

## **Бизнес – план.**

Любое мероприятие, требующие вложения средств, должно начинаться с разработки бизнес-плана. В составлении бизнес-плана принимают участие владелец предприятия или его руководитель, а так же специалисты.

### **Цели разработки бизнес-плана:**

- Для принятия основных решений на этапе становления фирмы;
- Для облегчения доступа к источникам заемного капитала;
- Для оценки результатов хозяйственной деятельности;
- Для определения потребности в капитале и денежных средствах;
- Для повышения эффективности управления.

### **Требования к бизнес-плану:**

- Должен быть составлен предельно ясно и точно и поэтому требует тщательного отбора;
- Должен давать конкретные представления о том, как будет функционировать предприятие, какое место он займет на рынке;
- Должен показывать перспективы развития производства инвесторам и кредиторам.

### **Структура бизнес-плана:**

#### **1. Резюме.**

В нем разъясняются цели предлагаемого производства, новизна и отличие предлагаемого к производству товара от конкурентного, его привлекательность для потенциального покупателя.

Здесь же указываются сведения о предлагаемых объемах продаж, выручке, затрат на производство, валовой прибыли, рентабельности производства, сроке возврата кредита, т.е. сведения об основных финансовых результатах, которые ожидаются в случае осуществлении предлагаемого проекта.

Резюме должно быть написано предельно ясно, просто и лаконично, содержать минимум специальных терминов. Оно составляется в самом конце работы над бизнес-планом.

#### **2. Обеспечение конкурентоспособности.**

В этом разделе дается описание продукта (услуг), производству которого посвящен проект. При описании указываются потребительские свойства, существенные отличия от товаров конкурентов, степень защищенности патентами, авторскими свидетельствами. Дается наглядное изображение товара. Здесь же дается прогноз цен и тех затрат, которые требуются для производства. При производстве сложных технических изделий, дается описание сервиса.

#### **3. Рынок сбыта.**

Для подготовки этого раздела требуется участие специалистов маркетологов. Главная цель этого раздела – определить объем продаж в натуральных единицах. Этапы разработки раздела:

- Оценка *потенциальной емкости рынка* – общая стоимость аналогичных товаров, который потребители данного региона могут купить за определенный период времени. Он зависит от инфляции, количества ранее купленных товаров.
- Оценка *доли рынка* – максимально возможный объем реализации, которую может охватить данное предприятие.

- Дается прогноз объема продаж и примерной цены, по которой покупатель будет приобретать данный товар.

#### **4. Сведения о конкурентах.**

В этом разделе необходимо определить крупнейших производителей конкурентов аналогичного товара, как можно точнее оценить объем их продаж, доходы, перспективы внедрения новых моделей, основные характеристики, уровень качества и дизайн основной продукции. Желательно определить политику цен конкурентов и их уровень.

#### **5. План маркетинга.**

Здесь происходит решение таких проблем как схема распространения товара, ценообразование, реклама, методы стимулирования продаж, организация послепродажного обслуживания, формирование общественного мнения о фирме и товарах.

#### **6. План производства.**

Главная задача плана – подтвердить расчетами, что создаваемая фирма в состоянии реально производить необходимое количество товара, в нужные сроки, с требуемым качеством. В нем указывается на каких производственных мощностях будет развернуто изготовление товара – на действующих или вновь создаваемых. Обосновываются поставщики оборудования, сырья, материалов, условия поставок по цене качеству и количеству.

Одновременно решается проблема контроля качества выпускаемой продукции. Завершается раздел оценкой возможных издержек производства и их изменений в перспективе.

#### **7. Организационный план.**

В этом плане описывается система организации управления работой предприятия. Она включает формирование организационной структуры и ее обеспечение, содержание работ создаваемых подразделений, квалификационные требования к специалистам. Указываются источники и способы привлечения специалистов для постоянных работ величина их з/п и з/п руководящего состава.

#### **8. Юридический план.**

Здесь определяются организационно правовая форма, которая, в свою очередь, определяет ее правовой статус. Разрабатываются основные документы, регулирующие будущую деятельность фирмы.

#### **9. Оценка риска и страхование.**

Предусматриваются все типы рисков, с которыми можно столкнуться, источники этих рисков и моменты их возникновения. Предусматривается программа страхования от рисков.

#### **10. Финансовый план.**

Он содержит:

- *Баланс денежных доходов и поступлений* – позволяет узнать, сколько денег необходимо вложить в бизнес.
- *Таблица доходов и затрат* – показывает как будет формироваться и изменяться прибыль.
- *Сводный баланс активов и пассивов* – показывает какие суммы необходимо вложить в активы различных типов и за счет каких пассивов можно создавать и приобретать данные активы.
- Строится *график безубыточности*.