СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | ВВЕДЕНИЕ | 3-5 |
| 2.  | Глава 1. Бизнес как особый вид деятельности | 6 |
| 3. | Глава 2. Признаки бизнеса | 7-9 |
| 4. | Глава3. Роль бизнес-плана в современных условиях | 10-13 |
| 5. | Глава 4. Структура бизнес-плана | 14-20 |
| 6. | ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 21 |
| 7. | ЛИТЕРАТУРА | 22 |

ВВЕДЕНИЕ

Термин "бизнес" имеет английское происхождение и переводится как дело, деятельность, занятие. Но дать однозначное определение термину "бизнес" нельзя. В большинстве учебниках, написанных в разное время для различных стран, ему даются неодинаковые определения с разными существенными признаками. Английский профессор Алан Хоскинг в учебнике «Курс предпринимательства» определяет бизнес как "деятельность, осуществляемая частными лицами или организациями для извлечения природных благ производства или оказания услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги, ведущая к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций" . Другой американский ученый, профессор Роберт Хизрич определяет "предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя - как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым».

Российский ученый Юрий Осипов пишет, что "бизнес - это делание денег из денег, но ...обязательно посредством полезной производительной деятельности - изготовлением продукта или оказания услуги." В учебнике А.В. Бусыгина дано сразу несколько определений бизнеса и предпринимательства и как "искусства ведения деловой активности", и "как мыслительного процесса", и как "особого настроя души, формы деловой романтики и средства реализации человеком присущих ему потенций" и как "умение организовать собственный бизнес и достаточно осуществлять функции связанные с ведением собственного дела".

Российский законодатель дал определение понятия бизнеса и предпринимательства в Гражданском кодексе Российской Федерации (ст.2): "…самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке".

Бизнес - это не только появление новых технологий, товаров и рынков. Успешность бизнеса определяется и способностью к разработке и накоплению опыта социального взаимодействия - институтов - правил и процедур ведения дела. Бизнес, так же можно подразделить на два типа – это процедурный и интуитивный.

[Процедурный или рациональный бизнес](http://econbook.kemsu.ru/UMK_Aparina/glossary.html%22%20%5Cl%20%22%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9) - это бизнес, в основе которого лежат формальные правила и процедуры, применимые в стандартных ситуациях. Большинство крупных фирм на современном развитом рынке можно отнести к этому типу бизнеса. Поэтому, когда экономисты анализируют поведение современной крупной фирмы использую термин "рациональное поведение". Оно складывается из большого количества формальных структур и процедур ведения бизнеса, которые новом институциональном направлении экономической теории получили название рутин. Рутины позволяют снизить риск и неопределенность ведения бизнеса в динамично изменяющихся условиях, позволяют фирмам активно усваивать и рационально перерабатывать огромный поток внешней и внутренней информации. Рациональный бизнес является ведущим в развитых странах. Там, предприниматели, постоянно тщательно анализируют и отбирают наиболее эффективные методы и приемы, которые затем через систему бизнес образования транслируются на всю экономическую систему.

Рациональность крупных западных фирм сложилась не сразу и прошла несколько этапов. Процесс формирования рутин был активно начат на рубеже XIX-XX веков. До этого времени ведение бизнеса основывалось на личных качествах и опыте бизнесмена. Рутины в таком бизнесе играли подчиненную роль. Бизнес был ориентирован на захват новых рынков, начало производство новых продуктов.

Такой вид бизнеса в экономической литературе получил название [интуитивного бизнеса.](http://econbook.kemsu.ru/UMK_Aparina/glossary.html#%D0%98%D0%BD%D1%82%D1%83%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B9)Интуитивный бизнес характерен для периода становления рыночной экономики, когда не сложились единые правила игры, рыночная среда неустойчива и нельзя найти ни стандартных ситуаций, ни стандартных моделей поведения бизнеса. Он успешно существовал до тех пор, пока рыночная экономика находилась в стадии становления и большие различия в условиях ведения бизнеса и ценах на ресурсы позволяли без проблем получать значительную экономическую прибыль.

Интуитивное предпринимательство часто встречается и в развитых рыночных странах в фирмах, которые проходят этап становления или находятся в кризисном состоянии. В основе интуитивного предпринимательства лежит личный опыт и интуиция бизнесмена. Эти два вида бизнеса связаны между собой. Интуитивные находки предпринимателей по мере становления бизнеса постепенно формализуются и превращаются в формальные правила и процедуры (должностные инструкции, этику предпринимателей, нормы права). Бурное развитие бизнеса регулярно заставляет предпринимателей искать новые формы организации дела и правило ведения бизнеса, в основе которых также лежит интуитивный бизнес.

Глава 1. Бизнес как особый вид деятельности

Бизнес - это инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая своими целями получение прибыли и развитие собственного дела. В ходе предпринимательской деятельности создаются новые блага и услуги, рынки, технологии, изменяются формы организации и самого бизнеса и условия воспроизводства всех остальных участников экономической деятельности. Под воздействием бизнеса меняется вся экономическая, социальная и даже правовая структура общества.

Синонимом слова бизнес есть слово – предпринимательство. Развитие предпринимательства играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства. Оно является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше хозяйствующих субъектов имеют возможность проявить свою инициативу и творческие способности, тем меньше разрыв между потенциальными и фактическими результатами развития. Предпринимательство обеспечивает освоение новых перспективных производств, способствует "вымыванию" устаревших. Оно способствует развитию конкуренции, а также увеличению "открытости" национальной экономики, развитию ввоза и вывоза капитала.

Таким образом, предпринимательство как субъект хозяйствования и особый творческий тип экономического поведения составляет неотъемлемое свойство всех факторов достижения экономического успеха.

Глава 2. Признаки бизнеса

Бизнес от остальных видов экономической активности отличает особое отношение к прибыли. Бизнесмен более чем другие субъекты рынка заинтересован в ее максимизации. Динамика прибыли полностью определяет организацию и производственную деятельность фирмы. Она показывает степень успешности бизнеса. Рост прибыли заставляет предпринимателя активизировать инвестиции, наращивать объемы производства, снижение прибыли заставляет предпринимателя искать новые виды, формы ведения и организации бизнеса. Прибыль для, предпринимателя, выступает в качестве цели и индикатора его деятельности. Поэтому, какое бы определение бизнеса мы не взяли, в нем присутствует формулировка " [ориентация на прибыль](http://econbook.kemsu.ru/UMK_Aparina/glossary.html#%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C)". Однако она не является единственной целью бизнеса.

Бизнес - это не только самая активная форма экономической деятельности, но и одна из самых сложных. В ходе своей деятельности предпринимателю приходится взаимодействовать с большим количеством поставщиков, наемных работников, потребителей продукции. Для поддержания устойчивости своего дела бизнесмену необходимо поддерживать долговременные связи с государством, общественными организациями и т.д. (см. рисунок 1.1.) Эффективное долговременное взаимодействие невозможно без учета и включения в свою повседневную деятельность целого пучка социальных целей. К наиболее важным из них можно отнести соблюдение условий деловой этики, развитие коллектива фирмы, удовлетворение потребностей общества в качественных товарах и экологические цели предпринимателей.

Большую роль в усложнении целей фирмы сыграли растущие издержки на обеспечение стабильности бизнеса и прежде всего [трансакционные издержки](http://econbook.kemsu.ru/UMK_Aparina/glossary.html#%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5). К таким видам издержек относят: расходы на поиск информации (поиск работников необходимой квалификации), ведение переговоров и заключение контрактов (создание отдела кадров), измерение (создание собственных ОТК), определение и защиту прав собственности. Создание юридических служб и служб безопасности на фирме.

Чем сложнее становится бизнес тем выше такие издержки. Они постепенно превращаются в преграду для развития бизнеса, и заставляют предпринимателей активно бороться за их снижения. Это приводит к усложнению целей бизнеса и появлению иерархии целей. Целью становится устойчивое и успешное функционирование бизнеса, для которого прибыль становится важным но не единственным фактором.

Важнейшими инструментами снижения таких издержек является публичное выражение готовности вести бизнес соблюдая интересы наемного персонала, партнеров по бизнесу, потребителей и государства. Например, в большинстве современных американских фирм цели звучат как максимальное удовлетворение разнообразных потребностей потребителей на основе невысоких цен, высокого качества продукции, роста ее ассортимента и т.д. В большинстве японских и южно корейских фирм целью бизнеса является завоевание доли рынка или лидерства на рынке. Очень часто это делается в ущерб прибыльности и фирмы не получают нормальную прибыль. Во всем мире предприниматели, имеющие в своем арсенале репутацию честного партнера, беспокоящегося об общественных интересах, имеют возможность доступа к более дешевым кредитам, могут рассчитывать на лояльность сотрудников и пользуются государственной поддержкой, как в своей стране, так и зарубежном.

 Прибыль играет и еще одну важную роль - она является вознаграждением принятие на себя риска. Предприниматели заслуживают получения определенного дохода (прибыли) на вложенный капитал, так же как отдельные вкладчики в банк имеют право на получения процентов на свои личные вклады. Но предприниматели заслуживают более высокого дохода, так как рискуют потерпеть неудачу, в то время как риск отдельных вкладчиков как правило значительно ниже.

 Бизнес без риска не возможен. Любое предприятие представляет риск для предпринимателей. Они могут добиться успеха или потерпеть неудачу. Постоянное стремление к снижению риска является важнейшим стимулом развития их деятельности.

Риск - это возможность наступления неблагоприятных условий ведения бизнеса (как внутренних, так и внешних). Оценка риска особенно важна при принятии решений о развитии бизнеса и инвестициях. При этом величина риска всегда сопоставляется с размерами предполагаемой прибыли. Поэтому проект, имеющий относительно высокий риск, но обещающий предпринимателю достаточно большую прибыль может оказаться для него более привлекательным, чем проект с небольшими рисками, но и незначительной прибылью.

В условиях развитого процедурного бизнеса предприниматель получает возможность не только оценить размеры возможных убытков, но прогнозировать вероятность наступления неблагоприятных условий. Поэтому в странах с развитой рыночной системой активно действует [страховой бизнес](http://econbook.kemsu.ru/UMK_Aparina/glossary.html#%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9), который позволяет предпринимателям покрывать такие расходы. Развитие страхового бизнеса является фактором сокращения доли теневого предпринимательства.

Глава 3. РОЛЬ БИЗНЕ-ПЛАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

 Бизнес-план сегодня не просто модное в России слово. Это официальный документ, который является одним из основных инструментов по добыванию денег. В западных деловых кругах его часто называют просто «сделка».

 Бизнес-план появился у нас в начале 90-х годов и был принципиально отличным от действующих документов. Многие, поначалу, не обратили на него внимание, другие, обратив, не придали должного значения.

Вскоре выяснилось, что бизнес-план ,если к нему отнестись серьезно, требует знаний отечественного бизнеса, его глубин. Не все сразу стали разрабатывать, предъявлять и требовать бизнес-план. Вскоре необходимость в бизнес-плане стала настолько очевидной, что уже в 1994-1995 гг. он становится обязательным. В январе 1995 г. Московское правительство, например, опубликовало распоряжение, в котором впервые рекомендовало бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности вложений инвестиций в проектирование и строительство объектов и градостроительных комплексов.

 Многие предприятия разрабатывают бизнес-планы по собственным методикам и рекомендациям, разрабатывают подробные перечни вопросов, на которые следует ответить в данном документе. Не только коммерческие банки, но и государственные организации требуют представления бизнес-плана от своих потенциальных помощников.

 Бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Он описывает процесс функционирования предприятия, показывает, каким образом его руководители собираются достичь своих целей и задач. Хорошо разработанный бизнес-план помогает предприятию расти, завоевывать новые позиции на рынке, где оно функционирует, составлять перспективные планы своего развития , концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации , то есть в нем описываются основные аспекты будущего предприятия , с достаточной полнотой анализируются проблемы, с которыми оно столкнется (или не исключено, что столкнется) и самыми современными методами определяются способы решения этих проблем. Таким образом, бизнес-план – одновременно поисковая, научно- исследовательская и проектная (пред проектная) работа. Бизнес-план является постоянным документом; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри

предприятия, так и изменениями на рынке, где действует предприятие, и в

экономике в целом.

 Благодаря бизнес-плану у руководства появляется редкая возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны, может быть, даже глазами придирчивого эксперта. Да и сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет «собраться», мобилизоваться, сосредоточиться.

 Цели бизнес-плана могут быть различными , например, получение кредита, или привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия, или определение направлений и ориентиров самого предприятия в мире бизнеса и т.д.

Предприятия, работающие в стабильной ситуации и производящие продукты для достаточно устойчивого рынка при росте объемов производства, разрабатывают бизнес-план, направленный на совершенствование производства и поиск путей снижения его издержек. Однако все эти предприятия постоянно предусматривают мероприятия по модернизации производимой ими продукции (услуг) и формируют их в виде локальных бизнес-планов.

Предприятия, выпускающие продукцию при постоянном риске, прежде всего

систематически работают над бизнес-планами по освоению новых видов продукции по переходу на новые поколения изделий и т.д.

 Бизнес-план оценивает перспективную ситуацию как внутри фирмы, так и вне ее. Он необходим руководству фирмы для ориентации в условиях акционерной собственности и при создании товарищества. С помощью бизнес-плана руководство фирмы принимает решение, какая часть прибыли остается в деле для накопления, а какая распределяется в виде дивидендов между акционерами. Бизнес-план используется для обоснования мероприятий по совершенствованию и развитию организационно-производственной структуры фирмы, в частности для обоснования уровня централизации и ответственности.

 Бизнес-план предусматривает решение следующих стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием, независимо от его функциональной ориентации:

· организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка

сегодняшнего состояния предприятия;

· выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности предприятия, акцентируя внимание на сильных сторонах и не скрывая слабых;

· формирования инвестиционно-проектных целей этой деятельности на

планируемый период.

 Бизнес-план должен быть представлен в форме, позволяющей заинтересованному лицу получить четкое представление о существе дела, степени своего участия в нем. Объем и степень конкретизации разделов бизнес-плана определяются спецификой и областью деятельности.

Таким образом, бизнес-план используется независимо от сферы деятельности, масштабов, собственности и организационно-правовой формы предприятия. В любом случае решаются как внутренние, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими

предприятиями и организациями.

Глава 4. СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

 Структура бизне-плана предусматривает разделы, в которых раскрывается основная идея и цели бизнеса. Характеризуется специфика продукта фирмы и удовлетворение им потребностей рынка, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения фирмы на определенных рыночных сегментах, определяются организационная и производственная структуры, формируется финансовый проект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста фирмы. Объем и степень конкретизации разделов плана определяется спецификой компании и области ее деятельности.

 Бизнес-план может иметь следующую структуру:

¨ аннотация;

¨ резюме;

¨ описание предприятия и отрасли;

¨ описание продукции;

¨ план маркетинга;

¨ производственный план;

¨ организационный план;

¨ финансовый план;

¨ график выполнения работ (календарный план);

¨ анализ рисков (анализ чувствительности) проекта;

¨ приложения.

Бизнес-план начинается с титульного листа, на котором указываются:

наименование предприятия- инициатора проекта, его название, а также авторы проекта, время и место подготовки бизнес-плана.

 Резюме представляет собой краткий обзор бизнес-плана и является наиболее важным из разделов. Это связано с тем, что банкиры или другие финансисты очень занятые люди и предпочитают не тратить на знакомство с планом более 5 или 10 мину, причем большинство из них зачастую ограничиваются прочтением только титульного листа и резюме. Таким образом, резюме должно быть кратким, не более трех страниц. Именно первое знакомство потенциального инвестора с планом является определяющим для судьбы проекта и поэтому резюме должно быть проработано таким образом, чтобы вызвать к нему интерес. Пишется резюме в последнюю очередь, причем следует подбирать наиболее доходчивые выражения, сохраняя деловой стиль и не используя жаргонные фразы.

Резюме должно включать следующую информацию:

- полное название, адрес и телефон предприятия- инициатора проекта;

- описание предприятия, его специфических черт, какой путь развития

прошло предприятие на сегодняшний день;

- кратки сведения о квалификации управленческого персонала, какими

способностями, применительно к данному проекту, обладает управленческий

персонал;

- долгосрочные и краткосрочные цели проекта, какого роста можно, какие доходы предполагается получить, за какой период времени;

- тактический план, краткое изложение того, как будут достигаться

поставленные цели;

- краткая характеристика конъюнктуры рынка;

- преимущество продукции или услуг предприятия, ресурсы компании и ее финансовое состояние;

- совокупная стоимость проекта, объем средств, которые инициатор

инвестирует в проект;

- потребность в финансировании, желательные формы и условия

инвестирования, гарантии по возврату заемных средств;

- ключевые экономические показатели эффективности проекта.

 Описание предприятия и отрасли имеет целью формирование у лиц, принимающих инвестиционные решения, четкого представления о предприятии как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта.

Описание предприятия должно включать в себя следующие данные:

- описание предприятия, его организационно-правовая форма, юридический

и почтовый адрес;

- краткая экономико-географическая и историческая справка (место

нахождения предприятия, занимаемая площадь, дата образования, первоначальные цели предприятия и сведения о развитии за прошедшее время);

- уставный капитал предприятия;

- учредители и распределение капитала между ними;

- организационная структура предприятия;

- дочерние предприятия;

- состав звена управления ( сведения о руководителях: занимаемая

должность, Ф.И.О., возраст, образование, опыт работы), персонал предприятия и его структура;

- структура активов (основной и оборотный капитал); характеристика

материальных ресурсов: зданий и сооружений, объектов социальной

инфраструктуры, оборудования (остаточная стоимость и степень износа),

незавершенного строительства, материальных запасов;

- описание текущего состояния предприятия , анализ баланса;

- доля рынка продукции, представляемой предприятием;

- потребители продукции предприятия, их местонахождение и объемы

потребления;

- позиционный анализ (качество продукции и услуг, уровень технологии,

уровень производственных издержек, квалификация персонала, месторасположения источников энергии и поставщиков материалов, комплектующих и т.д.);

Описание и анализ состояния и перспектив развития отрасли в бизнес-плане

решает две задачи:

а) изучение состояния и тенденции развития отрасли как объекта инвестирования;

б) получение исходной информации для прогноза объема производства и

реализации продукции и услуг предприятия с учетом конкуренции.

 Описание продукции. В данном разделе необходимо дать краткое описание потребительских свойств продукции, предлагаемой предприятием, а также результаты сравнительного анализа с аналогами на рынке.

Описание продукции включает в себя следующее:

- наименование изделия и его спецификация;

- функциональное назначение и область применения ( для каких

потребителей предназначена продукция);

- основные технические, эстетические и другие характеристики продукции;

- показатели технологичности и универсальности продукции;

- соответствие стандартам и нормативам;

- стоимостная характеристика;

- стадия развития продукта (идея, эскизный проект, рабочий проект,

прототип, опытная партия, серийное производство);

- требования к продукции (к контролю качества, подготовке

пользователей, обслуживанию);

- возможности дальнейшего развития продукции;

- концепция развития продукции следующих поколений;

- сведения о патентно-лицензионной защите, торговых знаках, авторских

правах и других объектах интеллектуальной собственности;

- структура выпуска продукции в натуральных и стоимостных показателях

в настоящее время;

- перечень продукции, выпускаемой за последние 10 лет, но снятой с

производства;

- условия поставки продукции;

- преимущества продукции перед аналогами;

- экспортные возможности продукции.

 План маркетинга. В данном разделе дается оценка рыночных возможностей предприятия. Объем сбыта продукции (услуг) с точки зрения прогнозирования является наиболее важным и сложным, поскольку анализ существующего рынка и политика формирования уровня и структуры спроса на продукцию определяют результаты реализации инвестиционного проекта.

Результаты исследования рынка являются также базой для разработки

долгосрочной стратегии и текущей политики предприятия и определяют его

потребности в материальных, людских и денежных ресурсах.

 Производственный план. Данный раздел бизнес-плана представляется только предпринимателями, занимающимися производством. Главная задача раздела – показать потенциальным партнерам, что предприятие в состоянии реально производить определенное количество товаров в необходимые сроки и с требуемым количеством. Данные этого раздела бизнес-плана желательно приводить в перспективе на 2-3 года, а для крупных предприятиях – на 4-5 лет.

Организационный план. В данной части бизнес-плана дается описание концепции и структуры управления проектом (или организационная схема по структуре предприятия), а также характеристика состава группы управления.

Для описания организационной структуры предприятия необходимо иметь:

- Устав предприятия;

- Положение о Совете директоров (собственников);

- Перечень основных подразделений предприятия, участвующих в

реализации проекта, их функции;

- Взаимодействие подразделений между собой;

- Распределение обязанностей в группе управления;

- Подробное описание членов группы управления – Ф.И.О., квалификация,

вклад в достижения предприятия, опыт, принципы, лежащие в основе оплаты труда данного управляющего.

Финансовый план. Данный раздел бизнес-плана является итоговым и просчитывается по результатам прогноза производства и сбыта продукции. Здесь наряду с прогнозируемым движением денежных потоков (поступлениям и выплатам) должно быть подробно описано текущее финансовое состояние предприятия (рои условии, что проект реализуется на действующем предприятии). Обычно финансовый раздел представлен тремя основными документами:

 а) отчетом о прибылях и убытках;

 б) балансовой ведомостью;

 в) отчетом о движении денежных средств (Cash Flows).

 Календарный план – важнейшая часть бизнес-плана. В нем указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Кроме того, в этом разделе отмечаются плановые цели и обращается внимание на те моменты, которые наиболее опасны для успеха проекта. Хорошо составленный календарный план может быть исключительно эффективен для получения дополнительных средств от потенциальных инвесторов, а также демонстрирует способность руководителей проекта планировать работу и сводить к минимуму риск. Отдельно подготавливается как часть календарного плана помесячное расписание, показывающее время работ по внедрению продукта.

Указываются события, являющиеся самыми значительными или наиболее опасными для успеха проекта.

 Проблема риска и дохода в производственной и финансовой деятельности предприятия является одной из главных. Для предприятия риск означает вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части его ресурсов, не до получению доходов или появлению дополнительных расходов в результате производственной и финансовой деятельности. Современная экономическая ситуация, в которой работают предприятия , неблагоприятна. Конъюнктура рынка изменяется, и поэтому предприятия постоянно сталкиваются с риском, т.к. происходят перемены в положении конкурентов, изменяются условия и формы финансирования, система налогообложения и т.д. Поэтому при разработке

бизнес-плана должны быть учтены возможные изменения рыночной ситуации. Проводят качественный и количественный анализ риска.

 Приложение. Остались еще темы, которые можно изложить в бизнес-плане, и вопросы, которые могут возникнуть при обращении за кредитом. Поэтому в приложения включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие современного бизнеса в России дает основания предполагать, что в будущем этот сектор хозяйствования будет развиваться.
Предпринимательство, т.е. бизнес ведет к оздоровлению экономики в целом.

Следовательно, необходимо изучать все стороны развития бизнеса не только в России, но и за рубежом. Принимая и изучая опыт ведущих и успешно развивающих компания, где бизнес процветает. Во многом, для развития бизнеса предприятия, поможет хорошо спланированный бизнес-план.

Бизнес-план является одним из первых обобщающих документов обоснования инвестиций и содержит укрупненные данные о планируемой номенклатуре и объемах выпуска продукции. Характеристики рынков сбыта и сырьевой базы, потребность производства в земельных, энергетических и трудовых ресурсах, а также содержит ряд показателей, дающих представление о коммерческой, бюджетной и экономической эффективности рассматриваемого проекта и в первую очередь представляющих интерес для участников-инвесторов проекта. Расчеты показателей адаптированы к требованиям и условиям современного отечественного и зарубежного инвестирования. Бизнес-план является объектом интелектуальной собственности, предметом коммерческой тайны и подлежит соответствующей защите.

ЛИТЕРАТУРА

1.Буров, В. П., Ломакин, А. Л., Морошкин, В. А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика.: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2004.

2.Волков, О. И., Скляренко, В. К. Экономика предприятия: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2003.

3.Грибов, В. Д., Грузинов, В. П. Экономика предприятия: Учебник. Практикум. – М.: Финансы и статистика, 2004.

4.Грузинов, В. П. Экономика предприятия и предпринимательство: Учеб. пособие. - М.: Софит, 1994.

5.Идрисов, А. Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций. – М.: PRO-INVEST Consulting, 1995.

6.Ильин, А. И. Планирование на предприятии: Учебник. - Мн.: Новое знание, 2001.

7.Липсиц, И. В. Бизнес-план – основа успеха. – М.: Машиностроение, 1993.

8.Предпринимательство: Учебник / Под ред. М. Г. Лапусты. - М.: ИНФРА-М, 2000.

9.Скляренко, В. К., Прудников, В. М. Экономика предприятия: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2006.