

# Основы бизнес- планирования в фармации

# План

**I. Введение**

**II. Основная часть:**

1) Цели, задачи и классификация бизнес-проектов

2) Структура и порядок разработки бизнес-плана

**III. Заключение**

Разработка бизнес-плана – важное условие для начала организации бизнеса и его функционирования. В идеале каждое предприятие должно иметь разработанный набор целей и задач, продумать стратегию преобразования целей в действия. В маркетинге принято считать, что наличие бизнес-плана является одним из инструментов повышения доходности предприятия и защищает от неоправданных рисков.

Чтобы стать жизнеспособным и прибыльным, любое дело нуждается в чем-то большем, чем деньги, оно нуждается в планировании. Точное планирование на основе анализа фактического состояния деятельности позволяет предвидеть возможные проблемы и, таким образом, преодолеть их в будущем. Планирование бизнеса это непрерывный процесс и важнейший инструмент внутрифирменного управления, результатом которого является бизнес-план.

Считается, что успех аптечного бизнеса зависит на 50% процентов от места, где расположена аптека, на 30% от людей, которые в ней работают и на 10% от того, какие конкуренты расположены поблизости. Десять процентов недостающих до 100 – это то, как стартует аптечный бизнес. И если аптечный бизнес в начале своего становления будет опираться на грамотно составленный бизнес план – дело будет 100% удачным.

Бизнес-план представляет собой документ, который описывает все основные аспекты будущей коммерческой деятельности предприятия или фирмы, анализирует все проблемы, с которыми они могут столкнуться, определяет способы решения этих проблем. Именно на основании данного документа партнеры и инвесторы предоставляют денежные средства.

Назначение бизнес-плана состоит в том, чтобы решить, по крайней мере, четыре принципиальные задачи:

Изучить перспективы развития будущего рынка сбыта продукции, чтобы производить только то, что можно продать;  
Оценить затраты, которые будут необходимы для изготовления и сбыта нужной этому рынку продукции, и соизмерить их с теми ценами, по которым можно будет продавать, чтобы определить потенциальную прибыльность задуманного дела;  
Обнаружить всевозможные «подводные камни», подстерегающие новое дело в первые годы его реализации, и предложить различные мероприятия по минимизации проектных рисков в случае нежелательного развития событий;  
Определить критерии и показатели, по которым можно будет регулярно определять, идет ли дело на подъем или катится к развалу

Процесс бизнес-планирования – это последовательное изложение системы реализации проекта, т.е. тех ключевых моментов бизнеса, которые, во-первых, могут быть проверены, причем не только экономистами-профессионалами, но и инвесторами, решающими, в какой бизнес вложить определенную сумму собственных денег; во-вторых, аргументированно убедить инвестора или партнера в выгодности данного бизнеса и необходимости участия в нем или, напротив, предостеречь от вложения денег из-за слишком большого и неоправданного риска.

По объему, полноте изложенных фактов, документально подтвержденных и научно обоснованных аргументов бизнес-план может быть трех видов.

- Полный, содержащий все расчеты, справки, свидетельства и другие материалы. Такой бизнес-план должен храниться у руководителя фирмы и предъявляться ограниченному числу заинтересованных лиц – самым серьезным участникам бизнеса, например, инвестору, банкиру.
- Достаточный, т.е. содержащий все разделы бизнес-планы по предлагаемому варианту и не обязательно включающий подробные расчеты по альтернативным вариантам. Он носит доказательный характер относительно реализации проекта и развития фирмы.
- В виде резюме, т.е. кратких выводов по каждому разделу бизнес-плана, без обоснования и расчетов (может быть приложением к деловому предложению). Такой бизнес-план, содержащий от одной до четырех страниц текста «с ответами без решений», имеет значение некоей «визитной карточки» или даже рекламы самой фирмы либо разрабатываемой продукции (проекта, программы, услуги).

## Ключевыми моментами бизнес-планирования

(содержанием бизнес-плана) являются:

- Обоснование необходимости выпуска продукции (услуг);
- Обоснование возможности выпуска продукции (услуг);
- Выявление потенциальных потребителей;
- Определение своего сегмента рынка;
- Определение конкурентоспособности продукта на внутренних и внешних рынках;
- Достижение показателей различных видов эффективности;
- Обоснование достаточности капитала у инвестора бизнес-идеи;
- Выявление возможных источников финансирования<sup>1</sup>

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Бизнес-план текущей деятельности фирмы или создания новой фирмы состоит из трех частей:

- Описание индекса (разделы маркетинга и производства);
- Финансовая информация (баланс, финансовый план, стратегии инвестиций, товарно-материальное обеспечение кредитов, страхование, расчеты рентабельности);
- Сопроводительные документы (организационный и юридические планы, учредительные документы, копии контракта, лицензии и т.п.).

Составлению бизнес-плана предшествуют следующие работы:

анализ и оценка текущего состояния предприятия;

анализ возможностей и проблем рынка (потребители, посредники, конкуренты, поставщики, положение предприятия на рынке);

анализ влияния на предпринимательскую деятельность состояния отрасли (подотрасли), к которой принадлежит предприятие, и факторов макросреды (экономических, политических, демографических, научно-технических, природных, культурных);

определение направлений и формулировка количественно обоснованных целей деятельности предприятия на планируемый период;

разработка планов действий, предпринимаемых для достижения целей, и определение необходимых ресурсов.

Таким образом, бизнес-план в общем виде предполагает: изложение системы доказательств, убеждающих инвестора в выгодности проекта; определение степени жизнеспособности и будущей устойчивости фирмы; предвидение рисков предпринимательской деятельности; конкретизацию перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей; развитие перспективного (стратегического) взгляда на организацию и ее рабочую среду путем получения ценного опыта планирования.