4%. Остальные статьи расходов занимают 8,4% от общего объема инвестиций. Основные статьи инвестиционных затрат отражены в таблице.

Таблица. Инвестиционные затраты

	НАИМЕНОВАНИЕ	**СУММА, РУБ.**
Недвижимость		
	Аренда коммерческой площади за 1-ый месяц	110 000
	Ремонт помещения	300 000
Оборудование		
	Мебель и оборудование	450 000

Нематериальные активы		
	Стартовая рекламная кампания	75 000
	Регистрация бизнеса, подготовка разрешительной документации	15 000
Оборотные средства		
	Оборотные средства	70 000
	Итого:	1 020 000

Переменные расходы состоят из затрат на расходный материал (бумага и чернила для офисной техники, вода и напитки, находящиеся в общем доступе, и т.д.). Для упрощения финансовых расчетов переменные расходов рассчитывается, исходя из суммы среднего чека и фиксированной наценки в 300%.

Постоянные расходы состоят из арендной платы, коммунальных платежей и оплаты Интернета, фонда заработной платы, расходов на рекламу и амортизационных отчислений. Размер амортизационных отчислений определяется линейным методом, исходя из срока полезного использования основных фондов в 5 лет.

Таблица Постоянные затраты

	НАИМЕНОВАНИЕ	**СУММА В МЕС., РУБ.**
	Арендная плата	110 000
	Реклама (в т.ч. обслуживание сайта)	15 000
	Коммунальные платежи и Интернет	10 000
	Амортизация	7 500
	ФОТ с отчислениями	300 000

	Прочее	7 000
	Итого:	258 700

Таким образом, были определены постоянные ежемесячные расходы в размере 276 700 рублей.

Таблица Основные показатели эффективности проекта

Срок окупаемости (PP), мес.	15
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	15
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	241 495
Коэффициент рентабельности инвестиций (ARR), %	8,36
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	7,36

Срок окупаемости проекта при первоначальных инвестициях в 1 020 000 рублей составляет 15 месяцев. Практика показывает, что средний срок окупаемости коворкинг-центров составляет 1,5-2 года. По мнению аналитического сайта DeskMag, «любой продержавшийся два года коворкинг выходит в плюс». Таким образом, срок окупаемости в 15 месяцев – вполне оптимистический прогноз для данного направления бизнеса. Выход на плановый объем продаж планируется на 4-ый месяц работы. Объем чистой прибыли за первый год работы составит 879 136 рублей. Рентабельность продаж в первый год работы – 15,9%.

Чистая приведенная стоимость положительна и равна 241 495 рублей, что позволяет говорить об инвестиционной привлекательности проекта. Коэффициент рентабельности инвестиций составляет 8,36%, внутренняя норма прибыли превышает ставку дисконтирования и равна 7,36%.

Для реализации проекта будут использованы:

— кредит сбербанка 11,0% годовых на 24 мес. В размере 1 020 000 руб.

— после погашения кредита используем лизинг от Балтийский лизинг

Аванс – 90 000 Аннуитетные платежи 8 371 руб. на 3 года

Плюсом лизинга является возможность воспользоваться налоговыми преференциями. Все лизинговые платежи могут быть учтены в расходах, а значит, уменьшится налог на прибыль. НДС также подлежит вычету в полном объеме.

— Используем субсидии департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, среди них субсидии на компенсацию процентной ставки по кредитам и лизинговым платежам, на компенсацию затрат по приобретению оборудования, а также по участию в конгрессно-выставочных мероприятиях и другие.

— Участие в программе Коворкинг 2.0 от департамента москвы

— После срока окупаемости привлекаем инвесторов для расширения и открытия новых точек: например Арт-центр Марс

Для реализации проекта будут использованы :

— Кредит от Сбербанк, ставка 11,0% годовых на 24 мес. В размере 1 020 000 руб.

— После погащения кредита используем лизинг от компании Балтийский лизинг.

— Условия:

— Аванс – 90 000 Аннуитетные платежи 8 371 руб. Срок 3 года

— Плюсом лизинга является возможность воспользоваться налоговыми преференциями. Все лизинговые платежи могут быть учтены в расходах, а значит, уменьшится налог на прибыль. НДС также подлежит вычету в полном объеме.

— Используем субсидии департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, среди них субсидии на компенсацию процентной ставки по кредитам и лизинговым платежам, на компенсацию затрат по приобретению оборудования, а также по участию в конгрессно-выставочных мероприятиях и другие.

— Участие в программе Коворкинг 2.0 от департамента Москвы. По этой программе можно уменьшить размер процентной ставки по кредитам и величину лизинговых платежей. Также по этой программе департамент Москвы помогает новым коворкинг площадкам в поиске помещений и арендных мест.

— После срока окупаемости привлекаем инвесторов для расширения и открытия новых точек: например Арт-центр Марс (Арт-центр Марс предоставляет новым коворкинг центрам свои площадки по цене ниже рыночной, также проводит на базе коворкинг центров выставки, обучающие программы, семинары и тернинги)

8. Необходима ли регистрация юр.лица и если да – какая организационно-правовая форма представляется Вам оптимальной и почему?

Пример выполнения студентом:

Начальным этапом открытия коворкинг-центра является регистрация бизнеса в государственных органах и оформление всей необходимой документации.

Для ведения коммерческой деятельности регистрируется ООО с упрощенной системой налогообложения («доходы минус расходы» по ставке 15%). Вид деятельности согласно ОКВЭД-2:

- 68.20.2 Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом
- 77.33 Аренда и лизинг офисных машин и оборудования, включая вычислительную технику
- 77.2 Прокат и аренда предметов личного пользования и хозяйственно-бытового назначения.

Следующий шаг – получение всех необходимых разрешений в Роспотребнадзоре и подобных гос. учреждениях. На оформление всей разрешительной документации придется потратить около 10 000 рублей. Требования СЭС предполагают оформление следующих документов для открытия центра:

- программу производственного контроля;
- заключение Роспотребнадзора на соответствие помещения нормам;
- разрешение Роспотребнадзора на осуществление деятельности;
- разрешение пожарной инспекции;
- нормативные документы на помещение. Предприниматель должен подготовить договор аренды или документы на собственность, санитарный паспорт помещения, акт из БТИ, подтверждающий сдачу помещения в эксплуатацию;
- договоры на вывоз отходов, опасных веществ, дезинфекцию.

Кроме того, нужно открыть расчетный счет в банке и приобрести кассовый аппарат, который подлежит обязательной регистрации в Налоговой инспекции.

Можно обратиться в ЦУБ

Центры услуг для бизнеса (ЦУБ) – это консультационные пункты для предпринимателей на базе ГБУ «Малый бизнес Москвы».

Или регистрация ООО «под ключ» 16-20 тыс руб.

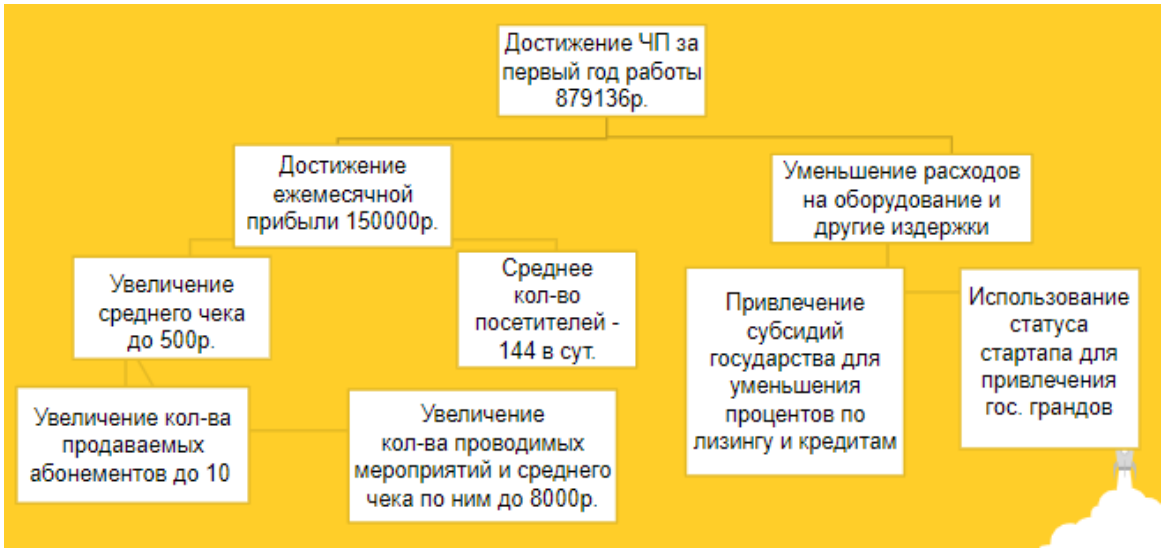
9. Сформулируйте миссию своего стартапа.

Пример выполнения студентом:

Миссия данного коворкинг-центра заключается в создании творческого пространства, нацеленного на развитие творческого потенциала его посетителей.

10. Разработайте дерево целей стартапа (минимум три уровня и семь элементов).

Пример выполнения студентом:



11. С использованием открытых источников проанализируйте возможных конкурентов и/или уже имеющиеся на рынке способы удовлетворения данной потребности потребителя (способы решения схожей проблемы).

Пример выполнения студентом:

Общепринятой и официальной типологии организаций, удовлетворяющих такого рода потребности не существует ни в России, ни в мире. Ниже представлена классификация, разработанная Cushman&Wakefield, Международной компанией в сфере коммерческой недвижимости:



Главным отличием форматных гибких рабочих пространств от неформатных является функция предоставления рабочих мест. В форматных эта функция является основной, в неформатных – сопутствующей.

Специализированные рабочие пространства ориентированы на какой-то определенный вид деятельности. В форматных и неформатных могут соседствовать люди, которые заняты в различных сферах деятельности.

Форматные гибкие рабочие пространства бывают сетевыми и несетевыми.

Таким образом, конкуренцию коворкинг-центрам могут составлять представленные в блок-схеме компании-организаторы гибкого рабочего пространства, которые широко распространены в крупных городах (обусловлено спросом). Все эти организации могут удовлетворять потребности людей в области предоставления пространства, территории для работы/творчества. Главный вывод, который мы сделали из анализа возможных конкурентов: в рамках развития нашего стартап-проекта мы должны задуматься о создании уникального конкурентного преимущества, которое позволит нашему стартапу привлечь потребителей.

12. Опишите потребность вашего стартапа в помещениях и оборудовании.
13. Примерная стоимость закупки оборудования и помещений (аренды помещений).

Пример выполнения студентом:

НАИМЕНОВАНИЕ	**СУММА, РУБ.**
Недвижимость	
Аренда коммерческой площади за 1-ый месяц	110 000
Ремонт помещения	300 000
Оборудование	
Мебель и оборудование	450 000

Необходимо:

- Помещение 100-150 кв.м
- Отдельные комнаты и большой холл
- Парковка или возможность ее организации
- Вентиляция отопление водопровод
- Близость к метро >5 мин в пределах 2-3 станций от кольца

Реальные примеры, источник ЦИАН:

БЦ «Astoria Plaza (Астория Плаза)»

Москва, ЦАО, р-н Тверской, м. Цветной бульвар, 1-й Волконский переулок, 15

Базовый список офисного оборудования для коворкинга:

- интернет (wi-fi);
- компьютеры;
- сканер;
- принтер;
- проектор с экраном;
- плазменная панель;
- магнитная доска с маркерами.

14. Опишите команду стартапа (количество человек, возраст, необходимые компетенции, творческие роли).

Пример выполнения студентом:

Должность	Человек, занимающий данную должность	Требования к должности	Обязанности
Инвестор	Попова Т.	Знания корпоративных финансов оценки стоимости бизнеса	Определять финансовую эффективность деятельности стартапа и искать возможности по её улучшению
Управляющий коворкингом (Операционный директор)	Кропин Егор	● Структурное мышление ● Навыки личного общение ● Знание отрасли недвижимости и коворкингов, в частности	Осуществлять операционное управление бизнесом

Зам. Операционного директора	Маликов Артём	● Навыки личного общения ● Навыки многозадачности	● Управление текущими проблемами помещения, ● Выполнение поручений опер. директора
Бухгалтер	Попова Татьяна	● Знание управленческого, бухгалтерского и налогового учета	Ведение отчетностей организации
Специалист в бэк-офис	Маликов Артём	● Навыки личного общение ● Оперативное решение проблем	Принимать звонки от клиентов Решать операционные проблемы клиентов
Менеджер зала/Хостес	Кужамбетова Диана	● Навыки личного общение ● Многозадачность ● Возможность работать сверхурочно	Встреча гостей Управление залом Управление стафом
IT-специалист	Ищем работника	● Знания языков программирования ● Знание компьютерной техники	Поддержка сайта Починка компьютеров, принтеров и т.д. в случае поломки
Staff	Ищем работника	● Умение четко исполнять порученные задания ● Быстрая обучаемость	Выполнения поручений менеджера зала Замена бумаги в принтере Уборка помещения и т.д.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Боброва, О. С. Основы малого бизнеса: учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13842-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511416
2. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511225

Дополнительная литература:

1. Проданова, Н. А. Бухгалтерский учет на предприятиях малого бизнеса: учебное пособие для вузов / Н. А. Проданова, Е. И. Зацаринная; ответственный редактор Е. И. Зацаринная. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 220 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15782-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509694.
2. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848

Интернет-ресурсы

1) http://www.gov.ru Сервер органов государственной власти Российской Федерации.
2) http://www.mos.ru Официальный сервер Правительства Москвы.
3) http://www.minfin.ru Министерство финансов РФ.
4) http://www.gks.ru Федеральная служба государственной статистики.
5) http://www.rg.ru Российская газета.
6) http://www.prime-tass.ru ПРАЙМ-ТАСС Агентство экономической информации.
7. http://www.fa.ru/dep/cko/msq/Pages/default.aspx / Международные стандарты качества.
8. http://www.consultant.ru / СПС Консультант Плюс.
9. http://www.garant.ru / СПС Гарант.
7) http://www.rbc.ru РБК (РосБизнесКонсалтинг).
8) http://www.businesspress.ru Деловая пресса.
9) http://www.ereport.ru Мировая экономика.
10) http://uisrussia.msu.ru Университетская информационная система России.

11) http://www.forecast.ru ЦМАКП (Центр Макроэкономического Анализа и Краткосрочного Прогнозирования).
12) http://www.cfin.ru Корпоративный менеджмент.
13) http://www.fin-izdat.ru Издательский дом «Финансы и кредит»
14) http://economist.com.ru Журнал «Экономист».
15) http://www.vopreco.ru Журнал «Вопросы экономики».
16) http://www.mevriz.ru Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
17) http://systems-analysis.ru/ Лаборатория системного анализа
18) https://gtmarket.ru/concepts/7111 Системный анализ
19) http://minpromtorg.gov.ru/ Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

Приложение 1 - Образец оформления титульного листа курсовой работы:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Московский политехнический университет»

Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»

КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине
«Стартап-менеджмент»

на тему:

«Разработка стартапа в сфере…»

Выполнил (а):
студент(ка) ФЭУ
группы
Ф.И.О.
Научный руководитель:
к.э.н. доц.

Москва
2021