

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный педагогический университет»
(ФГБОУВПО «ЧГПУ»)
Профессионально-педагогический институт
Кафедра экономики, управления и права

Е.В. ЕВЦЛОВА

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Рабочая тетрадь

Челябинск 2012

УДК 658 (021)
ББК 65.290 – 23 я 73
Е 21

Евплова Е.В. Бизнес-планирование: рабочая тетрадь [Текст] / Е.В. Евплова. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2012. – 28 с.

Содержание рабочей тетради соответствует требованиям к написанию бизнес-плана и включает следующие основные разделы: общая характеристика проекта, резюме фирмы, характеристика товара (услуг), рынок сбыта товаров (услуг), анализ положения дел в отрасли, конкуренция на рынке сбыта товаров, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план, эффективность проекта, оценка рисков проекта.

Рецензенты: Саламатов А.А., к.п.н., доцент, зав. кафедрой экономики и управления ППИ ЧГПУ
Корнеев Д.Н., к.п.н., доцент кафедры экономики и управления ППИ ЧГПУ

© Е.В. Евплова, 2012
© Издательство Челябинского государственного педагогического университета, 2012

Содержание

Введение.....	4
Общая характеристика проекта.....	6
Резюме фирмы.....	7
Характеристика товаров (услуг).....	8
Рынок сбыта товаров (услуг).....	9
Анализ положения дел в отрасли.....	10
Конкуренция на рынке сбыта товаров.....	10
Производственный план.....	11
План маркетинга.....	13
Организационный план.....	15
Финансовый план.....	16
Эффективность проекта.....	16
Оценка рисков проекта.....	17
Выводы студента по работе предприятия.....	18
Краткий терминологический словарь.....	19
Библиографический список.....	23

ВВЕДЕНИЕ

Содержание рабочей тетради соответствует требованиям к написанию бизнес-плана и включает следующие основные разделы: общая характеристика проекта, резюме фирмы, характеристика товара (услуг), рынок сбыта товаров (услуг), анализ положения дел в отрасли, конкуренция на рынке сбыта товаров, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план, эффективность проекта, оценка рисков проекта, выводы студента-практиканта по работе базового предприятия.

Приступая к заполнению рабочей тетради, студенты опираются на знания предметных методик, теоретические знания по различным дисциплинам, а также на собственный опыт.

Удачи в работе!

ФИО студента, курс, специальность

Общая характеристика проекта

(название проекта)

Название и адрес предприятия: _____

Данные об основных учредителях предприятия

ФИО	Доля в основном капитале (%)

ФИО руководителя организации _____

Суть проекта _____

Форма участия государства в финансовом обеспечении проекта _____

Финансирование проекта (в процентах):

❖ собственные средства _____

❖ заемные средства (отдельно – отечественные и иностранные)

Стоимость проекта _____

Срок окупаемости проекта _____

Резюме фирмы

Общая характеристика проекта _____

Цели и задачи проекта: _____

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

Объем ожидаемого спроса на продукцию: _____

Потребность в инвестициях _____

Срок возврата заемных средств: _____

Способствует ли реализация проекта решению социальных вопросов (создание новых рабочих мест, внедрение и производство НТП, создание новых товаров и услуг, разработка и внедрение новых технологий, прокладка дорог и коммуникаций общего пользования, расширение жилого фонда, использование труда инвалидов и т.п.)? _____

Условия работы фирмы _____

Характеристика товаров (услуг)

Общая характеристика товара (услуги):

- ❖ название, торговая марка _____

- ❖ упаковка _____

- ❖ описание (патенты, авторское свидетельства) _____

- ❖ удовлетворение потребностей потребителя _____

Регулярность продаж товаров (услуг):

- ❖ тип продажи _____

- ❖ способ продажи _____

Стоимость товаров (услуг):

- ❖ цена (прибыль от 1 единицы) _____
- ❖ степень разработки _____

- ❖ особенности технологии и затраты на производство _____

- ❖ послепродажное обслуживание _____

- ❖ требования сертификации _____

Рынок сбыта товаров (услуг)

Исходная информация:

❖ уровень производства и реализации товаров (услуг) _____

❖ уровень спроса и потенциал конкурентов _____

Анализ данных:

❖ кто купит? Почему купит? Сколько купит? _____

❖ перспектива (ближайшая и долгосрочная) _____

❖ уровень розничной цены _____

❖ мероприятия по удержанию ниши _____

Анализ положения дел в отрасли

Потребности и объем производства продукции в городе _____

Является ли товар уникальным? Если нет, то какие имеются аналоги продукта _____

Конкуренция на рынке сбыта товаров

Наименование предприятия-конкурента	Сильные стороны	Слабые стороны

(В графе сильные и слабые стороны предприятий-конкурентов указать: качество, цена, дизайн, новые модели, послепродажный сервис, реклама, имидж предприятия на рынке)

Производственный план

Программа производства и реализации продукции.

Принятая технология производства

Показатели	Ед. изм.	1 год				
		Всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
Объем производства: в натуральном и стоимостном выражении						
Объем реализации (в шт.): на внутреннем рынке на внешнем рынке						
Цена реализации за ед.: на внутреннем рынке на внешнем рынке						

Требования к организации производства _____

Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка) _____

Обеспечение экологической и технической безопасности _____

Поставщики сырья и материалов

Название	Ориентировочные цены

Численность работающих и затраты на оплату труда

Показатели	Ед. изм.	1 год				
		Всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
Численность работающих, всего						
в том числе:						
Рабочие, непосредственно занятые производством продукции (услуг)						
Рабочие не занятые непосредственно производством продукции (услуг)						
Сотрудники аппарата управления						
Сотрудники, занятые сбытом продукции						
Расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды						
Расходы на оплату труда рабочих, непосредственно занятых производством продукции (руб)						
Расходы на оплату труда рабочих не занятых непосредственно производством продукции (руб)						
Расходы на оплату труда сотрудников аппарата управления						
Расходы на оплату труда сотрудников службы сбыта продукции						
Расходы на оплату труда, всего						

Общая стоимость проекта

Статьи затрат	1 год				
	Всего	по кварталам			
		I	II	III	IV
1. Капитальные вложения по проекту					
2. Капитальные вложения в объекты сбыта					
3. Приобретение оборотных средств					
4. Другие инвестиции в период освоения и эксплуатации производственных мощностей					
5. Итого – объем инвестиций (сумма показателей пунктов 1-4)					

План маркетинга

Уникальность товара _____

Конечные потребители _____

Характер спроса (равномерный или сезонный) _____

Особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект _____

Система сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта

Организация послепродажного обслуживания _____

Обоснование цены на продукцию _____

Методы стимулирования продаж _____

Программа по организации рекламы. Примерный объем затрат _____

Программа реализации продукции _____

Формирование общественного мнения _____

Организационный план

Организационно-правовая форма	
Уставный капитал	
Состав организации	
Форма собственности	
Члены совета директоров	
Обладатель права подписи финансовых документов	
Распределение обязанностей между членами руководящего состава	

Финансовый план

Показатели	1 год				
	Всего	по кварталам			
		I	II	III	IV
1. Выручка от реализации					
2. НДС, акцизы от реализации продукции					
3. Выручка от реализации продукции за минусом НДС					
4. Общие затраты на производство и сбыт продукции					
5. Амортизация, отчисления					
6. Налоги, включаемые в себестоимость					
7. Прибыль					
8. Налоги, относимые на прибыль					
9. Погашение долга и выплата процентов за кредит					
10. Налогооблагаемая прибыль (разность показателей п. 7 и пунктов 8 и 9)					
11. Налог на прибыль					
12. Чистая прибыль (разность показателей пункта 7 и пунктов 8 и 11)					

Эффективность инвестиционных проектов

Срок окупаемости	
Точка безубыточности	

Краткий терминологический словарь

Акциз – вид косвенного (включаемый в цену или тариф) налог на товары (преимущественно массового потребления), услуги частных предприятий; оплачиваются покупателями (потребителями).

Амортизация – процесс постепенного перенесения стоимости средств труда (по мере их физического и морального износа) на производимый с их помощью продукт.

Бизнес-план – документ, вырабатываемый новой или действующей фирмой, компанией, в котором систематизируются основные аспекты намеченного коммерческого мероприятия.

Выручка – денежные средства, полученные (вырученные) предприятием, фирмой, предпринимателем от продажи товаров и услуг.

Заработная плата – вознаграждение, которое работодатель обязан выплачивать работнику в соответствии с условиями трудового договора и требованиями трудового законодательства.

Инвестиции – долгосрочные вложения денежных средств, ценных бумаг, иного имущества, в т. ч. имущественных прав, иных прав, имеющие денежную оценку.

Капитальные вложения – инвестиции в основные средства, в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих организаций, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря.

Конечный потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Конкуренция экономическая – соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия купли-продажи товаров.

Кредит – денежные средства, предоставленные банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору заемщику на условиях возвратности и, как правило, платности (в виде процентов за пользование кредитом).

Маркетинг – совокупность всех видов предпринимательской деятельности, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителей к потребителям, а также изучение положения.

Налог на добавленную стоимость (НДС) – взимаемый с предприятий налог на сумму прироста стоимости на данном предприятии, исчисляемую в виде разности между выручкой от реализации товаров и услуг и суммой затрат на сырье, материалы, полуфабрикаты.

Организационно-правовая форма – юридическая форма, в которой осуществляется регистрация и деятельность юридического лица. Примерами организационно-правовой формы являются открытое акционерное общество, закрытое акционерное общество и др.

Основные средства – средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя при этом свою натуральную форму, постепенно изнашиваясь, перенося свою стоимость по частям на вновь создаваемую продукцию.

Оборотные средства – часть средств производства, целиком потребляемая в течение производственного цикла; включают обычно денежную наличность, материалы, сырье, топливо, энергию, полуфабрикаты, запчасти, незавершенное производство.

Оборудование производственное – машины, станки, агрегаты и др. используемые в производстве.

Оплата труда – система отношений, связанных с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами, коллективными договорами.

Поставщик – предприятие, осуществляющее поставку машин, оборудования, комплектующих изделий при сооружении промышленных, инфраструктурных и других объектов.

Послепродажное обслуживание – услуги, оказываемые покупателю, клиенту организацией, продавшей товар, в виде доставки, установки, наладки, ремонта.

Потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги).

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в установленном законом порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Прибыль – разница между доходом экономического субъекта и полными издержками.

Производственная мощность – расчетный, максимально возможный объем выпуска продукции в единицу времени при наиболее полном использовании существующего оборудования и площадей.

Производство – процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества.

Реализация продукции – поступление изготовленной продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам.

Реклама – пропаганда идей, товаров и услуг, призванная повысить их привлекательность для потребителей.

Риск – опасность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами.

Розничная цена – цена, по которой продукция реализуется мелкими партиями индивидуальным потребителем. Розничные цены включают издержки производства и обращения, прибыль предприятий, налоги и складываются с учетом ситуации на рынке.

Сбыт – продажа, реализация предприятием, организацией, предпринимателями изготавливаемых ими продукции, товаров с целью получения денежной выручки, обеспечения поступления денежных средств.

Сегмент рынка – часть рынка, охватывающая совокупность потребителей, однотипно реагирующих на одни и те же товары, одинаково относящиеся к их покупке; зона рыночного спроса на товар.

Сертификация – деятельность третьей стороны, независимой от изготовителя (продавца) и потребителя продукции, по подтверждению соответствия продукции установленным требованиям.

Срок окупаемости – период, в течение которого восстанавливается первоначальная стоимость проекта независимо от временной стоимости денег.

Спрос – подкрепленное денежной возможностью желание, намерение покупателей, потребителей приобрести данный товар.

Стимулирование продаж – набор методов, стимулирующих продажи, направленных на потребителя (пользователя) или на продавца.

Сырье – материал, предназначенный для дальнейшей обработки и изготовления готового продукта.

Торговая марка (знак) – имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг.

Точка безубыточности – объем реализации, начиная с которого выпуск продукции должен приносить прибыль

Уникальные товара – товар с уникальными свойствами, для приобретения которого покупатель готов нести дополнительные затраты.

Уставный капитал – совокупность вкладов (в денежном выражении) в имущество при создании некоторых видов коммерческих организаций (хозяйственных обществ и товариществ) для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами или законодательством.

Форма собственности – исторически развивающиеся общественные отношения, которые характеризуют распределение (присвоение) вещей как элементов материального богатства общества между различными лицами (отдельными индивидуумами, общественными группами, классами, государством).

Цена – количество денег, за которое продавец согласен продать (цена продавца), а покупатель готов купить (цена покупателя) единицу товара.

Чистая прибыль – прибыль, остающаяся в распоряжении фирмы после выплаты налогов, отчислений, обязательных платежей.

Библиографический список

1. Бизнес-план инвестиционного проекта [Текст] : отеч. и зарубеж. опыт. Современ. практика: Учеб. пособие для студентов экон. спец. вузов / В.М.Попов, Г.В.Медведев, С.И.Ляпунов, С.Ю.Муртазалиева ; Под ред. В.М. Попова; Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2001. – 430 с.
2. Бизнес-планирование [Текст] : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. спец. / В.М.Попов, С.И.Ляпунов, С.Ю.Муртузалиева и др. ; Под ред. В.М.Попова, С.И.Ляпунова; Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. - М. : Финансы и статистика, 2000. – 670 с.
3. Большой экономический словарь [Текст] : 26 500 терминов / под ред. А. Н. Азрилияна. - Изд. 7-е, доп. - М. : Ин-т новой экономики, 2008. - 1472 с.
4. **Бэнгз, Д. Г.** Руководство по составлению бизнес-плана [Текст] : создание плана для успешного ведения вашего бизнеса: Пер. с англ. / Д.Г.Бэнгз; Под ред. Л.М. Макаревича . - 7-е изд. - М. : Финпресс, 1998. – 255 с.
5. **Дойл, Д.** Как создать предприятие [Текст] : руководство для менеджеров, вкладчиков, экономических служб / Дойл Д. – Таллин : [б. и.], 1991. – 101с.
6. **Пелих, А. С.** Бизнес план, или Как организовать собственный бизнес [Текст] : анализ, методика, практикум / А.С. Пелих, Т.Г. Кизилова, А.Г. Пронченко. - [2-е изд., перераб. и доп.]. - М. : Ось-89, 2002. – 92 с.
7. Справочник финансиста предприятия [Текст] / Баранникова Н.П.Винслав Ю.Б.Бурмистрова Л.А.Володин А.А.Голубева С.С. - 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Инфра-М, 1999. – 557 с.
8. Финансы [Текст] : учеб. пособие для студентов экон. направлений и спец. вузов / А.М.Ковалева, Н.П.Баранникова, В.Д.Богачева и др. ; Под ред. А.М. Ковалевой. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2001. – 382 с.

Учебное пособие

Евплова Екатерина Викторовна

Рабочая тетрадь «Бизнес-планирование»

Компьютерная верстка Е.В. Евплова

Издательство ЧГПУ
454080 г. Челябинск, пр. Ленина, 69

Объем 1 п.л.
Тираж 1000 экз.
Формат 60×84 1/16

Подписано к печати 30.04.2012
Бумага типографская
Заказ № _____

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии ЧГПУ
454080 г. Челябинск, пр. Ленина, 69