**ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ СОСТАВЛЕНИЯ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ (БИЗНЕС-ПЛАН)**

[Бизнес-план](https://vvs-info.ru/services/razrabotka-biznes-plana/)– документ, назначение которого состоит в том, чтобы предоставить информацию, необходимую для разработки стратегии реализации проекта. Грамотный подход к составлению бизнес-плана обеспечивает успех, долговечность и прибыльность деятельности.

**Одно из самых главных требований к бизнес-плану — это его понятность.**

Этот документ не имеет какой-либо стандартной формы, его можно составлять произвольно. Однако необходимо, чтобы человек, взявший бизнес-план в руки, смог получить объективное представление о содержащихся в нём данных. Нюансы и детали, имеющиеся в бизнес-плане, могут сильно различаться. Это связано с особенностями вида деятельности: каждой из них нужно уделить всевозможное внимание и описать, исходя из отличительных черт деятельности.

**ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ БИЗНЕС-ПЛАН?  ИЗ КАКИХ РАЗДЕЛОВ СОСТОИТ БИЗНЕС-ПЛАН?**

Например, возможна следующая структура:

1. Введение.
2. Описание проекта.
3. План по реализации проекта.
4. План по осуществлению маркетинга.
5. План, описывающий пути и методы сбыта товаров.
6. План организации проекта.
7. Финансовый план.

**1.Вводная часть бизнес-плана обычно содержит следующие элементы:**

* Титульный лист.
* Резюме.

**Титульный лист**бизнес-плана включает общие сведения о проекте. В первую очередь указывается организация деятельности (предпринимательская, ремесленная, агроэкотуризм).

Затем приводится  место, где  будет реализован проект и причины, послужившие выбору данного вида деятельности (имеющееся образование, навык работы и др.)

**Резюме** в бизнес-плане — это небольшое описание, поясняющее его суть и дающее общее впечатление о проекте. Задача данного элемента — заинтересовать читателя, заставить его поверить в выгоду от участия в реализации этой задачи. Поэтому к составлению резюме бизнес-плана требуется подходить с особым усердием. Нужно чётко раскрыть все сильные стороны, которые способен принести проект, убедить в его рентабельности — в общем, любыми способами привлечь инвестора. При этом необходимо, чтобы резюме инвестиционного бизнес-плана имело краткую форму и содержало только достоверную информацию.

**КАК НАПИСАТЬ БИЗНЕС-ПЛАН САМОСТОЯТЕЛЬНО: ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ**

**ШАГ 1. ОБЗОР СОСТОЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

* Рынок, где имеется спрос на аналогичную продукцию или услуги.
* Конкурентоспособность  выпускаемой продукции (оказания услуг (работ) в сравнении с аналогичной.
* Варианты сбыта, их перспективы.
* Предлагаемая ценовая политика.
* Варианты производства, их прибыльность и целесообразность.

**Для чего это необходимо:**

* позволяет получить исчерпывающие сведения об отрасли, чтобы оценить перспективы вложения в неё инвестиций.
* даёт возможность объективно рассмотреть шансы выстоять и закрепиться в данной отрасли с учётом конкурентной борьбы и других негативных факторов.

Бизнес-план должен предложить какие-то решения для каждой из этих задач. Например, для того чтобы дать представление об отрасли, могут быть использованы сведения о тенденциях, которые имелись в ней на протяжении некоторого промежутка времени (например, последние три, пять лет), статистика по другим регионам  (прилегающим к региону территориям), динамика уровня спроса среди населения и т. д.

*Уже на этом этапе в рамках бизнес-плана можно выявить и указать преимущества, которыми  будет обладать деятельность. Это даст представление о том, в какую сторону может развиваться бизнес и каковы его реальные перспективы в текущих условиях. Все характеристики важны, но особую роль в бизнес-плане играет анализ рынка деятельности, поскольку именно его результаты дают наиболее объективную информацию о текущей расстановке сил и потенциальных возможностях.*

**ШАГ 2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

Его суть – кратко изложить задачи, цели, методы и перспективы.

**Включает в себя ответы на следующие вопросы:**

* В чём будет заключаться деятельность индивидуального предпринимателя, частного унитарного предприятия, ремесленной деятельности, деятельности в сфере агроэкотуризма
* Какие особенности будут отличать его товары или услуги от аналогичной продукции конкурентов?
* Насколько широка аудитория потенциальных потребителей?
* Прогнозируемый уровень спроса?
* Каковы слабые стороны конкурентов, можно ли на них сыграть?
* Ожидаемый уровень рентабельности?
* Временные рамки для достижения точки безубыточности?
* Есть ли планы дальнейшего роста? Если да, то в какие сроки и в каком направлении?
* Сколько в целом средств понадобится вложить в проект, чтобы получить от него финансовую отдачу, из них собственных?
* Что даёт уверенность, что проект будет успешен и востребован на рынках?

**ШАГ 3. ПЛАН ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

В нём содержится информация технического, организационного и правового характера.

**Здесь необходимо:**

1. Указать цели, которые требуется достичь в перспективе *(Учитывать, что деятельность должна осуществляться не менее года).*
2. Представить схему того, как будет осуществляться производство, процесс реализации товара, услуг(работ), каким образом оно должно обеспечиваться необходимыми ресурсами и т. д.
3. Изложить способы поиска требования к соискателям рабочих мест (*при осуществлении деятельности с привлечением наемных работников*).
4. Описать возможности деятельности ( наличие помещения, оборудования и т.д.).
5. Привести сведения о текущем статусе проекта:
* Информация о том, насколько освоены в настоящий момент продукция, услуги (работы), которые предполагается производить.
* Работы, которые уже выполнены в рамках проекта.
* Имеющиеся в распоряжении площади.
* Список оборудования, которое требуется купить и за счет каких средств (собственные/ за счет субсидии/ заемные/кредитные и т.д.).
* Информация о поставщиках.
* Перечень ресурсов, которые необходимы для деятельности (указать, какие из них уже доступны).
* Можно указать степень обеспечения сырьём и её соответствие прогнозируемым потребностям производства.
* При необходимости получения дополнительных документов (разрешений, лицензий) – период их получения

**ШАГ 4. ПЕРЕХОДИМ К ПЛАНУ МАРКЕТИНГА И СБЫТА ПРОДУКЦИИ**

*Следом наступает наиболее трудный этап в разработке бизнес-плана. Сложность заключается в том, что необходимо спрогнозировать спрос потребителей, а это далеко не всегда и не всем удаётся выполнить без ошибок.*

*Учитывая эти обстоятельства, план маркетинга следует начинать разрабатывать раньше всех остальных частей инвестиционного бизнес-плана. Это позволяет собрать достаточное количество информации о рынке, особенностях спроса, предпочтениях потребителей и прочем.*

*От того, насколько качественно*[*будет выполнено исследование*](https://vvs-info.ru/services/marketingovye-issledovaniya/)*на данном этапе, зависит эффективность всего бизнес-плана. На основе полученных сведений делаются выводы, какая сумма инвестиций потребуется (****в целом****), какие сферы деятельности необходимо задействовать в первую очередь, на что сделать упор для того, чтобы справиться с конкуренцией. Ошибки, которые будут совершенны на этом этапе, могут повлечь непоправимые негативные последствия для всего проекта.*

**ЭТАП 1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛИ АНАЛИЗА РЫНКА**

Перед аналитической работой необходимо обрисовать цели маркетингового исследования рынка. Что именно следует рассмотреть:

* Продукцию;
* Рыночную структуру;
* Потребителя;
* Целевой сегмент;
* Свободные ниши;
* Конкурентов;
* Цены.

Конкретизация отсеет излишние сведения и поможет выстроить правильный маркетинговый аналитический план.

**ЭТАП 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ**

**Если товары, работы (услуги) представляются на рынке впервые:**

1. как именно преподнести потенциальным клиентам новую продукцию;
2. какие новые перспективы для покупателя предоставляют новые товары, услуги(работы);

**Если товары, работа(услуги) уже представлены на рынке:**

1. уточняются характеристики (функциональные и технические), которые стоит модифицировать (возможно, на отдельных характеристиках имеет смысл сосредоточить свои силы при улучшении товара и продвижении его на рынке)
2. исследование рынка продуктов и услуг дают сведения о том какие новые перспективы для покупателя предоставляют уже существующие продукты (услуги);
3. анализ продукции , услуг(работ) состоит в сравнении характеристик изделий работ(услуг), поставляемых создаваемой ИП,ЧУП, ремесленником, субъектом агроэкотуризма), с параметрами товаров-соперников.

ВАЖНО определить сравнительные преимущества конкурентов. Необходимо получить ясный ответ на вопросы:

* По какой причине потенциальные клиенты остановят свой выбор на Ваших товарах, работах (услугах), а не на продукции конкурентов?
* Кто они — потенциальные покупатели?

**При анализе рынка товаров, работ (услуг) всегда необходимо соблюдать правило**: продукция, услуги (работы) обязаны оказаться там, где покупатель ее больше всего ждет – и по этой причине, вероятнее всего, купит.

**ЭТАП 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ**

общее количество заказов — сколько  смогут ожидать от клиентов конкретного региона в продолжение обозначенного времени (обычно берется год).

Высчитывается по отдельному товару, услуг (работе) для конкретного региона сбыта в натуральном выражении (число товаров, продаваемых за конкретный срок т(количество оказанных услуг) –месяц, квартал, год) а также  в стоимостном выражении.

**ЭТАП 4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРУГА ПОКУПАТЕЛЕЙ ТОВАРОВ, РАБОТ (УСЛУГ)**

Они могут быть отобраны по размеру доходов и социальной активности, по демографическому и географическому признакам, по национальной принадлежности и даже по общности исторического пути. В общем, объединяющий критерий может быть любым.

**ЭТАП 5. МЕТОДЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ, РАБОТ (УСЛУГ)**

Нужно продумать пути реализации с помощью посредников и через организацию собственной сети продаж, услуг (работ).

**ЭТАП 6. РЕКЛАМА И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ**

Включаются персональные продажи, создание имиджа  выбранной деятельности, стимулирование сбыта. Для того чтобы освоить рынок или хотя бы запустить продажу своей продукции, необходима реклама. Она требуется для поиска и информирования клиентов, формирования привлекательного имиджа, для сбора заказов.

**ЭТАП 7. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Необходимо  продумать не только правильную стратегию цен и схему заманчивых скидок для клиентов (категорий клинтов). Требуется также определить ценовой диапазон для увеличения прибыли и оптимизации объема продаж.

**ЭТАП 8. ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ**

Изучение соперников – один из ключевых компонентов маркетинга на данный момент. В ходе исследования соперников в первую очередь нужно будет выявить главных конкурентов на рынке (прямых и косвенных), найти их сильные и слабые стороны.

**ЭТАП 9. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СБЫТА**

Выяснить, что и в каких количествах можно реализовать.

**ЭТАП.10. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Где планируется разместить свою деятельность (описать помещение, наличие возможности увеличения клиентов в связи с расположением рядом с остановочными пунктами, магазинами и т.д.).

**ШАГ 5. ПЛАН ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

Необходимо указать следующие сведения:

* Предполагается ли привлечение наемных работников;
* На каком этапе требуется дополнительные трудовые ресурсы;
* Прогноз выполнения работниками трудовых  функций;
* Какие результаты деятельности планируется  достигнуть при привлечении наемных  работников

**ШАГ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

В рамках финансового плана выделяются следующие **материальные потребности** организации:

* Ресурсы на обеспечение любого из направлений рабочей деятельности (:налоги, отчисления органы страхования и пр.).
* Расходы на обслуживание оборудования.
* Финансовые средства на транспорт, оплату за помещения и т. д.
* Затраты на организацию работы сотрудников (их обучение, спец.одежду, проживание и т. д., если необходимо).
* **Необходимо отразить и непредвиденные расходы**.
	+ **Непредвиденные материальные расходы** — это расходы, связанные  с неточными прогнозами, ошибками,  любыми другими обстоятельствами, вызванными непредвиденными факторами. (5-10% от общей суммы проекта)
	+ **Непредвиденные финансовые расходы**  — расходы, которые имеют отношение к финансам. Наиболее распространённая их причина — инфляция, хотя возможны и другие, например, изменение ставки по кредитам или ссудам и т. д.

**Финансовая часть бизнес-плана создаётся по следующему алгоритму и может быть оформлена (для лучшего восприятия) в таблицу:**

1. **Расчёт затрат на реализуемую продукцию и услуги.** Используются результаты прогнозируемых объёмов продаж и на их основе делаются выводы о том, какие затраты необходимы на эту продукцию.
2. **Расчёт обеспеченности сырьём, энергией, водой**и прочими ресурсами на заранее определённый период времени.
3. **Прогноз издержек** на каждый период.
	* **Постоянные** *(не зависит от объема производимой продукции, выполнения работ(услуг)* – арендная плата, расходы на содержание здания, расходы на коммунальные услуги, амортизация и т.д.)
	* **Переменные** (*напрямую зависят от выпуска продукции, выполнения работ (услуг*) –издержки на приобретение сырья, оплату  труда, энергии и топлива, транспортных услуг, расходы на тару и упаковку и т.д.
4. **Расчёт планируемой прибыли**. В идеальных условиях должна получиться именно прибыль, но случается, что прогнозы дают и отрицательные результаты. В таком случае бизнес-план будет указывать на то, что проект бесперспективен и нуждается в доработке.
5. **Анализ точки критического объёма реализации**. Точка безубыточности — объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции начнете получать прибыль.
6. **Описание источников финансирования.**

Для того чтобы описать, какие источники предоставляют организации финансы, полезно использовать данный список:

* Собственные и заёмные финансовые ресурсы.
* Стратегия управления имеющимися денежными средствами (накопительные фонды, вклады под проценты и прочее).
* Меры защиты финансовых средств (страховка, контроль платежей клиентов и т. д.).
* Показатели, по которым устанавливается уровень эффективности.

**Таким** **образом, главная** **цель** **бизнес—плана** — разработка проекта, который может в приемлемые сроки возместить вложенные в него средства, сохранить финансовую стабильность и продолжить приносить прибыль. Для разработки такого проекта и нужны различные коэффициенты, позволяющие точно оценить его целесообразность.

**Внимательно следите за тем, чтобы исходные данные, использованные Вами в расчётах, соответствовали данным, указываемым в текстовой части бизнес-плана и таблицах.**

**Дополнительная информация по телефонам 8 0152 625844, 625843, 625842.**