

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ «АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филиал АлтГУ в г. Славгороде

Л.Н. Пфейфер, О.В. Шевченко

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО СОСТАВЛЕНИЮ БИЗНЕС-ПЛАНА
ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**



Барнаул

Издательство Алтайского
государственного университета
2013

Составители:

старший преподаватель *Л.Н. Пфейфер*;
старший преподаватель *О.В. Шевченко*

Рецензент:

докт. экон. наук, профессор *С.Н. Бочаров*

Методические указания предназначены для студентов по направлению «Менеджмент» и «Экономика». Также методические рекомендации будут полезны для индивидуальных предпринимателей, желающих открыть или уже имеющих собственное дело.

План УМД 2013 г., п. 139

Подписано в печать 23.11.2013. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 0,7. Тираж 50 экз. Заказ 387.

Типография Алтайского государственного университета:

656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66

ВВЕДЕНИЕ

Одним из эффективных средств по снятию социальной напряженности на рынке труда является помощь со стороны государства путем вовлечения граждан в экономическую деятельность через самозанятость и создание индивидуальных рабочих мест.

Тем гражданам, желающим заниматься индивидуальным предпринимательством (далее – ИП), кому требуется финансовая поддержка со стороны государства в виде гранта или субсидии, требуется предоставить бизнес-план (в соответствующие органы) как источник информации, в котором отражены сроки проведения мероприятий по осуществлению инвестиционного проекта.

Для индивидуальных предпринимателей бизнес – план может использоваться для достижения двух целей: как внешней так и внутренней. Внутренней целью применения бизнес-плана является развитие предпринимательской деятельности в перспективе. К внешней цели создания бизнес-плана можно отнести такую, как подготовка для внешних пользователей, в том числе для инвесторов, бизнес-партнеров и др.

Бизнес-план для ИП имеет более упрощенную форму, чем для среднего и тем более для крупного бизнеса.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данные методические рекомендации подготовлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения к содержанию и подготовке студентов по направлению «Менеджмент» и «Экономика».

Цель данных рекомендаций – вооружить студентов специфическими знаниями, необходимыми при разработке (составлении) бизнес-плана для особой категории предпринимателей – индивидуальных.

Бизнес-план – документ, описывающий и анализирующий идею будущего коммерческого предприятия. Вскрывает проблемы и определяет пути их решения. Прогнозирует риски и учитывает их при определении чистого денежного потока.

Специфика разработки бизнес-плана для индивидуальных предпринимателей заключается в том, что обычно он связан с небольшими суммами капитальных затрат или небольшим коммерческим проектом без дополнительного инвестиционного цикла. Преимуществом ИП для реализации системы бизнес-планирования яв-

ляется простота внутренней среды, что делает ее более обозримой и предсказуемой. Кроме этого, легче создать особый психологический климат, позволяющий сплотить людей вокруг интересов предприятия и его целей, а сам процесс бизнес-планирования носит неформальный характер.

Овладение опытом составления бизнес-плана для индивидуальных предпринимателей по данной методике может стать опытом для студентов в области составления более серьезных инвестиционных проектов, где подобный бизнес-план будет лишь промежуточным документом.

Новизна данных методических рекомендаций в том, что подобных рекомендаций с комментариями, именно по составлению бизнес-плана для индивидуальных предпринимателей, не существует. Методические рекомендации составлены исходя из многолетнего опыта работы с предпринимателями. В разделах отмечены специфические особенности составления бизнес-плана для ИП.

1. СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

Единой структуры бизнес-плана не существует. Но общие принципы разработки и содержание основных разделов бизнес-плана достаточно стандартны, хотя допускается добавление или опущение некоторых разделов, в зависимости от специфики деятельности.

Общая структура бизнес-плана состоит из следующих основных разделов:

1. Резюме (12 листа)
2. Основная идея проекта (12 листа)
3. План маркетинга (6–8 листов)
4. Организационный план (1–2 листа)
5. Производственный план (3–4 листа)
6. Финансовый план (4–5 листов)
7. Приложения

Бизнес-план для индивидуальных предпринимателей должен быть сжатым, и максимально содержать информацию необходимую по реализации проекта. Также не должен превышать объема 20 – максимум 25 листов. Превышение данного объема уменьшает заинтересованность потенциальных инвесторов в проекте.

Резюме.

Данный раздел составляется в последнюю очередь и содержит сжатое изложение сути проекта – рекламу будущей деятельности.

Для ИП особенно важно в данном разделе показать социальную значимость данного инвестиционного проекта для той населенной местности (пункта), где будет осуществляться предпринимательская деятельность. То есть показать, насколько важен данный инвестиционный проект для общества. Будет ли он способствовать уменьшению оттока населения из данной местности, как отразится на духовных ценностях и пр. Показать, как данный проект отразится на развитии населенного пункта.

Предлагаем, возможно, в виде таблицы, показать перспективы и приоритеты развития предпринимательства данного муниципального образования, региона, страны (табл. 1). Это подчеркнет, что данный инвестиционный проект соответствует государственным приоритетам.

Таблица 1

Приоритетные и перспективные направления города (или села, районного центра и пр.)

№	Муниципальное образование	Приоритетные направления1	Перспективные направления2

Далее желательно показать компетентность лица, желающего осуществлять предпринимательскую деятельность, т.е. уровень образования, опыт, навыки и пр.

Также важным является наличие поддержки в данном проекте как со стороны государственных органов, так и потенциальных инвесторов и пр.

В заключение резюме нет необходимости в представлении интегрированных экономических показателей (это одна из особенностей бизнес-плана для ИП), а достаточно зафиксировать стоимость проекта и срок его окупаемости.

Основная идея проекта.

Данный раздел должен быть представлен в сжатой форме и четко давать представление о том, на чем основана реальная возможность осуществления данного инвестиционного проекта.

Также желательно в данном разделе указать миссию предприятия, так как именно она дает возможность понять смысл существования предприятия и его отличие от ему подобных.

Немаловажно зафиксировать в этом разделе собственные цели инициатора. Именно эти цели показывают интегрированную связь между жизненными установками и целями инициатора проекта.

План маркетинга.

Для индивидуальных предпринимателей этот раздел является самым важным. Именно здесь проведенный грамотный маркетинговый анализ дает достаточно четкое представление, насколько бизнес имеет место и перспективу к существованию в данной отрасли и в данной местности (населенном пункте).

Для этого начать надо с обзорной характеристики состояния и перспектив отрасли, в которой предприниматель собирается действовать: по РФ в целом, по региону предстоящей деятельности индивидуального предпринимателя и по локальному (непосредственному) рынку. Именно характеристика отрасли покажет динамику продаж выбранной ИП товара или услуги, а также прогноз развития. Именно поэтому игнорировать данный анализ не рекомендуется.

Каждый обзор рынка должен включать характеристики как имеющихся, так и потенциальных конкурентов.

Специфической особенностью данного раздела для ИП является то, что если предприниматель не умеет проводить конкурентный анализ, не имеет возможность или не желает обратиться к специалистам в этой области, то для него достаточно использовать интернет (особенно для информационного анализа по РФ и региону), а для конкурентного анализа в данном населенном пункте, кроме интернет-ресурсов использовать метод полевых исследований.

Этот метод доступен и несложен для предпринимателя, так как носит в основном разведочный характер. Он включает сбор данных о количестве как имеющихся, так и возможных как легальных, так и нелегально действующих конкурентов, тех, кто не зарегистрирован в соответствующих органах, но действует на рынке.

Далее следует описание продукта (товар или услугу), на который ориентирована деятельность ИП. Обязательно необходимо подчеркнуть уникальность продукта и его отличие от конкурентов.

Следующий шаг в маркетинговом анализе для ИП – это сегментирование рынка и выбор сегмента. Для ИП важно понять, что размер ниши на рынке, которым планируется владеть, необходимо контролировать. Можно попытаться оценить годовой объем реализации продукта. Предлагаем рассматривать объем реализации через оптимистический, вероятностный и пессимистический прогнозы. Здесь же происходит и выбор ценообразования.

Нельзя забывать о характере спроса: сезонный, циклический, постоянный.

В заключении маркетингового плана следует описать организацию рекламы и примерный объем затрат.

Организационный план.

В данном разделе следует показать структуру управления проектом, организацию деятельности ИП. Желательно отразить потребность в сотрудниках, если таковая имеется, их обязанности формы и размеры оплаты труда и пр. (табл. 2, 3).

Таблица 2

Рабочая сила не связанная с управлением

Профессия	Описание выполняемой работы	Форма привлечения	Уровень квалификации	Режим труда, льготы	Средняя заработная плата

Таблица 3

Потребность в средствах на оплату труда на год, руб.

№ п/п	Состав персонала	Зарботная плата	Количество	В месяц на одного работника	ИТОГО	
					месяц	год
1						
...						
	ИТОГО					

Производственный план

Основное предназначение данного раздела – это определить общие потребности ИП в основных и оборотных средствах. Показать возможность обеспечения бесперебойного процесса производства продукта.

Начать данный раздел рекомендуется с демонстрации собственных основных и оборотных средств ИП для большей убедительности инвесторов в реальности инвестиционного проекта (табл. 4).

Таблица 4

Собственность ИП

№ п/п	Наименование оборудования	Цена за ед., руб.	Количество	Стоимость оборудования
1				
2				
3				
4				
...				
	ИТОГО:		-	

При описании этого раздела необходимо достаточно четко определить, что и в каком объеме и с помощью какого оборудования планируется производить данный продукт (табл. 5).

Таблица 5

Требуемое оборудование

№ п/п	Наименование оборудования	Цена за ед., руб.	Количество	Стоимость оборудования
1				
2				
...				
	ИТОГО			

В этом разделе нет необходимости вдаваться в подробности техники производства. При необходимости (или требованию инвесторов) чертежи, технологии и пр. следует включить в приложение к бизнес-плану.

Финансовый план

Данный раздел является итогом всем предыдущим разделам и именно по этому разделу инвесторы судят о привлекательности проекта.

Начать данный раздел рекомендуем с участников проекта (табл. 6).

Таблица 6

Участники проекта

Наименование	Обозначение	Примечание
Инициатор проекта		
Потенциальный инвестор		

Далее можно подробно пояснить источники финансирования. Но условия, касающиеся источников финансирования, определяются ИП самостоятельно (табл. 7).

Таблица 7

Источники финансирования

№	Наименование источника	Сумма, руб.
1	Личные средства:	
1.1	Денежные	
1.2	Оборудование	
2	Заемные средства	
3	Кредит финансовых учреждений	
3.1	Залоговый	
3.2	Беззалоговый	
4	Иная поддержка	
	ИТОГО ИСТОЧНИКОВ	

Рекомендуем для обоснования привлечения дополнительных финансовых средств показать смету единовременных затрат (копии этих документов можно прикрепить к приложениям) (табл. 8).

Таблица 8

Смета единовременных затрат

№ п/п	Статьи затрат	Сумма, руб.
1.	Затраты, связанные с регистрацией собственного дела:	
1.1	Регистрационный сбор	
1.2	Нотариальные услуги	
2.	Организационно-технические затраты:	
2.1	аренда помещения	
2.2	Оборудование и инструменты	
2.3	Реклама	
2.4	Заработная плата персоналу до получения прибыли	
2.6	Начисления на заработную плату персонала	
2.7	Начисления в ПФ (за ИП)	
2.8	Непредвиденные расходы	
	ИТОГО:	

В зависимости от конкретного вида деятельности ИП рекомендуем составить (примерная форма) рабочий график реализации проекта в первые недели (табл. 9), поквартальный (табл. 10).

Таблица 9

Рабочий график реализации проекта

№ п/п	Этапы реализации проекта	Средства, необходимые для реализации данного этапа, проекта, руб.				
		Интервалы планирования – неделя				
		1	2	3	4	всего
	Затраты (руб)					
1	Приобретение основных средств					
2	Реклама					
3	Зарплата					
4	Начисления на заработную плату					
5	ИТОГО затрат:					
	Источники финансирования (руб.)					
6	Грант					
7	Собственные источники					
8	Доходы о реализации продукта					
9	Итого источников					
10	Остаток средств на конец месяца					

Таблица 10

Смета расходов ежеквартальная, тыс. руб.

Статьи расходов	Количество платежей		Сумма	
	всего	в т.ч. за счет средств гранта	всего	в т.ч. за счет средств гранта
Медиаканал (реклама)				
Зарплата наем. работникам				
Начисления на зарплату				
ИТОГО:				

Также предлагаем рассчитать баланс денежных расходов и доходов (приложение). На основании данных баланса следует рассчитать основные финансовые показатели: рентабельность, срок окупаемости проекта.

Рентабельность продаж = Прибыль / Доходы (Выручка) x 100%

Срок окупаемости можно определить по балансу денежных доходов и расходов, т.е. с того момента, когда в строке чистый денежный доход появляется положительный результат.

Приложения.

Этот раздел содержит те документы и расчеты, которые, на взгляд ИП, имеют отношение к делу и могут повлиять на положительное решение инвестора или кредитора.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон №209-ФЗ от 24 июля 2007 г.
2. Всероссийская перепись населения 2010 г.: [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm
3. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учеб/ пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011. – 370 с.
4. Буров В.П., Ломакин А.Л., Морошкин В.А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие. – М.:ИНФРА-М, 2009. – 192 с.
5. Горина Г.А. Ценообразование: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 127 с.
6. Ефимова С. А. Краткий курс по бизнес-планированию. – М.:Окей-книга, 2009. – 112 с.
7. Инвестиционный анализ: учеб. пособие / И.С. Межов, Ю.И. Радова, С.Н. Бочаров, С.И. Межов.– Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. – 432 с.
8. Стрелкова Н.Д. Бизнес-планирование: учеб. пособие (+CD с учебными материалами). – СПб.: Питер, 2009. – 352 с.
9. Стрелкова Л.В., Макушева Ю.А. Внутрифирменное планирование: учеб. пособие. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 367 с.
10. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Экономическая оценка инвестиционных проектов: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2011. – 311 с.

