

Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
Дом детского творчества
Октябрьского района города Ставрополя

Методические рекомендации
для обучающихся по программе «Азбука финансовой грамотности»
«Бизнес-план: от идеи к деятельности»

Содержание

Введение.....	
1. Методические рекомендации для составления бизнес – плана.....	
2. Титульный лист.....	
3. Вводная часть или резюме проекта.....	
4. Анализ положения дел в отрасли.....	
5. Существо проекта.....	
6. Производственный план.....	
7. План маркетинга.....	
8. Организационный план.....	
9. Финансовый план.....	
10. Литература.....	

Введение

Наша жизнь зависит от экономических законов не меньше, чем от законов природы. Изучение экономических законов направлено на дальнейшую подготовку учащихся к вступлению в самостоятельную жизнь. Потому в школе обучение должно ориентироваться на предпрофильную подготовку.

Значительное внимание на уроках технологии отведено предпринимательской деятельности. Сегодня предприниматель должен уметь ясно, доходчиво и доказательно представить свои новаторские планы, требующие инвестиций. По сути дела, он должен представить анализ возможностей своего производства расчет использования занятых денег; постатейный расчет преобразований, изменений внутри производства и вне его – на рынках сбыта или за счет каких – то иных мер будет получена прибыль, когда она будет получена или когда начнет поступать. Весь этот анализ должен быть представлен в виде документа, называемого бизнес-планом.

Бизнес-план составляется и тогда, когда необходима:

- подготовка заявок существующих и вновь создаваемых частных и акционерных фирм на получение кредитов;
- обоснование предложений по приватизации государственных предприятий;
- открытия нового дела и определения профиля будущей фирмы и основных направлений ее коммерческой деятельности;
- перепрофилирование существующей фирмы и выбор новых видов, направлений и способов осуществления коммерческих операций;
- составление проектов эмиссии ценных бумаг (акций и облигаций) приватизируемых и частных фирм;
- выход на внешний рынок и привлечение иностранных инвестиций.

Итак:

Бизнес – план это документ, содержащий обоснование основных шагов, которые намечаются осуществить для реализации какого-либо коммерческого проекта ил создания новой фирмы.

общая цель разработки бизнес плана – спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайшее и отдаленное время в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов (инвестиций).

Бизнес-план помогает предпринимателю решить основные задачи:

- определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегии и тактики их достижения. Определить лиц, ответственных за реализацию каждой стратегии;
- выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предлагаться фирмой потребителям. Оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- оценить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и т.д.;

- оценить материальное и финансовое положение фирмы и соответствие финансовых и материальных ресурсов достижению поставленных целей;
- предусмотреть трудности и «подводные камни», которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Составление бизнес-плана позволяет увидеть будущие проблемы и заранее продумать пути их преодоления. Срок составления бизнес-плана 3 – 5 лет. Учащиеся, создавая свой бизнес-план, вырабатывают в себе основные черты, которые необходимы предпринимателю: готовность к риску, уверенность в собственных силах, стремление к новшествам, способность много трудиться, умение вести учет своих дел, затрат и результатов.

Для того, чтобы начать заниматься бизнесом, необходимо найти источник его финансирования. Существует два основных источника: это собственные средства и привлечённые.

Собственные средства — это средства, которые принадлежат тебе, поэтому за их использование не придется отчитываться.

Чем больше у компании собственных средств, тем она независимее и самостоятельнее.

Личное имущество индивидуального предпринимателя является его собственными средствами и составляет основу его бизнеса.

К собственным средствам хозяйственного общества относятся уставный капитал, который вносится его учредителями при создании, и чистая прибыль компании. Развивать бизнес за счёт собственных средств возможно, но всё, безусловно, зависит от их объёма. Собственные средства снизят некоторые риски по ведению бизнеса. Однако стоит отметить, что предприниматели, которые используют и свои собственные средства, и привлечённые, более успешны.

Обрати внимание!

Так откуда же можно получить денежные средства на развитие и ведение бизнеса?

Самый распространённый источник — это кредит банка. В настоящее время банки предлагают кредиты на открытие и развитие бизнеса, пополнение оборотных средств, рефинансирование ранее выданных кредитов. Условия по кредитам разные: сроком до 10 лет, процентная ставка от 11,6 % годовых, суммы до 200 млн. рублей.

Ещё один распространённый вариант кредитования малого бизнеса — это лизинг. Под лизингом понимается сделка по приобретению дорогостоящего имущества за счёт банка (лизингодателя), который будет являться собственником имущества до момента полной оплаты его стоимости клиентом (лизингополучателем). После выполнения всех условий договора имущество переходит в собственность клиента. Преимуществом

такого вида кредитования является возможность решить проблему нехватки денежных средств при покупке какого-либо имущества (автомобиля, оборудования и т.д.) предприятием. Но для совершения такой сделки необходимо внести аванс (от 5 до 30 %) от стоимости имущества, которое приобретается в лизинг, и, к сожалению, не всегда предприниматель обладает такой крупной суммой, если речь идет о дорогостоящем оборудовании.

Также к источникам финансирования относят субсидии от государства. Если бы такое явление как субсидия имело лишь позитивную сторону, всё больше и больше предпринимателей обращалось бы к государству вместо того, чтобы искать инвесторов и брать кредиты в банке. Минусом является то, что вместо простого оформления бизнеса и начала работы необходимо будет пройти длинную цепочку согласований работников центра занятости (предварительно необходимо зарегистрироваться в центре занятости и подать пакет документов). Тем не менее, есть и плюс: полученные деньги не придется возвращать, если ты действительно будешь по назначению расходовать их на свой бизнес. При нехватке денежных средств для реализации бизнеса можно попытаться найти инвестора, который согласится вложить деньги в твоё дело. Это непростой процесс, который требует настойчивости, терпения и уверенности в собственных силах. Средства, привлекаемые на ведение бизнеса, расходуются на покупку основных и оборотных средств.

Основные средства — это имущество фирмы, приобретённое для производства и используемое в течение длительного времени. К основным средствам относится помещение, находящееся в собственности у компании, компьютерное оборудование, программное обеспечение. С части основных средств уплачивается налог на имущество.

Оборотные средства — это имущество фирмы, приобретаемое для производства нового продукта, услуги. К оборотным активам относят сырьё, готовую продукцию, остатки денежных средств на расчётном счете компании либо в кассе.

Например, ты решил начать бизнес по пошиву спортивной одежды для подростков. Для реализации своего дела тебе необходимы ткани, швейная машина, нитки, иголки. Что из вышеперечисленного ты будешь использовать всё то время, что будет работать твоя фирма? Швейную машину. В твоём случае это и будет основным средством. А ткани, нитки и иголки ты будешь использовать для производства одежды, следовательно, это будут оборотные средства.

После того как ты начнёшь заниматься предпринимательской деятельностью, у тебя возникнет необходимость учитывать расходы на её ведение и доходы.

Расходы — это траты, произведённые в процессе коммерческой деятельности.

Доход — денежные средства, полученные от предпринимательской деятельности за определённый период времени.

Пример:

Предположим, что ты начал бизнес в фармацевтической сфере и открыл аптеку. За первый месяц ты реализовал лекарства на 935780 рублей. В процессе реализации были произведены следующие затраты: покупка лекарств на оптовой базе — 234567 руб., аренда помещения — 40000 руб., заработная плата фармацевта — 37892 руб., социальные взносы по заработной плате фармацевта — 12235 руб. Всего сумма затрат составила 324694 руб. Разность между доходами и расходами называется прибылью. Величина прибыли в твоём случае составит 611086 рублей (выручка 935780 руб. минус себестоимость 324694 руб.).

Таким образом,

Прибыль — это разница между доходами и затратами (расходами) на производство или приобретение и сбыт этих товаров и услуг. Прибыль рассчитывается с помощью следующей формулы: $\text{Прибыль} = \text{Доход} - \text{Расход}$ (в денежном выражении).

Выручка — это денежные средства, полученные (вырученные) фирмой, индивидуальным предпринимателем от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. То есть это вся денежная сумма, которая получилась после реализации товара, выполнения работ, оказания услуг.

Себестоимость — это затраты (издержки) на производство продукции, выполнение работ или оказание услуг. К себестоимости относят денежные средства, которые были потрачены на закупку материалов, товаров (если ведётся торговая деятельность), услуги, оказанные компании в процессе осуществления предпринимательской деятельности, заработная плата сотрудников, социальные взносы и прочие платежи.

С прибыли, которую ты получил в результате предпринимательской деятельности, необходимо уплатить налоги.

Чистая прибыль — прибыль, которую получает фирма после уплаты всех предусмотренных законодательством налогов.

Именно чистую прибыль ты можешь использовать по своему усмотрению, если ведешь бизнес самостоятельно, или разделить её между своими партнерами, если тебе принадлежит только часть бизнеса. Для того, чтобы рассчитать сумму доходов от предпринимательской деятельности за какой-либо период, необходимо:

1. Посчитать всю сумму денег от продуктов и/ или услуг, проданных/ оказанных в данный период;

2. Определить все расходы, которые были направлены на ведение бизнеса в этот же период (заработная плата, налоги и расходы на транспорт, рекламу, электричество и воду, связь и т.д.);
3. Рассчитать доходность бизнеса (из общего дохода вычесть все понесённые расходы).

Когда сумма выручки больше, чем расходы, это означает, что бизнес чувствует себя хорошо, потому что есть достаточное количество денег, чтобы оплатить все расходы бизнеса. Кроме того, это показатель хорошего управления бизнесом.

Когда сумма расходов больше, чем полученный доход, это означает, что бизнес работает плохо, и денег, полученных при продаже товаров и/ или услуг не хватает, чтобы оплатить все расходы, необходимые для существования бизнеса.

Ситуация, в которой доходность бизнеса равна расходам, понесённым на работу компании, называется точкой безубыточности. Это означает, что бизнес ни зарабатывает, ни несёт потери. Денег хватает только для того, чтобы оплатить расходы действующего бизнеса.

Обрати внимание!

Бизнес рентабелен, когда сумма дохода за определённый период превышает сумму всех затрат в этом периоде. Когда сумма всех затрат превышает сумму дохода, то бизнес является нерентабельным, и речь идёт об убыточном бизнесе.

Методические рекомендации для составления бизнес-плана.

Цели:

1. Ознакомить учащихся со структурой и назначением бизнес-плана, с основными источниками информации для составления бизнес-плана.
2. Ознакомить с назначением, содержанием и требованием к оформлению титульного листа бизнес-плана.

Обучающиеся должны знать:

- место предпринимательства в экономической структуре общества;
- принципы и формы предпринимательства, источник его финансирования;
- порядок создания предприятий малого бизнеса;
- условия прибыльного производства;
- роль менеджмента и маркетинга в деятельности предпринимателей.

Обучающиеся должны уметь:

- анализировать рекламу потребительских товаров;
- выдвигать деловые идеи;
- изучать конъюктуру рынка, определять себестоимость произведенной продукции, разрабатывать бизнес-план.

На занятиях обучающиеся поэтапно разрабатывают простейший бизнес-план (БП) для своей фирмы. Поскольку этот творческий процесс сопровождается длительным проектированием, то обучающимся необходимо завести отдельную тетрадь для черновика. Чистовой вариант БП оформляется

на листах бумаги формата А-4 в соответствии с требованиями ЕСКД (Единая Система Конструкторской Документации).

Объяснение нового материала начинается с определения БП, назначение в предпринимательстве, изучения структуры. Учащимся предоставляется возможность (10-15 минут) для ознакомления с образцами БП.

С источниками информации для составления БП учащиеся знакомятся образно. Внимание учащихся, прежде всего, акцентируется на том, что на всех этапах составления БП им предстоит самостоятельно добывать достоверную информацию из различных источников. Обучающиеся учатся оперативно добывать достоверную информацию о ценах, конкурентах, потребителях и т.д. Более подробно с характером и источниками информации они знакомятся при изучении конкретных разделов на последующих занятиях.

Назначение титульного листа и требования к его оформлению надо рассмотреть достаточно подробно, поясняя, что не вся требуемая информация указывается на титульном листе. Например, стартовые затраты можно будет достаточно точно указать лишь после составления финансового плана.

Обучающиеся изготавливают свою продукцию. Рекомендуется выполнять эту работу с подбора заготовок (деталей, полуфабрикатов). Информацию о материалах, их количестве можно получить из спецификации и эскизов. Ученики определяют сами, какие материалы у них имеются, и какие необходимо приобрести.

1.Титульный лист.

Бизнес-план (наименование проекта) утвержденный руководителем предприятия (организации) претендента и заверенный печатью.

Название и адрес предприятия.

Имена и адреса учредителей.

Руководитель предприятия (организации): Ф.И.О. и телефон.

Суть проекта (3-5) –строк, например изготовление вязаных изделий.

Совокупная стоимость проекта и источник средств (выпуск акций, кредиты и пр.).

Заявление о коммерческой тайне. Весь лист не более 25 строк.

2.Вводная часть или резюме проекта. (3-4 стр.)

Это реклама проекта, а потому она должна содержать доказательства его выгоды. Показать, в чем сущность проекта, сколько денег потребуется вложить, каков ожидаемый спрос. Отдельно дается объяснение того, почему предприятие добьется успеха. Если реализация проекта позволит решить социальные вопросы (использование труда инвалидов; прокладка хорошей дороги и т.п.), то указать их.

3.Анализ положения дел в отрасли. (3-4 стр.).

(названием отрасли является указание на характер отрасли-развивающаяся, стабильная, стагнирующая).

3.1. Цель – раскрыть формирование потребности в товаре, отправляясь от общего уровня развития экономики, например, путем привязки продукта к динамике валового внутреннего продукта или его отдельных элементов. Для

контроля важно провести подробные составляющие отдельных развитых стран, например, по среднедушевому потреблению. Период наблюдения – порядка 10 лет.

3.2. Динамика продаж товара за последние 3 года по России.

№.№. Какие и где появились аналоги продукта за последние три года.

3.4. Доля предприятия по производству продукции в России (фактически за три последних года).

3.5. Потенциальные конкуренты (указать имена и адреса основных производителей товара, их сильные и слабые стороны).

4. Существо проекта. (до 5 стр.).

4.1. Описание товара. Сведения о патентах. Торговый знак. Есть ли опыт производства товаров.

4.2. Чем предлагаемый к выпуску товар отличается от импортного.

4.3. При каких условиях товар может экспортироваться.

4.4. сведения о самом предпринимателе и его партнерах. Краткая характеристика (возраст, опыт предпринимательской деятельности или руководящей работы).

4.5. Привести аргументы, обосновывающие успех предприятия.

5.Производственный план. (до 5 стр.).

(назначение раздела – дать убедительные аргументы о продуманности и производственного процесса).

5.1. Специфические требования к организации производства.

5.2. Состав необходимого оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка), стоимость.

5.3. Сырье и материалы, поставщики (название, условия поставок) и ориентировочные цены.

5.4. Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами.

5.5. Себестоимость производимого продукта.

5.6. Обеспечение экологической и технической безопасности.

6.План маркетинга (до 5 стр.).

(в разделе должно быть показано, что реализация товара не вызовет серьезных проблем).

6.1. Конечные потребители. Характер спроса (равномерный или сезонный).

Особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект и почему он окажется успешнее, чем у конкурентов. Какие свойства продукции или дополнительные услуги делают его предпочтительным по отношению к конкурентам.

6.2. Воздействие на продукт технологических изменений (законодательство по охране природы; продукты – заменители).

6.3. Каких действий конкурентов следует опасаться, и каковы основные элементы стратегии противодействия.

6.4. Обоснование цены на продукцию.

6.5. Организация сбыта. Дать описание системы сбыта с указанием фирмы, привлекаемых к реализации продукции.

6.6. Соображения по организации рекламы. Примерный объем затрат.

6.7. Сведения о разработке новых продуктов, составляющих конкуренцию предлагаемому.

6.8. Имеются ли договоры на реализацию товара.

7. Организационный план. (2-3 стр.).

7.1. Форма собственности. По товариществам указывают условия создания и партнерства: по АО – основные пайщики и принадлежащие им доли.

7.2. Если это открытое АО, то, сколько акций уже выпущен и сколько предлагается выпустить.

7.3. Члены совета директоров и их телефоны, краткие библиографические справки (если проект реализуется на предприятии, входящем в АО).

7.4. Кто обладает правом подписи финансовых документов.

7.5. Распределение обязанностей между членами руководящего состава.

7.6. Отношение с местной администрацией. Важно привести документы, показывающие ее заинтересованность в проекте.

8. Финансовый план. (до 5 стр.).

(данный раздел является ключевым, по нему определяется эффективность проекта).

8.1. План доходов и расходов. Назначение данного подраздела является определение суммарных доходов и расходов, с которыми связана реализация проекта, с целью определить необходимость привлечения средств. Собственные средства инвестора, включая ранее реализованные акции, дополняются привлекаемыми ресурсами за счет кредитов коммерческих банков, иностранных займов, а также за счет прямых ассигнований полученных от реализации принадлежащих государству акций и внебюджетных отраслевых фондов.

8.2. Баланс доходов и расходов по отдельным товарам.

8.3. План денежных поступлений и выплат на период реализации проекта.

Годы освоения мощности

Годы после освоения мощности

1; 2; 3;

4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12:

1.

Поступление выручки от продажи.

2.

Другие доходы от реализации

3.
Итоги поступлений: (3)-(1)+(2)

4.
Платежи на сторону, всего:

4.1
Оплата счетов поставщиков.

4.2
Заработная плата (за вычетом удержаний).

4.3.
Расчеты с поставщиками.

4.4
Реклама.

4.5.
Арендная плата

4.6.
Страховка.

4.7.
Процент по кредитам.

4.8.
Возврат кредита.

4.9.
Амортизация. Налоги и другие обязательные платежи.

5.
Баланс платежей (3) – (4)

По строке 1 показывается выручка от продаж. В строке 2 учитываются прочие доходы, например, от сдачи в аренду помещений и оборудования, созданных по проекту. Строка 3 является итоговой: (3) – (1) +(2). По строке 4 показываются

все платежи, связанные с проектом, а ниже дается расшифровка их основных статей.

Внутренняя норма рентабельности определяется как дисконтирующий множитель, приводящий равновременные значения баланса (строка5) к началу реализации проекта. Она является минимальной величиной процентной ставки, при которой средства окупаются за жизненный цикл проекта. Исходя из условия, что сумма дисконтированных разностей платежей равна нулю:

Где P_t – ежегодная разность платежей (строка5);

T - сумма периодов создания проекта и средней величины.

Литература:

1. Александрова Е.И. Краткий справочник предпринимателя. – СПб.: Питер,2004. – 64 с.
2. Казаков А.П. Школьнику о рыночной экономике. Учебн. пособ. для старшеклассников. – М.: Общество «Знание» - ТОО «ИнтелТех» - ООО «Менеджер», 1993. – 196с.
3. Любимов Л.Л., Лисицин И.В. Основы экономики: Учебное пособие к курсу «Введение в обществознание» для 10 -11 кл. общеобр. учебн. заведений. – М.: Просвещение. 1994. – 159с.
4. Лисицин И.В. Бизнес-план – основа успеха. Практ. пособие. – М.: Машиностроение. 1992.
5. Маркетинг (конспект лекций). Под ред. Б.Н.Владимировой. – М.: «Приор», 2001. – 160с.
6. Фрейкман Е.Ю. Экономика и бизнес. Науч. курс. Учебн. пособ. для уч-ся 10 -11 кл. – М.: Начала-Пресс.1993. -160с.
7. Язык рынка. Словарь. Под ред. В.М. Федина. – М.: Концерн «Росс». 1992. = 80с.