|  |
| --- |
| Международный университет природы общества и человека «Дубна» филиал «Котельники» |
| Рабочая тетрадь |
| по дисциплине «Бизнес-планирование» |
|  |
| **Юхимчук Л.В., Пугановская Т.И.** |
| **[Выберите дату]** |

|  |
| --- |
| Котельники, 2019 . |

Оглавление

[Рабочий лист №1. Общие сведения о компании 3](#_Toc449217922)

[Рабочий лист №2. Маркетинговый план Часть1 10](#_Toc449217923)

[Рабочий лист №3. Маркетинговый план Часть2 17](#_Toc449217924)

[Рабочий лист № 4. Организационный план 25](#_Toc449217925)

[Рабочий лист №5. Производственный план 29](#_Toc449217926)

[Рабочий лист №6. Работа с банком 44](#_Toc449217927)

[Рабочий лист №7. Финансовый план. Часть 1. 46](#_Toc449217928)

[Рабочий лист №8. Финансовый план. Часть 2. 55](#_Toc449217929)

[Рабочий лист №9. Анализ рисков 61](#_Toc449217930)

[Рабочий лист № 10. Приложения к бизнес-плану 64](#_Toc449217931)

[Рабочий лист № 11. Резюме 65](#_Toc449217932)

[Примечание: распространенные ошибки в бизнес-плане 70](#_Toc449217933)

[Список используемой литературы 72](#_Toc449217934)

Рабочий лист №1. Общие сведения о компании

1. Заполните помещенный ниже бланк, используя ключевые слова и фразы.

ИП "Rodent Home" является начинающей компанией,которая продает специализированные товары для лечения, ухода и содержания грызунов, а так же сотрудничает с заводчиками, которые предоставляют для продажи селективно выведенных здоровых грызунов с документами. Так же компания "Rodent Home" предоставляет консультации по вопросам ухода и содержания грызунов.

Потребителями товаров и услуг ИП "Rodent Home" являются люди, желающие приобрести грызуна в качестве домашнего питомца или же уже имеющие грызунов как домашних животных. Так же потребителями являются заводчики грызунов, которые хотят получить место для выставки своего выведенного потомства с целью дальнейшей продажи. Местоположение целевого рынка - любой крупный город.

ИП "Rodent Home" расположена на первом этаже жилого здания, которое соседствует с ТЦ «Орбита», г. Люберцы.

Мы надеемся получить признание как специализированный розничный зоомагазин для грызунов с качественным ассортиментом товаров и опытными консультантами, способными проконсультировать покупателя по всем вопросам, связанным с ассортиментом магазина и уходом за грызунами. Так же мы хотим получить признание как зоомагазин, который обеспечивает покупателя здоровыми животными, прошедшими все процедуры медицинского осмотра с соответствующими документами, а так же с подверженной и официально заверенной родословной. При этом мы так же хотим получить признание как надежный зоомагазин, который тщательно подходит к продаже животных и не продает их недобросовестным людям, которые не смогут обеспечить ему надлежащий уход и содержание.

1. Перечислите адресата (ов) бизнес-плана:

* банкиры
* юристы
* менеджеры
* инвесторы
* бухгалтеры
* владельцы
* заводчики
* поставщики

1. Сделайте набросок логотипа Вашей компании.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Выберите методы составления резюме, которые вы будете использовать для того, чтобы представить основные положения вашего бизнес-плана:

* обзор бизнеса;

1. Какую цель преследует ваша компания? Чего вы стремитесь достичь?

* получить финансирование;
* вызвать интерес;
* повлиять на поставщиков;
* вызвать доверие покупателей
* получить известность как надежный и компетентный магазин
* получить постоянных покупателей

1. Заполните таблицу 1, использовав слова: высокий, низкий, средний и т.п.

Таблица 1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Сложность и расходы формирования предприятия | Сложность и расходы на содержание предприятия | Риск ответственности владельцев | Сложность в уплате нал-в | Гибкость собственности | Сложность ликвидации предприятия |
| ИП | Высокий | Высокий | Высокий | Средний | Средний | Низкий |
| Товарищество | Средний | Средний | Высокий | Низкий | Низкий | Средний |
| Корпорация | Высокий | Высокий | Высокий | Средний | Высокий | Высокий |

1. Укажите по два- три преимущества и недостатка каждому юридическому статусу

Индивидуальный предприниматель:

Преимущества:

* абсолютный контроль над процессом принятия решений
* простая регистрация в налоговой инспекции и, при необходимости, быстрое прекращение бизнеса;
* отчётность предпринимателя проще, нет необходимости вести бухучёт

Недостатки:

* личные интересы часто сталкиваются с интересами бизнеса
* высокая финансовая ответственность
* индивидуальный предприниматель в случае банкротства, долгов по налогам и других денежных потерь рискует всем своим личным имуществом

Товарищества:

Преимущества:

* разделение прибыли на доли, пропорциональные собственности каждого партнера, избавляет от необходимости выплачивать дивиденды
* Выплата налогов является обязанностью партнеров, а не самого товарищества
* Основатели могут сами распоряжаться денежными доходами по своему усмотрению

Недостатки:

* необходимость заключения сложных договоров о партнерстве
* Партнеры не имеют ограничений по ответственности

Корпорации (напр., ООО, ОАО и т.п.):

Преимущества:

* собственность можно легко передавать
* участники не несут ответственности по обязательствам корпорации
* банки гораздо охотнее сотрудничают с корпорациями благодаря высокому уровню надёжности

Недостатки:

* угроза двойного налогообложения, когда корпорация и физ.лица, владеющие ею, платят налоги с доходов
* сложнее ликвидировать корпорацию
* процесс регистрации более ужесточен, если сравнивать с самостоятельными компаниями

1. Какой юридический статус выбран для Вашего бизнеса? Объясните, почему?

Для "Rodent Home" был выбран юридический статус ИП. Так как зоомагазин будет являться узкоспециализированным, объем оборотов предполагается не очень высокий и нацеленный на качество, а не на количество. Так же данный юридический статус был выбран из-за большего контроля над процессом закупки и продажи товаров, что позволит отбирать наиболее подходящие товары для грызунов.

1. Перечислите объекты недвижимости, находящиеся в собственности. Укажите их стоимость, состояние, характеристики и условия аренды. Заполните таблицу 2.

Таблица 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Объекты недвижимости** | **Стоимость, руб.** | **Состояние/характеристики** | **Другие детали** |
| Помещение свободного назначения | 120 000 | Не требует косметического ремонта | Площадь 75 кв.м.  Расположено жилом комплексе, г. Москва |

1. Опишите основные активы компании, заполнив данные в таблицу 3.

Таблица 3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Актив** | **Стоимость, руб.** | **Состояние/характеристики/модель** | **Финансирование** | **Преимущества** |
| *Вывеска и маркетинговые материалы* | *30000* | *Новая, сделана на заказ* | *Покупка собственными средствами* | *Позволяет издалека увидеть зоомагазин* |
| Оборудование для зала | 130000 | Новое или в хорошем состоянии | *Покупка собственными средствами* | Позволяет удобнее расположить товары |
| Онлайн-касса | 21000 | Новое, АТОЛ 50Ф | *Покупка собственными средствами* |  |
| Сканер штрих-кода | 3000 | Новое, АТОЛ SB 1101 | *Покупка собственными средствами* |  |
| Компьютер для работы с кассой | 30000 | Б\У, собственная сборка | *Покупка собственными средствами* |  |
| Товары | 1400000 | Новые | *Покупка собственными средствами* |  |

|  |
| --- |
| 01.03.2022 |

1. Укажите дату основания или регистрации предприятия:
2. Укажите даты главных событий, происходивших в компании. Опишите, что происходило, что производилось. (Для существующего предприятия). Заполните таблицу 4.

Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дата** | **Событие** | **Описание** |
| 01.03.2022 | Официальная регистрация ИП |  |
| 01.04.2022 | Аренда помещения |  |
| 01.07.2022 | Завершение подготовки помещения к открытию |  |
| 15.07.2022 | Запуск рекламной компании |  |
| 05.08.2022 | Привлечение первых покупателей |  |

1. Перечислите учредителей и ведущих сотрудников (их резюме можно разместить в приложении к бизнес-плану). Перечислите другие предприятия, которые они основали или где работали. Каких добились успехов?

Жукова Анастасия Владиславовна(Ген.Деректор), Мамедов Руслан Шахрадинович(Продавец-консультант, менеджер), Климантов Роман Михайлович(Продавец-консультант, товаровед), Волкова Елена Михайловна(Ветеренар-родентолог),Качмашева Валерия Михайловна(Бухгалтер).

Рабочий лист №2. Маркетинговый план Часть1

1. К какому типу рынка относится рынок, где работает Ваша компания?

* олигополия

1. Есть ли трудности выхода на данный тип рынка? ДА.
2. Есть ли затруднения в доступе информации о конкурентах, работающих на данном рынке?

НЕТ.

4. Что такое «рынок продавца», «рынок покупателя»?

«Рынок продавца» - это такой тип рынка, на котором спрос на товар превосходит его предложение.

«Рынок покупателя» - это такой тип рынка, на котором предложения производителей и продавцов товаров превышают спрос на него по существующим ценам, в результате чего цены на товар снижаются.

**Опишите характерные черты к каждому типу, указанному выше.**

Для рынка продавца характерны – мало продавцов и много покупателей; потребитель может выбирать производителя, продавца; это экономика дефицита, очередей и низкого качества товаров и услуг; продавец решает – кому продавать товар.

Для рынка потребителя характерны – мало потребителей и много продавцов; продавцы конкурируют, привлекают потребителей снижением цен на свой товар и повышением качества оказываемых услуг; потребитель решает – что, у кого и за сколько покупать.

5. К какой отрасли относится Ваше предприятие?  
 Розничная торговля в сфере товаров для животных

6. Опишите, что происходит в Вашей отрасли. Здорова ли она? Сужается она или расширяется?

По словам директора по работе с клиентами Nielsen Россия Ольги Дашкевич, в 2018 году по сравнению с 2017-м рынок товаров для животных вырос на 13,9% в денежном выражении, на 10% — в натуральном. Он занимает долю 5,5% рынка продовольственных товаров. Если смотреть на данные Росстата, то по итогам 2018 года оборот розничной торговли в России вырос на 2,6%, до 31,548 трлн рублей, из них на долю продуктов питания приходится 47,6%.

7. Выделите хотя бы две важнейшие тенденции, которые свидетельствуют о росте Вашего рынка.

1) Увеличение ассортимента товаров от разных производителей;

2) Увеличение спектра цен на товары для животных (от бюждетного сегмента до премиума появилось множество срединных ценовых сегментов)  
8. Кто являются Вашими потребителями? По какому принципу Вы их классифицировали:

Потребителями товаров и услуг ИП "Rodent Home" являются люди, желающие приобрести грызуна в качестве домашнего питомца или же уже имеющие грызунов как домашних животных. Так же потребителями являются заводчики грызунов, которые хотят получить место для выставки своего выведенного потомства с целью дальнейшей продажи.

1. Опишите потребности рынка, которые до сих пор не удовлетворены, укажите размер рынка.

На сегодняшний главная проблема зоомагазинов это их товарный охват. Из-за большого количества видов питомцев, хозяевам очень сложно найти подходящие лекарства игрушки и т.д. Так же проблемой является содержание этих животных, у большинства видов должный быть свои уникальные способы содержания, но из за объемов магазина, всех содержат в одинаковых условиях.

Специализированный магазин закрывает эти пробелы, в нем продаются животные одного вида, а это значит что и содержаться они будут в хороших условиях, так же товары будут узконаправленны, что будет плюсом для владельцев данного вида животных.

1. Ниже представлена иерархия потребностей по теории Маслоу. Приведите примеры товаров/услуг к каждой группе, для удовлетворения соответствующей потребности.

*Потребность в самовыражении*

*Потребность в уважении и самоуважении*

*Потребность в любви и социальной принадлежности*

*Потребность в безопасности*

*Физиологическая потребность*

Ваши примеры:

|  |
| --- |
| Создание своего продукта |
| Уважение в рабочем коллективе |
| Дружба, семья |
| Защищенность семьи |
| Сон, пища, вода |

1. Объясните, каким образом и почему Ваши ресурсы и сильные стороны позволят удовлетворить потребности рынка.

Узконаправленность нашей копании позволяет уделять большее внимание содержанию а ассортименту товаров

1. Опишите «желания» и «стремления», которые заставляют Ваших целевых потребителей делать покупки. На что покупатели реагируют наиболее чутко:

* качество
* сервис
* гарантии
* ассортимент

Наши потребители хотят иметь здоровых животных, которых не нужно будет везти к ветеринару и лечить сразу после покупки. Так же ассортимент представленный в магазине будет максимально четко удовлетворять запросам потенциальных покупателей

1. Есть ли в вашем бизнесе сезонные колебания, если есть указать какие (воспользуйтесь при необходимости, ключевыми фразами, приведенными далее). Заполните таблицу5.

Таблица 5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Весна | Лето | Осень | Зима | Новогодние каникулы |
| Усиление денежного потока | Ослабление денежного потока | Усиление денежного потока | Увеличение расходов | Увеличение денежного потока |

1. Опишите факторы, которые принимают в расчет потенциальные потребители, покупая продукты или услуги, аналогичные Вашим. Укажите, какие выгоды дает покупателям Ваш продукт/услуга по сравнению с конкурентами.

Наши услуги предоставляются качественно и мы даем гарантии.

Мы знаем как ухаживать за данным типом животных , а так же как их лечить и содержать, перед продажей мы всегда консультирумем покупателей по всем вопросам о приобретении питомца

1. Кратко опишите Вашу стратегию выхода на рынок.

* раздача листовок
* рекомендации постоянных клиентов
* проведения дня открытых дверей
* Рекомендации питомников
* Рекомендации соответствующих блогеров

Перед открытием, мы обязательно свяжемся с питомниками и блогерами, которым данная тематика интересна и которые будут только рады рассказать о подобном заведении, так же в магазин можно будет всегда зайти и поиграть с животными, а поскольку они будут здоровы, то им это будет в радость, что в свою очередь оставит приятное впечатление у потенциальных покупателей и возможно партнеров

Рабочий лист №3. Маркетинговый план Часть2

1. Опишите Ваших основных конкурентов, использовав описание нижеперечисленных характеристик.

* предлагаемые продукты/услуги( размер; прочность, ассортимент, цены)
* методы распределения (оптовая, розничная торговля, торговые представители, интернет, почта, личные продажи)
* доля рынка (растущая, стабильная, уменьшающая)
* количество потребителей;
* доля рынка в %;
* расположение обслуживающих рынков;
* имидж компании (упаковка, рекламные материалы, методы рекламы)
* результаты работы компании (конкурентные преимущества, прибыльность)
* недостатки

Заполните таблицу 6.

Таблица 6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристика | Конкурент 1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Конкурент 2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Продукты и услуги | Большой ассортимент и средние цены | Большой ассортимент и высокие цены |
| Методы распределения | розница | розница |
| Доля рынка прогрессия | Растущая | Уменьшающаяся |
| Кол-во потребителей | >2млн. человек | ~1млн.человек |
| Доля рынка% | 70% | 13% |
| Геолокация | Вся Россия | Москва Санкт-Петербург Самара Тольятти Казань Нижний Новгород Саров Белгород Павловская Слобода Краснодар Нижневартовск Екатеринбург |
| имидж | ТВ реклама | Радио реклама |
| недостатки | Нет специализированных товаров, плохое качество содержания  , некомпитентные сотрудники | Нет специализированных товаров, плохое качество содержания  , некомпитентные сотрудники |

1. Проведите SWOT-анализ Вашей компании. Заполните таблицу 7.

Таблица 7

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| Навыки персонала | Региональным магазин |
| Хороший ассортимент | Сложность подбора кадров |
| Здоровые животные |  |
| Ротолог при магазине |  |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| Развитие в сеть | Банкротство |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. На основе SWOT-анализа сформулируйте три долгосрочной цели вашей компании.

Цель1.

Наладить связь с компетентными людьми

Цель 2.

Сформировать клиентскую базу

Цель 3.

Развиться в сеть

1. Сравните достоинства и недостатки Вашего предприятия и основных конкурентов. Заполните таблицу 8.

Таблица 8

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы | Ваша компания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Конкурент 1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Конкурент 2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Цена | - | + | - |
| Удобное месторасположение | + | + | + |
| Доступность парковки | + | - | - |
| Имидж | + | + | - |
| Широта ассортимента | + | + | - |
| Кредитная политика | - | + | + |
| Витрины | + | - | - |
| Профессионализм продавцов/менеджеров | + | - | - |
| Организация продаж | + | + | + |
| Результаты работы (только для производителей): | + | ++ | ++ |
| скорость | + | - | - |
| надежность | ++ | - | - |
| качество | ++ | - | - |
| Дизайн/внешний вид | + | + | - |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Каким образом Вы намерены победить конкурента? Каково Ваше основное конкурентное преимущество?

Направленность на потребителя

1. Отметьте конкурентные преимущества, которые относятся к Вашей компании.

* мы используем бесплатную телефонную службу 800, с помощью которой потребители могут делать запросы, размещать заказы;
* в своей ценовой политике мы учитываем наши расходы и платежеспособность потребителей;
* опыт работы наших менеджеров в этой области составляет \_\_3\_ лет;
* наши партнеры, с которыми у нас подписаны контракты, финансово стабильны;
* продуманные методы менеджмента, финансирования и распределения позволяют нам создавать эффективные и экономичные структуры, обеспечивающие высокое качество обслуживания наших клиентов. Это также помогает нам снижать цены на рынке.

1. Отметьте маркетинговые каналы и каналы распределения, которые вы намерены использовать.

* дистрибьюторы. Обладают значительной властью, которая позволяет им обсуждать установление цен, условия сделок, выбирать потребителей и принимать маркетинговые решения.
* оптовые операторы. Продают в основном розничным компаниям, другим оптовикам или промышленным пользователям. Обычно они не продают товар конечным потребителям.
* торговые дома. Специализируются в области экспорта, импорта товаров и торговли продуктами и услугами, произведенными другими предприятиями. Работают за комиссионное вознаграждение.

1. Укажите Ваших основных дистрибьюторов/другие каналы распределения (если имеются). Заполните таблицу 9.

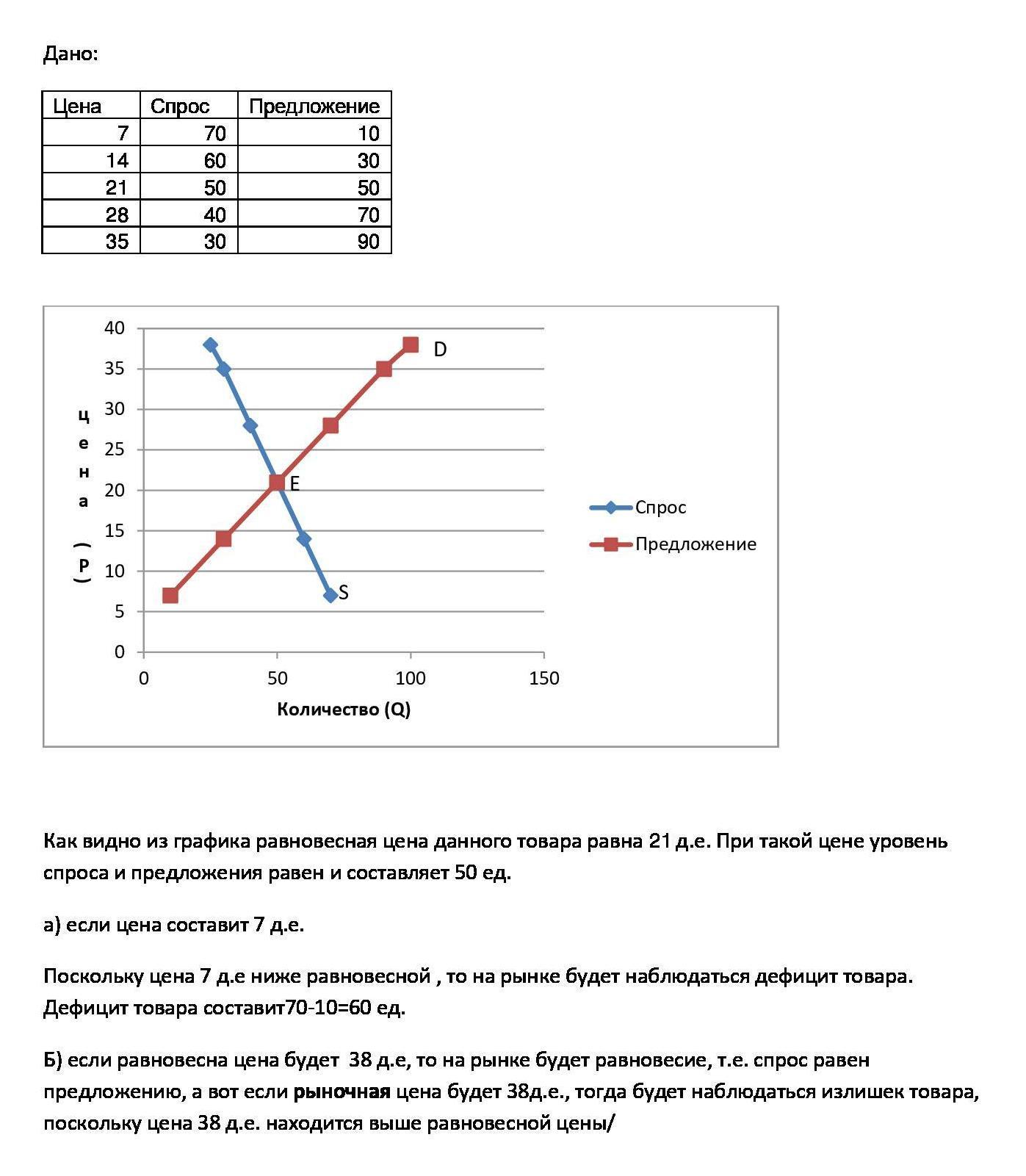
Таблица 9

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дистрибьютор/иной канал распределения | Адрес | Территория | Условия продаж | Прогнозируемые объемы продаж, тыс.руб. |
| Оптовый интернет-магазин зоотоваров компании Adel Group | мкр. Птицефабрика лит. 5Т, 16К пос, Томилино, Московская обл., 140073 |  | Опт | От 30 000 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

1. Опишите методы, которые вы будете использовать, чтобы оценить эффективность рекламы. Каким образом вы будете выяснять, кто Ваши потребители и как они узнали о Вашем продукте/услуге.

**Использование рекламы в интернете, с помощью специальных инструментов можно посмотреть возраст, пол и демографию потребителей, так же весьма целесообразным будет делать опросы потребителей.**

1. Нарисуйте прямые спроса и предложения на одной плоскости. Обозначьте оси и названия прямых. Укажитеравновесную точку.



# Рабочий лист № 4. Организационный план

1. Укажите наиболее важные положения Вашего организационного плана. Почему Вы считаете, что команда менеджеров будет успешной?

Команда менеджеров способна вдохновлять сотрудников, обладает харизмой, способна поддерживать сплоченность, знает, как разрешать кризисные ситуации, способна разглядеть скрытые таланты сотрудников.

1. Нарисуйте организационную структуру Вашего предприятия.

Директор

Консультант

Менеджер

Покупатель

1. Заполните таблицу 10.

Таблица 10

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Должность | Кол-во ставок | Оплата труда (размер оклада, сделка и т.п.) | В штате или наемный персонал | Вакантна ли должность |
| Ген.Директор | 1 | 40 000 | В штате | нет |
| Ветеренар | 1 | 30 000 | Наемный | нет |
| Менеджер | 1 | 30 000 | В штате | нет |
| Продавец консультант | 2 | 25 000 | В штате | да |
| Бухгалтер | 1 | 30 000 | В штате | нет |

1. Для вакантных должностей опишите требования к кандидатам, указав возраст, з/п, образование, опыт, обязанности, сильные стороны (например, аналитический склад ума, общительность и т.п.)

Продавец-консультант: Умение обращения с грызунами, знание тонкости за их уходом

1. Для сотрудников, которые определены с должностью, прописать должностные инструкции (в т.ч.права, обязанности и требования). Данные документы разместите в приложениях к бизнес-плану.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

1. Опишите необходимые контракты или временное сотрудничество,

По мере необходимости мы будем связываться с ветеринаром, для проведения планового осмотра питомцев.

Ставка 30 000 в месяц

1. Перечислите и опишите пробелы в Вашей команде. Как и когда Вы планируете заполнить вакантные позиции?

После открытия объявим об этом

Рабочий лист №5. Производственный план

1. Дать информацию о помещениях (месторасположение, характеристики), которые используются (будут использоваться) в предпринимательской деятельности; Дать информацию о действующих (предварительных) условиях аренды. Заполните таблицу 11.

Таблица 11

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назначение помещения (офисное, складское, торговое, производственное) | Площадь,  кв. м. | Правовое основание использования (собственное, аренда) | Сумма аренды,  руб./ месяц | Стоимость покупки, руб. | Дата покупки, начало аренды |
| Торговое | 75 | аренда | 120 000 | Не продается | 0 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

1. Описать, какое производственное (складское, офисное) оборудование есть в наличии. Определить какое оборудование производственное (складское, офисное) необходимо приобрести. Заполните таблицу 12, 13 и 14.

Таблица 12 Имеющееся оборудование

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Назначение | Количество | Общая стоимость, руб. | Амортизация, руб./мес. |
| 1 | ПК | Прием заявок | 1 | 30 000 |  |

Таблица 13 Приобретаемое оборудование

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Назначение | Количество | Общая стоимость, руб. | Амортизация, руб./мес. |
| **1** | корма | корма | 30 кг | 12 000 |  |
| 2 | Полки | Полки | 5 | 30 000 |  |
| 3 | клетки | клетки | 6 | 60 000 |  |

Таблица 14 Лизинговое оборудование

1. Проанализировать и выбрать подходящего поставщика. При этом Вами будет оцениваться его репутация (возможно, имеющийся опыт работы с ним), что входит в услугу (цена, комплект поставки, график и финансовые условия поставок, меры по хранению и складированию). Заполните таблицу 14.

Таблица 15

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Назначение затрат | Величина потребления | Количество | Тариф  руб. | Величина затрат  (руб./мес.) |
| 1 | Энергоснабжение | кВт | 200 | 6 | 1200 |
| 2 | Водоснабжение | м³ | 10 | 23.5 | 235 |
| 3 | Газоснабжение | м³ | 10 | 143.2 | 1432 |
| 4 | Теплоснабжение | Гкал | 10 | 217 | 2170 |
| 5 | Вывоз ТБО | м2 | 90 | 8 | 720 |
| ИТОГО: | | **5757** | | | |

1. Проанализировать и выделить затраты, которые фирма будет нести постоянно (транспортные расходы, коммунальные расходы, хозяйственные расходы, реклама, и т.д.). Заполнить таблицу 16, 17, 18 и 19.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Назначение затрат | Величина затрат  (руб./мес.) |
| 1 | Канцелярские товары и расходные материалы | 1000 |
| 2 | Санитарно-гигиенические изделия | 1000 |
| 3 | Бытовая химия | 1000 |
| 4 | Материалы для ремонта и технического обслуживания оборудования | 3000 |
| 5 | Приобретение инструмента | 0 |
| 6 | Расходы на обслуживание противопожарной системы и сигнализации | 2000 |
| 7 | Интернет и телефония | 2000 |
| 8 | Прочие | 3000 |
| ИТОГО: | | 13 000 |

1. Предоставьте обобщенную информацию по производственным площадям и оборудованию, заполнив таблицу:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Первый год (по кварталам) руб. | | | | Итого,  руб. |
| 1 период | 2 период | 3 период | 4 период |
| *Офисные помещения* | | | | | | |
| 1. | Арендная плата | 360 000 | 360 000 | 360 000 | 360 000 | 1 440 000 |
| 3. | Коммунальные платежи | 18155 | 18155 | 18155 | 18155 | 76 620 |

1. Предоставьте информацию по капитальным вложениям, заполнив таблицу 20.

Таблица 20

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | «0»  период | Первый год (по кварталам) руб. | | | | Итого,  руб. |
| 1 период | 2 период | 3 период | 4 период |
| Всего: | |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Приобретение оборудования | 120 000 |  |  |  |  | 120 000 |
| 4. | Телефонная линия / Интернет | 500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 6000 |

При необходимости вложите информацию в приложение к данной рабочей тетради.

1. Предоставьте информацию по затратам на оплату труда, заполнив таблицу 23.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование должности | Показатели | Первый год (по кварталам), руб. | | | | Итого, руб. |
| 1 период | 2 период | 3 период | 4 период |
| 1. | Административный персонал | |  |  |  |  |  |
| 1.1. | Генеральный директор | Кол-во | 1 | 1 | 1 | 1 | 480 000 |
| Размер з/п | 120 000 | 120 000 | 120 000 | 120 000 |
| 2. | Производственный (в т.ч. торговый) персонал | |  |  |  |  |  |
| 2.1. | консультант | Кол-во | 1 | 1 | 1 | 1 | 300 000  360 000  360 000 |
| Размер з/п | 75 000 | 75 000 | 75 000 | 75 000 |
| 2.2. | Бухгалтер | Кол-во | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Размер з/п | 90 000 | 90 000 | 90 000 | 90 000 |
| 2.3. | Менеджер | Кол-во | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Размер з/п | 90 000 | 90 000 | 90 000 | 90 000 |
| Итого фонд оплаты труда | | |  |  |  |  | 1500000 |

1. Необходимо выделить номенклатуру основных товаров и услуг, которые Вы собираетесь производить. Показать объем производства и сбыта продукции в натуральном и денежном выражении. Заполните таблицы 24 и 25.

Таблица 24

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование произведенной услуги |  | Максимальное  количество произведенной продукции в месяц | Минимальное количество произведенной продукции в месяц | Среднее  количество произведенной продукции в месяц |
|  | *Продажа питомца* | Кол-во | *90* | *30* | 60 |
| Цена в руб. | *135 000* | *45000* | 90000 |
| Объем продаж в руб. |  |  |  |
|  | *Клетка для питомца* | Кол-во | *45* | *15* | 30 |
| Цена в руб. | *450000* | *150000* | 300000 |
| Объем продаж в руб. |  |  |  |
|  | *Корм и наполнитель для питомца* | Кол-во | *150 кг* | *50 кг* | 100 кг |
| Цена в руб. | *45000* | *15000* | 30000 |
| Объем продаж в руб. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Игрушки и гамаки* | Кол-во | *300* | *100* | 200 |
| Цена в руб. | *180000* | *60000* | 120000 |
| Объем продаж в руб. |  |  |  |

При необходимости вложите информацию в приложение к данной рабочей тетради.

Таблица 25

|  |  |
| --- | --- |
| Сделайте расчет производственной программы в денежном выражении | |
| Месяц | Месячная выручка |
| 1 месяц | 270000 |
| 2 месяц | 270000 |
| 3 месяц | 270000 |
| 4 месяц | 540000 |
| 5 месяц | 540000 |
| 6 месяц | 540000 |
| 7 месяц | 810000 |
| 8 месяц | 810000 |
| 9 месяц | 810000 |
| 10 месяц | 1080000 |
| 11 месяц | 1080000 |
| 12 месяц | 1080000 |

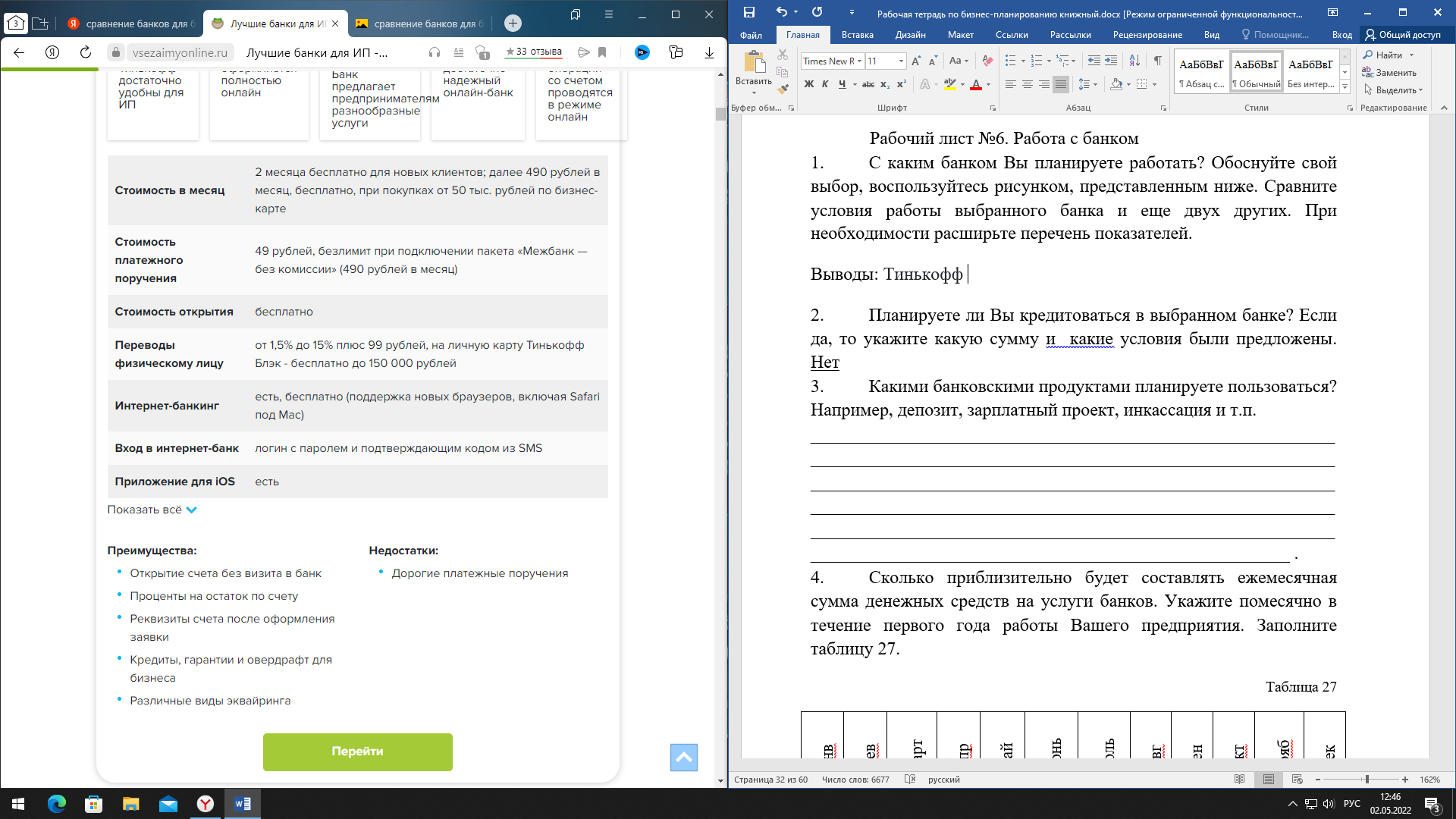
1. Заполните график реализации проекта, заполнив табл. 26.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Этапы реализации проекта | Периоды (мес.) | | | | | | | | | | | |
| Янв. | Февр. | Март | Апр. | Май | Июнь | Июль | Авг. | Сен. | Окт. | Нояб. | Дек. |
| Подбор персонала | + | + | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Закупка техники и оборудования |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Размещ. рекламы |  |  |  | + | + | + | + |  |  |  | + | + |
| Заключ. контракт |  |  |  | + | + | + | + | + | + |  |  |  |

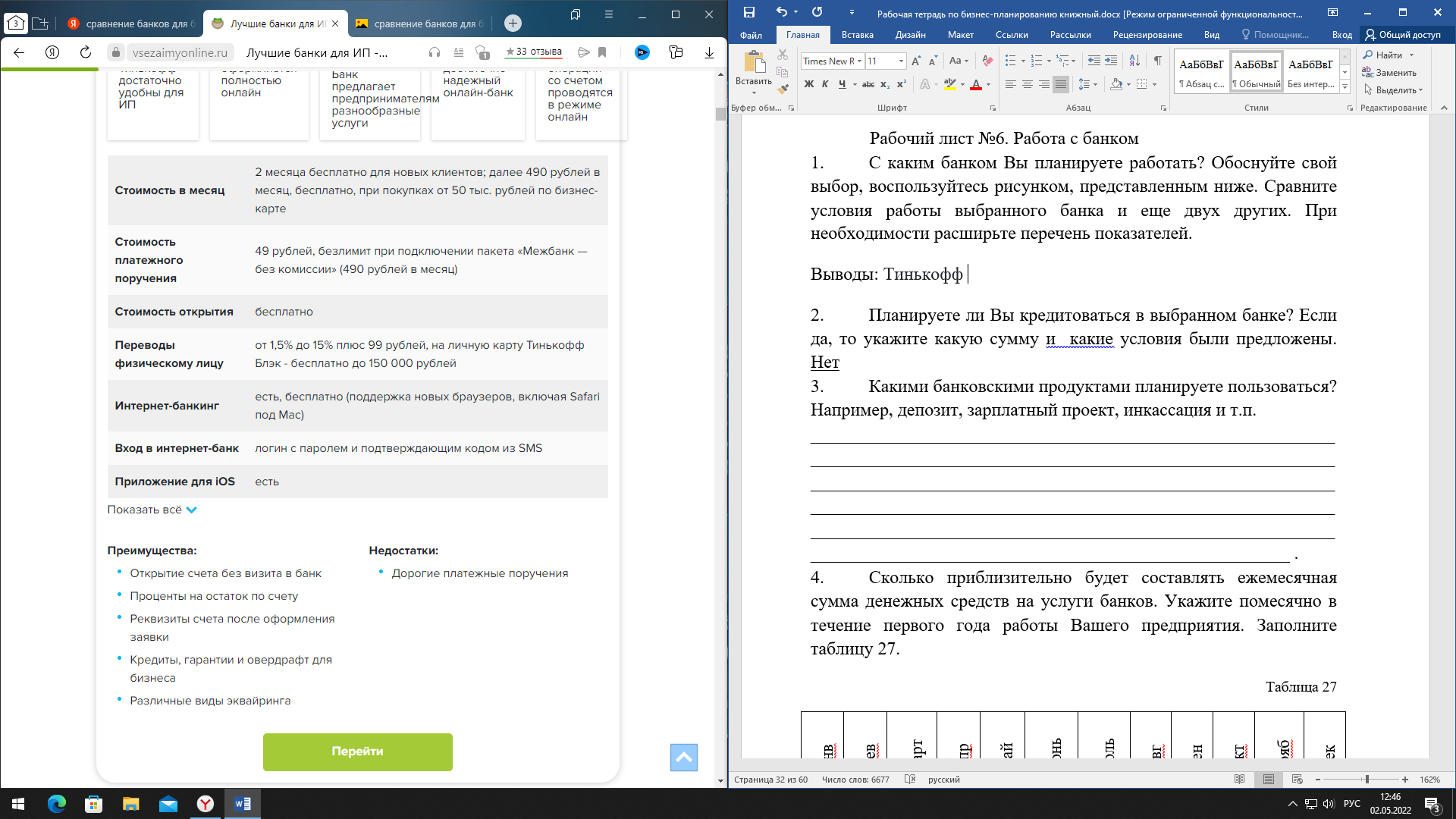
Рабочий лист №6. Работа с банком

1. С каким банком Вы планируете работать? Обоснуйте свой выбор, воспользуйтесь рисунком, представленным ниже. Сравните условия работы выбранного банка и еще двух других. При необходимости расширьте перечень показателей.

Сбербанк



Тинькофф



Выводы: в результате сравнения большее предпочтение отдаю Сбербанку, т.к. данный банк обладает уже хорошей репутацией надёжного банка.

1. Планируете ли Вы кредитоваться в выбранном банке? Если да, то укажите какую сумму и какие условия были предложены.
2. Планируете ли Вы кредитоваться в выбранном банке? Если да, то укажите какую сумму и какие условия были предложены. **Нет**

Рабочий лист №7. Финансовый план. Часть 1.

1. Определить режим налогообложения, применимый для Вашей предпринимательской деятельности;Произвести расчет суммы налога, определить сроки его уплаты. Воспользуйтесь таблицей 28.

Таблица 28

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды налогов | Ставка налога | Расчет суммы налога, руб. | | |
| Из расчета  ежемес. | За отчетный период | В год |
| Общий режим налогообложения |  |  | | |
| Налог на прибыль  (для юридических лиц) | 20% от прибыли (глава 25 НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| НДФЛ  (для индивидуальных предпринимателей)\*\* | 13% от прибыли (глава 23 НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| Налог на имущество\* | Глава 30 НК РФ (в соответствии с НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| Земельный налог\* | Глава 31 НК РФ(в соответствии с НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| Транспортный налог\* | Глава 28 НК РФ(в соответствии с НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| Специальные налоговые режимы |  |  | | |
| ЕНВД | 15% от вмененного дохода (глава 26.3 НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| Патентная система налогообложения | 6% от потенциального дохода (глава 26.5НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| ЕСХН | 6% от разницы доходы-расходы (глава 26.1 НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| УСН доходы | 6% от дохода (глава 26.2 НК РФ) | 16 200 | 48 600 | 194400 |
| УСН доходы-расходы | 15% от разницы доходы-расходы (глава 26.2 НК РФ) | \_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_ |
| \*Уплачивается в случае возникновения объекта налогообложения. Организации и индивидуальные предприниматели, работающие на специальных режимах налогообложения, освобождены от уплаты транспортного налога и налога на имущество.  \*\* Уплачивается индивидуальными предпринимателями, работающими на общем режиме налогообложения, с прибыли. НДФЛ, удерживаемый с работников, не учитывать. | | | | |

1. Сделайте расчет уплачиваемых страховых взносов за наемных работников. Заполните таблицу 29.

Таблица 29

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование налога | Ставка | Сумма в мес., руб. | Сумма в год, руб. |
| *Пенсионный фонд* | *22%* | 34 100 | 1 980 000 |
| *Фонд обязательного мед. страхования* | *5,1%* | 7 905 | 459 000 |
| *Фонд соцстраха* | *2,9%* | 4 495 | 261 000 |

1. Произвести месячную калькуляцию себестоимости; Произвести калькуляцию себестоимости единицы продукции (работы, услуги). Заполните таблицу 30.

Таблица 30

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование статей** | **Сумма, руб./в месяц** | |
| Аренда помещения и оборудования | 120000 |  |
| Заработная плата с отчислениями | 125000 |
| Коммунальные платежи (электроэнергия, вода, тепло и.т.д.) | 5757 |
| Хозяйственные расходы | 10 000 |
| Прочее | 10 000 |
| ИТОГО: | 270757 |

1. Произвести расчет показателя « чистая прибыль» (построить план доходов и расходов). При необходимости выполните расчет в Excel и приложите к рабочей тетради. Используйте таблицу 33.

Таблица 33

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пример бюджета доходов и расходов. (Возможно указать иные статьи (например, расшифровать «доходы», разгруппировать «расходы»). | | | | | |
|  | Сумма, руб. | 1 месяц | 2 месяц | 3 месяц | … |
| 1 | Выручка | 270000 | 270000 | 270000 | \_\_\_\_\_ |
| 2 | Затраты (себестоимость) \*\* | 270757 | 260757 | 260000 | \_\_\_\_\_ |
| *3* | *Прочие доходы\** | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| *4* | *Прочие расходы\** | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| 5 | Прибыль (убыток) (1-2+3-4) | -757 | +10000 | +10000 | \_\_\_\_\_ |
| 6 | Налог | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| 7 | Чистая прибыль (убыток) (5-6) | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| *8* | *Чистая прибыль (убыток)*  *нарастающим итогом (7+8)* | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ |
| \*внереализационные доходы и расходы (субсидии, уплата процентов по кредиту и т.д.)  \*\* учитываются только те затраты, которые напрямую связаны с извлечением дохода (получением выручки) в конкретном периоде (месяц, квартал и т.д.) | | | | | |

1. Определить перечень необходимых затрат на создание (развитие) предпринимательской деятельности; дать подробные пояснения об источниках финансирования бизнес-проекта. Заполните таблицы 34 и 35.

*Примечание: В качестве источника финансирования бизнес-проекта могут выступать: государственные субсидии, инвестиции частных лиц, банковский кредит, лизинг и т.д. Условия, касающиеся привлечения источников финансирования, определяются предпринимателем самостоятельно.*

Таблица 34

|  |  |
| --- | --- |
| Отразите информацию об источниках финансирования Вашего бизнес-проекта | |
| Всего, руб. | Сумма, руб. 2000000 |
| В том числе: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Собственные средства | 2000000 |

Таблица 35

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отразите информацию об основных статьях финансирования Вашего бизнес-проекта. | | |
| № п/п | Направление инвестиций | Всего |
| 1. | Основные средства |  |
| 1.1. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 1.2. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| ... | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 2. | Сырье и материалы | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 2.1. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 2.2. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| .... | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3. | Прочие расходы | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3.1. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3.2. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| .... | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| ИТОГО: | |  |

При необходимости выполните расчет в Excel и приложите к рабочей тетради.

Рабочий лист №8. Финансовый план. Часть 2.

1. Спрогнозировать денежный поток. Построить бюджет движения денежных средств (далее БДДС). Пример БДДС приведен в таблице 36.

*Примечание:**При формировании бюджета движения денежных средств учитываются фактический приход и отток денежных средств. При формировании показателя «приход» учитываются суммы полученных кредитов и займов. При формировании показателя «отток» учитываются сумма выплачиваемого основного долга по займам и кредитам, не учитываются амортизационные отчисления. Затраты на приобретение оборудования учитываются при формировании показателя «отток» от инвестиционной деятельности.*

Таблица 36

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | …. |
|  | ***I. Операционная (основная) деятельность*** |  | | | | |
|  | **Приток** |  | | | | |
|  | Приход от продаж (оказания услуг) | 270 000 | 270  000 | 270  000 | 540  000 |  |
| 1. | **Всего** | **270000** | 270000 | 270000 | 540000 |  |
|  | **Отток** |  | | | | |
|  | Оплаты по операционным расходам | 270745 | 260000 | 260000 | 260000 |  |
|  | Проценты по кредиту |  |  |  |  |  |
|  | Налоги | 16 200 | 16200 | 16200 | 16200 |  |
| 2. | **Всего** | 276945 | 276945 | 276945 | 276945 |  |
| 3. | **Чистый операционный поток** (1-2) | -6945 | -6945 | -6945 | 263055 |  |
|  | ***II. Инвестиционная деятельность*** |  | | | | |
|  | Закупка основных фондов |  |  |  |  |  |
| 5. | **Отток всего** |  |  |  |  |  |
|  | Продажа основных фондов |  |  |  |  |  |
| 6. | **Приток всего** |  |  |  |  |  |
| 7. | **Чистый инвестиционный поток** (6-5) |  |  |  |  |  |
|  | ***III. Финансовая деятельность*** |  | | | | |
|  | **Приток** |  |  |  |  |  |
|  | Получение кредитов и займов |  |  |  |  |  |
| 8.. | **Всего** |  |  |  |  |  |
|  | **Отток** |  |  |  |  |  |
|  | Возврат кредитов и займов |  |  |  |  |  |
| 9. | **Всего** |  |  |  |  |  |
| 10. | **Чистый финансовый поток** (8-9) |  |  |  |  |  |
| 11. | **Общий Чистый поток** (3+7+10) | -6945 | -6945 | -6945 | 263055 |  |
| 12. | **Общий чистый поток нарастающий итогом** (11+12) |  |  |  |  |  |

**Рабочий лист №9. Анализ рисков**

1. Выявить внешние и внутренние риски Вашей предпринимательской деятельности; Продумать мероприятия по минимизации рисков.

*Примечание: риски – это отрицательные воздействия внутренней и внешней среды на финансовые результаты предприятия. На внешние риски организация не может оказать воздействия, но может продумать шаги, которые позволят снизить потери в случае их возникновения. Внутренние риски фирма может контролировать и влиять на них.*

Пример рисков приведены в таблице 40.

Таблица 40

|  |  |
| --- | --- |
| Внешние риски  Источники:  • инфляция;  • резкое падение спроса на продукцию;  • погодные факторы;  • политика правительства;  • экологические и социальные эффекты;  • изменение требований потребителей;  • подорожание сырья;  • действие конкурентов;  • воздействие третьих лиц | Внутренние риски.  Источники:  • поломка оборудования;  • срыв поставок сырья;  • заболевание работника;  • ухудшение качества продукции;  • низкий уровень управления; |
| Меры по минимизации:  • страхование;  • дублирование;  • профилактические работы;  • формирование товароматериальных запасов. | |

Риски Вашей компании укажите в таблице 41.

Таблица 41

|  |  |
| --- | --- |
| **Риски** | **Меры по минимизации потерь от рисков** |
| инфляция | страхование |
| резкое падение спроса на услуги | привлечение новых клиентов, добавление новых услуг |
| действия конкурентов | расширение ассортимента |
| воздействие третьих лиц | расширение ассортимента |
| ухудшение качества оказываемых услуг | Обновление штата, курсы переподготовки для сотрудников |
| низкий уровень управления | Обновление штата, курсы переподготовки для сотрудников |

1. Проранжируйте риски Вашей компании методом, основанным на экспертных оценках, заполнив таблицу 42.

Таблица 42

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Риски | Вероятность наступления риска по данным экспертов | | | Средняя вероятность | Приоритет | Вес риска | Оценка риска | Ранг |
| 1 | 2 | 3 |
| инфляция | 25 | 0 | 25 | 17 | - | - | - | - |
| резкое падение спроса на услуги | 25 | 50 | 75 | 50 | 3 | *0,01* | 0,5 | 3 |
| действия конкурентов | 75 | 100 | 50 | 75 | 2 | 0,055 | 4,125 | 2 |
| воздействие третьих лиц | 75 | 75 | 100 | 83 | 1 | *0,1* | 8,3 | 1 |
| ухудшение качества оказываемых услуг | 50 | 25 | 50 | 42 | - | - | - | - |
| низкий уровень управления | 50 | 25 | 25 | 33 | - | - | - | - |

*Методика оценки рисков, основанная на экспертных оценках:*

1. *Каждому эксперту представляется перечень рисков и предлагается оценить вероятность их наступления, руководствуясь следующей системой оценок: - 0 – риск рассматривается как несуществующий; - 25 – риск скорее всего не реализуется; - 50 – о наступлении события ничего определенного сказать нельзя; - 75 – риск скорее всего проявится; - 100 – риск реализуется наверняка.*
2. *На основе оценки рисков по каждому из них рассчитывается среднее значение по всем экспертам (****Vi****).*
3. *Выявляются приоритеты рисков (веса). Могут быть использованы три приоритета. Они определяют значение веса риска (****Wi****) следующим образом: первому приоритету присватается значение 0,1, третьему приоритету -0,01, вес второго приоритете определяется как среднее арифметическое величина между весами первого и третьего приоритета – 0,055/ 3. Оценка риска определяется произведением* ***Vi\* Wi*** *(%)*
4. *На основе рассчитанных оценок все риски ранжируются.*

*Ниже приведен пример использования изложенной выше методики.*

Рабочий лист № 10. Приложения к бизнес-плану

1. Обозначить список приложений к Вашему бизнес-плану.

*В качестве приложения могут быть предоставлены:*

* *Резюме владельцев и менеджеров;*
* *Схема организационной структуры предприятия;*
* *Схема взаимодействия всех служб между собой;*
* *Схема производственных потоков на предприятии;*
* *Проектно-сметная документация;*
* *Копии лицензий, разрешений, свидетельств и иных документов, подтверждающих возможность инициатора бизнес-плана его реализовать;*
* *Копии договоров и протоколов о намерениях в рамках реализации бизнес плана;*
* *Бухгалтерские и финансовые расчеты;*
* *Аудиторские заключения;*
* *Документы, подтверждающие уже понесенные расходы;*
* *Копии договоров о страховании рисков по реализации бизнес – плана;*
* *Фотографии образцов выпускаемой продукции;*
* *Фотографии и характеристики приобретаемого оборудования*

Перечень приложений для Вашего бизнес-плана:

* *Резюме владельцев и менеджеров;*
* *Схема организационной структуры предприятия;*
* *Схема взаимодействия всех служб между собой;*
* *Схема производственных потоков на предприятии;*
* *Проектно-сметная документация;*
* *Копии лицензий, разрешений, свидетельств и иных документов, подтверждающих возможность инициатора бизнес-плана его реализовать;*
* *Копии договоров и протоколов о намерениях в рамках реализации бизнес плана;*
* *Бухгалтерские и финансовые расчеты;*
* *Аудиторские заключения;*
* *Документы, подтверждающие уже понесенные расходы;*

# Рабочий лист № 11. Резюме

*Примечание: Бизнес план начинается с резюме, но по структурному содержанию оно пишется в самую последнюю очередь. Данный раздел является кратким изложением всех расчетов и пояснений предыдущих разделов, поэтому его написание происходит в последнюю очередь. Данный раздел должен быть кратким, не превышать 5 страниц.*

1. Укажите итоговые показатели проекта, заполнив таблицу 43

Таблица 43

|  |  |
| --- | --- |
| Первоначальные вложения | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_руб.* |
| Чистый дисконтированный денежный поток (NPV) | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_руб.* |
| Внутренняя норма доходности (IRR) | *\_\_\_%* |
| Срок окупаемости с учетом дисконтирования | *\_\_\_\_* |
| Срок окупаемости без учета дисконтирования | *\_\_\_\_\_* |

1. Сформулируйте и кратко опишите цели Вашего предприятия (цели создания бизнеса).

Целью нашего бизнеса является создание надежного специализированного зоомагазина для грызунов, который будет предлагать качественный товар

1. Кратко опишите товары, работы или услуги. Укажите ценовую политику. ( см. лист Маркетинговый план)

Питомцы

Клетки

Игрушки и гамаки

Лекарства

Корма

Ценовая политика охватывает разные классы покупателей, от бюджета до премиума

1. Укажите рынки сбыта. (см. раздел «Маркетинговый план»)

Рознично-потребительский рынок

1. Кратко опишите стратегии развития бизнеса

Стратегия привлечения постоянных покупателей и заинтересованных людей через систему скидок для постоянных клиентов и профессиональных консультаций по уходу и содержанию

1. Укажите возможные риски.(см. раздел «анализ рисков)

Банкротство, резкое падение спроса на услуги, инфляция

1. Укажите социальную эффективность.

Осведомление населения о правильном уходе и содержании грызунов

**Список используемой литературы**

1. Морошкин В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. - М. : ФОРУМ, 2012. - 288с.
2. Романова М.В. Бизнес-планирование : Учебное пособие . - М. : ФОРУМ:ИНФРА-М, 2007. - 240с.:
3. Бухалков М. И. Планирование на предприятии : Учебник. - 3-е изд., испр. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 416с.
4. [Пелих, А. С.](http://unilib.chel.su:6007/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullw&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=3&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=0&S21STR=%D0%9F%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%85%20%D0%90%2E%D0%A1%2E) 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.
5. Патсула П.Дж. Бизнес-план за 30 дней:пошаговое руководство по успешному бизнес-планироаванию и началу собственного дела/П.Дж.Патсула; под редакцией Т.Н. Жуковой – 3-е изд. – М.:Эксмо, 2008.-512 с
6. Бизнес-планирование : Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2009. - 816с.