

номики, есть четкая перспектива и сотрудничество между всеми участниками хозяйственной деятельности.

*А.А. Концевой*  
Научный руководитель – *Л.Н. Семерная*

## **БИЗНЕС–ПЛАН ТОРГОВОГО ПРОЕКТА: СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ**

Любое новое дело нуждается в принятии важных предварительных решений о его развитии. Бизнес-план – это очень хорошее средство для их осмысления. Белорусские бизнесмены часто приводят доказательства, опираясь скорее на эмоциональные, чем на рациональные доводы. Однако в кредитной сфере словам и формальным отпискам доверять не склонны. Хилый, скудный по содержанию, скрывающий важную хозяйственную информацию бизнес-план не может соответствовать целям привлечения инвесторов.

Каждая фирма, начиная свою деятельность должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

Данная тема, на мой взгляд, является очень важной и актуальной, так как белорусское законодательство в настоящее время не закрепляет обязательность разработки бизнес-планов. Он является новым документом для большинства наших предприятий. Даже в настоящее время широко распространена позиция, отрицающая целесообразность разработки развернутого бизнес-плана и предполагающая в качестве альтернативы краткое технико-экономическое обоснование. Считается, что отсутствие проработанного бизнес-плана может быть компенсировано знанием «глубины» отечественного бизнеса и интуиции.

Специфика бизнес-планирования в торговой сфере (а она весьма существенна) не нашла достаточного отражения на страницах специальной экономической литературы.

Бизнес – план позволяет решить целый ряд задач, основными из которых являются следующие:

- обоснование экономической целесообразности направлений развития фирмы;
- расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;
- определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии, т.е. способы концентрирования финансовых ресурсов;
- подбор работников, которые способны реализовать данный план.

Каждая задача может быть решена только во взаимосвязи с другими. Основной центр бизнес-плана – концентрирование финансовых ресурсов. Именно бизнес-план – важное средство для увеличения капитала компании. Процесс

составления бизнес-плана позволяет тщательно проанализировать начатое дело во всех деталях.

Этапы разработки бизнес-плана.

Прежде чем приступить к созданию бизнес-плана, необходимо получить весь комплекс необходимой информации.

*Первый шаг* в подготовке бизнес-плана предполагает определение источников нужной информации.

*Вторым шагом* в работе над бизнес-планом становится определение целей его подготовки. Цели определяются перечнем тех проблем, которые призван решить бизнес-план. Очень важно понять, что внутренние и внешние цели предприятия могут быть достигнуты, только если создан по-настоящему добротный и качественный план.

*Третий шаг* при создании бизнес-плана – это точное определение своих целевых читателей – будут ли это только внутренние участники организации (что крайне маловероятно) или также внешние лица, которых организация хотела бы видеть своими инвесторами, – будущие акционеры, коммерческие банки, венчурные капиталисты.

Когда автор будущего бизнес-плана очертил круг своих будущих читателей, он может перейти к следующему, *четвертому шагу* – установление общей структуры создаваемого документа.

Обычно бизнес-план включает в себя такие составные части:

- титульный лист;
- резюме;
- описание продуктов (услуг);
- описание дел в отрасли, товарные рынки;
- конкурентов: оценку и выбор конкурентной стратегии;
- производственный план;
- план маркетинга;
- организационный план;
- финансовый план и оценку риска;
- план исследований и разработку;
- приложение.

*Пятый шаг* бизнес-планирования предполагает сбор информации для подготовки каждого из намеченных разделов бизнес-плана. На этом этапе необходимо заручиться поддержкой тех людей, которые имеют необходимый опыт и знания для составления бизнес-плана.

Следующий, *шестой шаг* в бизнес-планировании – непосредственное написание бизнес-плана. Это очень ответственный и трудоемкий этап.

Когда все разделы бизнес-плана написаны, предприниматель должен подготовить резюме основных идей бизнес-плана.

В целом работа по бизнес-планированию – это очень трудоемкий и достаточно длительный процесс. Предпринимателю приходится тратить недели и месяцы для создания бизнес-плана.

Различные специалисты по бизнес-планированию единодушны в том, что суммарное время, необходимое для этого, составляет около 200 часов.