Эшонкулова Камила Бозоркул Кизи

ГБПОУ СПО "Пашковский сельскохозяйственный колледж" КК

Студентка

**Бизнес-планирование**

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом для всех действующих фирм, которые находятся в сфере предпринимательства

Планирование является важнейшей частью любого бизнеса. Важность его выражена в известном афоризме: «Планировать или быть планируемым». Смысл высказывания заключается в том, что фирма, которая не умеет или не считает нужным планировать свою деятельность, сама оказывается объектом планирования, средством для достижения целей. Планирование - это всемогущий инструмент, способный открыть любую дверь. Серьезный подход к планированию создает основу для устойчивого и эффективного бизнеса.

В отличие от западных стран деловое планирование в России имеет ряд особенностей. Отечественные предприятия имеют пока небольшой опыт разработки вопросов бизнес - планирования, да и рыночные отношения еще весьма далеки от желаемого уровня. Экономическая и социальная ситуация, в которой работают российские предприятия, зачастую не позволяет им осуществлять прямое использование зарубежных методических разработок при составлении бизнес - планов. Необходима их адаптация к реальным хозяйственным, социальным, правовым и другим условиям нашей страны.

Российское законодательство в настоящее время не закрепляет обязательность разработки бизнес - планов. Он является новым документом для большинства российских предприятий.

**Бизнес-план** — краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения.

Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

**Планирование бизнеса** — это определение целей и путей их достижения, посредством каких-либо намеченных и разработанных программ действий, которые в процессе реализации могут корректироваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами.

**Виды планирования:**

стратегическое (долгосрочное);

среднесрочное;

краткосрочное.

Стратегические планы отображают перспективы развития предприятия в будущем (свыше 5 лет).

Среднесрочные планы (3-5 лет).

Краткосрочные планы (1 год) — увязывают объём продукции с имеющимися ресурсами (производственные фонды, численность работников).

Планы составляют как в количественных, так и в качественных показателях.

**Количественные** — характеризуют объёмы продаж, увеличение прибыли, снижение себестоимости.

К **качественным** планам относятся повышение престижа предприятия, охрана окружающей среды, повышение культурного и образовательного уровня работников предприятия.

Основными элементами бизнес-плана являются: титульный лист, вводная часть (резюме проекта), аналитический раздел, содержательный раздел (сущность проекта) и разделы внутрифирменного планирования.

Перед составлением бизнес-плана необходимо убедиться в перспективности бизнес - идеи. Разработка даже самого маленького локального бизнес-плана, сбор необходимых документов, оформление требует около двух недель довольно напряженной работы, а среднего и крупного бизнес-плана - месяц и более

**Структура бизнес-плана:**

1) титульный лист;

2) оглавление;

3) характеристика объекта бизнеса организации;

4) анализ бизнес - среды организации;

5) план маркетинга;

6) производственный план;

7) организационный план;

8) финансовый план;

1) Бизнес-план начинается с титульного листа, на котором обычно указывают:

* наименование проекта;
* место подготовки плана;
* авторов проекта, название и адрес предприятия, телефоны;
* имена и адреса учредителей;
* назначение бизнес-плана и его пользователей.

2) После титульного листа следует оглавление – формулировка разделов плана с указанием страниц и выделением наиболее важных пунктов в соответствии с особенностями конкретного проекта

3) Характеристика объекта бизнеса организации; («Характеристика услуг и продукции») представляется описание продукции предприятия с позиции потребителя. С этой целью приводятся следующие сведения:

* потребности, удовлетворяемые товаром;
* показатели качества;
* экономические показатели;
* внешнее оформление;
* сравнение с другими аналогичными товарами;
* патентная защищенность;
* показатели экспорта и его возможности;
* основные направления совершенствования продукции;
* возможные ключевые факторы успеха.

4) Анализ бизнес - среды организации

Посвящается исследованию и анализу рынка, конкуренции на нем и т. д. В первую очередь рыночные исследования направлены на выявление сегодняшних потребителей продукции, услуг.

В процессе подготовки данного раздела бизнес-плана даются ответы на вопросы о том, кто, почему, сколько и когда будет готов купить продукцию завтра, послезавтра и вообще в течение ближайших 2, 3 и более лет. В этом разделе перечисляются все имеющиеся заказы на продукцию. Помимо всего прочего, здесь:

* анализируется то, как быстро продукция (услуги) утвердится на рынке, обосновываются возможности дальнейшего его расширения;
* оцениваются основные факторы, влияющие на расширение рынка (например, тенденции развития отрасли, региона, социально-экономическая региональная и федеральная политика, создание конкуренции и т. д.);
* отслеживаются и оцениваются основные конкуренты. Выделяются и анализируются сильные и слабые стороны конкурента и самого составителя бизнес-плана, конкурентоспособность производимых товаров, услуг;
* основываясь на оценке преимуществ производимых товаров, услуг, определяется возможный объем продаж в натуральном и денежном выражении.

5) План маркетинга

Маркетинг – это система организации деятельности фирмы по разработке, производству и сбыту товаров и предоставлению услуг на основе комплексного изучения рынка и реальных запросов покупателей с целью получения высокой прибыли.

Главное в маркетинге – двойной и взаимодополняющий подход. С одной стороны, это то, что вся деятельность компании, в том числе формирование ее программ производства, научно-технические исследования, капиталовложения, финансовые средства и рабочая сила, а также программы сбыта, технического обслуживания и другие должны основываться на глубоких и достоверных знаниях потребительского спроса и его изменений.

6) Составление плана производства

Начинать план производства нужно с краткого пояснения того, где будут изготавливаться товары, – на действующем или вновь создаваемом предприятии. Затем можно подчеркнуть выгодность месторасположения предприятия (если данный факт имеет место) относительно рынков сбыта, поставщиков, рабочей силы, услуг и т. д.

Следующим шагом при написании данного раздела может стать описание производственного процесса.

7) Составление организационного плана

Важным моментом, с которого необходимо начинать данный раздел бизнес-плана и который необходимо подробно осветить, является организационная структура предприятия.

Организационная структура документально фиксируется в графических схемах, штатных расписаниях персонала, положениях о подразделениях аппарата управления фирмы, должностных инструкциях отдельных исполнителей.

Основными характеристиками организационной структуры являются численность управленческого персонала по функциям управления, численность линейного управленческого персонала, количество уровней иерархии системы управления предприятием, количество структурных звеньев на каждом уровне, степень централизации управления.

При описании организационной структуры необходимо четко показать, какова структура управления фирмой, кто и чем будет заниматься, как все службы будут взаимодействовать между собой и как намечается координировать и контролировать их деятельность.

8) Составление финансового плана

В целом раздел должен содержать следующие направления:

* финансовую отчетность предприятия;
* анализ финансово-экономического состояния предприятия;
* подготовку плановых документов;
* прогноз запаса финансовой прочности проекта.

Бизнес планирование необходимо любой организации, которая намеревается предпринимать какие-то действия в будущем.

Процесс планирование позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предвосхитить то, что может случиться. Особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуется предвидение в долгосрочной перспективе и предварительные разработки, предшествующие первым шагам предприятия. Составление и реализация плана - непрерывный процесс.

Работа без плана является реакцией на совершающиеся события, деятельность на основе плана - реакция на предвиденные и запланированные явления.

Современная экономическая ситуация, связанная с активным развитием рыночных отношений, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Они вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Выполнила студентка гр.Б-41

Эшонкулова Камила

Преподаватель: Торбенко Нина Георгиевна