

Содержание

Введение3

1. Бизнес-планирование4

1.1 Планирование и его принципы4

1.2 Этапы разработки бизнес-планов на предприятии6

1.3 Типология бизнес-планов8

2 Бизнес-план компании 10

2.1 Краткая характеристика организации 10

2.2 Описание (резюме) проекта 14

2.3 План маркетинга16

2.4 Производственная структура18

2.5 Организационная структура20

2.6 Финансовый план21

2.7 Эффективность инвестиционного проекта23

3 Заключение24

Список использованных источников25

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.

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.

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.

*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 Бизнес-планирование

# 1.1 Планирование и его принципы

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.

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.

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).

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

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.

# 1.2 Этапы разработки бизнес-планов на предприятии

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 взаимоувязанные 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.

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).

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.

# 1.3 Типология 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 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 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 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.

Понятно, что при составлении бизнес-планов каждого вида, следует уделять 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

2.1 Краткая характеристика предприятия

|  |
| --- |
| UltraSolars, компания по производству солнечных батарей |

## Источник зарождения идеи и оценка

|  |
| --- |
| Идея возникла в связи с истощающимися запасами природных не возобновляемых/медленно возобновляемых ресурсов. Перспективы развития достаточно велики, так как за «бесконечными» источниками энергии стоит будущее. |

## Суть идеи и описание ситуации

|  |
| --- |
| Идея заключена в производстве солнечных панелей, для удовлетворения клиентской необходимости в энергии. Сейчас, абсолютно любая энергия дорожает и я, более чем уверен, что продолжит это делать. Соответственно, возникает идея-решение в виде альтернативного способа получения энергии |

## Сроки

|  |
| --- |
| Начало выпуска продукции (услуг) 1 месяц |
| Продолжительность реализации бизнес-идеи 5 месяцев |

## Продукт (услуга) для реализации на рынке

|  |
| --- |
| Солнечная панель VHR2525 |
| Коллектор |
| Обогревательная система |

## Рынок сбыта

|  |
| --- |
| Товар будет интересен для мужчин и женщин в возрасте от 25 до 60 лет, проживающих на территории Краснодарского края, имеющие средний и высокий достаток. Сегментом рынка будет как B2C, так и B2B. |

## Конкуренты на рынке

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Конкуренты (кто) | Их предложения | Ваши предложения |
| ЭКОПРОЕКТ-ЭНЕРГО.РУ | Неизвестное качество, не подкрепленное отзывами, высокая цена (от 10000 за маленькую панель), срок доставки и монтажа от 10 дней | Качественный продукт, по мере продажи убеждающий в этом людей, цена от 12500 за крупную панель, сроки доставки и монтажа 7 дней. |
| В Краснодаре, более нет прямых конкурентов, остальные компании в основном являются реселлерами, а не производителями |

## Имеющиеся ресурсы у предпринимателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Их предложения | Кол-во |
|  | Помещение  | 150 м^2 |
|  | Трудовые ресурсы | 4 человек |
|  | Оборудование | Разнообразные инструменты |
|  | Материалы  | Материалы для производства самих панелей |

## Затраты на весь период реализации бизнес-идеи

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование и ед.измерения | Кол-во | Цена  | Сумма |
|  | Производство панелей (вкупе) | 100 | 5000 | 500000 |
|  | Производство коллекторов | 100 | 8000 | 800000 |
|  | Производство обогревательных систем | 25 | 12000 | 300000 |
|  | Затраты на монтаж | 225 | 1000 | 225000 |
|  | Рекламный бюджет |  |  | 200000 |
|  | Заработная плата | 48 | 40000 | 1 920 000В общем:4 000 000 |

## Доходы за весь период реализации

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование и ед. измерения | Кол-во | Цена  | Сумма |
| 1) | Продажа панелей | 100 | 12500 | 1250000 |
| 2) | Продажа коллекторов | 100 | 19000 | 1900000 |
| 3) | Продажа обогревательных систем | 25 | 50000 | 1250000 |
| 4)  | Монтажи | 225 | 10000 | 2250000 |
|  |  |  |  | Доход 6850000Прибыль2645000 |

## Эффект от реализации бизнес-идеи для себя

|  |
| --- |
| В процессе реализации идеи, абсолютно меняется мировоззрение. Как экономическое, деятельное, так и жизненное. Данный бизнес-план показывает, что зарабатывать на инновационных решениях более чем реально. И моя идея это доказывает. Прибыль за период реализации составит 2645000 рублей. С единицы продукта получаю валовый доход:Солнечная панель – 7500Коллектор – 11000Обогревательная система-38000 |

## Привлекательность (эффект) для партнеров и инвесторов

|  |  |
| --- | --- |
| Кому | Что |
| Инвесторам | Привлекательная для вложений бизнес-идея, за счет своей уникальности и актуальности. |

## График реализации бизнес-идеи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование  | Исполнитель  | Срок  |
|  | Запуск производства | Работники, инженер | 1 месяц |
|  | Реклама | маркетолог | 2 недели |
|  | Продажа | менеджер | 2 месяца |
|  | Работа по монтажу | Монтажники/работники/инженер |  |
|  | Запуск репроизводства | Работники, инженер |  |

## Риски и гарантии

|  |
| --- |
| Риски минимальны, так как наш сегмент достаточно инновационен и все больше и больше людей переходит на альтернативную энергию. Гарантией является информационная статистика о повышении процента пользования альтернативными источниками. |

## Возможные перспективы

|  |
| --- |
| В виде перспектив стоит расширение производства, выход на новые рынки и сегменты, разработка новых моделей, более эффективных и компактных. |

## Самоанализ бизнес-идеи

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| Инновационность | Панели не работают в бессолнечных районах мира/страны |
| Бесконечный источник энергии | Панели требуют ухода и подходят не всем |
| Комплексность использования энергии | Есть другие альтернативные источники |
| Сокращение затрат на энергию с течением времени, при переходе на солнечную энергию | Конкуренция |
|  |  |
|  |  |
| Возможности | Угрозы |
| Расширение производства | Другие альтернативные источники |
| Расширение модельного ряда | Производство некачественной продукции |
| Выход на новые рынки | Конкурент с более качественной и дешевой продукцией |
| Выход в новые сегменты |  |
| Открытие филиалов |  |
| Выход на оптовые поставки |  |

#

2.2 Описание (резюме) проекта

## Полное наименование проекта:

ULTRASOLARS

## Суть проекта:

Создание компании, которая будет заниматься производством, продажей, монтажом солнечных панелей и сопутствующих товаров (системы обогревания и тд), работать будем по B2B и B2C бизнес-моделям.

## Цели и задачи проекта:

К концу 2021 года, занять 35% южного федерального рынка в сфере производства и монтажа солнечной энергетики.

 Описание продукции (услуги)

## Наименование продукции (услуги):

Солнечная панель VHR2525

Коллектор

Обогревательная система

## Общая характеристика товара (услуги):

* название, торговая марка ULTRASOLARS
* упаковка из воздушно-пупырчатой пленки, картона.
* описание (патенты, авторское свидетельства) имеется патент на собственную технологию производства.
* удовлетворение ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ потребностей потребителя

## Особенности продукции

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

Лицензированная продукция, прошедшая сертификацию, безопасная, экологичная, с гарантией, с сервисным обслуживанием, подлежащая к утилизации после окончания срока службы.

## Конкурентоспособность продукции (услуги)

|  |  |
| --- | --- |
| **Сравниваемые показатели** | **Сравнительная оценка с конкурентами (моя продукция: «+» - лучше, «0» - равно, «-» - хуже)** |
| **Продукт солнечная панель компании** ЭКОПРОЕКТ-ЭНЕРГО.РУ |
| Цена | + |
| Качество | + |
| Поставка | + |

Возможности повышения конкурентоспособности: расширение масштабов производства, выход на новые рынки и новых потребителей.

## Регулярность продаж товаров (услуг):

* тип продажи B2C/B2B
* способ продажи без посредников.

## Стоимость товаров (услуг):

* цена (прибыль от 1 единицы) от 12500
* степень разработки
* особенности технологии и затраты на производство: необходимо работать с реагентами, реактивами и прочей химией, затраты на производство заключаются в большом количестве необходимых комплектующих и материалов (снижаются эти затраты за счет тиража изготовления от 20 штук)

|  |
| --- |
| Солнечная панель VHR2525 — 2000 (основа панели) + 1500 (наполнение химией) + 1500 (придание привлекательного внешнего вида + провода, контактные группы) = 5000 рублей |
| Коллектор — 2000 (основа) + 4000 (внутреннее наполнение: химия, контакты, резервуары) +1000 (придание привлекательного внешнего вида: покраска, затирка) =8000 рублей |
| Обогревательная система — 6000 (трубы, развязки) +3000 (3 современных углепластиковых батареи) + 3000 (сборка в единую систему) =12000 рублей |

* послепродажное обслуживание: сервисное обслуживание, выезд специалиста при неполадках с оборудованием.
* требования сертификации – не требуется.

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

Использование всех современных технологий, в том числе личных разработок; гарантия экологичности и качества; наличие личного производства, а не перепродажа панелей, произведенных в Китае, на подпольных заводах.

2.3 План маркетинга

## Требования к потребительским свойствам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Продукт (услуга)** | **Потребители и их характеристика** | **Требования потребителей к продукту** | **Мои возможности обеспечения** |
| Солнечная панель VHR2525 | Мужчины и женщины от 25 до 60 лет, желающие осуществить частичный или полный переход на альтернативную энергетику | Качество, сроки изготовления, не «заоблачная» цена. | Предлагаю качественный продукт, в короткие сроки по приемлемой цене |
| Коллектор | Мужчины и женщины от 25 до 60 лет, желающие осуществить частичный или полный переход на альтернативную энергетику | Качество, сроки изготовления, не «заоблачная» цена. | Предлагаю качественный продукт, в короткие сроки по приемлемой цене |
| Обогревательная система | Мужчины и женщины от 25 до 60 лет, желающие осуществить частичный или полный переход на альтернативную энергетику | Качество, сроки изготовления, не «заоблачная» цена. | Предлагаю качественный продукт, в короткие сроки по приемлемой цене |

## Конкуренция

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Конкуренты** | **Объем производства** | **Слабые и сильные стороны конкурентов** | **Мои сильные и слабые стороны** |
| ЭкопроектЭнергорус | средние | Высокие цены, средние сроки исполнения, короткая гарантия.Раскрученная компания, наличие постоянных клиентов. | Средние цены, короткие сроки исполнения, длительная гарантия. Отсутствие клиентской базы и отзывов. |

## Рынок сбыта товаров (услуг)

Уровень производства и реализации товаров (услуг)

Потребности и объем производства продукции в городе

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **Потребитель (наименование и объем покупки)** | **Периодичность покупки** | **Кол-во в год** | **Цена**  | **Объем (стоимость) в год** |
| Солнечная панель |  |  |  |  |  |
| Коллектор |  |  |  |  |  |
| Обогревательная система |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

## Ценообразование:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Продукт (услуга)** | **Планируемая цена**  | **Средняя цена****(руб.)** |
| **Диапазон цен** |
| **Мин.** | **Макс.** |
| 1. | Солнечная панель | 2000  | 25000  | 13500 |
| 2. | Коллектор | 4000 | 50000 | 27000 |
| 3. | Обогревательная система | 20000 | 100000 | 60000 |

## Каналы сбыта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование канала** | **Характеристика** | **Степень готовности** |
| Компания UltraSolars | Компания по производству, продаже и монтажу солнечной альтернативной энергетики | Функционирует |
| Сайт компании UltraSolars |  | Разрабатывается |

## План рекламных мероприятий:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Наименование** | **Первый год (по кварталам), руб.** | **Итого,** **руб.:** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |
| 1. | Флаеры |  6000 | 6000  | 6000  | 6000  | 24000 |
| 2. | Контекстная реклама |   | 30000  |  | 30000  | 60000 |
| 3. | Интернет-реклама | 10000  | 10000   | 10000   |  10000  | 40000 |
| 4. | Баннеры | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 80000 |
| ИТОГО |  |  |  |  |  | 194000 |

2.4 Производственная структура

## 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 | 70000 | 70000 | 70000 | 70000 | **280000** |
| 2. | Ремонтные работы | 50000 |  |  |  | **50000** |
| 3. | Коммунальные платежи | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | **120000** |

## 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:** |  |   |   |   |   |  950000 |
| 1. | Приобретение оборудования | 100000 |  250000 |  100000 |  0 |  0 |  450000 |
| 2. | Приобретение транспортных средств | 300000 |  0 |  0 |  0 |  0 |  300000 |
| 3. | Проведение строительных, ремонтных, монтажных работ | 150000 |  50000 |  0 |  0 |  0 |  200000 |
| 4. | Телефонная линия / Интернет | - |  - |  - |  - |  - |  0 |

## План производства:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Наименование** | **Ед. изм.** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого,** **руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
|  | **Всего:** |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Панели | Кол-во | 70 | 75 | 80 | 85 |  |
| Цена, руб. | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |  |
| Сумма, руб. | **350000** | **375000** | **400000** | **425000** | **1550000** |
| 2. | Коллекторы | Кол-во | 70 | 75 | 85 | 90 |  |
| Цена, руб. | 8000 | 8000 | 8000 | 8000 |  |
| Сумма, руб. | **560000** | **600000** | **680000** | **720000** | **2560000** |
| 3. | Обогревательные системы | Кол-во | **60** | **65** | **80** | **80** |  |
| Цена, руб. | **12000** | **12000** | **12000** | **12000** |  |
| Сумма, руб. | **720000** | **780000** | **960000** | **960000** | **3420000** |

## Затраты предприятия

### Накладные (косвенные) затраты:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п**  | **Наименование** | **«0»** **период** | **Первый год (по кварталам) руб.** | **Итого,** **руб.** |
| **1 период** | **2 период** | **3 период** | **4 период** |
| **Всего:** |  |  |  |  |  |  |
| **Производственные затраты** |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Аренда производственных площадей | 0 | 70000 | 70000 | 70000 | 70000 | 280000 |
| 2. | Коммунальные платежи по производственным помещениям  | 0 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 120000 |

2.5 Организационная структура

## 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.* | Монтажник\работник производства | *Кол-во* | 3  | 3  |  3 | 3  | 1840000(взносы уже включены) |
| *Размер з/п* | 120000  | 120000  | 120000  | 120000  |
| *1.2.* | Инженер\администратор | *Кол-во* | 1  | 1  |  1 | 1  |
| *Размер з/п* | 100000  | 100000  | 100000  | 100000  |

2.6 Финансовый план

## Инфляция

|  |  |
| --- | --- |
| **Объект инфляции** | **Инфляция по годам** |
| **1-й** | **2-й** | **3-й** | **4-й** |
| Сбыт | 1.1% | 0.9% | 1% | 0.8% |

## Калькуляция себестоимости (по каждому виду продукта)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование затрат** | **Ед.изм.** | **Кол-во** | **цена** | **сумма** |
| 1 | Панели(основа+химия+проводка+придание вида) | рубли | 1 | 5000 | 5000 |
| 2 | Коллектор(химия+основа+контакты+резервуары) | рубли | 1 | 8000 | 8000 |
| 3 | Об. Системы(трубки, развязки, углепл. Батареи, сборка в систему) | рубли | 1 | 12000 | 12000 |
| Итого себестоимость |  |  |

## Финансовый план

| **Показатели** | **1 год** |
| --- | --- |
| **Всего** | **по кварталам** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| 1. Выручка от реализации | 24.1 млн | 5.2 млн | 5.6 млн | 6.6 млн | 6.7 млн |
| 2. НДС, акцизы от реализации продукции | 4.82 млн | 1.04 млн | 1.12 млн | 1.32 млн | 1.34 млн |
| 3 Выручка от реализации продукции за минусом НДС | 19.28 млн | 4.16 млн | 4.48 млн | 5.28 млн | 5.36 млн |
| 4 Общие затраты на производство и сбыт продукции | 7,52 млн | 1.63 млн | 1.75 млн | 2.04 млн | 2.1 млн |
| 5. Прибыль | 11.76 млн | 2.53 млн | 2.73 млн | 3.24 млн | 3.26 млн |
| 6. Налог на прибыль | 0.71 млн | 0.15 млн | 0.16 млн | 0.2 млн | 0.2 млн |
| 7. Чистая прибыль | 11 млн | 2.38 млн | 2.57 млн | 3.04 млн | 3.06 млн |

##

## 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** |  |
| **1. 1. Денежные поступления, всего:**  |  |  |  |  |  |
| *а) поступления от реализации продукции* | 5.2 млн | 5.6 млн | 6.6 млн | 6.7 млн | 24.1 млн |
| **1.2. Денежные выплаты, всего:**  | **3.28 млн** | **3.49 млн** | **4.02 млн** | **4.2 млн** | **14.99 млн** |
| *а) затраты на производство* | 1.63 млн | 1.75 млн | 2.04 млн | 2.1 млн | 7,52 млн |
| *б) затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды* | *0.46 млн* | *0.46 млн* | *0.46 млн* | *0.46 млн* | ***1.84 млн*** |
| *в) платежи в бюджет* | *1.19 млн* | *1.28 млн* | *1.52 млн* | *1.64 млн* | ***5.63 млн*** |
| **Сальдо потока от деятельности по производству и сбыту продукции**  | **1.92 млн** | **2.11 млн** | **2.58 млн** | **2.5 млн** | **9.11 млн** |

2.7 Эффективность инвестиционного проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование показателей** |  **ПЕРВЫЙ ГОД** |
| **1 кв.** | **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **За год** |
|  **руб.** | **руб.** | **руб.** | **руб.** | **руб.** |
| ***1. Поступление средств от производственной деятельности, всего:*** |  |
| ***Поступления от реализации продукции*** | 5.2 млн | 5.6 млн | 6.6 млн | 6.7 млн | 24.1 млн |
| ***2. Чистая прибыль*** | 2.38 млн | 2.57 млн | 3.04 млн | 3.06 млн | 11 млн |
| ***3. Ставка дисконтирования*** | **4.5%** | **4.5%** | **4.5%** | **4.5%** | **4.5%** |
| ***4. Чистая приведенная стоимость NPV***  | **2.28 млн** | **2.35 млн** | **2.66 млн** | **2.56 млн** | **8.8 млн** |
| ***5. Срок окупаемости*** | ***На третий месяц окупятся первоначальные 5 миллионов вложений*** |

Заключение

При всем разнообразии форм ведения бизнеса существуют 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 исключительно 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 содержит 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.

