

## **Содержание:**

# **Введение**

Одним из главных условий для успешной реализации коммерческого проекта является бизнес планирование, то есть целый комплекс мер, направленных на получение прибыли с минимальными затратами ресурсов.

Представленная экономическая категория включает: план действий для достижения поставленной цели; анализ имеющихся ресурсов, которые будут использоваться в процессе реализации проекта; оценку рисков, а также альтернативные пути решения проблем, в случае возникновения форс-мажорных ситуаций. Все перечисленные действия фиксируются в соответствующем финансовом документе – бизнес плане. В начале 90-х годов, когда рыночные отношения пришли на смену социалистической модели экономики, большинство предпринимателей были уверены, что планирование – это пережиток прошлого, а постоянный анализ ситуации на рынке покажет, что, когда и сколько нужно производить, чтобы получать максимальную прибыль.

Но через пару лет бизнесмены начали понимать, что без планирования невозможно обеспечить эффективную работу предприятия, а потенциальные доходы могут превратиться в переполненные склады неликвидной продукции и отсутствие оборотных средств для обеспечения нормальной работы фирмы (все деньги ушли на покупку проблемных товаров). Данная работа поможет Вам понять, что такое бизнес планирование, кто и как занимается этим вопросом и какие экономические показатели используются в процессе создания плана для эффективной коммерческой деятельности. Эта информация представляет интерес не только для начинающих предпринимателей, но и для владельцев действующего бизнеса, научных работников, студентов и преподавателей экономических вузов, а также обычных граждан, занимающихся самообразованием.

Теперь предлагаю перейти от рассуждения непосредственно к теории бизнес-планирования. В условиях рыночных отношений сохраняется актуальность планирования деятельности предприятия. Вообще, планомерное развитие экономики понижается как развитие, соответствующее задачам, поставленным органом управления. И в этом смысле планирование является важнейшей

функцией управления, а планомерность присуща экономике вообще, вне зависимости от способа производства, общественно-экономической системы.

Планирование – закономерный результат поиска человеческим обществом наиболее рациональных и эффективных инструментов и способов своего исторического развития и выживания.

Планирование производственной и коммерческой деятельности необходимо для всех организационно-правовых форм предприятий. Деятельность предприятия без плана есть реакция на совершающиеся события, деятельность на основе плана – реакция на предвиденные и запланированные явления. «Собственник предприятия, который неудачно планирует, планирует неудачу».

Наиболее совершенной формой планирования в условиях рынка является бизнес-планирование.

Бизнес-план – это целевой программный документ, представляющий собой систему расчетов, технико-экономических обоснований, совокупность экономических показателей, описание мер и действий, посвященных реализации основной цели предпринимательской деятельности – получения максимальной прибыли от нее.

Таким образом, бизнес-план представляет собой модель деятельности предприятия, которая использует все элементы традиционного планирования применительно к категориям рыночной экономики – бизнесу, конкурентной борьбе, деятельности маркетинговых служб, коммерческому риску, стратегии безубыточности и необходимого уровня рентабельности.

Грамотно разработанный бизнес-план, позволяет эффективно развивать предпринимательскую деятельность, привлекать инвесторов, партнеров и кредитные ресурсы; используется для повышения эффективности управления предприятием и прогнозирования деятельности.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. В нашей стране необходимость составления бизнес-планов осознана на государственном уровне, и в настоящее время он все чаще становится продуктом внутренней управленческой деятельности, который необходим для решения многих вопросов функционирования предприятия, как правило, не связанных с привлечением внешних инвестиций. Бизнес-план – это постоянно действующий документ, в который вносятся изменения и дополнения, связанные с переменами во внутренней и внешней среде предприятия.

Мировой опыт свидетельствует, что бизнес-план – документ общепринятый в большинстве стран с развитой рыночной экономикой. В нашей стране понятие «бизнес-план» появилось в начале 90-х годов и с тех пор прошло своеобразную эволюцию: первоначально бизнес-план рассматривался лишь как инструмент, позволяющий привлечь иностранные инвестиции; на сегодняшний же день необходимость составления бизнес-планов осознана на государственном уровне и используется для обоснования деятельности всех предпринимательских структур. Важнейшей вехой в процессе развития бизнес-планирования явились специальные компьютерные программы для разработки бизнес-плана: Success, Project Expert, Pro-Invest-consulting и т.д.

**Цель работы:** Выявить необходимость бизнес-планирования при создании собственного бизнеса, рассмотреть этапы создания грамотного бизнес-плана, а так же на примере ИП Новиков Н.А. рассмотреть бизнес планирование и бизнес-моделирование.

**Задачи работы:**

- 1) Выявить актуальность бизнес-планирования
- 2) Рассмотреть в теории, что представляет собой бизнес-план
- 3) Рассмотреть основные этапы и принципы создания бизнес плана
- 4) Рассмотреть бизнес план на примере ИП Новиков Н.А.

## **Глава 1. Теория бизнес-планирования.**

### **1.1 Назначение бизнес плана и его основные элементы.**

Планирование предпринимательской деятельности, широко применяемое как в зарубежной, так и в отечественной практике, основывается на бизнес-плане.

Назначение бизнес-плана состоит в том, что он помогает предпринимателям решать следующие задачи:

1. Бизнес-план показывает, какими методами и с помощью каких средств можно достичь поставленных целей.
2. С помощью бизнес-плана можно получить желаемые вложения капитала от потенциальных инвесторов. Ведь именно на основе бизнес-плана они будут принимать решения о финансировании бизнеса.
3. Изучить емкость и перспективность развития будущего рынка сбыта.
4. Оценить затраты для производства нужной рынку продукции, соизмерить их с ценами, по которым можно будет продавать свои товары, чтобы определить потенциальную прибыльность дела.
5. Обнаружить всевозможные «подводные» камни, подстерегающие новое дело в первые годы его реализации.
6. Определить показатели, по которым можно будет регулярно контролировать состояние дел.

К их числу основных функций бизнес-планирования следует отнести:

- обоснование стратегии (общей концепции) и тактики развития предприятия;
- планирование, позволяющее оценивать и контролировать процесс развития деятельности предприятия;
- привлечение денежных средств со стороны (ссуды, кредиты);
- привлечение инвесторов и расширение круга предприятий-партнеров, совместно реализующих разработанный проект.

При разработке бизнес-плана необходимо соблюдать основополагающие принципы планирования:

- необходимость;
- непрерывность;
- эластичность и гибкость;
- единство и полнота (системность);
- точность и детализация;
- экономичность;
- оптимальность;
- связь уровней управления;
- участие;
- холизм (сочетание координации и интеграции).

Формирование бизнес-плана предполагает прохождение нескольких этапов

- определение миссии предприятия;
- формирование цели и задач проекта;
- установление общей структуры бизнес-плана;
- сбор необходимой информации;
- составление бизнес-плана (процесс планирования).

Исходя из целевой функции бизнес-плана, формируется концепция бизнес-плана, его логическое развитие, идеология построения, соответствующая определенному типу бизнес-плана. В настоящее время принята следующая типология бизнес-планов:

- бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта;
- бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования;
- бизнес-план структурного подразделения (с целью обоснования объемов и степени приоритетности централизованно выделяемых ресурсов или величины прироста оставляемой в распоряжении подразделения прибыли);
- бизнес-план как заявка на кредит (для получения на коммерческой основе заемных средств от организации-кредитора);
- бизнес-план как заявка на грант (для получения средств из государственного бюджета или благотворительных фондов);
- бизнес-план развития региона – обоснование перспектив социально-экономического развития региона и объемов финансирования соответствующих программ для органов с бюджетными полномочиями;
- бизнес-план финансового оздоровления.

При составлении бизнес-планов каждого вида (типа) должно быть уделено внимание определенным вопросам, связанным с целью его составления. Следует отметить, что объем, структура, конкретное содержание, степень детализации отдельных разделов бизнес-плана диктуется поставленными в нем целями, его временным и пространственным масштабом. Таким образом, **бизнес-план не имеет строгой регламентации ни по объему информации, ни по структуре документа**. Тем не менее, вне зависимости от его типа, бизнес-план должен содержать информацию следующего содержания:

- цели бизнес-плана;
- характеристика сути предлагаемого проекта;
- описание предприятия, продукции (услуг);

- оценка возможностей предприятия – производственных, материальных, финансовых, трудовых;
- учет внешних факторов (оценка рынка сбыта, уровня цен и др.);
- потребность в материально-технической и финансовой поддержке извне;
- система (схема) управления производственно-хозяйственной деятельностью контроля за ее функционированием.

Необходимо особо отметить, что бизнес-план пишется на перспективу, и составлять его следует на 3-5 лет вперед, при этом для первого года основные показатели следует рассматривать в месячной разбивке, для второго – поквартально и, лишь начиная с 3-го года, следует ограничиться годовыми показателями.

Рекомендуется излагать содержание бизнес-плана простым, доходчивым, живым языком, исключая использование сленга, (т. е. условных слов, принятых в профессиональной сфере). В бизнес-плане целесообразно привести цифровую информацию, систематизированную по определенным критериям (показателям) и представленную в аналитической (табличной) или графической формах.

## **1.2 Структура бизнес-плана, методические рекомендации по его написанию.**

Состав, структура и объем бизнес-плана определяется спецификой деятельности, размером предприятия и целью составления бизнес-плана. Поэтому чем крупнее предприятие, тем сложнее, полнее и обоснованнее будет разработка бизнес-плана.

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Обычно в нем предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения на определенных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый аспект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста предприятия.

Структура должна быть построена так четко, чтобы потенциальный инвестор (или тот, кто будет знакомиться с бизнес-планом) смог сразу оценить глубину и разносторонность, заложенную при подготовке бизнес-плана.

Следует отметить, что необходимо ориентироваться на разработку бизнес-плана нового предприятия или действующего предприятия, работающего над созданием и производством нового изделия, внедрением новой технологии. Исходя из вышеуказанной типологии бизнес-планов, следует и рекомендуемая структура бизнес-плана.

Структура бизнес-плана может быть следующей:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- резюме;
- описание предприятия и отрасли;
- характеристика объекта бизнеса;
- исследование и анализ рынка;
- план маркетинговых действий на рынке;
- план производства;
- организационный план;
- оценка рисков и страхование;
- финансовый план;
- стратегия финансирования;
- приложения.

Бизнес-план начинается с оформления титульного листа, содержащего все исходные реквизиты предлагаемого проекта:

- название (наименование) проекта, отражающее целевую функцию бизнес-плана;
- где, когда и кем подготовлен данный программный документ (авторы проекта, название и адрес предприятия, его организационно-правовая форма и др.);
- имена и адреса учредителей;
- назначение бизнес-плана и его пользователи.

Желательно, чтобы обложка была сделана на фирменной бумаге, с эмблемой и логотипом фирмы.

Второй лист бизнес-плана – содержание, т.е. структурное представление самого бизнес-плана.

В приложения включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане. К

числу обязательных относятся следующие:

- биографии руководителей предприятия или проекта, подтверждающие их компетенцию и опыт работы;
- результаты маркетинговых исследований;
- заключения аудиторов (включая аналитическую часть);
- подробные технические характеристики продукции;
- гарантийные письма или контракты с поставщиками и потребителями продукции;
- договоры аренды, найма, лицензионные соглашения;
- заключения служб государственного надзора по вопросам экологии и безопасности, санитарно-эпидемиологических служб.

Возможно также предоставление в качестве приложения к бизнес-плану:

- фотографий или видеоролика образцов продукции;
- сертификатов (ТУ и т.п.) на продукцию.

## **1.3 Основные этапы, задачи и принципы создания бизнес-плана.**

В разных учебниках по экономике предприятий можно найти много определений рассматриваемой категории. Если выделить их главные моменты, то можно сказать, что бизнес планирование это определение основной цели фирмы, создание плана действий для ее достижения, анализ необходимых ресурсов, а также разработка альтернативных вариантов функционирования предприятия, в случае возникновения неблагоприятных обстоятельств. Бывают ситуации, когда перспективная фирма с большими финансовыми возможностями очень быстро становится банкротом, а причина краха коммерческого проекта – отсутствие реального бизнес плана.

- сколько нужно денег для реализации проектов;
- необходимые ресурсы;
- формирование штата сотрудников;



- срок, необходимый для решения поставленных задач;
- рентабельность и окупаемость проекта;
- предполагаемые доходы;
- оценка рисков;
- источники финансирования и т.д.

Независимо от сферы деятельности, бизнес планирование на предприятии имеет, как внутренние, так и внешние цели. В первом случае, разрабатывается финансовый документ для обеспечения текущей деятельности компании, а также, чтобы оценить перспективы новых проектов и контролировать все этапы их реализации. Например, предприятие имеет свободные финансовые средства, но вкладывать их в развитие основного направления деятельности не рационально (предложение на рынке выпускаемой продукции на сто процентов удовлетворяет спрос).

Поэтому менеджеры компании решили вложить их в дополнительные сферы деятельности, но они не знают, какой бизнес будет приносить стабильную и высокую прибыль. Для решения данного вопроса необходимо оценить активы компании и составить список тех направлений, которые являются самыми перспективными. После этого, для каждой сферы деятельности составляется бизнес план с учетом возможных рисков. На последнем этапе выбирается самый перспективный бизнес и начинается процесс реализации этого коммерческого проекта.

### **Главные задачи:**

Каждое бизнес планирование, независимо от направления деятельности фирмы и других факторов, имеет свои задачи.

- Выбор сферы деятельности предприятия и рынков сбыта выпускаемой продукции.
- Определение целей фирмы, а также необходимых ресурсов (включая стартовый капитал), стратегии и тактики их достижения.
- Назначение сотрудников, которые будут отвечать за своевременное и качественное выполнение возложенных на них обязанностей.
- Определение основных характеристик выпускаемой продукции.
- Расчет производственных издержек и затрат на реализацию товаров фирмы.
- Определить насколько соответствует оплата труда и результаты работы сотрудников предприятия.

- Оценить результативность маркетинговых ходов: рекламы, акций, изучения рыночной ситуации и т.д.
- Проведение сравнительного анализа имеющихся ресурсов предприятия и необходимых для достижения поставленных целей.
- Максимально точно спрогнозировать возможные препятствия на пути к достижению целей фирмы и найти пути для устранения возникших препятствий.
- Оценить потенциальную рентабельность фирмы и конкретных коммерческих проектов.

Отдельно можно выделить бизнес планирование в организациях, которые являются представителями малого бизнеса. Решение всех поставленных задач сильно зависит от наличия надежного источника финансирования, эффективной системы поиска сотрудников, а также возможности сотрудничать с компаниями, которые имеют безупречную деловую репутацию (такие фирмы часто не хотят работать с представителями малого бизнеса).

### **Этапы бизнес планирования:**

Процесс бизнес планирования является достаточно сложным, чтобы лучше его понять и запомнить теоретики экономических дисциплин выделили несколько отдельных этапов:

- Начальный (подготовительный). Производится сбор и предварительный анализ информации, которая необходима для составления точного бизнес плана. Это и технические нюансы производства продукции, и организационные вопросы, и финансовые издержки.
- Определение внутренних и внешних целей предприятия. Данный этап направлен на составления реального предложения для потенциальных инвесторов и партнеров, а также он позволяет сформулировать, в чем заключаются Ваши преимущества, перед другими компаниями-конкурентами.
- Поиск необходимых источников финансирования Вашего коммерческого проекта. Это могут быть государственные программы, финансово-кредитные учреждения, международные организации, инвестиции физических и юридических лиц, финансовые средства партнеров. Для акционерных обществ в этот список можно добавить покупателей акций предприятия. В 90-х годах лидирующую позицию по финансированию малого бизнеса занимали частные лица, которые предоставляли очень дорогие кредиты, а в случае нарушения договоренностей между заемщиком и кредитором, к первому могли приехать

нежелательные гости, привыкшие решать любые проблемы при помощи физической силы и оружия.

- Создается оптимальная структура будущего бизнес плана. Если Вы разрабатываете финансовый документ для банка, чтобы получить кредит, обязательно уточните вопрос по поводу наличия бланков для бизнес плана.
- Собирается вся информация, которой не хватает для составления бизнес плана по разработанной вами структуре. Например, средняя зарплата сотрудников в Вашей сфере деятельности или показатели для оценки рисков коммерческого проекта.
- Осуществляются все необходимые расчеты, и составляется бизнес план.
- Заключительный этап зависит от Ваших первоначальных целей, для кого разрабатывался финансовый документ. Если он нужен для получения кредита, его передают в банк, если для привлечения инвестиций – потенциальным инвесторам.

Для того чтобы задачи и цели бизнес плана были реализованы на все 100%, необходимо в процессе составления этого важного финансового документа учитывать внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на функционирование Вашего предприятия.

Кадровая политика руководства фирмы является основой успеха любого направления коммерческой деятельности. Даже самый надежный и перспективный бизнес может быстро «развалиться», если владелец фирмы не будет уделять внимание своим сотрудникам. Кроме того, настоящие профессионалы всегда найдут себе работу и не станут задерживаться на фирме, где их труд не оплачивается должным образом. И если уборщицу или водителя Вы всегда найдете без особых проблем, то инженер, технолог или хороший токарь – это специальности, которые должны получать высокую зарплату (на 40-50% больше, чем средняя оплата труда в Вашем регионе).

Еще один важный внутренний фактор, который влияет на выполнение бизнес плана, это материальные ресурсы. Если кратко, то в этом вопросе определяющую роль играют поставщики сырья и расходных материалов. Тот, кто работает с проверенными надежными фирмами, будет выпускать соответствующую продукцию, а если предприниматель решит сэкономить на этой статье расходов, быстро завоюет репутацию производителя низкокачественных товаров.

Немаловажная роль принадлежит новейшим научным разработкам, которые имеют отношение к Вашей сфере деятельности. Бизнесмены, которые вкладывают деньги

в науку всегда остаются в «плюсах». Некоторые теоретики экономических наук считают, что данное утверждение является аксиомой (не требует никаких доказательств, объективно является правильным).

Многие читатели, особенно те, кто интересуется экономикой, уже догадались, что в представленном списке обязательно будет такая важная категория, как менеджмент. Эффективное руководство и правильная организация труда может компенсировать практически любые недостатки функционирующего предприятия.

И заключительный этап изучения внутренних факторов – это маркетинг. В 90-х годах прошлого столетия в России многие новые фирмы имели в штате маркетологов, но большинство бизнесменов даже приблизительно не представляли, какие функции должен выполнять человек, занимающий «рыночную» должность. В результате, маркетологами стали дети богатых и влиятельных родителей, которые не отличались особыми достоинствами и желанием работать. В больших городах эта ситуация относительно быстро разрешилась, и молодые маркетологи начали активно заниматься изучением рыночной ситуации, анализом спроса и предложения.

Рассмотрим перечень внешних факторов, которые влияют (прямо или косвенно) на процесс бизнес планирования, а также на все этапы реализации поставленных задач.

- Фирмы, предоставляющие сырье, расходные материалы и необходимые ГСМ.
- Производители оборудования и необходимой для осуществления производственного процесса техники.
- Рынок труда.
- Источники предоставления финансовых ресурсов.
- Государственные органы.
- Фирмы-конкуренты и потребители выпускаемой продукции.

## **Изучение эффективности бизнес планирования:**

Без оценки эффективности Ваших планов по развитию действующего бизнеса или реализации нового коммерческого проекта, анализ главной темы статьи будет неполным. Даже те читатели, которые никогда не занимались бизнес планированием и не знают, что это такое, наверное, догадались о необходимости изучения состояния отрасли экономики, к которой принадлежит предприятие.

Следующий этап – определение места Вашей фирмы на рынке выпускаемой продукции.

После детального изучения указанных вопросов можно переходить к анализу эффективности Вашего бизнес-плана по следующей схеме:

- Маркетинговые исследования.
- Анализ технической стороны вопроса.
- Финансовая оценка всех этапов Вашего плана.
- Оценка рисков и влияния нестандартных факторов.

Подводя итоги, можно сказать, что, несмотря на высокую трудоемкость, как самого процесса бизнес планирования, так и анализа всех обстоятельств и факторов, оказывающих влияние на разработку главного финансового документа, данная процедура является обязательной, как для владельца киоска с хот-догами, так и для менеджеров крупных международных корпораций.

## **Глава 2. Практическое создание бизнес плана на примере ИП Новиков Н.А.**

### **2.1 Резюме.**

- ИП Новиков Н.А.
- ИП
- 1 человек (предприниматель)
- Фонд: 70 000 рублей
- Результаты за прошлый год: 0 рублей
- [Novikov\\_Synergy@mail.ru](mailto:Novikov_Synergy@mail.ru) 89151859311
- ИНН - 4276380064355139
- Новиков Никита Андреевич 22.05.2000г.

ИП Новиков Н.А. на данный момент является стартапом и только собирается выходить на рынок. Работа ИП полностью с нуля, за исключением оборудования необходимого для обеспечения основной деятельности ИП (производство в сфере металлургии).

Предприятие, как и положено любому производственному стартапу находится в гараже, все необходимое для старта производство имеется.

На данный момент, персонал предприятия состоит из одного человека – ИП. В дальнейшем планируется расширение персонала.

Данная отрасль производства не характеризуется большой конкуренцией, как в России, так и за рубежом.

Преимуществом продукции предприятия является, инновационный подход к производству, широкий выбор товаров одной группы, цены ниже рыночных.

Все необходимые ресурсы для запуска ИП присутствуют.

Финансовое состояние – стабильное.

Долгосрочные цели проекта отсутствуют.

К краткосрочным относится выполнение одного имеющегося крупного заказа.

Тактический план: 1) Регистрация 2) Старт производства 3) Производство  
4) Выполнение заказа 5) Доставка.

Инвестором является ИП.

## **2.2 Описание предприятия, бизнес-идея, концепция продукта**

Название проекта: Производственный стартап в рамках ИП Новиков Н.А. По снабжению различных организаций материальными товарами информационного характера.

Описание продукта: Продуктом данного стартапа является несколько групп товаров в которые входит: Металлические бейджики для персонала орг. Информационные металлические таблички на кабинеты, манипуляционные вывески для оснащения помещений и коридоров организаций, а так же наружные металлические вывески с названием и прочими данными об организации.

С помощью данной продукции потребитель решает проблему оснащения организации необходимыми информационными табличками, направляющими и указывающими манипуляционными панелями, а так же маркировки персонала с помощью бейджиков.

Стартап преимущественно занимается оптовой торговлей данными товарами и специализируется на работе с отдельными организациями, а не с частными лицами. В отдельных случаях бывают исключения.

## **Таблица 1**

### **Концепция продукта**

1. **Что представляет собой продукт?**

Металлические таблички с напечатанной информацией о кабинете, бейджики с именем официанта и наименованием организации, габаритные металлические вывески с информацией об организации, адаптированные и под наружное (уличное) использование, а так же манипуляционные панели, вроде номера этажей, стрелок выхода, маркировки уборных, указателей к конкретным помещениям, все товары выполнены по одной технологии основанной на термической штамповки изображений и надписей на металлических листах.

2. **Какую функцию выполняет продукт / услуга?**

Данные товары выполняют несколько основных функций:

- 1) Информационная
- 2) Манипуляционная
- 3) Указательная

3. <b>Где товар будет использоваться?</b>	Товары используются в школах, университетах и других образовательных учреждениях, больницах, поликлиниках, складах, магазинах, ресторанах, гостиницах.
4. <b>Когда товар будет использоваться?</b>	Товар может быть использован сразу после получения его клиентом.
5. <b>Есть ли необходимые дополнительные товары / услуги для использования разрабатываемого товара / услуги?</b>	Товар не является прихотливым, в связи с этим нету нужды в послеексплуатационном обслуживании, однако при получении товара заказчиком компания может предложить установку данных табличек на необходимые места в помещениях.

## 2.3 Формирование команды

Для непрерывной и качественной работы предприятия на начальном этапе необходимо создание следующего перечня служащих:

- 1) Директор
- 2) IT технолог
- 3) Специалист по рекламе и продвижению
- 4) Менеджер
- 5) Работники производства – 2

### Таблица 2

#### Команда стартапа



Название должности	Функционал	Входные компетенции (опыт)
Директор	<p>Осуществляет контроль за работой команды, разрабатывает систему поощрений для сотрудников, проводит переговоры с партнёрами</p> <p>На стартовой этапе так же занимается ведением всей финансовой документации организации, проводит встречи с «большими клиентами» так же занимается их поиском.</p> <p>Занимается поиском поставщиков сырья и полностью контролирует процесс доставки, качества сырья и конечного товара и соблюдения самой технологии производства.</p>	<p>Кандидат должен иметь экономическое образование, хорошо владеть английским языком. У него должен быть положительный опыт работы с персоналом организации, проведению совещаний с клиентами и привлечению потенциальных клиентов.</p>
IT технолог	<p>Разрабатывает программное обеспечение для интернет-магазина, контролирует работу сайта, обеспечивает регулярное обновление содержания сайта, так же занимается разработкой дизайна для табличек и других товаров</p>	<p>Работник должен обладать знаниями в области программирования, иметь опыт создания профессиональных сайтов. А так же обладать креативностью и стрессоустойчивостью.</p>
Специалист по рекламе	<p>Разрабатывают рекламные посты и другие продукты, направленные на продвижения компании</p>	<p>Специалисты должны хорошо владеть письменной речью, уметь составлять продающие посты.</p>

Работник производства	Занимается непосредственно приемкой сырья для производства, выполняет поступившие заказы, производит соответствующие металлические таблички по определенной технологии.	По сколько технология производства данных товаров не является сложной, работникам производства, достаточно иметь образование слесаря.
Менеджер	Осуществляют переговоры с клиентами, отправку товаров, контролируют получение товаров клиентами	Кандидаты должны иметь грамотную устную и письменную речь, быть доброжелательными и вежливыми.

## 2.3 Целевая аудитория

В связи с тем, что данный вид деятельности по производству металлических табличек, вывесок и бейджиков на сколько известно из интернет источников набирал актуальность еще с 1998 года, то на основании опыта данных организаций можно с уверенностью сказать, что для данной сферы торговли сформировалось 3 основных сегмента потребителей.

### Таблица 3

#### Целевая аудитория

Целевая аудитория	Описание сегмента
<b>Сегмент 1</b>	Коммерческие организации, такие как: магазины, рестораны, частные школы, фитнес-клубы, частные клиники, а так же в эту группу входят отдельные индивидуальные предприниматели.

- Сегмент 2** Некоммерческие организации: школы, университеты, больницы, поликлиники, а так же отдельные частные лица.
- Сегмент 3** Коммерческие и не коммерческие государственные организации, такие как школы, детские сады, больницы, рестораны, склады, университеты и т.д.

#### Таблица 4

##### Портрет потребителя сегмента 1

<b>Имя</b>	ИП владеющий собственным рестораном
<b>Должность или род деятельности</b>	Предприниматель
<b>Возраст</b>	45
<b>Образование</b>	высшее
<b>Потребительский стаж</b>	Продвинутый
<b>Тип</b>	Покупатель
<b>Роль в семье</b>	Глава семьи
<b>Типичный день из жизни (проблемы, которые он испытывает)</b>	Данный покупатель много работает, испытывает постоянные стрессы с бизнесом, думает над его улучшением, и способами монитизировать свое дело и улучшить отдельные аспекты бизнеса за счет чего увеличить прибыль.

<b>«О чем болит голова»</b>	В его ресторане отсутствуют навигационные панели, извешала вывеска снаружи помещения, а так же произошла смена персонала и необходимы бейджики, для новых сотрудников.
<b>Ситуация потребления продукта</b>	Обратившись в нашу организацию, данный ИП решит проблему навигации в ресторане, получит возможность выпустить персонал на работу, и обновит вывеску снаружи помещения ресторана.
<b>Продукты - заменители, которые он уже использует</b>	ИП уже использовал подобную продукцию от другой организации, но вывеска пршла в негодность а всвязи со сменой персонала потребовались новые бейджики.
<b>Ожидания от продукта</b>	В первую очередь ИП ожидает высокое качество, красивый дизайн, информативность, не завышенные цены.
<b>Что он читает в он-лайн</b>	Сопоставляет цены на различные продукты, отслеживает качественную составляющую различных магазинов, отзывы других покупателей.
<b>Что он читает в офф-лайн</b>	Рекламные постеры, получает информацию от коллег на данную тему.
<b>Уровень доходов</b>	Средний, не стабильный.
<b>Возможность влиять на расходы</b>	присутствует

**Что мотивирует потребителя**

Желание улучшить свой ресторан, привлечь больше клиентов и выручки. Заложить возможный фундамент к расширению.

## Таблица 5

### Портрет потребителя сегмента 2

<b>Имя</b>	Региональная школа №448
<b>Должность или род деятельности</b>	Образовательное учреждение среднего общего образования.
<b>Возраст</b>	-
<b>Образование</b>	-
<b>Потребительский стаж</b>	Продвинутый
<b>Тип</b>	Покупатель
<b>Роль в семье</b>	-
<b>Типичный день из жизни (проблемы, которые он испытывает)</b>	В данном образовательном учреждении ежедневно проходят занятия с детьми от 7 до 18 лет, школа большая, составляет 4 этажа и несколько пристроек, в школе наблюдается проблема недостатка навигации.
<b>«О чем болит голова»</b>	Школьники теряются в данном учреждении, не могут найти необходимый кабинет во время.

<b>Ситуация потребления продукта</b>	Обратившись в нашу организацию, школа решит проблему с навигацией, так же мы можем предложить составление целого плана оснащения школы навигационными вывесками и др.
<b>Продукты - заменители, которые он уже использует</b>	Школа уже использует указательные знаки, вывески с названием школы и некоторыми информационными панелями.
<b>Ожидания от продукта</b>	Качество, доступность, информативность, простота прочтения.
<b>Что он читает в он-лайн</b>	Предложения от различных организаций занимающихся данной деятельностью, отзывы, рекомендации.
<b>Что он читает в офф-лайн</b>	-
<b>Уровень доходов</b>	Бюджет региона
<b>Возможность влиять на расходы</b>	-

## Таблица 6

### Портрет потребителя сегмента 3

<b>Имя</b>	Государственная платная клиника №7
<b>Должность или род деятельности</b>	Оказание платных медицинских услуг населению

<b>Возраст</b>	-	
<b>Образование</b>	-	
<b>Потребительский стаж</b>		Эксперт
<b>Тип</b>	Покупатель	
<b>Роль в семье</b>	-	
<b>Типичный день из жизни (проблемы, которые он испытывает)</b>	Ежедневный поток клиентов, информации, денежных средств, оборот товаров и услуг, текучесть кадров, решение внештатных ситуаций.	
<b>«О чем болит голова»</b>	Текучесть кадров, необходимы бейджики, переименование и перестановка кабинетов, необходимы новые таблички с названием кабинетов.	
<b>Ситуация потребления продукта</b>	Решаются вышеперечисленные задачи, больница получит бейджики для нового персонала, а так же таблички на кабинеты.	
<b>Продукты - заменители, которые он уже использует</b>	В больницах используются вывески, навигационные панели, таблички на кабинетах, бейджики.	

**Ожидания от продукта** Так как это больница, они ожидают от продукта не только качества но и стерильности всвязи с чем наша компания может предложить металлические таблички со специальным стерильным лаковым покрытием, который обеспечивает ни только стерильность но и долговечность товара, а так же содержит всю необходимую информацию.

**Что он читает в он-лайн** Существуют государственные форумы (тендеры) куда организаци выкладывают свои требования а предприниматели предложения, таким образом и выполняются гос. заказы.

**Что он читает в офф-лайн** -

**Уровень доходов** Высокий

**Возможность влиять на расходы** Присутствует

## 2.5 Ценностное предложение

Основной целью и ценностным предложением данного производственного стартапа является соблюдения необходимого качества продукции начиная с поставщиков сырья, для этого основным поставщиком металлических листов выбрана компания «ТОПСТАЛЬ» предлагающая широкий ассортимент различных металлических листов по толщине, прочности и цвету металла, так же соблюдаются стандарты и технология производства металлических табличек, бейджиков, и других товаров.

Ценностью данного стартапа так же является хоть и не широкий однако полноценный и распространенный ассортимент товаров, и разумеется цены которые ниже большинства конкурентов, но без потери качества. Благодаря



анализу целевой аудитории сформирован определенный ассортимент отвечающий всем возможным требованиям каждого из сегментов потребителя.

## **Таблица 7**

### **Формирование ценностного предложения**

#### **Преимущества нашего продукта/услуги**

-Высокое качество металлических изделий в связи с выбором хорошего поставщика сырья. Соблюдение технологий производства, всвязи с чем получаем качественный товар.

- Относительно низкие цены по сравнению с другими компаниями-производителями.

-Наличие доступного и удобного сайта с моментальной обратной связью и консультацией от производителя.

-Опытные работники производства которые имеют опыт работы в данной сфере от 1 года и производят товар в короткие сроки. Что позволяет уделить внимание большому количеству клиентов в единицу времени.

-На сайте и при личном общении с клиентом предлагаем разработку индивидуального дизайна необходимого товара, а так же производство по существующим шаблонам.

#### **Аспекты, которые ожидает/хочет потребитель от нашего продукта**

-высокое качество товара

-Долговечность

-Информативность, читаемость, возможность создания товара по их личному дизайну

-Низкие цены

-Вежливое и доброжелательное общение

### **К чему стоит стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов**

-Регулярной оптимизации ассортимента товаров

-Качественным консультациям по вопросам выбора материала, дизайна.

-Улучшения качества товара по средством использования других технологий производства и использования более качественного сырья.

-Увеличить количество информации о товаре в интернете.

### **Список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта в ценностное предложение.**

Ключевые слова: качественный, информативный, простой, красивый.

Ключевые фразы: Обеспечивает краткой, полноценной информацией, доступная и понятная навигация, долговечное качество.

Наше ценностное предложение: предлагаем Вашему вниманию специализированные товары для оснащения вышей организации необходимыми информационными вывесками, табличками, указателями, манипуляционными панелями, а так же бейджиками для персонала с вашим индивидуальным дизайном!

## 2.6 Конкурентный анализ

Был проведен сравнительный анализ основных производственных организаций металлических табличек. В результате получены следующие данные:

**Таблица 8**

### Конкурентный анализ

#### 1. Общий анализ конкурентов

<b>Конкурент</b>	<b>Преимущества / Недостатки</b>	<b>Что стартап может предложить в ответ на «преимущество» конкурента или «недостаток»</b>
Конкурент 1 MSKLASER	<b>Преимущества</b> На рынке более 6 лет Большое количество постоянных клиентов	За счет новизны нашей компании убедить клиентов в инновационности производства и его технологической простоте и качестве
	<b>Недостатки</b> Высокие цены на товары	Предложить цены существенно ниже
Конкурент 2 GravGrav	<b>Преимущества</b> Наличие авторитета компании, постоянных клиентов	Выпустить новую, а самое главное интересную и привлекательную рекламу в интернет

<b>Недостатки</b>	Узкая специализация на 1 товарной группе (бейджики)	Наша компания предлагает не только бейджики но и другие товары данной отрасли.	
Конкурент 3 BADGE	<b>Преимущества</b>	Использование в производстве не только металлических листов но и дерева, пластика и резины	Последовать их примеру и разработав адаптировать производство под другие материалы тем самым расширив диапазон выбора внешнего вида товара и его характеристик.
	<b>Недостатки</b>	Отсутствие дизайна на сайте, одностраничник, на белом фоне.	Улучшить свой сайт, добавить познавательную информацию для клиентов и сделать оригинальный дизайн
	<b>Преимущества</b>	Широкий ассортимент товара	Увеличить разнообразие ассортимента
Конкурент 4 СувенирПринт	<b>Недостатки</b>	Устаревший вид, подход к производству, узкий выбор дизайна	В данном случае преимуществ у нашей компании больше за счет инновационного и быстрого производства
Конкурент 5 TabCentr	<b>Преимущества</b>	Большое количество наград, самый широкий ассортимент на рынке	Увеличить ассортимент компании переняв опыт данной

**Недостатки** Не обнаружено

## 2. SWOT – анализ рынка

### **Сильные стороны**

Постоянная, круговая потребность в данных товарах, разработка новых технологий.

Расширение ассортимента.

### **Слабые стороны**

Усиление конкуренции

Необходимость регулярного обновления ассортимента

Введение инноваций в производственный процесс, материалы, рекламу и ценностное предложение.

## 3. SWOT – анализ стартапа

### **Сильные стороны**

Возможность создания хорошей репутации при учёте ошибок конкурентов, возможность привлечения большого числа клиентов, по средством индивидуального подхода в дизайне, выбора стартового материала, преимущественно низкие цены без нарушения рыночной экономики.

### **Слабые стороны**

Наличие достойных конкурентов, возможность изменения технологий.

Замещение данных товаров на более инновационные.

## **2.7 Рынок сбыта и его потенциал**

Количество потенциальных покупателей (в год): 120

объем выручки (в месяц): 200 000 рублей

Рентабельность: (%) 45%

Чистый доход в месяц (в рублях): 75 000

## **2.8 Разработка модели монетизации**

Для данного стартапа целесообразнее всего выбрать самую основную, простую и распространенную модель монетизации, это МОДЕЛЬ ПРОДАЖ, если опустить историю с производством данного товара, то по своей сути данный стартап занимается торговлей, и осуществляется она несколькими простыми способами.

На сайте организации имеется пункт обратной связи где потенциальный клиент может оставить свое сообщение или же позвонить на прямую менеджеру и уточнить все необходимые детали.

Так же на соответствующем форуме есть анкета нашего предприятия, где так же указан номер телефона.

А так же заказы осуществляются непосредственно при личном общении с клиентом. Сперва обсуждается, что конкретно хочет от компании покупатель, какие товары, в каком количестве, затем ему предлагаются варианты дизайна , а так же возможность, составить свой индивидуальный дизайн, выбор материала и размера изделия, затем заключается договор в котором указаны сроки производства и другие необходимые данные, после выполнения заказа, он доставляется курьером в организацию, а в случае приобретения дополнительных услуг клиентом, приезжает мастер и устанавливает таблички на стены и так далее. Затем происходит оплата в соответствии с договором.

## **2.9 Бизнес-модель**

Для данного производственного стартапа целесообразнее выбрать бизнес-модель Остервельдера которая представляет собой 8 основных структурных блоков, или же модель Ю.Б. Рубина, состоящей из 12 структурных блоков, которые более точно и полноценно описывают стартап и дают доскональное представление о нем на равне с бизнес-планом.

## **2.10 Маркетинговые коммуникации и привлечение первых клиентов**

В современный век коммуникаций и информации, самым правильным решением будет продвижение стартапа в сети интернет, создание сайта, реклама на форумах, участие в тендерах и тому подобное, возможно даже записать рекламный ролик, в котором будет рассказываться история производства, его тонкости, что обеспечит прозрачность и привлечение интереса клиентов конкретно к нашей компании и товарам, данный видео ролик можно разместить на своем сайте.

Имеет смысл создать программу акций для крупных покупателей, и определенный льготы для постоянных клиентов, в виде скидок, бесплатных дополнительных услуг и тому подобного.

Так же для создания доверительных отношений и построения долгосрочной перспективы с клиентом, нужно иногда проводить встречи лично, чтобы клиент мог из первых уст узнать все интересующие его ответы

## **Заключение**

Разработка конкретного бизнес – плана в большинстве случаев процесс творческий, основанный на учете не только общих закономерностей бизнеса, но и специфических условий, личного опыта и знаний предпринимателя. В зависимости от реальных обстоятельств подготовка бизнес – плана может быть организована различным образом:

- самим предпринимателем, имеющим соответствующий опыт;
- командой предпринимателя, которая будет в дальнейшем реализовывать проект;
- сторонней специализированной компанией за определенную плату.

Для успеха в бизнесе важное значение имеет не просто правильное определение для себя рынка, но и отыскание на нем своей, часто очень узкой области, места, которое еще не занято или недостаточно использованную конкурентами – «нишу» рынка, т.е. ограниченной сферы предпринимательской деятельности,

ориентированной на определенного потребителя и позволяющей бизнесмену наиболее эффективным образом реализовать свои возможности. Поиск «ниши» на рынке напоминает поиск свободного пространства, вакуума, который надо поскорее заполнить. В сущности, «ниша» рынка - это совмещение назревших и вполне осознанных потребностей и проблем общества с в чем-то не вполне осознанными, нетрадиционными формами, способами, методами их решения и удовлетворения.

В экономике любой страны можно выгодно обнаруживать и заполнять тысячи и тысячи «ниш» даже на традиционных и давно поделенных рынках. Многие преуспевающие компании быстрым ростом обязаны не тому, что их руководство стремилось создать новый продукт, а потому, что их руководство стремилось создать новый продукт, а потому, что внедрило на рынке ту же продукцию или услуги, что и другие фирмы той же отрасли, но совершенно иным, инновационным образом.

В данной работе подробно рассмотрена ценность бизнес-плана, необходимость его составления, актуальность в современном мире, так же выявлены другие его бесспорно положительные качества которые помогают начинающему бизнесмену в первую очередь наглядно расписав свой стартап понять, что, как, для кого и каким образом он будет делать и продавать, из чего делаем вывод, что бизнес план в первую очередь нужен самому предпринимателю, а уже в дальнейшем, будет отличным инструментом для получения инвестиций в виде кредитов, государственных ссуд, получении денег от друзей, родственников или же крупных инвесторов, а так же для краундфандинговых платформ.

В практической части курсовой работы наглядно, подробно и точно показано составление бизнес плана на примере ИП Новиков Н.А. В данном бизнес-плане затронуты все основные пункты начиная с резюме и ключевой идеи стартапа, показано как правильно подходить к формированию команды бизнеса. Проведен доскональный анализ целевой аудитории бизнеса, сформулировано ценностное предложение, а так же проведен сравнительный-конкурентный анализ на примере 5 основных конкурентов данного бизнеса, проанализирован рынок сбыта и его потенциал, а так же различные маркетинговые аспекты бизнес-планирования.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что бизнес-план, был, есть и будет, одним из основных, лучших и надежных инструментов для построения собственного бизнеса.



# Список используемой литературы и интернет ресурсов

## Основные источники:

1. Рубин Ю.Б. Управление собственным бизнесом: учебник для высшей школы. – М.: МФПУ «Университет», 2016.
2. Коммерческая деятельность. Основы коммерции: учебное пособие / Г.Г. Левкин, О.А. Никифоров. — Москва: КноРус, 2017. — 258 с.  
<https://www.book.ru/book/920826>

## Дополнительные источники:

1. Менеджмент малого бизнеса: учебник / под ред. проф. М.М. Максимцова и профессора В.Я.Горфинкеля. – М.:Вузовский учебник, 2010. – 269 с.
2. Малое предпринимательство: учебник / под редакцией Лапуста. – М.:ИНФРА-М, 2010. – 685 с.
3. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление: учебное пособие / под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 480 с.
4. Организация торговли/ Чернухина Г.Н. Московский финансово- промышленный университет, 2016.- 192 с.
5. Предпринимательство: учебник / А.Н. Романов, В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк и др. ; под ред. В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 687 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01545-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116987>

## Нормативные правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, утвержденный Федеральным законом от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (в ред. от 31.12.2014 г.);
2. Налоговый кодекс РФ: ч. 1 и 2;
3. Трудовой кодекс РФ;
4. Федеральный закон от 8 августа 2001 г.№ 129 ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
5. Федеральный закон от 24 июля 2007 г.№ 209 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

6. Федеральный закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
7. Федеральный Закон Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 05.05.2014 г.);

Интернет ресурсы:

1. [https://works.doklad.ru/view/xAs2T-qE\\_BM.html](https://works.doklad.ru/view/xAs2T-qE_BM.html)
2. <https://www.gd.ru/articles/9019-biznes-planirovanie>
3. <https://utmagazine.ru/posts/8654-biznes-planirovanie>
4. <http://business-ideal.ru/biznes-planirovanie-sut-i-celi>
5. <https://businessxxl.ru/что-такое-biznes-plan-i-biznes-planirovanie/>
6. <https://studfiles.net/preview/4293820/page:3/>
7. <https://studfiles.net/preview/4293820/page:2/>