TO HIDE THESE MESSAGES, TURN OFF debug level logging for org.docx4j.convert.out.common.writer.AbstractMessageWriter

**Индивидуальный предприниматель**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Бизнес-план**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Индивидуальный предприниматель**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**м.п.**

**Барнаул 2013**

Оглавление

[1.Резюме1](#_Toc353289880)

[2.Основная идея проекта1](#_Toc353289881)

[2.1.Краткое описание бизнес-идеи1](#_Toc353289882)

[2.2.Цели и задачи проекта1](#_Toc353289883)

[2.3.Стратегия реализации проекта1](#_Toc353289884)

[2.4.Управление рисками1](#_Toc353289885)

[2.5.План реализации проекта1](#_Toc353289886)

[2.6.Обоснование рентабельности проекта1](#_Toc353289887)

[3.План маркетинга1](#_Toc353289888)

[3.1.SWOT анализ1](#_Toc353289889)

[3.2.Виды товаров и услуг1](#_Toc353289890)

[3.3.Рынок сбыта1](#_Toc353289891)

[3.4.План маркетинга1](#_Toc353289892)

[3.4.1.Установление уровня цен1](#_Toc353289893)

[3.4.2.План сбыта1](#_Toc353289894)

[3.4.3.План рекламных мероприятий1](#_Toc353289895)

[3.4.4.Бюджет маркетинга1](#_Toc353289896)

[4.Производственный план1](#_Toc353289897)

[5.Организационный план1](#_Toc353289898)

[6.Финансовый план1](#_Toc353289899)

[6.1.Определение источников финансирования1](#_Toc353289900)

[6.2.Смета затрат до получения первых поступлений от реализации1](#_Toc353289901)

[6.3.Календарный план реализации проекта1](#_Toc353289902)

[6.4.Смета расходов на реализацию проекта1](#_Toc353289903)

[7.Бюджетирование1](#_Toc353289904)

[Основные финансовые показатели1](#_Toc353289905)

1. Резюме

**Цель проекта**

Объект коммерциализации

Конечные потребители (целевая аудитория)

С целью реализации проекта учреждено**.**

**Финансирование проекта:**

1. За счёт **собственных средств** общая сумма **\_\_\_\_\_\_\_\_,** из них:

2. За счёт **\_\_\_\_\_**:

Общая сумма затрат на реализацию проекта: \_\_\_\_\_\_ руб.

**Этапы реализации проекта (календарный план):**

1. Подготовительный этап

2. Старт продаж

Количество **дополнительно создаваемых рабочих мест** в течение первого года реализации проекта \_\_\_ человека.

Средний **уровень заработной платы** (без учёта начислений на ФОТ) 10000,0 руб./мес.

Расчётные **отчисления в бюджеты всех уровней** за 1-й год реализации проекта \_\_\_\_\_\_.

**Срок окупаемости проекта** \_\_ мес.

**Выручка** за первый год реализации проекта \_\_\_\_\_

**Чистая прибыль** за первый год реализации проекта \_\_\_\_\_

**Рентабельность**

2. Основная идея проекта

2.1. Краткое описание бизнес-идеи

2.2. Цели и задачи проекта

С целью реализации проекта будет необходимо решены следующие задачи:

1. Осуществить разработку веб-сервиса, обладающегоследующими функциями:

a.

2. Приобрести следующее оборудование:

a.

3.

4. Осуществить ряд мероприятий, направленных на продвижение сервиса и привлечение клиентов по всей территории РФ.

a. Поисковое продвижение сайта.

b. Участие в выставках и конференциях.

c. Запуск рекламной кампании в Интернете.

2.3. Стратегия реализации проекта

Основные принципы реализации проекта приведены в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Направления** | **Цели** | **Мероприятия** |
| Маркетинг | 1. Введение новых видов услуг.2. Разработка фирменного стиля.3. Осуществление рекламной поддержки.4. Расширение сегментов присутствия на рынке. | 1.1 Разработка регламентирующих документов.1.2 [Консультации по трудовому праву](http://www.staffexpert.ru/content/Consult/#tpcons).2.1 Создание благоприятного имиджа фирмы.3.1 Распространение рекламных материалов.3.2 Информационное освещение в СМИ ключевых этапов развития проекта (открытие, выход на рынки новых регионов, участие в мероприятиях и т.д.).3.3 Изготовление рекламной, сувенирной и презентационной продукции. |
| Персонал | 1. Повышение эффективности работы персонала | 1.1 Соблюдение психофизиологических и эргономических условий труда.1.2 Введение системы материальных и моральных поощрений.1.3 Денежное стимулирование эффективности сотрудников. |
| Финансы | 1. Эффективное управление денежными и материальными ресурсами для получения прибыли | 1.1 Обеспечение прибыльности предприятия.1.2. Выполнение плановых показателей.1.3. Расширение клиентской базы.1.4 Повышение платёжеспособности предприятия и удержание ее на высоком уровне. |

2.4. Управление рисками

Для рисков, связанных с реализацией проекта рассчитана средневзвешенная вероятность.

1. Риски рыночной обстановки

1.1. Статичность рынка

Вероятность возникновения: ниже среднего. Средневзвешенная вероятность риска 10%, что не превышает средневзвешенную вероятность данного риска (в среднем по рынку) 35-40%.

Сущность риска: пользователи будут не готовы воспользоваться услугами сервиса.

Методы управления:

А) Выбор целевой аудитории, готовой пользоваться сервисом: соискатели молодёжь, выпускники учебных заведений; работодатели субъекты малого и среднего предпринимательства, органы государственной власти, кадровые агентства. Построение рекламной кампании для данных категорий целевой аудитории.

Б) Проведение маркетинговых акций, распространение подарочных сертификатов, direct-marketing, работа с базами данных целевой аудитории, разъяснение эффективности и полезности для них данного сервиса.

1.2. Низкая посещаемость ресурса.

Вероятность возникновения: умеренная.

Методы управления:

А) Использование инструментов Google и Yandex для анализа эффективности рекламной кампании. Выбор новых ключевых слов, работа над семантическим ядром, написание продающих текстов.

Б) Разработка рекламных акций и их отдельное продвижение в сети Интернет через страницы-визитки. Анализ их эффективности и корректировка (в случае необходимости).

В) Выделение новых групп целевой аудитории (ЦА) и разворачивание рекламной и информационной кампании, направленной на эти группы ЦА.

1.3. Высокое количество отказов.

Вероятность возникновения: умеренная.

Сущность: при большом количестве посетителей лишь малая их доля становится клиентами сервиса.

Методы управления:

Использование инструментов Google и Yandex для анализа действий посетителей на сайте. Выявление мёртвых точек, в которых посетители покидают систему. Оптимизация внутренней структуры сайта, проведение углублённыхюзабилити-исследований.

2. Внутренние риски.

2.1. Невыполнение задач в установленные сроки.

Вероятность возникновения: умеренная.

Методы управления:

А) Детализация поставленных задач. Постоянный контроль процесса разработки.

Б) Использование методов мотивирования к решению задач.

В) Поиск альтернативных путей решения поставленных задач.

2.3. Ошибки управленческого звена (менеджмента)

Вероятность возникновения: умеренная.

Сущность: успех проекта полностью зависит от правильности управленческих решений и выбираемой стратегии развития предприятия.

Методы управления риском:

А) Привлечение высококвалифицированных специалистов для разработки стратегии развития проекта.

Б) Участие в тренингах по стрессовому тестированию проектов.

В) Участие в федеральных и региональных программах по содействию развитию субъектов малого и среднего предпринимательства, консультирование со специалистами, презентация проекта и стратегии развития.

2.5. План реализации проекта

 Плановый расчётный период проекта 3 года.

 Реализация программного кода и старт продаж через 3месяца после поступления денежных средств.

 Срок окупаемости проекта (с момента поступления денежных средств) 11 мес.

2.6. Обоснование рентабельности проекта

3. План маркетинга

3.1. SWOT анализ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Положительное влияние** | **Отрицательное влияние** |
| **Внутренняя среда** | **Strengths/Сильные стороны** (свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли) | **Weaknesses/Слабые стороны** (свойства, ослабляющие проект) |
| **Внешняя среда** | **Opportunities/Возможности** (внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели) | **Threats/Угрозы** (внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели) |

3.2. Виды товаров и услуг

*основная цель этого раздела - доказать, что Ваши товары (услуги) имеют ценность для потребителей и будут пользоваться спросом.*

*За основу можно взять следующий перечень вопросов:*

*1. Какой именно товар (или услугу) Вы предложите покупателям?*

*2. Какие потребности населения будет удовлетворять данный товар или данная услуга?*

*3. Насколько тщательно разработана Ваша продукция? Имеете ли Вы уже опыт производства и реализации этой продукции?*

*4. В каких сферах ее можно использовать?*

*5. В чем состоит преимущество Вашего товара (услуги) с точки зрения потенциальных потребителей?*

*6. Почему потребители отдадут предпочтения именно Вашему товару (услуге)?*

*7. Какие недостатки может иметь Ваш товар (услуга), и как Вы будете пытаться их преодолевать?*

*8. Какие характеристики делают Ваш продукт уникальным?*

*9. Как Ваши товары или услуги будут доходить до потребителя?*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№,п/п** | **Наименование услуги** | **Содержание услуги** | **Целевая аудитория** |
|  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |

3.3. Рынок сбыта

*Цель данного раздела - показать, что Вы сможете продать свой товар (реализовать свою услугу). Для этого требуется изучить рынок сбыта и выявить своих потенциальных клиентов, а так же спрогнозировать их спрос на Ваши товары при Ваших ценах.*

*Вы должны продемонстрировать, что для Вашего товара (услуг) рынок сбыта действительно существует, и что Вы можете воспользоваться возможностями, которые он предоставляет.*

*Сначала необходимо сделать общее описание рынка, которое включает в себя следующие основные характеристики:*

*расчетный размер и состав рынка, в том числе распределение по географическим районам и описание основных типов клиентов;*

*положение на рынке на настоящий момент и его предполагаемое развитие: будет расти, останется неизменным и т.д.;*

*механизмы действия рынка и основные типы конкуренции: цена, качество, обслуживание, репутация.*

*Затем нужно проанализировать Ваш сегмент рынка, на котором Вы будете продавать свой товар (реализовывать услугу). Рынок можно сегментировать по географическому положению, по типу покупателей, по типу товаров и услуг.*

*Чтобы узнать примерное количество своих покупателей и ожидаемый спрос на Ваш товар (Вашу услугу), необходимо определить для себя и дать ответы на следующие вопросы:*

*1. Где (в каком районе?) живут Ваши будущие покупатели?*

*2. Кто будущий потребитель Ваших товаров? (возраст, пол, социальное положение, род занятий, уровень доходов и т.д.)*

*3. Какими соображениями Вы руководствовались при выборе той или иной группы потребитель (рыночного сегмента), которых заинтересует Ваш товар?*

*4. По какой цене сейчас покупают аналогичный товар (услугу)?*

*5. Насколько изменчив спрос на данные товары (услуги)?*

3.4. План маркетинга

*План маркетинга, или план продвижения товаров (услуг) должен дать описание программы Ваших действий по доведению товаров (услуг) до потребителей и рассчитать, сколько для этого потребуется денег.*

*В данном разделе Вы должны определить:*

*Как потребители узнают о Вашей продукции?*

*Сколько денег Вы предполагаете выделить на рекламу?*

*Как Вы будете реализовывать свой товар (услугу)?*

3.4.1. Установление уровня цен

*Цена товара (услуги) может определяться исходя из следующих условий:*

*цены конкурентов на аналогичный товар (услугу) или товары заменители (услуги);*

*цены, определяемые спросом на данный товар (услугу);*

*себестоимость продукции + целевая прибыль.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№,п/п** | **Наименование пакета услуг** | **Стоимость, руб/мес.** | **Содержание услуги** |
|  |
| 1.1 |  |  |  |
| 1.2 |  |  |  |
| 1.3 |  |  |  |
| 1.4 |  |  |  |
|  |
| 2.1 |  |  |  |
| 2.2 |  |  |  |
| 2.3 |  |  |  |
|  |

3.4.2. План сбыта

*В данном разделе необходимо описать, как Вы намерены реализовывать товары и услуги (методы реализации): самостоятельно или через посредников, оптом или в розницу, по предварительным заказам по телефону или иным способом.*

*Ваша задача сводится к тому, чтобы облегчить клиенту процесс совершения у Вас покупки, сделать Ваш товар (услугу) для него доступным.*

С целью первоначального формирования клиентской базы и привлечения пользователей сервиса, в штате фирмы предусмотрен менеджер по продажам.

Для окупаемости проекта в установленный срок, сформирован следующий план продаж (см. на следующей странице):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№,п/п** | **Наименование услуги** | **План продаж, кол-во услуг в месяц** |
| **2013** |
| январь | февраль | март | апрель | май | июнь | июль | август | сентябрь | октябрь | ноябрь | декабрь |
| **1. Услуги, предоставляемые работодателям (средние и крупные предприятия)** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Старт продаж намечен на \_\_\_\_\_\_\_. Для подготовки рынка и формирования спроса до начала продаж будут запущены маркетинговые мероприятия (информационная компания, продвижение системы в сети Интернет, поиск клиентов из базы работодателей и т.д.).

3.4.3. План рекламных мероприятий

*В этом разделе необходимо описать, как Вы собираетесь доводить информацию о Ваших товарах (услугах) до клиентов.*

*Вам следует определиться по следующим вопросам:*

*Как рекламировать свой товар или услугу?*

*Какую информацию надо сообщать о Ваших товарах и услугах потребителю?*

*Где Вы собираетесь размещать Вашу рекламу?*

*Сколько денег Вы собираетесь тратить на рекламу?*

3.4.4. Бюджет маркетинга

*В этом разделе необходимо описать, какие затраты Вы планируете осуществить на производство товара (реализацию услуги).*

4. Производственный план

Этот раздел бизнес-плана готовится только теми предпринимателями, которые собираются заняться производством. Подробно опишите в разделе:

- размещение производства;

- необходимое оборудование, его стоимость;

- материалы и комплектующие, их стоимость;

- обеспечение качества товара (услуги);

- объем выпуска продукции.

5. Организационный план

В этой части бизнес-плана необходимо осветить следующие вопросы:

- краткая информация о владельцах (учредителях) Вашего предприятия;

- опыт и компетентность руководства;

- потребность в персонале;

- система мотивации и вознаграждения персонала;

- дата предполагаемого выхода на полную мощь.

6. Финансовый план

6.1. Определение источников финансирования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№,п/п** | **Наименование источника финансирования** | **Сумма, руб.** |
| 1. Личные средства |
| 1.1 | Денежные средства |  |
| 1.2. | Оборудование | 0,0 |
|  |
| 2. | Заёмные средства | 0,0 |
| 3. Кредит финансовых учреждений |
| 3.1 | Залоговый кредит | 0,0 |
| 3.2 | Беззалоговый кредит | 0,0 |
| 4. Иная поддержка |
| 4.1. | Грант | 300000,0 |
|  |  |  |
| ИТОГО |  |

6.2. Смета затрат до получения первых поступлений от реализации

*Информация, предоставляемая в этом подразделе бизнес-плана, необходима для обоснования привлечения дополнительных финансовых средств. Необходимо подтвердить сведения об основных расходах соответствующими документами. Копии этих документов целесообразно включить в состав приложений. Расчет сметы затрат до получения первых поступлений от реализации следует свести в отдельную таблицу:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Наименование статьи затрат** | **Средства гранта, руб.** |
| **1** | **Затраты, связанные с регистрацией бизнеса, всего:** | **0** |
|  | Госпошлина за регистрацию |  |
|  | Услуги правового и технического характера |  |
|  | Изготовление печати, штампа |  |
|  | Нотариальные услуги |  |
|  | Приобретение бланочной продукции |  |
| **2** | **Организационно-техническая подготовка деятельности, всего:** |  |
|  | Открытие расчетного счета в банке |  |
|  | Выполнение проекта |  |
|  | Открытие расчетного счета в банке |  |
|  | Оплата услуг инспекций |  |
|  | Оплата курсов для получения лицензии |  |
|  | Оплата сертификации товаров и услуг |  |
|  | Оплата за аренду помещения |  |
|  | Реконструкция и ремонт помещения |  |
|  | Приобретение основного оборудования |  |
|  | Приобретение инструмента и хозяйственных принадлежностей |  |
|  | Приобретение сырья и материалов |  |
|  | Средства на личное потребление в организационный период |  |
|  | Зарплата персонала |  |
|  | Начисления на ЗП персонала |  |
|  | Расходы на рекламу |  |
|  | Приобретение канцелярских товаров |  |
|  | Прочие расходы (указать какие) |  |
|  |  |  |
|  | **ИТОГО** |  |
|  | **ВСЕГО по проекту** |  |

6.3. Календарный план реализации проекта

(+ отдельный лист)

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование мероприятия** | **Срок реализации** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

6.4. Смета расходов на реализацию проекта

(+ отдельный лист)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Статья расходов** | **Количество** | **Стоимость, руб.** |
|  | **Всего** | **В том числе за счёт средств гранта** | **Всего** | **В том числе за счёт средств гранта** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **ИТОГО** |  |  |

7. Бюджетирование

Для целостного финансового анализа проекта была разработана экономическая модель, учитывающая плановый объём продаж по месяцам запуска проекта (раздел 3.7) и политику ценообразования (раздел 3.6). Результат анализа проекта приведён в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование статьи** | **Год** |
| **2012** | **2013** |
| **Декабрь** | **Январь** | **Февраль** | **Март** | **Апрель** | **Май** | **Июнь** | **Июль** | **Август** | **Сентябрь** | **Октябрь** | **Ноябрь** |
|  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Основные финансовые показатели

Данные по финансовому состоянию фирмы после запуска проекта представлены на следующем графике:

NOT IMPLEMENTED: support for wp:inline - without pic:pic

В результате финансового анализа проекта и составления плана развития были получены следующие показатели:

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование показателя** | **Значение** |
| Окупаемость | 11 мес. |
|  |
| Налоговые отчисления по з/пл. (дек. 2012 - нояб. 2013)  |  |
| Налоговые отчисления по упрощённой системе налогообложения |  |
| **Итого** отчисления в бюджеты всех уровней за 1-й год реализации проекта |  |
|  |
| Рентабельность |  |
| Общая прибыль за первый год реализации проекта |  |