ГОУ ВПО РОССИЙСКО–АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

**Эссе по дисциплине:**

Государственное регулирование экономики

**По теме:**

“Бизнес-план предприятия”

Студентка 4 курса

экономического факультета

( менеджмент)

Арутюнян Эмма

Ереван-2010

"Бизнес-план – это фотоснимок непрерывно

меняющейся стратегии.

Что в любом бизнес-плане неизменно, так это изменения".

Джон Нешейм

В 21-ом веке почти повсеместно стала осознаваться то, что эффективность деятельности компании определяется взаимодействием и взаимовлиянием на другие единицы бизнес среды. Любая компания в современных условиях должна быть гибкой и со скоростью света адаптироваться к изменениям, которые появляются в микро и макро среде., и именно такой инструмент как бизнес-план обеспечивает равноценную реакцию на трансформации внешней среды.

Именно с позиции современных условий необходимо раскрыть следующие вопросы:

1. Что такое бизнес-план?
2. Кому нужен бизнес-план?
3. Какие виды бизнес- планов существуют?
4. Какова структура бизнес-плана?
5. Какие проблемы являются типичными для современного бизнес-плана?

И наконец, необходимо обосновать актуальность бизнес-планов в 21-ом веке.

**1.Что же такое бизнес-план?**

**Бизнес план**- краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения. Бизнес план является своего рода документом, страхующим успех предполагаемого бизнеса, в то же время, бизнес-план- инструмент самообучения.[[1]](#footnote-1)

Обычно он составляется на 5 лет или при ее создании, или в переломные моменты

существования, например при расширении масштабов деятельности, изменении направления работ, для привлечения крупных инвестиций и венчурного капитала, для проведения инновационной политики и т. п.

**Основная цель** разработки бизнес-плана - спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.[[2]](#footnote-2)

**2.Кому нужен бизнес-план**?

 Бизнес-план имеет внутренних пользователей и внешних.

Во-первых предприниматель должен сам осознать и оценить идею и стоимость своего проекта, а во-вторых, он должен позиционировать свою идею в мыслях потенциальных инвесторов. Такой инструмент помогает генератору идей наиболее детально и ярко изучить и представлять свой проект.

Итак, бизнес-план нужен:[[3]](#footnote-3)

* предпринимателю — для проверки разумности, реалистичности, практической реализуемости и экономической эффективности своих идей;
* руководству компании — для планирования и координации деятельности в долгосрочной перспективе;
* персоналу предприятия— для понимания долгосрочных перспектив компании, своих задач и карьерных перспектив;
* сторонним инвесторам — для оценки эффективности и рисков проекта и принятия решения об участии в нем;
* кредиторам — для принятия решения о предоставлении заемных средств.

**3. Какие виды бизнес- планов существуют?**

Каждый предприниматель разрабатывает бизнес-план в зависимости от уникальностей и направлений своего бизнеса и будущего проекта, а также учитывая свои цели, намерения, временные и иные ресурсы, необходимые для эффективной реализации проекта. Для этого необходимо осознать цель именно данного бизнес-плана, т.е. правильно определить каким должен быть данный план. И в связи с этим важно четко классифицировать бизнес-планы по типам и использовать на практике наиболее актуальный.

Бизнес-планы классифицируются по следующим основаниям:[[4]](#footnote-4)

* тип проекта- по основным сферам деятельности, в которых существует проект(технический, организационный, экономический, смешанный);
* класс проекта – по составу, структуре и его предметной области (монопроект, мультипроект, мегапроект);
* масштаб проекта- по размерам самого проекта (мелкие, средние, крупные. Такое разделение проектов очень условное. Масштабы проектов можно рассматривать в более конкретные форме- межгосударственные, международные, национальные, межотраслевые и отраслевые, корпоративные, ведомственные, проекты одного предприятия);
* длительность проекта- по продолжительности периода осуществления проекта( краткосрочные( до 3 лет), среднесрочные( от 3- 5 лет), долгосрочные( свыше 5 лет);
* сложность проекта- например, по степени финансовой, технической или др. сложности;
* вид проекта- по характеру предметной области проекта(инновационный, организационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный).

**4. Какова структура бизнес-плана?**

Структура бизнес-плана не имеет стандартной формы, однако она должна включать определенные разделы, оценки и показатели, которые выявляются на основании SWOT –анализа, PESTE-анализа ,EFAS-анализа и других видов исследований. На основании этих анализов характеризуется сама организация и проект, для чего составляется данный бизнес-план.

Оптимальная структура бизнес-плана, с учетом всевозможных расчетов и оценок должен включать следующие пункты:

* Титульный лист
* Аннотации
* Меморандиум о конфиденциальности
* Оглавление

Затем его основные разделы:[[5]](#footnote-5)

1. Резюме
2. История бизнеса организации (описание отрасли)
3. Характеристика объекта бизнеса организации
4. Анализ бизнес-среды организации
5. План маркетинга
6. Производственный план
7. Организационный план
8. Страхование рисков
9. Финансовый план
10. Приложения

Все разделы бизнес-плана должны сочетаться между собой. Чтобы не возникали проблемы с корректировкой разделов ,целесообразно разрабатывать несколько вариантов бизнес-планов.

**Структура и основные разделы бизнес плана[[6]](#footnote-6)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела** | **Состав раздела** | **Цель** | **Задача анализа и оценка** |
| Резюме | Результаты и выводы бизнес-плана -предполагаемого проекта. | Объективная оценка продукции, деятельности фирмы | Результаты анализа и оценка объема продаж, затрат. Оценка риска, прибыли |
| Исходные данные и характеристика | Функциональные особенности; местоположение; условия использования территории | Основания для анализа и расчетов |
| Анализ бознес-среды организации[[7]](#footnote-7) |  Описание "отраслевых исследований", то есть исследования отрасли, в которой будете работать, ее развитие на ближайшее время. Это как краткий исторический курс. Исследование и анализ рынка, конкуренция на нем и т.д.  | Выявление сегодняшних потребителей продукции, услуг и определение потенциальных. Определяются приоритеты, которыми руководствуется потребитель при покупке: цена, качество, время и точность поставки, сервисное обслуживание и т.д. |
| План маркетинга | Маркетинговая ситуация, программа осуществления плана. Рыночная конъюктура. Цены, каналы сбыта, реклама, прогноз новой продукции, ценовые показатели. | Влияние положительных и отрицательных факторов спроса, покупательской способности, формирование ценовой политики. | Анализ состояния рынка, изменения цен, внешних и внутренних факторов, эффективности рекламы, сильных и слабых сторон фирмы. |
| Производственный план[[8]](#footnote-8) | Производственный процесс( его описание). Оборудование, здания, сооружения. Трудовые ресурсы. Затраты на производство продукции. |
| Организационный план | Посвящается системе управления фирмой и ее кадровой политике. | Дается оценка соответствия организационной структуры целям и стратегиям предприятия. |
| Страхование рисков | Типы риска, условия их возникновения, возможный ущерб. Слепые стороны предприятия. Вероятность появления новых технологий. Альтернативные стратегии. Меры профилактики рисков. Программа страхования и внешнего страхования от рисков. | Механизм предотвращения риска, формы и условия страхования. | Анализ рисков по источникам и причинам. Анализ риска стратегическим, экспертным и комбинированным методами. Анализ выбора инвестиционных решений. |
| Финансовый план | Прогноз объемов реализации. Баланс денежных расходов и поступлений. Таблица доходов и расходов. Сводный баланс активов и пассивов предприятия. График движения безубыточности. | Финансовый анализ деятельности предприятия. Анализ баланса денежных расходов и доходов. Выявление внутрихозяйственных резервов для укрепления финансового положения. |
| Приложения[[9]](#footnote-9) | Здесь описываются особенности будущего бизнеса или уже существующего, проявившиеся в подотчетный период и не выявленные ранее. Сюда же прилагаются копии необходимых документов по предприятию, такие как договора, сертификаты, регистрационные свидетельства и прочее. |

1. **Какие проблемы являются типичными для современного бизнес-плана?**

Бизнес-план обладает рядом недостатков, что в основном связано с тем, что макросреда в 21-ом веке меняется со скоростью света. Неустанные инновации и быстрая фирма становятся базой для конкурентной стратегии лидера.

Итак, перечислим некоторые недостатки бизнес-плана.

1. Негибкая форма плана. Требуется все время следить за ситуацией на макросреде и вносить корректировки, а это очень сложный и дорогостоящий процесс. А особенно для малого бизнеса, данный план может являться серьезным препятствием на пути становления.
2. Отсутствие общего стандартного формата бизнес-плана, что становится причиной возникновения ситуации ‘белого шума”
3. Неполнота информационной базы, особенно в области финансовых показателей.
4. Большие затраты как временных, так и финансовых ресурсов на детальную разработку бизнес-плана.
5. Отсутствие определенности в привлечении инвестиций. Это относится даже к самому точному, реалистичному и обработанному бизнес-плану. Так как предпочтения меняются в неизвестном направлении, и даже прогнозы могут неудовлетворять эти потребности.

Итак, несмотря на все трудности и недостатки бизнес-плана, он является наиболее актуальным и необходимым инструментом в условиях рыночной экономики.

Так как, именно данный механизм становится опорой и почвой под ногами тех, кто хочет получить свой шанс в условиях неопределенного бизнеса. Ведь данный шанс инвесторы дают лишь один раз. Необходимо создать такой бизнес-план, чтобы достаточно и ознакомить, и удержать интерес потенциального инвестора.

Американские экономисты Г.Берл и П. Киршнев утверждают: “Располагая бизнес-планом, вы становитесь профессионалом”.

“Любишь бизнес -люби бизнес-план!”-советуют сегодняшние экономисты. И не зря, ибо знание дела, планирование и учет всех “мелочей”, а также грамотное позиционирование являются конкурентным преимуществом. А победа в конкурентной борьбе дает возможность стать свободным, т.е. счастливым.!!!

# Список использованной литературы

* **Книги и научные журналы**
1. “Бизнес-план: теория и практика “/О.Н. Бекетова, В. И. Найденков-М.; Издательство Альфа Press; 2005
2. “Бизнес-план инвестиционного проекта”/ Под общ. ред. акад. В.М. Попова- М. Финансы и статистика, 1997.
3. “Бизнес-Планирование”/ В.З.Черняк.-М.: Кнорус, 2005
* **Интернет- источники**
1. **www.bisgid.ru**
2. **www.Bizzplan.ru**
3. **www.cecsi.ru**
4. **www.proBP.ru**
1. “Бизнес-план: теория и практика “/О.Н. Бекетова, В. И. Найденков-М.; Издательство Альфа Press; 2005- стр. 16 [↑](#footnote-ref-1)
2. “Бизнес-план: теория и практика “/О.Н. Бекетова, В. И. Найденков-М.; Издательство Альфа Press; 2005- стр. 16 [↑](#footnote-ref-2)
3. www.Bizzplan.ru [↑](#footnote-ref-3)
4. Бизнес-план инвестиционного проекта/ Под общ. ред. акад. В.М. Попова- М. Финансы и статистика, 1997. Стр. 25-26 [↑](#footnote-ref-4)
5. “Бизнес-план: теория и практика “/О.Н. Бекетова, В. И. Найденков-М.; Издательство Альфа Press; 2005- стр.21-22 [↑](#footnote-ref-5)
6. “Бизнес-Планирование”/ В.З.Черняк.-М.: Кнорус, 2005.-стр.41-42 [↑](#footnote-ref-6)
7. www.proBP.ru [↑](#footnote-ref-7)
8. Этот раздел бизнес-плана готовится только той фирмой, которая занимается или будет заниматься производством. Для непроизводственных фирм потребность в долгосрочных активах, оборотных средств и прогноз затрат определяются в разделе “Финансовый план”. [↑](#footnote-ref-8)
9. www.bisgid.ru [↑](#footnote-ref-9)