

[Введите название организации]

**Бизнес-план предпринимательской единицы: Форма,
содержание и технология**

[Введите подзаголовок документа]

[Выберите дату]

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
1. Бизнес-план. Разработка разделов.	4
2. Технология разработки бизнес-плана.....	9
3. Разработка маркетинговой политики предпринимательской единицы	10
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	13
Список источников:	14

ВВЕДЕНИЕ

Данная тема актуальна так, как бизнес – план это важная часть успешной предпринимательской деятельности.

Бизнес-план представляет собой детальное обоснование концепции, предназначенной для реализации предпринимательской идеи. Он позволяет предусмотреть все необходимые мероприятия, разработать схему их финансирования, определить возможный доход и уровень прибыльности от реализации идеи [2].

Основная цель бизнес-плана это достижение разумного компромисса между тем, что предприятие намерено и чего способно достичь в плановом периоде.

Задача работы состоит в рассмотрении вопроса о бизнес – плане предпринимательской единицы.

Цели работы – рассмотреть разработку разделов бизнес-плана, технологию разработки предпринимательской единицы, разработку предпринимательской политики предпринимательской единицы.

Бизнес-план призван ответить на три ключевых вопроса:

- Каково положение предприятия в настоящий момент?
- Каковы перспективы развития предприятия?
- Как предприятие, используя свои конкурентные преимущества, будет выполнять свою миссию, решать задачи и достигать поставленные цели?

1. Бизнес-план. Разработка разделов.

Бизнес-план это форма экспертной оценки идеи. Тем самым он представляет собой еще одну возможность для предпринимателя понять ход реализации идеи.

В период разработки бизнес-плана необходимо ответить на вопросы:

- Для какой категории людей предназначена продукция, лежащая в основе идеи?
- Какая форма рекламы понадобится для достижения поставленной цели?
- Определить тактическую и стратегическую цели
- Какие будут источники финансирования для реализации идеи?
- Есть ли реальная возможность установления нужных партнерских связей с поставщиками и потребителями продукции?

Так же важно знать систему налогообложения, применяемую в отношении предпринимателя.

Иногда бизнес-план можно разбить на 3 самостоятельных плана:

1. бизнес-план - содержит общую схему реализации идеи
2. маркетинговый план - показывает реальную основу реализации идеи
3. финансовый план - наличие финансовых ресурсов. Их должно быть достаточно для начального этапа реализации идеи.

Бизнес-план состоит из 6 разделов:

- деловую концепцию
- рекламный набросок
- деловое расписание
- набор целей
- маркетинговое исследование
- финансовое резюме

В первом разделе «Деловая концепция» прописывается краткое описание идеи и формы ее реализации. Так же указывают характеристики товара, который лежит в основе идеи. И главное товар должен отличаться от того, что уже производят конкуренты.

Во втором разделе «Рекламный набросок» формируют главную идею. Она является основной идеей для рекламной кампании.

В раздел «Деловое расписание» входит перечень мероприятий, осуществляемые для реализации идеи. Так же указывают сроки, к которым необходимо завершить данные мероприятия, и расписывают предполагаемый режим работы.

В разделе «Набор целей» указывают краткосрочные и долгосрочные цели.

Раздел «Маркетинговое исследование» учитывает конкуренцию, категорию потребителей, деловой климат и рынок труда [2].

При рассмотрении конкуренции необходимо выявить как реально существующих конкурентов, так и потенциально возможных. Такая информация дает возможность правильно построить тактику и стратегию.

Чем больше информации о конкурентах, тем легче действовать на рынке и организовывать производственный процесс.

Так же в бизнес-плане необходимо указать категорию потребителей, на которых нужно ориентироваться при реализации идеи. Для этого дают количественную оценку возможных потребностей и периодичность покупок.

При исследовании делового климата нужно обратить внимание на общую ситуацию, которая сложилась в обществе.

Так деловой климат может быть благоприятный или неблагоприятный. Так, например, в период стагнации деловой климат, вероятно, будет вялый.

Если деловой климат благоприятен, то обращают внимание на уровень:

- конкуренции
- покупательной способности потребителей

Такие выводы следуют исходя из системы экономических приоритетов и места, занимаемым товаром в системе.

Анализируя рынок труда необходимо определить возможности привлечения работников требуемых специальностей, которые обладают необходимым уровнем квалификации [4].

Последний раздел «Финансовое резюме». Для него необходимо:

- изложить все осуществленные и проверенные предпринимательские расчеты
- выявить предполагаемые:
 - норму прибыли
 - массу прибыли
 - срок окупаемости проекта
 - уровень рентабельности

В этом разделе указываются издержки производства:

- аренда помещения для производства
- налоговые и другие обязательные платежи
- платежи за оборудование
- накладные расходы
- платежи за сырье
- страховые отчисления
- суммарный фонд заработной платы

Все расчеты осуществляются в отношении определенного количества единиц товара. А так же производят подсчет возможного валового дохода от реализации указанного количества единиц товара на рынке.

Разница между доходом и издержками выражается в массе возможной прибыли, которую получают при производстве и реализации указанного количества единиц.

Особое внимание уделяют источнику финансирования. И в конце раздела делается вывод о финансовой состоятельности предлагаемого проекта.

Методика разработки бизнес-плана основывается на необходимости детального изложения всех позиций общей схемы реализации идеи и всех мероприятий, позволяющих производить продукт, лежащий в основе идеи [3].

Бизнес-план можно разработать по схеме:

1. Каков предмет вашего бизнеса?

- Цель создания предприятия
- В чем выражается социальная значимость результата предпринимательской деятельности?
- Отличие товара от аналогов
- Юридическая ответственность за товар
- Соответствие товара государственным стандартам
- Наличие жизненного срока
- Может ли товар устареть в результате появления новой технологии, изменения моды и вкуса потребителя?

2. Анализ рынка.

а. Определение потенциальных потребителей:

- покупатель
- индивидуальный клиент
- учреждение
- массовый покупатель
- государственная организация
- Место на рынке, которое рассчитывают занять
- Потенциальный потребитель
 - доход
 - пол
 - профессия

- возраст
- Какие проблемы потребителя решает товар?
- Сочетается ли товар с привычным образом действия людей?
 - a. Достоинства товара по сравнению с имеющимся на рынке товарами?
 - b. Привлекательность товара?
 - c. Как вы будете продавать свой товар?
 - d. Изученность потребительского рынка
 - e. Организация рекламной кампании по продаже товаров:
 - 1. средства массовой информации,
 - 2. услуги рекламных агентств
 - 3. выставки
 - 4. прямая реклама
- 3. Себестоимость производства
 - a. Прямые затраты
 - b. Цена товара
 - c. Цена, при которой товар будет рентабельным
 - d. Ожидаемая прибыль
- 4. План производства.
 - a. Как производить товар?
 - b. Весь товар производить самому или часть по субподряду?
 - c. Поставщики
 - d. Штат
 - e. Зарплата сотрудников
- 5. План управления и организации.
 - a. Кто и как будет управлять бизнесом?
 - b. Обязанности

Есть типовые формы бизнес-плана. Но так как всегда разработка бизнес-плана предполагает достижение конкретной цели, то приходится приспособлять используемую типовую форму под эту цель.

2. Технология разработки бизнес-плана

Как уже сказали, бизнес-план это итоговый документ. Перед его составлением определяют:

- миссии бизнеса
- цели бизнеса
- анализ внешней среды
- анализ собственных возможностей

В таблице 1 представлена технология разработки бизнес-плана. Она предполагает последовательные этапы реализации управленческих и маркетинговых знаний.

Таблица 1

«Технология разработки бизнес-плана»

Бизнес-план	
Анализ внешней среды	Оценка внутренней среды (управленческий анализ)
1. Перспективы развития отрасли и продукции	1. маркетинг
2. Состояние конкуренции	2. финансы
3. Потребители продукции	3. производство
4. Сбытовая деятельность	4. человеческие ресурсы
5. Тенденции развития макросреды (среды косвенного воздействия) предприятия	5. административная деятельность

Комплекс управленческих действий по разработке отдельных блоков показывает:

- сложность плановой работы
- необходимость подключения к работе специалистов разных отраслей

Для достижения цели нужны компетентные разработчики и реализация корпоративной политики предприятия.

Необходимость серьезного подхода к составлению бизнес-плана обусловлена тем, что:

а) в предпринимательскую деятельность включается все большее число людей, как правило, слабо представляющих ее сложность

б) меняется облик экономической модели в связи с изменением экономических приоритетов

в) любое производство требует соединения факторов:

- рабочая сила
- земля
- капитал
- предпринимательская инициатива

Если недостаточно собственного капитала необходимым условием его привлечения является наличие бизнес-плана как аргументированного доказательства того, что инвестиции принесут прибыль и выгоду.

Бизнес-план представляет собой модель организации производства и реализации продукции, включающая:

- анализ экономических ситуаций
- определение способов решения проблем

Так же бизнес-план это элемент имиджа предприятия. Он дает возможность ознакомиться с предприятием, выполняя обязательное требование со стороны рынка [4].

Необходимо иметь четкое представление о сущности деятельности, чтобы предприятие не отклонялось от намеченного курса, а также для привлечения необходимых дополнительных финансовых средств.

3. Разработка маркетинговой политики предпринимательской единицы

Сущность маркетинговой деятельности предпринимательской единицы заключается в:

- Исследования продукта
- Изучении потребителя
- Определении эффективных способов продвижения товаров на рынке
- Комплекс маркетинговых мероприятий
- Анализе объема товаров
- Определение мотивов поведения потребителя на рынке
- Анализе форм и каналов сбыта
- Исследование
- Рекламная деятельность

Многие понимают под маркетинговой политикой только ценовую политику, но в нее входят:

- товар
- сбыт
- продвижение товара
- снабжение
- реклама

Так же рассматривают вопросы:

- снижение налоговых рисков
- оптимизация затрат

Таким образом, маркетинговая политика - это общий план, который ориентирован на основную идею или на цели. План устанавливает рамки бизнес- стратегии и характеризует необходимые оперативные действия в предпринимательстве.

Сейчас разработка маркетинговой политики включает разделы:

- товарная стратегия. Она состоит из комплекса маркетинговых мер воздействия на потребительский рынок, которые направлены на повышение конкурентоспособности бизнеса
- сбытовая стратегия. Включает планирование каналов сбыта продукции

- ценовая стратегия. Комбинируют разные варианты ценового поведения на рынке и определяют ценовую политику и ценовую тактику
- стратегия продвижения. Планирование и осуществление комплекса мероприятий, которые направлены на продвижение продукции на рынок:
 - реклама
 - гарантийное обслуживание
 - предпродажное обслуживание

Процесс разработки маркетинговой политики зависит от факторов:

- специфических целей
- внутренней организации маркетинга в фирме
- конкретных задач формирования маркетинговой стратегии
- желания
- расчетов маркетинговых расходов
- возможностей бизнесмена изменить существующую маркетинговую тактику

Процесс разработки маркетинговой политики происходит поэтапно:

- подготовка аналитических данных, целью которой является сопоставление фактического состояния бизнеса с рыночной ситуацией и получение экспертной оценки возможностей фирмы или иной формы предпринимательства
- непосредственная разработка маркетинговой политики
- разработка и утверждение организационно-распорядительной документации по формированию маркетинговой стратегии.

Так, разработка маркетинговой политики необходима для любого бизнеса, вне зависимости от его вида, направления деятельности и формы предпринимательства

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

И так, в работе рассмотрен вопрос о бизнес – плане предпринимательской единицы.

Бизнес-план это детальное обоснование концепции, предназначенной для реализации предпринимательской идеи. Он позволяет предусмотреть все необходимые мероприятия, разработать схему их финансирования, определить возможный доход и уровень прибыльности от реализации идеи.

Целью бизнес-плана является достижение разумного компромисса между тем, что предприятие намерено и чего способно достичь в плановом периоде.

Разработка бизнес-плана предполагает достижение конкретной цели, но всегда использовать типовые модели не удастся, так как цели могут меняться, и приходится приспособливать используемую типовую форму под эту цель.

Так же бизнес-план это элемент имиджа предприятия. Он дает возможность ознакомиться с предприятием, выполняя обязательное требование со стороны рынка.

Необходимо иметь четкое представление о сущности деятельности, чтобы предприятие не отклонялось от намеченного курса, а также для привлечения необходимых дополнительных финансовых средств.

Список источников:

1. Асаул, А. Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / А. Н. Асаул, Е. А. Владимирский, Д. А. Гордеев, Е. Г. Гужва, А. А. Петров, Р. А. Фалтинский; под ред. проф. А. Н. Асаула. – СПб.: АНО ИПЭВ. – 2008. – С. 280.
2. Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности / А. Н. Асаул, М. П. Войнаренко, П. Ю. Ерофеев; под ред. проф. А. Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика. – 2004. – С. 448
3. Как разработать эффективный бизнес-план
[<https://zhazhda.biz/base/razrabotka-biznes-plana>]
4. Разработка бизнес-плана предприятия
[<https://studfiles.net/preview/5269861/page:14/>]
5. FB.ru Маркетинговая политика предприятия
[<https://studfiles.net/preview/5269861/page:14/>]
6. Маркетинговая политика
[https://vuzlit.ru/270195/marketingovaya_politika_predpriyatiya]