

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 идентификатор документа:  
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 техникой, 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 организует.

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.:  $20 \cdot 400 \cdot 30 = 240\,000$  (руб.).

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

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

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

<i>Нематериальные активы</i>		
	Стартовая рекламная кампания	75 000
	Регистрация бизнеса, подготовка разрешительной документации	15 000
<i>Оборотные средства</i>		
	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*

	<b>НАИМЕНОВАНИЕ</b>	<b>СУММА В МЕС., РУБ.</b>
	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 погашения 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.
<i>Недвижимость</i>	
Аренда коммерческой площади за 1-ый месяц	110 000
Ремонт помещения	300 000
<i>Оборудование</i>	
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)»

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	<ul style="list-style-type: none"><li>• Структурное мышление</li><li>• Навыки личного общения</li><li>• Знание отрасли недвижимости и коворкингов, в частности</li></ul>	Осуществлять операционное управление бизнесом

Зам. Операционного директора	Маликов Артём	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Навыки личного общения</li> <li>● Навыки многозадачности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Управление текущими проблемами помещения,</li> <li>● Выполнение поручений опер. директора</li> </ul>
Бухгалтер	Попова Татьяна	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Знание управленческого, бухгалтерского и налогового учета</li> </ul>	Ведение отчетностей организации
Специалист в бэк-офис	Маликов Артём	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Навыки личного общения</li> <li>● Оперативное решение проблем</li> </ul>	Принимать звонки от клиентов Решать операционные проблемы клиентов
Менеджер зала/Хостес	Кужамбетова Диана	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Навыки личного общения</li> <li>● Многозадачность</li> <li>● Возможность работать сверхурочно</li> </ul>	Встреча гостей Управление залом Управление стафом
IT-специалист	Ищем работника	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Знания языков программирования</li> <li>● Знание компьютерной техники</li> </ul>	Поддержка сайта Починка компьютеров, принтеров и т.д. в случае поломки
Staff	Ищем работника	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Умение четко исполнять порученные задания</li> <li>● Быстрая обучаемость</li> </ul>	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