



## **БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ**

**Рабочая тетрадь**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

«Магнитогорский педагогический колледж»

## **БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ**

**Рабочая тетрадь**

Магнитогорск, 2022

Автор: Окуневич Татьяна Сергеевна, преподаватель ГБПОУ «Магнитогорский педагогический колледж»

Методические рекомендации рассмотрены и одобрены на заседании кафедры ..... (протокол № ... от .....2021 г.), согласованы научно-методическим советом ГБПОУ «Магнитогорский педагогический колледж» (протокол № ... от .....2021 г.).

## Содержание

ВВЕДЕНИЕ .....	5
Данные об основных учредителях предприятия.....	6
Резюме фирмы .....	7
Характеристика товаров (услуг) .....	8
Рынок сбыта товаров (услуг).....	9
Анализ положения дел в отрасли .....	11
Конкуренция на рынке сбыта товаров .....	12
Производственный план .....	12
Численность работающих и затраты на оплату труда.....	15
Общая стоимость проекта .....	15
План маркетинга.....	16
Организационный план.....	20
Финансовый план .....	20
Оценка рисков проекта .....	21
Краткий терминологический словарь .....	25

## **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)

---

---

---

---

цены

[illegible]

## Анализ положения дел в отрасли

## Потребности и объем производства продукции в городе

продукта \_\_\_\_\_

[illegible]

## 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.	1 год
------------	-----	-------

	изм.	Всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
Объем производства: в натуральном и стоимостном выражении						
Объем реализации (в шт.):						
<input type="checkbox"/> на внутреннем рынке						
<input type="checkbox"/> на внешнем рынке						
Цена реализации за ед.:						
<input type="checkbox"/> на внутреннем рынке						
<input type="checkbox"/> 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
<b>Численность работающих</b> , всего в том числе:						
Рабочие, непосредственно занятые производством продукции (услуг)						
Рабочие не занятые непосредственно производством продукции (услуг)						
Сотрудники аппарата управления						
Сотрудники, занятые сбытом продукции						
<b>Расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды</b>						
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						
<b>Расходы на оплату труда, всего</b>						

### Общая стоимость проекта

Статьи затрат	Ед. изм.	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

---

---



[illegible]

## Организация послепродажного обслуживания

[illegible]

## Обоснование цены на продукцию

[illegible]

## Методы стимулирования продаж

---

---

---

---

---





## 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	Ед. изм.	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	

**Оценка рисков проекта**  
(Предполагаемые риски, внешние и внутренние факторы возникновения рисков, последствия рисков, методы предупреждения и минимизации рисков)

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## Выводы студента по работе предприятия

---

---

---

---

---

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



## **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 изготовляемых 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.