

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

РЕФЕРАТ

по дисциплине «Бизнес-планирование»

МЕХАНИЗМ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

Выполнил:

студент 3 курса

группы 4351

Леконцева Д.А.

Руководитель:

к.э.н., доцент

Шогин В.В.

Казань 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ПОНЯТИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ.....	5
2 СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА	8
3 МЕХАНИЗМ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	13
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	19

ВВЕДЕНИЕ

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в материальных, финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их возможного получения, а также уметь четко определить эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы. Все эти задачи помогает решить бизнес-план, который является основой предпринимательской деятельности и представляет собой всестороннее исследование различных сторон работы любой фирмы.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, который используется во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план описывает процесс функционирования организации и считается продуктом внутренней управленческой деятельности, который необходим для решения многих вопросов функционирования фирмы. Это вопросы открытия нового дела и определение профиля фирмы и основных направлений ее коммерческой деятельности; репрофилирования существующей фирмы, а также выбора новых видов и способов осуществления коммерческих операций.

При всем многообразии существующих форм предпринимательства имеются ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности, а, следовательно, уменьшить риск возможного банкротства.

Данная тема актуальна, так как невозможно добиться стабильного успеха в бизнесе без четкого планирования своей деятельности, постоянного сбора и анализа информации как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Целью работы является изучить механизмы составления бизнес-планов.

Задачи:

1. Дать общую характеристику понятию бизнес-плана.
2. Рассмотреть и изучить содержание бизнес плана.
3. Изучить механизмы составления бизнес-плана.

Данный реферат выполнен в традиционной форме и состоит из введения, основной части, заключения и библиографического списка.

1 ПОНЯТИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

За последние годы в условиях рыночной экономики, когда все больше развивается малое и среднее предпринимательство, широкое распространение получило бизнес-планирование.

Бизнес-план (business-plan) — подробный, четко структурированный, тщательно обоснованный, динамичный, перспективный план развития конкретного направления бизнеса, который используется для стратегического планирования, организации и координации работ по проекту, переговоров с кредиторами и инвесторами, привлечения участников проекта.

Наиболее точно формулирует понятие бизнес плана проф. Н. Д. Стрекалова: «1. Бизнес-план — это письменный документ, который представляет собой стратегический план создания и (или) развития компании. Он отражает текущее состояние, цели и стратегию их достижения, предполагаемые потребности и ожидаемые результаты развития бизнеса компании. 2. Бизнес-план — это основной документ инвестиционного проекта, представляемый инвестору, в котором в краткой форме и общепринятой последовательности излагаются суть, основные характеристики, финансовые результаты и экономическая эффективность проекта. В первом случае бизнес-план рассматривается как результат сводного планирования деятельности компании, которое осуществляется систематически, на регулярной основе. Во втором случае бизнес-план является результатом единовременного планирования, осуществляемого в рамках проекта для решения конкретной стратегической задачи».

Авторы, освещающие бизнес-планирование, несколько по-разному формулируют цели создания бизнес-плана. Так, В.З. Черняк весьма кратко формулирует эти цели. По его мнению, целью разработки бизнес-плана является: «получение кредита; привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия; определение стратегических и тактических направлений и ориентиров самой фирмы в мире бизнеса». Далее автор

излагает перечень стратегических и тактических задач, решение которых предусматривает бизнес-план: организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка сегодняшнего состояния предприятия; выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности предприятия, акцентируя внимание на сильных сторонах и не скрывая слабых; формирование инвестиционно-проектных целей этой деятельности на планируемый период.

Внешняя цель бизнес-плана: создать инструмент для коммуникации и привлечения инвестора (кредитора) с целью получения денежных средств из внешних источников. Далее цель поясняет: хорошо разработанный бизнес-план позволяет привлечь внимание инвестора (кредитора) и вызвать у него интерес к бизнесу путем сообщения ему необходимой информации, убедить его предоставить необходимые денежные средства (или оказать содействие в той или иной форме).

Внутренняя цель: создать реальную плановую основу для управления функционированием и развитием бизнеса компании путем разработки и непрерывного обновления бизнес-плана.

Таким образом, цель разработки бизнес-плана состоит в том, чтобы, с одной стороны, иметь четко и достаточно подробно разработанную перспективу развития бизнеса, или конкретного предпринимательского проекта, а с другой — получить денежные средства у инвесторов или кредитов банка.

Исходя из целей, можно сформулировать и задачи разработки бизнес-плана:

- 1) проанализировать и оценить результаты деятельности предприятия, фирмы за определенный период, выявить отклонения от запланированного уровня и наметить меры по оптимизации мероприятия;

- 2) понять и оценить финансовые аспекты своего бизнеса, эффективность инвестиционного проекта и экономическую целесообразность его осуществления;

3) собрать важнейшую информацию о состоянии отрасли и рынка, выяснить конкурентоспособность намечаемого вами к производству товара;

4) подготовить основу для грамотных взаимоотношений с партнерами, инвесторами и кредиторами;

5) оценить состояние взаимоотношений с внешней средой — представителями государственных, региональных, отраслевых и налоговых органов, общественностью.

Оптимально сформулированные цели и задачи разработки бизнес-плана помогут достичь поставленных целей.

Итак, в условиях рыночной экономики эффективное функционирование предприятия в значительной степени зависит от разработки оптимального плана развития. Бизнес-план (business-plan) — подробный, четко структурированный, тщательно обоснованный, динамичный, перспективный план развития конкретного направления бизнеса, который используется для стратегического планирования, организации и координации работ по проекту, переговоров с кредиторами и инвесторами, привлечения участников проекта. Цель разработки бизнес-плана состоит в том, чтобы, с одной стороны, иметь четко и достаточно подробно разработанную перспективу развития бизнеса, или конкретного предпринимательского проекта, а с другой — получить денежные средства у инвесторов или кредитов банка.

2 СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

В работах ряда авторов рассматриваются различия в структуре и содержании бизнес-плана. Однако при ближайшем их рассмотрении можно убедиться, что при всем разнообразии бизнес-планов сущность и структура этих планов различаются незначительно. Так, Р.Абрамс, известный в США специалист по разработке бизнес-плана, рекомендует следующее его содержание:

- 1) резюме для руководства;
- 2) описание компании,
- 3) анализ отрасли и тенденции ее развития;
- 4) целевой рынок;
- 5) конкуренция;
- 6) стратегическая позиция и оценка рисков;
- 7) маркетинговый план и стратегия продаж;
- 8) операции;
- 9) технологический план;
- 10) управление и организация;
- 11) участие в общественной деятельности и социальная ответственность;
- 12) развитие, основные вехи и план выхода;
- 13) финансы;
- 14) приложение к бизнес-плану.

В рекомендациях Р. Абрамс приведены некоторые непривычные для нее разделы. В их числе: анализ отрасли и тенденции ее развития, конкуренция, оценка рисков; технологический план; участие в общественной деятельности и социальная ответственность.

Анализ отрасли и тенденции ее развития. Здесь сопоставляются ваш бизнес и отрасль: ее размеры, темпы роста, чувствительность к стадиям экономического цикла и сезонность, технологические изменения и

сертификация, каналы поставок и распределения, финансовые характеристики и др.

Конкуренция. Рассматриваются соперники, конкурентные позиции, распределение долей рынка и конкуренция в будущем.

Оценка рисков. В этой части бизнес-плана анализируется стратегическая позиция, оценивают основные типы рисков: рыночный риск, конкурентный риск, риск технологический, товарный, исполнительный и риск капитализации.

Технологический план, а также участие в общественной деятельности и социальная ответственность.

Содержание разделов бизнес-плана.

Раздел 1. «Цели и задачи предпринимательской сделки» - центральные в бизнес-плане. Главная цель предпринимательского бизнеса - получение прибыли. При планировании намеченной сделки следует, прежде всего, определить, на какую сумму прибыли можно рассчитывать, и убедиться в том, что проект вообще способен принести желаемую прибыль. Важно при этом учитывать фактор времени. Другими и словами, наряду с размером ожидаемой прибыли необходимо знать, как она распределится во времени, не окажется ли прибыль слишком запоздалой с учетом потребности предпринимателя в денежных средствах и воздействия инфляции, уменьшающей абсолютный прирост денег.

Раздел 2. «Обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана» является сводным и представляет собой основные идеи и содержание плана в миниатюре. Он создается и уточняется по мере проработки плана, а завершается лишь после составления бизнес-плана в целом. В сводном разделе представлены следующие параметры: генеральная цель проекта (сделки); краткая характеристика предпринимательского продукта, конечного результата намечаемого плана и их отличительные особенности пути и способы достижения поставленных целей; сроки осуществления проекта (сделки); затраты, связанные с его реализацией;

ожидаемая эффективность и результативность; область использования результатов.

Раздел 3. «Характеристики продуктов, товаров, услуг предоставляемых предпринимателем потребителю» должны включать в наглядные данные, позволяющие с требуемой полнотой «осязать» себя предпринимательский продукт, или его характеристики; данные о регионах, группах населения, организациях, которые предпочтительно, исходя из анализа и прогноза, станут покупателями и потребителями товара; данные о динамике ожидаемого потребления товара по временным периодам с учетом факторов, влияющих на изменение потребностей в данном товаре прогноз цен, по которым предполагается реализовать продукт предпринимательской деятельности.

Раздел 4. «Анализ и оценка конъюнктуры рынка сбыта, спроса, объемов продаж» является непосредственным продолжением из учения потребностей и прогнозирования цен. Он предопределяет объемы производства и продаж товаров по временным периодам реализации предпринимательского проекта.

Раздел 5. «План (программа) действий и организационные меры». Его содержание во многом зависит от вида предпринимательской деятельности (производственная, коммерческая, финансовая). Программа предпринимательских действий обычно включает в себя маркетинговые усилия (рекламу определение рынка сбыта, контакты с потребителем, учет его запросов); осуществление производства продукции (в случае производственного предпринимательства); закупку хранение, транспортировку реализацию товаров (в особенности применительно к коммерческому предпринимательству), обслуживание покупателя в процессе продажи товара и после продажи.

Раздел 6. «Ресурсное обеспечение сделки» содержит сведения о видах и объемах ресурсов, необходимых для осуществления, предпринимательского проекта, об источниках и способах получения

ресурсов. Ресурсное обеспечение охватывает материальные, финансовые, информационные ресурсы.

Раздел 7. «Эффективность сделки» завершает бизнес-план. В нем приводится сводная характеристика эффективности предпринимательской сделки. В числе сводных показателей эффективности основные прибыль и рентабельность сделки.

Международная практика обоснования проектов применяет несколько обобщающих показателей для подготовки решения о целесообразности вложения средств: чистую текущую стоимость, рентабельность, внутренний коэффициент эффективности, период возврата капитальных вложений, максимальный денежный отток, норму безубыточности.

Чистая текущая стоимость (в отечественных источниках нередко называемая интегральным экономическим эффектом) представляет собой между совокупным доходом от реализации продукции, рассчитанный за период реализации проекта, и всеми видами расходов, суммированных за тот же период, с учетом фактора времени (т.е. с дисконтированием разновременных доходов и расходов).

Рентабельность исчисляется как отношение прибыли к капитальным вложениям или как отношение прибыли к акционерному капиталу для каждого года реализации предпринимательского проекта рентабельность рассчитывается как среднегодовое значение. При этом учитывается и налогообложение.

Внутренний коэффициент эффективности определяется как та кое пороговое значение рентабельности, которое обеспечивает равенство нулю интегрального эффекта, рассчитанного за экономический срок жизни инвестиций. Проект считается рентабельным, если внутренний коэффициент эффективности не ниже исходного порогового значения.

Период возврата капитальных вложений широко применяется в отечественной практике как срок окупаемости капитальных вложений. Он представляет собой число лет, в течение которых доход от продаж за

вычетом функционально-административных издержек возмещает основные капитальные вложения. Остается дискуссионным вопрос о том, рассчитывать период возврата с дисконтированием или без него.

Максимальный денежный отток - наибольшее отрицательное значение чистой текущей стоимости, рассчитанной нарастающим итогом. Этот показатель отражает необходимые размеры финансирования проекта и должен быть увязан с источниками покрытия всех затрат.

Норма безубыточности - минимальный размер партии выпускаемой продукции, при котором обеспечивается нулевая прибыль, т. е. когда доход от продаж равен издержкам производства. Определяется по формуле: норма безубыточности = постоянные издержки / удельная цена * удельные переменные издержки.

Бизнес-план, в конечном счете, должен дать правильный ответ на такие важные вопросы рыночных отношений, как возможная стоимость проекта и планируемые доходы.

3 МЕХАНИЗМ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

Известный экономист А. С. Пелих подтвердил, что не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана и предложил следующую последовательность составления бизнес-плана:

- 1) принятие решения о создании нового предприятия или совершенствовании действующего;
- 2) анализ собственных возможностей и способности взяться за реализацию проекта;
- 3) выбор изделия или услуги, производство (или оказание) которых будет являться целью задуманного проекта;
- 4) исследование возможного рынка сбыта;
- 5) составление прогноза объемов сбыта (для первого года - ежемесячно, для второго - поквартально);
- 6) выбор для места для осуществления производственной или коммерческой деятельности;
- 7) разработка плана производства;
- 8) разработка плана маркетинга;
- 9) разработка организационного плана;
- 10) разработка юридической формы будущей коммерческой деятельности;
- 11) организация бухгалтерского учета;
- 12) страхование;
- 13) разработка финансового плана;
- 14) составление резюме к бизнес-плану.

Не существует единой «правильной» структуры бизнес-плана. Она может изменяться в соответствии с назначением бизнес-плана, то есть в зависимости от цели бизнес-плана. В мировой практике можно выделить следующие формы бизнес-планов: международную форму бизнес-плана (разработана организацией ЮНИДО); германский типовой бизнес-план;

американский типовой бизнес-план; форму бизнес-плана, утвержденную Приказом Минэкономразвития РФ от 23.03.2006 № 75.

Структура бизнес-плана, предложенная Минэкономразвития РФ, включает в себя следующие разделы:

1. Информация об организации, реализующий проект.
2. Вводная часть (резюме проекта).
3. Анализ положения дел в отрасли и описание организации.
4. Описание продукции (работ, услуг).
5. Маркетинг и сбыт продукции (работ, услуг).
6. Логистика производства.
7. Производственный план.
8. Организационный план.
9. Финансовый план.
10. Оценка эффективности проектов и рисков его реализации.
11. Приложение.

Требования к бизнес-плану: бизнес-план разрабатывается на период, который превышает срок окупаемости проекта на три года; при обосновании инвестиционного проекта все расчеты ведутся в постоянных среднегодовых ценах года, в котором бизнес-план представлен для заключения (изменения) соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности; претендент может представить дополнительную информацию по своему усмотрению.

Рекомендуемые правила составления бизнес-плана: 1. Важно, чтобы предложения были короткими, ясными, четкими. 2. Не нужно увлекаться использованием технического жаргона. 3. Бизнес-план может включать только относящуюся к делу информацию. 4. Важно, чтобы идеи, представленные в бизнес-плане, не были чрезмерно амбициозными. 5. Очень помогает уяснению положений бизнес-плана использование фотографий, диаграмм, графиков и таблиц. 6. Необходимо позаботиться о четкой структуре плана. 7. Нужно особо выделять основные предположения бизнес-

плана, его главные выводы. 8. Не стоит утяжелять основные разделы бизнес-плана различной объемной информацией. 9. Нельзя забывать о таком принципе, как гибкость планирования.

Основными принципиальными положениями планирования являются следующие: 1. Единство и противоречивость развития предприятия в целом и его структурных подразделений, разных социальных групп, их производственно-технических, социально-экономических и финансовых аспектов. 2. Единство и противоречивость развития рыночной системы предприятия, управляемых и неуправляемых факторов и резервов планирования. 3. Комплексность, делимость и структурированность бизнес-плана. 4. Эмерджентность развития предприятия, когда предприятие в целом, как сложная система, состоящая из структурных подразделений, характеризуется новым качеством, не являющимся простым сложением качеств отдельных подразделений. 5. Непрерывные изменения рыночной конъюнктуры как основного фактора, изменяющего плановые решения. 6. Устойчивость бизнес-плана к лишним помехам, которые возникают вне и внутри предприятия. 7. Бизнес-план всегда носит многоцелевой характер.

Бизнес-план является итоговым документом, составлению которого должны предшествовать определение целей и миссии бизнеса, анализ внешней среды, собственных возможностей предприятия или бизнес-единицы.

Конкретный путь составления бизнес-плана зависит от поставленных целей, периода планирования, личности руководителя, компетентности сотрудников, их опыта и знаний. В целом распространение в хозяйственной практике бизнес-плана как формы обоснования предпринимательских проектов или стратегий развития бизнес-единиц объясняется гибким сочетанием в нем: производственного и рыночного; финансового и технического; внутреннего и внешнего аспектов деятельности предприятия.

Бизнес-планы составляются для достижения поставленной перед организацией цели. Это может быть: реализация инновационного проекта; осуществление расширения или реорганизации действующего предприятия; вывод предприятия из предкризисного или кризисного состояния; привлечение необходимых финансовых ресурсов.

Проработанный бизнес-план представляет собой рабочий инструмент, с помощью которого осуществляется управление предприятием и контроль за его деятельностью. Сам процесс составления бизнес-плана, его детальный анализ, который предшествует его написанию, заставляют тщательно проанализировать свои идеи, проверить целесообразность и возможность их реализации. Выделяют основные признаки бизнес-плана: изменение как основное содержание проекта; ограничение во времени; бюджет, относящийся к проекту; ограниченность требуемых ресурсов; неповторимость; новизна; комплексность; правовое и организационное обеспечение; информационная и консалтинговая поддержка.

Ценность бизнес-плана определяется тем, что он: 1) дает возможность определить жизнеспособность проекта в условиях конкуренции; 2) содержит ориентир, как должен развиваться проект (предприятие); 3) служит важным инструментом получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

При составлении бизнес-плана необходимо оценить возможности и проблемы, которые могут возникнуть в будущем. Этот процесс называется определением общего положения. Имея такую оценку, приступают к постановке целей и задач. Для этого, во — первых, устанавливается, что станет продукцией проекта (каким бизнесом будет заниматься предприятие), а во-вторых, определяются главные, количественно обоснованные цели на перспективу.

При составлении бизнес-плана необходимо представить, какие препятствия могут возникнуть на пути к успеху. Если препятствия слишком серьезны, то на предлагаемой идее нужно ставить крест. Разумеется, это

не самый приятный вывод, но лучше его сделать, пока проект на бумаге, а не когда на его создание уже потрачены деньги и время.

Бизнес-план, как правило, систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные с переменами, происходящими как внутри фирмы, так и на рынке, где действует фирма, и в экономике в целом. Таким образом, бизнес-план помогает предпринимателю оценивать прогресс своего дела на основе внутрифирменного и макроэкономического анализа и контролировать текущие операции.

Подготовка и эффективное использование бизнес-плана имеет, таким образом, первостепенное значение. Этот план может быть разработан менеджером, руководителем, фирмой, группой фирм или консалтинговой организацией. Для определения стратегии развития крупной фирмы составляется развернутый бизнес-план.

Существуют два основных подхода к разработке бизнес-плана. Первый заключается в том, что бизнес-план составляется наемной группой специалистов, а инициаторы проекта участвуют в нем посредством подготовки исходных данных. Другой подход — инициаторы проекта сами разрабатывают бизнес-план, а методические рекомендации получают у специалистов, в частности у возможных инвесторов. Для российской практики целесообразным является второй подход. Инициаторы проекта — это обычно специалисты в производственных вопросах, но они, как правило, довольно слабо разбираются в тонкостях финансового обеспечения проекта и сбыта продукции. Эти вопросы разрабатывают наемные специалисты.

Таким образом, бизнес-план дает возможность понять общее состояние дел на данный момент, ясно представить тот уровень, которого может достичь проект, планировать процесс перехода из одного состояния в другое. Бизнес-план является не просто набором управленческих решений в области маркетинга, стратегии производства и продаж, организации и финансов — он позволяет удачно подать бизнес-идею тому, для кого этот план предназначен, будь то банк, инвестиционная компания или

потенциальный партнер. Бизнес-план помогает принимать важные деловые решения, знакомиться с финансовой стороной дела, получать важную информацию о выбранном индустриальном направлении, предвидеть и избегать препятствий, ставить конкретные задачи, расширяться в новых и перспективных отраслях, быть более убедительным при поиске финансирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях рыночной экономики эффективное функционирование предприятия в значительной степени зависит от разработки оптимального плана развития. Бизнес-план (business-plan) — подробный, четко структурированный, тщательно обоснованный, динамичный, перспективный план развития конкретного направления бизнеса, который используется для стратегического планирования, организации и координации работ по проекту, переговоров с кредиторами и инвесторами, привлечения участников проекта. Цель разработки бизнес-плана состоит в том, чтобы, с одной стороны, иметь четко и достаточно подробно разработанную перспективу развития бизнеса, или конкретного предпринимательского проекта, а с другой — получить денежные средства у инвесторов или кредитов банка.

В работах ряда авторов рассматриваются различия в структуре и содержании бизнес-плана. Однако при ближайшем их рассмотрении можно убедиться, что при всем разнообразии бизнес-планов сущность и структура этих планов различаются незначительно. Так, Р.Абрамс, известный в США специалист по разработке бизнес-плана, рекомендует следующее его содержание: 1) резюме для руководства; 2) описание компании, 3) анализ отрасли и тенденции ее развития; 4) целевой рынок; 5) конкуренция; 6) стратегическая позиция и оценка рисков; 7) маркетинговый план и стратегия продаж; 8) операции; 9) технологический план; 10) управление и организация; 11) участие в общественной деятельности и социальная ответственность; 12) развитие, основные вехи и план выхода; 13) финансы; 14) приложение к бизнес-плану.

Требования к бизнес-плану: бизнес-план разрабатывается на период, который превышает срок окупаемости проекта на три года; при обосновании инвестиционного проекта все расчеты ведутся в постоянных среднегодовых ценах года, в котором бизнес-план представлен для заключения (изменения) соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности;

претендент может представить дополнительную информацию по своему усмотрению.

Конкретный путь составления бизнес-плана зависит от поставленных целей, периода планирования, личности руководителя, компетентности сотрудников, их опыта и знаний.

Существуют два основных подхода к разработке бизнес-плана. Первый заключается в том, что бизнес-план составляется наемной группой специалистов, а инициаторы проекта участвуют в нем посредством подготовки исходных данных. Другой подход — инициаторы проекта сами разрабатывают бизнес-план, а методические рекомендации получают у специалистов, в частности у возможных инвесторов.

Бизнес-план дает возможность понять общее состояние дел на данный момент, ясно представить тот уровень, которого может достичь проект, планировать процесс перехода из одного состояния в другое. Бизнес-план является не просто набором управленческих решений в области маркетинга, стратегии производства и продаж, организации и финансов — он позволяет удачно подать бизнес-идею тому, для кого этот план предназначен, будь то банк, инвестиционная компания или потенциальный партнер. Бизнес-план помогает принимать важные деловые решения, знакомиться с финансовой стороной дела, получать важную информацию о выбранном индустриальном направлении, предвидеть и избегать препятствий, ставить конкретные задачи, расширяться в новых и перспективных отраслях, быть более убедительным при поиске финансирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аюшиев А. Д. Финансы предприятий и организаций. – учебное пособие. Иркутск, 2007. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17772761>
2. Большаков С. В. Проблемы укрепления финансов предприятий // Финансы-2011. — № 2. — С. 30 — 35.
3. Койков В.В. Составление бизнес плана для коммерциализации инновационных проектов в здравоохранении. – научная статья. Астана, 2012. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18909909>
4. Лекции из ДО. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://do.sportacadem.ru/mod/resource/view.php?id=103481>