

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский национальный технический университет
Кафедра «Экономика, организация строительства и управление
недвижимостью»

Методические рекомендации к курсовой работе «Бизнес-план
предприятия» для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и
организация производства» (направление 1-27 01 01 17 «Экономика и
организация производства (строительство)»)

Электронное учебное издание

Минск
БНТУ
2023

Составитель:

Е.И. Сидорова, доцент кафедры «Экономика, организация строительства и управление недвижимостью» Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент

Рецензенты:

А.В. Равино, доцент кафедры менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития УО «Белорусский государственный технологический университет», кандидат экономических наук, доцент

И.В. Кураш, доцент кафедры экономики и управления на предприятиях УО «Белорусский государственный технологический университет», кандидат экономических наук, доцент

В данном электронном учебном издании изложены методические рекомендации, устанавливающие состав, содержание и последовательность выполнения курсовой работы по дисциплине «Планирование на предприятии» для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» (направление 1-27 01 01 17 «Экономика и организация производства (строительство)»). Издание предназначено для студентов дневной и заочной формы обучения.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Бизнес-план – это документ, который описывает все основные аспекты будущего коммерческого предприятия, анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем. Назначение бизнес-плана состоит в том, чтобы помочь предпринимателю (в данном случае разработчику курсовой работы) решить четыре основные задачи:

- изучить емкость и перспективы развития будущего рынка сбыта;
- оценить те затраты, которые будут необходимы для производства и сбыта нужной этому рынку продукции или услуг, и соизмерить их с теми ценами, по которым можно будет продавать свои товары или оказывать услуги, чтобы определить потенциальную прибыльность задуманного дела;
- обнаружить всевозможные «подводные камни», подстерегающие новое дело в первые годы его реализации;
- определить те показатели, по которым можно будет регулярно судить о развитии предприятия.

Бизнес-план – документ перспективный, и его рекомендуется составлять на 3-5 лет вперед. При этом для первого года основные показатели рекомендуется делать в поквартальной разбивке, для второго - и третьего года можно ограничиваться годовыми показателями. В настоящее время отсутствует жестко регламентированная структура бизнес-плана. Однако во всех случаях в нем должна содержаться цель бизнеса, характеризоваться специфика продукции или оказываемых услуг, определяться доля удовлетворения ею потребительского рынка, устанавливаться тактика поведения предприятия на определенных рыночных сегментах, выбираться организационная и производственная структура, формироваться финансовый план, разрабатываться стратегия финансирования, инвестирования и развития предприятия.

В курсовой работе бизнес-план разрабатывается по 12 разделам:

1. Общие сведения.
2. Резюме.
3. Прогнозирование производства продукции.
4. Оценка рынка сбыта.
5. Оценка конкурентов.
6. Планирование маркетинга.
7. Организация производства.
8. Организация и управление предприятием.
9. Юридический план.
10. Меры по предупреждению спада производства.
11. Финансовый план.
12. Стратегия финансирования.

Данные методические рекомендации нацеливают студента на творческий подход и масштабное мышление при разработке бизнес-плана предприятия, дают полную свободу действий в оформлении разделов, использовании (при необходимости) таблиц, графиков, диаграмм, рисунков, приложений и т.д.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

В первой части указанного раздела необходимо привести формулировку назначения бизнес-плана и цели предприятия. Формулировка назначения бизнес-плана может быть разной. Если план служит, прежде всего, как средство самоорганизации, то формулировка его назначения будет, например, такой: «В данном бизнес-плане формулируется стратегия и тактика деятельности фирмы».

Если же план будет использоваться также в качестве документа, с которым будут ознакомлены потенциальные партнеры по бизнесу, то формулировка его назначения может быть следующей: «План предназначен для ознакомления потенциальных партнеров с организационной и финансовой

стратегией фирмы». Формулировка назначения плана становится более сложной, если он будет также использоваться в качестве заявки на финансирование. В этом случае в формулировке назначения плана должны быть даны ответы на следующие вопросы:

1. Кто просит денег, какова форма собственности предприятия?
2. Какова цель предприятия и для чего конкретно, в связи с чем нужны деньги?
3. Сколько необходимо денег?
4. Какую прибыль предприятие получит в результате привлечения этого капитала?
5. Каким образом и когда полученные деньги будут возвращены?

Формулировка назначения плана должна быть предельно конкретной и краткой.

2. РЕЗЮМЕ

Основная цель данного раздела - суммировать планы различных ваших действий, разрозненно изложенных в отдельных разделах бизнес-плана. Он оформляется в самом конце работы, когда готовы все остальные разделы плана. Данный раздел содержит основные выводы, характеризующие производственно-экономические результаты деятельности предприятия и обоснование преимуществ по сравнению с достигнутым уровнем (если бизнес-план разрабатывается с целью получения кредита для развития действующего предприятия) и конкурентами. В нем приводятся: во-первых, характеристика продукции или услуг, которые предусматривается выпускать или оказывать в прогнозируемом периоде, отличие продукции от соответствующих изделий; во-вторых, обоснование финансовых результатов, которые ожидается получить в будущем (прогнозы объемов производства и реализации продукции, затрат на производство продукции, прибыли, рентабельности). Сводные показатели по проекту можно свести в таблицу (студент разрабатывает таблицу самостоятельно).

3. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

В данном разделе приводится описание вида деятельности, продукта или услуги, предлагаемые будущим покупателям. Разработчику бизнес-плана необходимо ответить на вопросы:

- Каким бизнесом занимаетесь вы и ваше предприятие? С каким видом деятельности он в основном связан?

- Каково положение дел на вашем предприятии? Что это - стадия становления, расширение действующего предприятия, слияние с другим предприятием или выделение из состава более крупного?

- Какие потребности призван удовлетворить ваш продукт или услуга?

- Что особенного в нем и почему потребители будут отличать его от товаров (услуг) ваших конкурентов?

При разработке бизнес-плана студенты за основной вид деятельности могут принимать любые строительно-монтажные работы (не менее трех). Описание работ (область применения, основные методы их выполнения) может производиться с помощью технологических карт на указанные процессы. Желательно, в данном разделе бизнес-плана привести наглядное изображение выполняемых процессов: фотография или хороший рисунок, позволяющие составить четкое представление о данных процессах.

4. ОЦЕНКА РЫНКА СБЫТА

Данный раздел является важнейшей частью бизнес-плана. Исходная информация для изучения и прогнозирования рынка включает данные о возможных конкурентах: их товарах, качестве продукции, примерных ценах и условиях продаж, уровне удовлетворения спроса на данную продукцию.

Студент для получения указанной информации может воспользоваться строительными газетами, журналами. При разработке данного раздела бизнес-плана необходимо ответить на следующие вопросы:

- Какими представляете вы свои рынки?

- Какие товары или услуги пользуются спросом?
- Кто является покупателем вашей продукции в настоящее время? Почему будут покупать вашу продукцию, а не конкурентов?
- Каким образом можно расширить круг покупателей?
- Какова емкость вашего рынка?
- Какова доля рынка приходится на ваше предприятие?
- Чем привлечь покупателей и как удержать их внимание?

В данном разделе следует дать расчет объема производства продукции по предприятию.

5. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОВ

Цель данного раздела - облегчить выбор подходящей тактики конкурентной борьбы и предостеречь от ошибок. Для оценки конкурентов необходимо установить крупнейших производителей данных работ (строительные тресты и фирмы). При разработке данного раздела необходимо ответить на следующие вопросы:

- Кто является крупнейшими производителями аналогичных работ? - Что представляет собой их продукция, основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей?
- Каков уровень цен на продукцию конкурентов, какова их политика цен?

Студенту необходимо также определить наиболее важных конкурентов на каждом из целевых рынков, иметь характеристику их продукции, знать уровень ее качества и цены.

6. ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Уровень проработки данного раздела бизнес-плана зависит от двух предыдущих разделов. Студенту необходимо разработать свою рыночную стратегию. К основным элементам плана маркетинга относятся:

- схема распространения товара;

- ценообразование;
- реклама;
- методы стимулирования продаж;
- формирование общественного мнения о предприятии и товарах (услугах).

В данном разделе необходимо ответить на следующие вопросы:

- Как будет продаваться товар или оказываться услуги?
- Каким образом можно рассчитать цену для каждого продукта (услуги)?
- Какие факторы должны приниматься во внимание при расчете цены?
- Какова стратегическая линия ценового поведения предприятия на рынке?
- Какие характеристики качества продукции (услуги) являются наиболее привлекательными для покупателя?
- Какова стратегическая линия поведения предприятия в области дизайна продукции?
- Какие формы товарной рекламы предлагается использовать и какие затраты на рекламу?
- Какие специальные услуги клиентам будут оказываться?
- Может ли потенциальный покупатель наглядно познакомиться с продуктом (услугами)?
- Как будет достигаться постоянный рост продаж?

7. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Основная задача данного раздела бизнес-плана заключается в том, чтобы показать реальные возможности производства нужного количества товара или объема услуг в нужные сроки и с требуемым качеством. В нем предусматриваются ответы на следующие вопросы:

- Где будут изготавливаться товары или оказываться услуги: на действующем или вновь создаваемом предприятии?
- Какие для этого потребуются производственные мощности?
- Какое оборудование необходимо?

- Каких и сколько нужно материальных ресурсов, на каких условиях и у кого они будут закупаться?

- Предполагается ли производственная кооперация и с кем?

- Каковы будут издержки производства?

Здесь можно привести схему производственных потоков, откуда и как будут на предприятие поступать все виды сырья и комплектующих изделий. Разработку данного раздела бизнес-плана рекомендуется проводить в следующей последовательности: обеспеченность технологией, затраты на получение технологии, производственная база, субподрядчики, сырье и энергия, трудовые ресурсы, статьи постоянных издержек, статьи переменных издержек.

Обеспеченность технологией предполагает ответы на вопросы: имеется ли требуемая технология или она должна быть разработана, какие патенты, лицензии, ноу-хау будут использоваться, размер затрат на получение технологии.

Оценка производственной базы требует ответа на следующие вопросы: - Имеются ли в распоряжении предприятия необходимые производственные мощности?

- Имеется ли в распоряжении предприятия необходимое оборудование?

Студенту необходимо составить баланс производственной мощности предприятия по годам, включающий определение мощности на начало года, ввод и выбытие в течение года, среднегодовую производственную мощность и коэффициент ее использования.

При составлении баланса необходимо учитывать степень загрузки оборудования (на полную ли мощность работает предприятие, недогрузка в период становления, наращивание мощности по сравнению с расчетной). Если бизнес-план разрабатывается для действующего предприятия, то в

данном разделе необходимо выполнить расчет загрузки и пропускной способности оборудования по предприятию за первый планируемый год.

При планировании субподрядов необходимо указать предполагаемых субподрядчиков, оценить их надежность, указать распределение контрактов с субподрядчиками во времени и объемах.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В данном разделе приводится информация, которая характеризует организационную структуру предприятия и сведения о персонале, работающем в ней. Можно выделить следующие группы вопросов:

1. Организационная структура предприятия:

- организационная схема управления предприятием;
- состав подразделений и их функции;
- организация координирования и взаимодействие служб и подразделений предприятия и др.

2. Рабочая сила:

- потребность в кадрах по профессиям;
- квалификационные требования (разряды);
- форма привлечения к труду (постоянная, сезонная, почасовая, сдельная и др.);
- заработная плата по профессиям;
- необходимость специальной подготовки;
- дополнительные материальные льготы для сотрудников (страхование, доплата за использование личного автотранспорта в служебных целях, дотации на питание и др.).

3. Управленческий персонал:

- необходимо к вопросам, перечисленным в предыдущей группе дополнительно указать общие сведения о руководящем персонале: возраст,

образование, владение акциями предприятия, функциональные обязанности, права и полномочия, опыт работы, система стимулирования труда управленческих работников (моральные и материальные).

4. Кадровая политика предприятия:

- принципы отбора сотрудников;
- принципы найма (контрактная система, испытательный срок и т.д.);
- система планирования профессиональной подготовки;
- повышение квалификации, переподготовка;
- метод и периодичность оценки качества работы сотрудников.

В бизнес-плане необходимо привести организационную схему управления предприятием, четко установить, кто и чем будет заниматься, как отделы будут взаимодействовать друг с другом, как будет осуществляться координация и контроль их деятельности. Необходимо расшифровать перечень задач и функции отделов, привести штатное расписание.

Следует различать два вида подчиненности: функциональную, при которой руководитель имеет право сказать, как выполнить работу; административную, при которой руководитель должен указать, какую работу сделать, и установить сроки ее выполнения.

9. ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЛАН

Методы и законодательные основы сферы бизнеса устанавливают правила игры или поведения бизнесменов, работников и государства в системе отношений рыночного типа. Что включают в себя правила игры?

Прежде всего, это разнообразные регламентации государства в области цен, налогов, тарифов, процентов за кредиты, ценных бумаг, имущественных прав и ответственности, мер административного воздействия против развития монополии и недобросовестной конкуренции.

Предприятия отличаются между собой по качественным и количественным критериям.

Основной качественный критерий – это форма собственности, на основе которой функционирует предприятие. Основной количественный критерий дифференциации предприятий – это численность работников и годовой оборот капитала. Выбор организационно-правовой формы (ОПФ) - одно из важнейших решений в процессе создания предприятия. Выбирая организационно-правовую форму, необходимо учитывать следующие основные факторы:

- степень имущественной ответственности учредителей в случае финансового краха предприятия;
- особенности процедуры принятия важнейших решений;
- минимальный размер и порядок формирования начального капитала;
- максимальная численность собственников предприятия;
- порядок распределения доходов предприятия;
- трудоемкость и стоимость документального оформления текущей деятельности предприятия и ее итогов.

Конкретное наполнение раздела зависит от выбранной формы подчиненности и границ вмешательства в хозяйственную деятельность извне. Юридический план включает следующее:

- 1) правовую форму предприятия и причины выбора той именной формы собственности;
- 2) дату создания и регистрации;
- 3) где и кем зарегистрирована;
- 4) зарегистрированный офис (адрес);
- 5) наиболее значительных пайщиков (акционеров);
- 6) для акционерного общества:
 - количество выпущенных акций;
 - стоимость одной акции;

- 7) аспекты деятельности фирмы, подлежащие государственному контролю;
- 8) лицензии видов деятельности;
- 9) перспективы изменения предприятия;
- 10) привлечение инвестиций, кредитов.

10. МЕРЫ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ СПАДА ПРОИЗВОДСТВА

Деятельность любого предприятия всегда связана с риском. Это касается и вновь создаваемых, и существующих и расширяющихся предприятий. В планировании стратегии предприятию очень важно знать факторы, источники, формы проявления и методы оценки хозяйственного риска, что является условием его предотвращения.

Раздел состоит из двух частей.

В первой части рассматриваются все этапы рисков, с которыми предприятие может столкнуться: пожары и другие стихийные бедствия, забастовки, конфликты, изменения в налоговом регулировании и колебания валютных курсов, нарушения поставок сырья, снижение платежеспособности населения и пр., а также источники и момент возникновения.

Во второй части дается ответ на вопрос: как уменьшить риски и потери. Ответ должен состоять из двух пунктов. 1. Указываются организационные меры профилактики рисков, разрабатываются меры по сокращению этих рисков и потерь. 2. Приводится программа страхования от рисков.

В случае создания современной развитой системы коммерческого страхования в бизнес-планах можно указывать типы страховых полисов (может страховаться любой шаг от покупки оборудования до обеспечения валютных средств) из-за спекулятивных колебаний курсов валют (и на какие суммы их планируется приобрести).

Всю систему риска можно свести к следующим видам:

- производственный риск вызывает недостатки снабжения, задержки поставок сырья и комплектующих, снижение объема производства поставщиков, недостатки энергетического, топливного, ремонтного, диспетчерского и других видов обеспечения;

- коммерческий риск возникает в сфере реализации продукции из-за падения спроса на нее вследствие ухудшения финансового состояния ее потребителей (недостаток у них оборотных средств и сокращение объема производства), снижения платежеспособности населения, роста цен в связи с инфляцией и изменением налоговой, таможенной политики, роста цен на потребляемые энергоносители (особенно если энергоемкое производство), расчетов в маркетинговой стратегии и др.;

- финансовый риск (банковская сфера) связан с недостатком собственных оборотных средств, длительностью нахождения средств в расчетах, отсутствием гарантии предоставления ссуд, длительностью технологического цикла изготовления продукции при невозможности авансирования производства потребителями и др.;

- инновационный риск связан с эффективностью (рентабельностью) нововведения.

Планирование риска представляет собой прогнозную оценку возможных потерь ресурса при наступлении неблагоприятных обстоятельств и отклонений от намеченной стратегии, а также упущенной выгоды при осуществлении хозяйственных операций. При этом нужно по возможности оценить прогнозные величины потерь. Потери, связанные с риском, это:

- материальные потери - дополнительные затраты сырья, материалов, топлива, энергии, оборудования и прочего имущества (оцениваться могут в натуральных и стоимостных показателях);

- трудовые потери - незапланированные затраты рабочего времени могут выражаться в натуральных и стоимостных показателях. Внутрисменные

простои рабочих могут быть оценены в человеко-часах, а также суммой до-
плат, выплаченной рабочим за вынужденные простои. Можно также оце-
нить и объем продукции, который предприятие не выпустило в связи с оста-
новкой производства;

- финансовые потери могут иметь форму прямого денежного ущерба
из-за непредвиденных обстоятельств (штрафы, пени, неустойки, невозврат
дебиторской задолженности, уменьшение объемов реализации вследствие
снижения цен на продукцию и т.д., обесценивание финансовых ресурсов
вследствие инфляции, запаздывание платежей, замораживание счетов и
т.п.);

- потери времени - если запланированный процесс производственно-
хозяйственной деятельности идет медленнее, чем было предусмотрено.
Вследствие этого происходит омертвление ресурсов, запаздывание поступ-
ления денежных потоков (оценка с помощью дисконтирования);

- особую группу потерь составляют потери, связанные с нанесением
ущерба престижу предприятия, оценить это количество достаточно сложно.

В объеме курсовой работы может быть недостаточно данных для ко-
личественной оценки потерь, но выявить риски, обозначить источники воз-
никновения причин и потерь необходимо.

Также необходимо разработать мероприятия по предотвращению
рисков и снижению угрозы потерь.

К методам снижения рисков относятся:

А. Правовые методы. К ним относятся:

1. Страхование - возмещение убытков и страховых фондов, формиру-
емых за счет страховых взносов.

2. Поручительство - при недостатке средств у должника поручитель
несет ответственность перед кредитором.

3. Залог - кредитор получает удовлетворение своего требования из стоимости заложенного имущества. Предметом залога может быть любое имущество: здание, оборудование, ценные бумаги, имущественные права.

4. Резервирование средств. Создание резервов на покрытие непредвиденных расходов позволяет компенсировать риск, возникающий в процессе реализации планов предприятия. Определяется структура резерва, целевое распределение резерва между различными видами риска, корректируется план (бюджет, или распределение прибыли) в связи с формированием резервов. Например, помимо регламентируемого резерва создается «резерв расширения производства», «резерв обновления техники и других средств производства», «резерв разработки нового товара», «резерв повышения квалификации и обучения персонала и рабочих» и т.п.

Б. Технические методы основаны на внедрении технических средств, например, систем противопожарного контроля, банковских электронных расчетов, охранной сигнализации, средств, обеспечивающих безопасность труда, снижение трудозатрат, увеличение механизации работ, использование средств малой механизации и т.д.

В. Организационно-экономические методы. Необходимо отметить, что наибольшему риску в рыночной экономике подвержены цены. Поэтому планирование цены на реализуемую продукцию - очень важный аспект. Чем ниже наши затраты на производство, тем меньше наш риск потери прибыли при снижении цен. Поэтому важно постоянно держать на контроле мероприятия, направленные на снижение затрат, а также необходимо избегать потерь, связанных с перерасходом материалов, сырья, топлива, энергии и прочих материальных факторов производства из-за сбоев в производственном процессе. Также необходимо избегать снижения планируемых объемов производства и реализации продукции вследствие уменьшения производительности труда, простоев оборудования, потерь рабочего времени, низкого

качества продукции и других причин. Снижению риска в этой области будут способствовать:

- качественное среднесрочное и оперативное планирование и управление;
- календарные планы выполнения комплекса работ и отдельных работ;
- рациональная организация рабочего места;
- разработка графиков поставки комплектов материалов и изделий;
- своевременные заявки на материалы и размещение заказов на изготовление изделий, оснастки оборудования, контроль их качества;
- постоянный анализ транспортных расходов с целью их снижения;
- разработка рациональных схем перемещения грузов внутри строительной площадки, рациональная организация складирования материалов, изделий;
- разработка экономической и надежной трассировки всех видов коммуникаций на строительной площадке;
- эффективное размещение и использование грузоподъемных механизмов (снижение эксплуатационных затрат);
- своевременный текущий, профилактический ремонт средств механизации и т.п.

Очень важно с некоторой периодичностью анализировать эффективность менеджмента с целью его адаптации к меняющимся внутренним и внешним условиям.

11. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Данный раздел бизнес-плана является обобщением предыдущих частей. В его состав входят:

- прогноз объемов выпуска и реализации;
- прогноз издержек по годам;

- расчет планируемой прибыли по предприятию;
- график достижений безубыточности;
- баланс денежных расходов и поступлений.

Прогнозирование объемов реализации является начальным этапом финансового планирования. Оно призвано дать представление о той доле рынка, которую предполагается завоевать своей продукцией. При составлении прогноза могут использоваться экспертные методы. Исходные данные заложены в разделе 6 «Планирование маркетинга». При этом необходимо иметь в виду, что прогнозы реализации учитывают ожидаемое время продаж, реально же деньги на счет будут поступать с запаздыванием. Прогнозирование объема реализации производится с учетом рынков сбыта продукции или оказания услуг.

При составлении прогноза выпуска и реализации и прогноза издержек используются результаты раздела 3 «Прогнозирование производства продукции», раздела 5 «Оценка конкурентов» и раздела 7 «Организация производства».

При прогнозировании прибыли от реализации продукции необходимо произвести анализ безубыточности предприятия, который помогает определить тот минимальный необходимый объем реализации продукции (услуг), при котором предприятие покрывает свои расходы и работает безубыточно, не получая прибыли, но и не неся убытков.

Следующим этапом разработки финансового плана является составление баланса денежных расходов и поступлений, который позволяет оценить, сколько денег с разбивкой по месяцам необходимо вложить в проект.

Главная задача состоит в проверке синхронности поступления и расходования денежных средств.

12. СТРАТЕГИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

В заключительном разделе бизнес-плана излагается финансовая стратегия предприятия, которая должна ответить на следующие вопросы:

- сколько требуется средств для реализации данного проекта? Ответ на данный вопрос можно получить из предыдущего раздела «Финансовый план»; - каковы источники получения средств, форма их получения и в какие сроки: а) собственные средства; б) кредиты банков; в) привлечение средств партнеров; г) привлечение средств акционеров и т.д.;

- когда подлежат возврату кредиты, срок ожидаемого полного возврата вложенных средств и получение инвесторами дохода на них?

- какая сумма средств остается в распоряжении предприятия?

- каковы возможности использования полученного дохода для дальнейшего расширения производства? Финансовые средства предприятия делятся на две части: а) капитал - основные средства и фонды предприятия в денежном измерении; б) оборотные финансовые средства, необходимые для финансирования каждого цикла производства и реализации продукции.

Литература:

1. Воробьев, И.П. Экономика организации (предприятия): курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова. – Минск: Беларуская навука, 2012. – 408 с.
2. Воробьев, И.П. Экономика и управление организацией (предприятием): учебное пособие / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова, А.Т. Глаз. – М: В.Т. Квилория, 2014. – 372 с.
3. Сидорова, Е.И. Планирование на предприятиях отрасли: курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 199 с.

4. Сидорова, Е.И. Организация производства и управление хозяйственными: курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова, А.Н. Сидоров. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 179 с.

5. Сидорова, Е.И. Маркетинг в системе экономических отношений: краткий курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова. – Минск: Беларуская навука, 2020. – 133 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Основные задачи бизнес-плана.....	3
1. Общие сведения.....	4
2. Резюме.....	5
3. Прогнозирование производства продукции.....	6
4. Оценка рынка сбыта.....	7
5. Оценка конкурентов.....	7
6. Планирование маркетинга.....	8
7. Организация производства.....	9
8. Организация и управление предприятием.....	11
9. Юридический план.....	12
10. Меры по предупреждению спада производства.....	14
11. Финансовый план.....	19
12. Стратегия финансирования.....	20
Литература.....	21