****

Содержание

Введение3

1. Теоретические аспекты бизнес - планирования4

1.1 Бизнес планирование: сущность принципы и основные методики4

1.2 Шаги разработки бизнес планов6

1.3 Виды и функции бизнес-планов8

2 Бизнес-план компании10

2.1 Описание организации и основной идеи10

2.2Подробное описание проекта15

2.3 Описание продукта16

2.4План маркетинга и развития 18

Заключение25

Список использованных источников26

Введение

План и рынок (обращение товарной массы) являются взаимодополняющими, а не взаимоисключающими компонентами экономического механизма; следовательно, они объединены в общую систему производства и потребления продукта. Разрушение одного из компонентов этой системы приводит к разрушению всей системы. На сегодняшний день бизнес-планирование стало международно-признанной бизнес-методологией, которая стала своего рода культурным мостом в цивилизованном бизнесе и деловом сотрудничестве между странами и континентами.

Основной целью, которую преследует компания, является достижение максимальной прибыли при минимальных затратах. План компании помогает решить эту проблему, определяя наиболее выгодные источники финансирования и рациональные направления расходования средств, обеспечивая устойчивое положение предприятия на рынке. Наконец, в постоянно меняющемся деловом мире для бизнеса открываются новые возможности. Все это ставит перед общественным производством ряд серьезных задач, одна из которых-насыщение рынка высококачественной продукцией широкого ассортимента. Высокие требования к качеству и ассортименту продукции обуславливают необходимость поиска новых форм и методов управления производством и сбытом, соответствующих современному уровню социально-экономического развития страны.

Актуальность проблемы объясняется тем, что в настоящее время отличительной чертой предпринимательства в России является постепенный, но уверенный переход от нецивилизованных форм бизнеса (высокие ставки реинвестирования, задержки платежей, правовое непослушание и т. д.) к современным международным формам с использованием методов и средств бизнес-планирования. Рыночная экономика Российской Федерации набирает силу. Особенностью формирования цивилизованных рыночных отношений в нашей стране является усиление влияния таких факторов, как жесткая конкуренция, технологические изменения, компьютеризация обработки информации, непрерывные нововведения в законодательстве, изменяющиеся процентные ставки и курсы валют на фоне продолжающейся инфляции, высокой степенью нестабильности.

*Цели и задачи работы*: Цель данной курсовой работы является изучение бизнес - плана производства, его структуры, этапов и проблем, связанных с разработкой бизнес – плана.

Для выполнения цели данной курсовой работы необходимо решение следующих задач:

теоретическое описание планирования, принципов и методов планирования, видов плановых документов;

раскрытие особенностей бизнес-плана как планового документа, описание методики разработки бизнес-плана.

# 1 Теоретические аспекты бизнес - планирования

# 1.1 Бизнес планирование: сущность принципы и основные методики

Один из деятелей современного менеджмента А. Файоль отмечал: «Управлять – это предвидеть», а «предвидеть – это уже почти действовать».

Планирование – это не только способность предусмотреть все необходимые действия, и предвидеть любые неожиданности в виде рисков, которые могут возникнуть по ходу дела, но и умение с ними справляться. Фирма не может полностью устранить риск в своей деятельности, но должна быть способна управлять им.

Планирование является первым и наиболее значимым этапом процесса управления. На основе системы планов, созданных компанией, в будущем осуществляются запланированные мероприятия, кадровое стимулирование, мониторинг деятельности компании и их оценка с точки зрения плановых показателей.

Планированию присущ ряд принципов. Основные из них – непрерывность и точность. Принципы непрерывности и гибкости планирования находят отражение в осуществлении процесса планирования.

***Смысл непрерывности планирования заключается в том, что:***процесс планирования на предприятиях должен осуществляться постоянно; разработанные планы должны непрерывно приходить на смену друг другу по мере их выполнения; к планам необходимы систематические корректировки или перепланирование показателей.

Неопределенность внешней среды и наличие непредвиденных изменений обусловливают необходимость постоянной корректировки ожиданий компании относительно внешних условий и соответствующей корректировки и уточнения планов.

Вменяются не только фактические предпосылки плана, но и восприятие фирмой своих внутренних ценностей и возможностей. Непрерывный процесс планирования позволяет обеспечивать постоянную вовлеченность работников компании в плановую деятельность со всеми вытекающими из этого положительными последствиями.

***Понятие гибкости планирования означает способность планирования менять свою ориентацию в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств.***

Чтобы реализовать принцип гибкости, планы должны разрабатываться таким образом, чтобы их можно было изменять, связывая их с изменяющимися внутренними и внешними условиями. Поэтому планы обычно включают резервы, иначе известные как премии за безопасность или финансовые подушки (амортизаторы).

Стратегическое долгосрочное планирование ограничивается определением основных целей компании и наиболее общих направлений ее деятельности, поскольку объем достоверной информации о будущем очень мал, а диапазон и скорость изменения экономической ситуации составляет постоянно увеличивается. В планах, рассчитанных на короткие периоды времени и для отдельных подразделений организации, конкретность и детализация должны стать обязательными.

**Основные принципы внутрифирменного планирования.**

1.***Необходимость*** - обязательное применение планов в любой сфере деятельности является рациональным поведением людей. Прежде чем действовать, каждый должен знать, что хочет и может.

2. ***Непрерывность*** - процесс планирования на предприятии должен осуществляться постоянно путем:

а) последовательной разработки новых планов по окончании действия планов предыдущих периодов;

б) скользящего планирования - по истечении части планового периода составляется обновленный план, в кото­ром увеличивается горизонт планирования, а на оставшийся период план может уточняться в связи с появлением непредусмотренных ранее изменений внешней среды или внутренних возможностей и ориентации фирмы.

**3.** ***Эластичность и гибкость*** - приспособление первоначальных планов к изменяющимся условиям.

**4.** ***Точность и детализация*** - любой план должен быть составлен с достаточно высокой степенью точности для достижения поставленной цели. По мере перехода от оперативных краткосрочных к средне- и долгосрочным стратегическим планам точность и детализация планирования соответственно может уменьшаться вплоть до определения только основных целей и общих направлений развития фирмы.

5. ***Экономичность*** - расходы на планирование должны соизмеряться с получаемыми от него выгодами. Вклад планирования в эффективность определяется улучшением качества принимаемых решений.

**6.** ***Оптимальность*** - на всех этапах планирования должен обеспечиваться выбор наиболее эффективных вариантов решений. Выражается в максимизации прибыли и других результативных показателей фирмы и минимизации затратных, при прогнозируемых ограничениях.

**7.** ***Ранжирование объектов планирования*** - инвестирование в наиболее доходные товары (отрасли). При одинаковой конкурентоспособности товаров - в первую очередь развитие производства товаров с наибольшим объемом продаж.

**8.** ***Стабильность*** - неизменность планов капитальных вложений, иначе возможны большие потери ресурсов и дополнительные затраты.

***Принцип точности.*** Планы должны быть конкретизированы и детализированы в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы.

# 1.2Шаги разработки бизнес планов

Процесс разработки бизнес-плана включает три интегрированных этапа. На первом этапе решаются экономические задачи анализа и оценки уровня производственной активности предприятия, характеристики производственного потенциала и сферы бизнеса. Второй этап - это решение проблем изучения рынка, разработка прогноза производства и формирование эффективной системы управления. На третьем этапе разрабатывается стратегия финансирования мероприятий по развитию производства и реализации конкурентоспособной продукции и повышению эффективности производства.

**Разработка бизнес-плана включает закономерные между собой этапы, выстроенные в определенной логической последо­вательности.**

На первом этапе разработки бизнес-плана цели его подготовки определяются на основе перечня задач, для решения которых предназначен бизнес-план конкретного предприятия. В настоящее время такими целями могут быть: достижение безубыточности своей деятельности; ввод в эксплуатацию нового магазина, цеха; выпуск новой продукции; реализация мероприятий по совершенствованию маркетинга и менеджмента и др.

Второй этап развития бизнес-план включает анализ, оценку и прогнозирование собственных возможностей предприятия, т. е. анализ текущих и прогнозных результатов деятельности предприятия; анализ и прогнозирование обеспеченности его деятельности материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами; анализ и прогнозирование текущих результатов деятельности основных конкурентов; анализ и прогнозирования рынка; анализ и прогноз возможных рисков*.*

Таким образом, первый и второй этапы определяют содер­жание подготовительной экономической работы по составле­нию бизнес-плана.

Следующие этапы разработки бизнес-плана деятельности предприятия представляют собой непосредственное его состав­ление (формирование).

Третий этап включает в себя характеристику планируемой предприятием продукции, выполняемых им работ и услуг. Целью данного этапа является оценка сильных и слабых сторон деятельности в сферах управления, производства, маркетинга, финансов, кадровой политики предприятия и его основных конкурентов.

Четвертый этап: изучение рынков сбыта. Целью данного этапа является оценка рынков сбыта, уровня конкуренции, конкурентоспособности товаров, работ и услуг. В результате исследования, проведенного на данном этапе, должно быть сформулировано обобщенное понимание рынков и конкурентов.

Пятый этап предполагает разработку производственного плана, который включает в себя прогноз производства (реализации) продукции (товаров), работ, услуг с учетом задач программы социально-экономического развития предприятия и результатов анализа и прогнозирования собственных возможностей, определение потребности в основных средствах, сырье, оборудовании, персонале по категориям работников, трудозатрат, определение общей себестоимости продукции.

Шестой этап включает разработку ценовой политики предприятия, а также системы формирования спроса и стиму­лирования сбыта. Целью данного этапа является разработка маркетинговой стратегии предприятия.

Седьмой этап предполагает выбор типа организационной структуры и оценку ее эффективности.

Восьмой этап предусматривает описание возможных типов рисков, расчет уровней рисков и разработку мероприятий по их снижению и предупреждению.

Девятый этап состоит в разработке финансового плана предприятия, целью которого является оценка эффективности планируемой деятельности предприятия. Данный этап включа­ет: прогноз доходов и расходов; сметы фондов; прогнозный ба­ланс денежных средств; прогнозный баланс активов и пасси­вов; прогноз ключевых финансовых показателей.

Десятым, завершающим этапом разработки бизнес-плана, является составление резюме, которое представляет собой, по сути, краткое изложение бизнес-плана деятельности пред­приятия.

Отличительная особенность бизнес-плана предприятия со­стоит в том, что он разрабатывается исходя из законов рынка, отсюда предприятие самостоятельно ищет рынки сбыта, фор­мирует производственную программу и цены на продукцию; осуществляет планирование маркетинга; признает альтернати­вы и риски, с которыми непосредственно связано мышление работников предприятия об издержках, доходах, прибылях, стоимости предприятия; использует рентабельность собствен­ного капитала в качестве критерия оценки экономической эф­фективности бизнес-плана предприятия.

Бизнес-план компании разрабатывается в течение финансового года. Он отражает затраты и результаты всех видов деятельности, включая инновационные и инвестиционные проекты. Содержание бизнес-плана предприятия представляет интерес для собственников (так как в нем оценивается рентабельность капитала), администрации (оценка ее профессиональной деятельности и эффективности), персонала (сохранение рабочих мест и определение заработной платы), поставщиков (оценка платежеспособности), для органов государственной власти и местного самоуправления (стабильность трудовых ресурсов и налоговые платежи).

# 1.3 Виды и функции бизнес-планов

Теоретические аспекты определяют единство структуры бизнес-плана, но содержание разделов бизнес-плана может варьироваться в зависимости от типа бизнеса. Например, при составлении плана получения инвестиционных ресурсов необходимо обратить внимание на те аспекты, которые могут оказать более благоприятное впечатление на потенциальных инвесторов и вызвать их интерес (например, сосредоточиться на прибыльности и точности представленных финансовых расчетов.).

Следует иметь в виду, что работать с частными инвесторами гораздо сложнее, чем с банковскими учреждениями, предоставляющими кредитные ресурсы. Предприниматели осознают все возможные трудности при реализации проекта и риск потерять вложенные средства. Банковские организации уделяют больше внимания чисто формальной стороне (например, четкое описание основных бизнес-процессов).

В некоторых случаях, если предметом бизнес-плана является открытие мини-кафе или прачечной на дому, она требует менее тщательного изучения. Более того, некоторые разделы могут вообще отсутствовать.

В зависимости от специфики отрасли, размера предприятия, объемов предлагаемых товаров и их ассортимента общий объем (количество страниц) бизнес-плана и содержание его отдельных разделов могут быть очень разными.

В других – если речь идет о финансовом оздоровлении крупного промышленного предприятия или выпуске инновационной продукции в приоритетной области, требующих значительных объемов финансовых инвестиций, необходимо проводить глубо­кие рыночные исследования, проводить комплексный финансовый анализ.

Существует несколько целей составления бизнес – плана. В соответствии с этими целями принято выделять следующие типы бизнес – планов:

Полный бизнес – план коммерческой идеи или инвестиционного проекта – изложение для потенциального партнера или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, предполагаемых финансовых результатов.

Концепт бизнес – плана коммерческой идеи или инвестиционного проекта – основа для переговоров с потенциальным инвестором или партнером для выяснения степени его заинтересованности или возможной вовлеченности в проект.

Бизнес – план компании (группы) – изложение перспектив развития компании на предстоящей плановый период перед советом директоров или собранием акционеров с указанием основных бюджетных наметок и хозяйственных показателей для обоснования объемов инвестиций или других ресурсов.

Бизнес – план структурно подразделения – изложение перед высшим руководством корпорации плана развития хозяйственной (операционной) деятельности подразделения для обоснования объемов и степени приоритетности централизованно выделяемых ресурсов или величины прироста оставляемой в распоряжении подразделения прибыли.

Бизнес – план (заявка на кредит) для получения на коммерческой основе заемных средств от организации – кредитора.

Бизнес – план (заявка на грант) для получения средств из государственного бюджета или благотворительных фондов для решения острых социально – политических проблем с обоснованием прямых и косвенных выгод для региона или общества в целом от выделения средств или ресурсов под данный проект.

Бизнес – план развития региона – обоснование перспектив социально – экономического развития региона и объемов финансирования соответствующих программ для органов с бюджетными полномочиями.

При составлении бизнес-планов каждого вида, следует уделять намного больше внимания определенным вопросам, связанным с целью его составления. Бизнес-план должен быть достаточно подробным, чтобы потенциальные инвесторы и кредиторы могли получить полное представление о предлагаемом проекте и его целях. Состав бизнес-плана и степень их детализации зависят от размеров будущего проекта и сферы, к которой он принадлежит.

2 Бизнес-план компании

2.1Описание организации и основной идеи

## Название бизнес-идеи

|  |
| --- |
| Ателье «Гонини» |

## Источник зарождения идеи и оценка

|  |
| --- |
| Обратившись в ателье около дома, обнаружил очень низкий спектр услуг, обратно противоположный количеству людей, стоящих в очереди в ателье. Было принято решение войти на этот рынок услуг. Был проведен первичный анализ области и выявлены факторы, дающие информацию о хорошей перспективности и прибыльности ателье, с расширенным спектром услуг в данном районе. |

## Суть идеи и описание ситуации

|  |
| --- |
| Идея состоит в открытии ателье, в районе улицы Российской, которое будет больше удовлетворять потребности людей , чем имеющиеся компании, которые имеют достаточно большой поток клиентов, но не обладают должным уровнем и спектром оказания услуг |

## Сроки

Начало выпуска продукции (услуг) менее 1 месяца

Продолжительность реализации бизнес-идеи 1 год

## Продукт (услуга) для реализации на рынке

|  |
| --- |
| 1. Пошив одежды на заказ
 |
| 1. Подгонка одежды под клиента (укорачивание, ушивание, подшивка)
 |
| 1. Реставрация/ремонт одежды
 |

## Рынок сбыта

|  |
| --- |
| Мужчины и женщины от 18 до 70 лет, с низким-средним достатком, проживающие в районе улицы Российская |

## Конкуренты на рынке

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Конкуренты (кто) | Их предложения | Ваши предложения |
| Ольгида-мода | Скорость выполнения услуг- 2-7 днейОказываемые услуги- Ремонт, подшивКачество услуг- среднее\ниже среднего (право судить дают отзывы в открытых источниках)Стоимость- от 500р | Скорость выполнения услуг- 1-3 днейОказываемые услуги- Ремонт, подшив, пошив на заказ, подгонка одеждыКачество услуг- хорошее\отличноеСтоимость- от 250р |
| Браво-ателье | Скорость выполнения услуг- 2-5 днейОказываемые услуги- Пошив одежды на заказ, ремонтКачество услуг- ниже среднего (право судить дают отзывы в открытых источниках)Стоимость- от 700р |

## Имеющиеся ресурсы у предпринимателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Их предложения | Кол-во |
| 1 | Денежные средства от отца, на открытие собственного бизнеса | 3 миллиона рублей |

## Затраты на весь период реализации бизнес-идеи

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование и ед. измерения | Кол-во | Цена  | Сумма |
| 1) | Косметический ремонт в помещении | 1 |  | 100000 |
| 2) | Закупка оборудования, комплектующих и расходных материалов (станки, швейные машинки, всевозможные инструменты начиная иголками, заканчивая профессиональными ножницами) |  |  | 500000 |
| 3)  | Заработная плата персоналу (ФОТ) (2 швеи и администратор) | 12 | 30000\*2+40000= 100000(включены налоговые отчисления) | 1200000 |
| 4) | Аренда помещения (60 кв. метров) + комм. услуги | 12 | 60000 | 720000 |
| 5) | Рекламные расходы (реклама на транспорте, который ходит в районе ателье, раздача флаеров, интернет реклама) |  | 60000+20000+40000 | 120000ВСЕГО:2.7 миллиона |

## Доходы за весь период реализации

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование и ед. измерения | Кол-во | Цена  | Сумма |
| 1) | Пошив одежды на заказ | 3000 кв. метров | За 1 м^2=800р | 2.4 миллиона рублей |
| 2)  | Ремонт\реставрация | 4000 | 500р | 2 миллиона рублей |
| 3) | Подгонка одежды (ушив\подшив и т.д.) | 5000 | 250р | 1.25 миллиона рублей |
| Всего:5.65 миллиона рублей |

## Эффект от реализации бизнес-идеи для себя

|  |
| --- |
| За весь период реализации (1 год) было получено в виде чистой прибыли 2.9 миллиона рублей, сроки окупаемости 5-7 месяцев. |

## Привлекательность (эффект) для партнеров и инвесторов

|  |  |
| --- | --- |
| Кому | Что |
| Отец | Желание помочь сыну в открытии своего бизнеса |
|  |  |

## График реализации бизнес-идеи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование  | Исполнитель  | Срок  |
| 1 | Подбор помещения  | Гонин А. | 2 дня |
| 2 | Ремонт в помещение | Наемные работники | 7 дней |
| 3 | Набор персонала | Гонин А. | 7 дней |
| 4 | Закупка оборудования и комплектующих\расходников | Гонин А. | 2 дня |
| 5 | Старт рекламной кампании | Администратор | 1 день |
| 6 | Запуск\открытие ателье | Гонин А. | 3 дня |

## Риски и гарантии

|  |
| --- |
| Отсутствие потока клиентов |
| Стихийные бедствия |
| Ухудшение материального положения населения |
|  |
|  |
|  |

## Возможные перспективы

|  |
| --- |
| Расширение оказываемых услуг |
| Расширение штата работников |
| Открытие новых ателье |
|  |
|  |

## Самоанализ бизнес-идеи

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| Высокое качество оказания услуг |  |
| Короткие сроки исполнения |  |
| Составление серьезной конкуренции на локальном рынке |  |
| Возможности | Угрозы |
| Расширение ателье | Давление со стороны клиентов |
| Открытие новых ателье | Снижение материального положения клиентуры |
| Выход на другие локальные рынки города | Давление со стороны государства в виде повышения налогообложения  |

## Общая информация:

|  |  |
| --- | --- |
| Ф.И.О.:  | Гонин Андрей  |
| Дата рождения: | 13.12.1997 |
| Контактный телефон: | 89892343316 |
| Адрес: | Г. Краснодар, улица 1 мая 186 |
| Е-mail: | gonin.andrey97@gmail.com |

## Сведения об образовании:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование учебного заведения** | **Год окончания** | **Специальность по образованию** |
| КубГУ | 2019 | Бизнес-информатика |
|  |  |  |
|  |  |  |

## Опыт работы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Период** | **Наименование****организации** | **Занимаемая****должность** |
| 03.09.2018 | ООО «ЛК Пруссия» | Специалист по лизингу |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

## Компетенции по выбранному виду деятельности:

|  |
| --- |
| **Наименование компетенции** |
| Наличие навыков управленияНавыки в сфере налаживания контактов с поставщиками, людьми |

# 2.2 Подробное описание проекта

## Полное наименование проекта:

Ателье «Гонини»

## Суть проекта:

Работа в B2C сегментерынка

## Цели и задачи проекта:

К февралю 2020 года занять 56% рынка оказания услуг ателье в районе улиц Российская/1 мая/ 40 лет победы.

# 2.3 Описание продукции (услуги)

## Наименование продукции (услуги):

1. Пошив одежды на заказ
2. Ремонт\реставрация одежды
3. Подгонка одежды под клиента

## Общая характеристика товара (услуги):

* название, торговая маркаателье «Гонини»

* упаковка - отсутствует

* описание (патенты, авторское свидетельства) не требуется

* удовлетворение потребностей потребителя – удовлетворяются функциональные потребности человека.

## Особенности продукции

*(патентоспособность, лицензирование, сертификация, безопасность, экологичность, гарантии, сервис, условия поставки, эксплуатация, утилизация, готовность продукции)*

Безопасная, гарантийная, сервисная.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## Конкурентоспособность продукции (услуги)

|  |  |
| --- | --- |
| **Сравниваемые показатели** | **Сравнительная оценка с конкурентами (моя продукция: «+» - лучше, «0» - равно, «-» - хуже)** |
| **Услуги компании «Ольгида-мода»** | **Услуги компании «Браво-ателье»** |
| Сроки выполнения | + | + |
| Качество | + | + |
| Цена | + | + |

*Возможности повышения конкурентоспособности:*

Расширение спектра услуг, сокращение сроков выполнения, снижение цен на услуги.

## Регулярность продаж товаров (услуг):

* тип продажи – B2C
* способ продажи – прямой (оказание услуг)

## Стоимость товаров (услуг):

*Пошив одежды на заказ*

* цена (прибыль от 1 единицы) 800 рублей за 1 кв. метр
* степень разработки
* особенности технологии и затраты на производство – 200-300 рублей затраты на ткань и комплектующие
* послепродажное обслуживание - гарантия
* требования сертификации – не требуется

*Реставрация\ремонт одежды*

* цена (прибыль от 1 единицы) 250 рублей
* степень разработки
* особенности технологии и затраты на производство – 50-70 рублей затраты на комплектующие для ремонта
* послепродажное обслуживание - гарантия
* требования сертификации – не требуется

*Подгонка под клиента*

* цена (прибыль от 1 единицы) 500 рублей
* степень разработки
* особенности технологии и затраты на производство – 100-250р на замеры и комплектующие для исполнения
* послепродажное обслуживание - гарантия
* требования сертификации – не требуется

## Преимущества продукции (услуг) в сравнении с лучшими отечественными и зарубежными аналогами:

Качество, сроки выполнения, цена, работа с клиентами (для этого отдельно нанят администратор).

# 2.4 План маркетинга и развития

## Требования к потребительским свойствам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Продукт (услуга)** | **Потребители и их характеристика** | **Требования потребителей к продукту** | **Мои возможности обеспечения** |
| Пошив одежды на заказ | Женщины и мужчины от 18 до 70 лет, с невысоким/средним достатком, желающие удовлетворить свои базисные потребности  | Качество выполнения работы, небольшие сроки, сервисная гарантия. | Могу обеспечит качественное выполнение работ, короткие сроки и гарантию |
| Реставрация одежды | Женщины и мужчины от 18 до 70 лет, с невысоким/средним достатком, желающие удовлетворить свои базисные потребности  | Качество выполнения работы, небольшие сроки, сервисная гарантия. |
| Подгонка под клиента | Женщины и мужчины от 18 до 70 лет, с невысоким/средним достатком, желающие удовлетворить свои базисные потребности  | Качество выполнения работы, небольшие сроки, сервисная гарантия. |

## Конкуренция

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Конкуренты** | **Объем производства** | **Слабые и сильные стороны конкурентов** | **Мои сильные и слабые стороны** |
| Ольгида-мода | средние | Недостаточный спектр услуг и их невысокое качество, большие сроки исполнения работы.Налаженный поток клиентов, постоянная загруженность | Широкий спектр качественных услуг, выполнение работы в короткие сроки, гарантирование качества.Первоначальное отсутствие клиентской базы. |
| Браво-ателье | высокие | Недостаточный спектр услуг и их среднее качество, большие сроки исполнения работы.Наличие потока клиентов, выгодное расположение. | Широкий спектр качественных услуг, выполнение работы в короткие сроки, гарантирование качества.Первоначальное отсутствие клиентской базы. |
|  |  |  |  |

## Ценообразование:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Продукт (услуга)** | **Планируемая цена**  | **Средняя цена****(руб.)** |
| **Диапазон цен** |
| **Мин.** | **Макс.** |
| 1. | Пошив одежды на заказ | 500  | 2000  | 1300 |
| 2. | Реставрация одежды | 200 | 1000 | 600 |
| 3. | Подгонка, подшив одежды | 300 | 1200 | 750 |
| 4. |  |   |   |  |
| 5. |  |   |   |  |

## Каналы сбыта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование канала** | **Характеристика** | **Степень готовности** | **Условия** |
| Ателье «Гонини» | Ателье, в районе улицы Российская, с широким спектром услуг, в высоким уровнем качества их выполнения в короткие сроки. | Работает |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## План рекламных мероприятий:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Наименование** | **Первый год (по кварталам), руб.** | **Итого,** **руб.:** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |
| 1. | Флаеры |  5000 | 5000  |  5000 |  5000 | 20000 |
| 2. | Интернет реклама |  10000 | 10000  |  10000 |  10000 | 40000 |
| 3. | Реклама на транспорте |   | 30000  |   | 30000  | 60000 |
| 4. |  |  |  |  |  | 120000 |

## Производственные площади и помещения:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого,** **руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |
| ***Производственные (в т.ч. торговые) помещения*** |  |
| 1. | Арендная плата | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 | **160000** |
| 2. | Ремонтные работы | 100000 | 0 | 0 | 0 | **100000** |
| 3. | Коммунальные платежи | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | **40000****Всего: 300000** |

## Статьи капитальных вложений в проект:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование** | **«0»****период** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого,** **руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
| **Всего:** |  |   |   |   |   |   |
| 1. | Приобретение оборудования | 500000 |  0 |  0 |  0 |  0 |  500000 |

## План производства:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Наименование** | **Ед. изм.** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Пошив одежды на заказ | Кол-во | 650 кв.м. | 700 кв.м. | 750 кв.м | 900 кв.м | 3000 кв.м |
| Цена, руб. | 800 р | 800 р | 800 р | 800 р | 800 р |
| Сумма, руб. | 520000 | 560000 | 600000 | 720000 | 2400000 |
| 2. | Ремонт\реставрация | Кол-во | 800 | 900 | 1100 | 1200 | 4000 шт |
| Цена, руб. | 500 р | 500 р | 500 р | 500 р | 500 р |
| Сумма, руб. | 400000 | 450000 | 550000 | 600000 | 2000000 |
|  | Подгонка одежды | Кол-во | 1000 | 1200 | 1300 | 1500 | 5000 шт |
| Цена, руб. | 250 р | 250 р | 250 р | 250 р | 250 р |
| Сумма, руб. | 250000 | 300000 | 325000 | 375000 | 1250000 |

## Затраты предприятия

### Прямые затраты - сырье и материалы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование** | **Един. изм.** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого,** **руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |
| 1. | Пошив одежды на заказ | Кол-во | 650 кв.м. | 700 кв.м. | 750 кв.м | 900кв.м | 3000 кв.м. |
| Цена, руб. | 250 | 250 | 250 | 250 |  |
| Сумма, руб. | 162500 | 175000 | 187500 | 200000 | 725000 |
| 2. | Ремонт\реставрация | Кол-во | 800 | 900 | 1100 | 1200 |  |
| Цена, руб. | 60 | 60 | 60 | 60 |  |
| Сумма, руб. | 48000 | 54000 | 66000 | 72000 | 240000 |
| 3. | Подгонка одежды | Кол-во | 1000 | 1200 | 1300 | 1500 |  |
| Цена, руб. | 150 | 150 | 150 | 150 |  |
| Сумма, руб. | 150000 | 180000 | 195000 | 225000 | 750000ВСЕГО:1715000 |

# Организационный план

## Затраты на оплату труда:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование должности** | **Показатели** | **Первый год (по кварталам), руб.** | **Итого, руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
| **Всего по персоналу (п. 1 + п.2):** |  |  |  |  |  |
| **1.** | **Административный персонал** |  |  |  |  |  |
| *1.1.* | Администратор | *Кол-во* | 1 | 1 | 1 | 1 | 480000 |
| *Размер з/п* | 120000 | 120000 | 120000 | 120000 |
| **2.** | **Производственный (в т.ч. торговый) персонал** |  |  |  |  |  |
| *2.1.* | Швея | *Кол-во* | 2 | 2 | 2 | 2 | 720000 |
| *Размер з/п* | 180000 | 180000 | 180000 | 180000 |
| **Страховые взносы** (**п. 3. \* 34,2%)** | **90000** | **90000** | **90000** | **90000** |  |
| **Итого фонд оплаты труда (п.3 + п.4.)** | **390000** | **390000** | **390000** | **390000** | **1560000** |

## Инфляция

|  |  |
| --- | --- |
| **Объект инфляции** | **Инфляция по годам** |
| **1-й** | **2-й** | **3-й** | **4-й** |
| Сбыт |  |  |  |  |

## Финансовый план

| **Показатели** | **1 год** |
| --- | --- |
| **Всего** | **по кварталам** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| 1. Выручка от реализации | 5650000 | 1170000 | 1310000 | 1475000 | 1695000 |
| 2. НДС, акцизы от реализации продукции | 1130000 | 234000 | 262000 | 295000 | 339000 |
| 3 Выручка от реализации продукции за минусом НДС | 4520000 | 936000 | 1048000 | 1180000 | 1356000 |
| 4 Общие затраты на производство и сбыт продукции | 1715000 | 360500 | 409000 | 448500 | 497000 |
| 5. Прибыль | 2805000 | 575500 | 639000 | 731500 | 859000 |
| 6. Налог на прибыль  | 170000 | 34500 | 39000 | 43500 | 52000 |
| 7. Чистая прибыль  | 2635000 | 541000 | 600000 | 688000 | 807000 |

## Кэш-флоу

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименования позиций**  |  **ПЕРВЫЙ ГОД** |
| **1 кв.** | **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **За год** |
|  **руб.** |  **руб.** |  **руб.** | **. руб.** |  **руб.** |
| **1.Деятельность по производству и сбыту продукции** |  |  |  |  |  |
| *а) поступления от реализации продукции* | 1170000 | 1310000 | 1475000 | 1695000 | 5650000 |
| **1.2. Денежные выплаты, всего:**  |
| *б) общепроизводственные расходы* | 360500 | 409000 | 448500 | 497000 | 1715000 |
| *д) затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды* | 390000 | 390000 | 390000 | 390000 | 1560000 |
| *е) платежи в бюджет* | 268500 | 301000 | 338500 | 391000 | 1299000 |
| **2. Выплата средств, всего** | 1019000 | 1100000 | 1177000 | 1278000 | 4574000 |
| **Сальдо потока по финансовой деятельности**  | 151000 | 210000 | 298000 | 417000 | 1076000 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование показателей** |  **ПЕРВЫЙ ГОД** |
| **1 кв.** | **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **За год** |
|  **руб.** | **руб.** | **руб.** | **руб.** | **руб.** |
| *1. Инвестиционные затраты, подлежащие окупаемости, всего:* |  |  |  |  |  |
| *1.1. Первоначальные затраты на приобретение основных фондов* | 500000 | 0 | 0 | 0 | 500000 |
| *2. Поступление средств от производственной деятельности, всего:* |  |  |  |  |  |
| *2.1 Поступления от реализации продукции* | 1170000 | 1310000 | 1475000 | 1695000 | 5650000 |
| *2.2. Чистая прибыль* | 151000 | 210000 | 298000 | 417000 | 1076000 |
| *3. Срок окупаемости (простой) PBP, лет* | 1 год 2 месяца |
| *4. Ставка дисконтирования* | 4,5% | 4,5% | 4,5% | 4,5% |  |
| *4.1 Коэффициенты дисконтирования* | 0.045 | 0.045 | 0.045 | 0.045 |  |
| *5. Чистая приведенная стоимость NPV*  | -349000 | 200956 | 272887 | 365415 | 902292 |
| *6. Индекс прибыльности PI* | -0,55 | 0,28 | 0,34 | 0,41 | 0.3 |

Заключение

Огромное количество форм и видов ведения бизнеса создают базы, которые являются обязательными практически для всех областей коммерческой деятельности, для различных предприятий и организаций, полагаясь на которые необходимо для своевременной подготовки к возможным неожиданностям и устранения потенциальных трудностей, опасностей и, тем самым, уменьшения риск в достижении целей. , Систематическая разработка стратегии и тактики производственно-хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В рыночной экономике бизнес-план является важным, эффективным, рабочим инструментом как для вновь созданных, так и для действующих компаний во всех сферах бизнеса. Бизнес-план призывает менеджера тщательно изучить каждый элемент предлагаемого события рыночного риска. Почти всегда в этом процессе будет много слабых мест и пробелов, устранением которых нельзя пренебрегать.

Бизнес-план включает в себя анализ возможностей в конкретной ситуации и четкое представление о том, как руководство хочет и может использовать этот потенциал. План оценивает перспективную ситуацию как внутри организации, так и за ее пределами. Руководству организации объективно необходимо сориентироваться в условиях владения акциями, поскольку именно через бизнес-план менеджеры принимают решение о выпуске акций и использовании эмиссионного дохода. Бизнес-план также используется при обосновании мер по совершенствованию и развитию организационной структуры компании, в частности, по обоснованию уровня централизации управления и ответственности сотрудников. Этот план также помогает координировать деятельность партнеров, участвующих в сотрудничестве и производстве идентичных и взаимодополняющих продуктов.

Список использованных источников

1.Горемыкин В. А. Бизнес – план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес – планов. – 4 – е изд. доп. и перераб. – М.: «Ось – 89», 2006. – 864 с.

2.Горфинкель В. Я. Экономика предприятия: Учебник для вузов/под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и проф. В.А. Швандара. – 4 –е изд., перераб. и доп. – М.: Юпити – Дана, 2006. – 670 с.

3.Попов В. М., Ляпунов С. И., Касаткин А. А. Бизнес – планирование: анализ ошибок, рисков и конфликтов. – М.: КноРус, 2003. – 448с.

4.Попов В. М., Ляпунов С. И. Бизнес – планирование: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 672 с.

5.Попов В.М. Сборник бизнес – планов: с рекомендациями и комментариями:

учебно – методическое пособие. – М.: КНОРУС, 2005.

6.Сергеев И. В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 304 с.

7.Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА – М., 2007. – 528 с.

8.Черняк В. З. Бизнес – планирование: Учебник. – М.:КНОРУС, 2005. – 536 с.

9.Чуев И. Н., Чуева Л. Н. Экономика предприятия: Учебник. – 5 – е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. – 416 с.

10.Чуева Л. Н. Экономика фирмы: Учебник для студентов вузов. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 416 с.

11.Уткин Э. А., Котляр Б. А., Рапопорт Б. М. Бизнес – планирование. – М.: Ассоциация авторов и издалелей «Тандем». Издательство «ЭКОМОС», 2001. – 320 с.

12. Бизнес-планирование. 4-е изд., перераб. и доп. Учебное пособие. Гриф МО РФ. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». / Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — М.: ЮНИТИ, 2012. — 591 c.

13.  Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования. Учебное пособие / А.М. Сатаев. — М.: Юриспруденция, 2013. — 128 c.

14. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник для бакалавров, 2-е изд., перераб. и доп.(изд:2) / П.И. Орлова. — М.: ИТК Дашков и К, 2016. — 288 c.

15. Любанова, Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие / Т.П. Любанова. — М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2008. — 408 c.

