

## **Я. С. ЕСТИФЕЕВА**

(г. Брянск, Брянский институт управления и  
бизнеса) Науч. рук. **Н. И. Токар**,  
канд. техн. наук

### **К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ПОДГОТОВКИ БИЗНЕС- ПЛАНА**

Анализ рынка для бизнес-плана – это одна из самых сложных частей. Но если не уделить ей внимание и не искать скрупулезно все требуемые данные, инвестиционный проект рискует стать убыточным из-за неверных расчетов. Данный раздел рационально писать в 4 направлениях.

Охарактеризовать рынок. В этом разделе необходимо:

- привести размеры вашего рынка (город, регион, вся страна, территория СНГ, мировой рынок);
- проведя анализ, понять, каковы тенденции рынка, в какую сторону он движется и растёт;
- собрать материал о динамике цен за прошедшие 5 лет;
- указать имеющие место специфические особенности конкретно взятого рынка;
- дать прогноз касательно вариаций развития рынка в ближайшем будущем;
- вычислить долю рынка, которую займет ваша продукция (услуги);
- спланировать сроки выходы на иные рынки, рассмотреть возможности экспорта и прогнозируемые даты для этого;
- привести какие-то особые цели, которые вы преследуете на рынке; Далее необходимо составить портрет потребителей.
- описать тип своего потребителя, т.е. будет ли это обычный покупатель, производитель и пр.;
- необходимо представить данные об их географическом расположении;
- завершить портрет потребителя можно указанием их мнения относительно продукции (вашей и конкурентов);

Выработать стратегию рыночного продвижения:

- необходимо рассчитать цены и составить механизм их регулирования в зависимости от разных обстоятельств;
- рассчитать и распределить продажи на настоящее время, краткосрочный и долгосрочный период;
- предусмотреть какими рекламными инструментами будете пользоваться при выходе на рынок и дальнейшем существовании там;
- предусмотреть мероприятия по стимулированию сбыта продукции;
- рассчитать условия предоставления гарантийного и постгарантийного обслуживания;
- продумать, каким образом будут осуществляться связи с общественностью; Дать характеристику конкурентам:
- составить перечень предприятий, являющихся основными конкурентами;
- проанализировать их слабые и сильные стороны;
- дать характеристику их финансового положения;
- чётко понимать, какими технологиями они пользуются;
- привести ценовую политику, применяемую конкурентами, и методику их ценообразования;
- рассчитать, какую долю рынка занимают компании-конкуренты, каков их оборот;

- описать те маркетинговые мероприятия и список мер по сбыту продукции, которые используются конкурентами;
- спланировать реакцию конкурентов на ваше появление [1].

В бизнес-плане необходимо дать анализ состояния отрасли фирмы и её продуктов. Здесь нужно предоставить инвесторам необходимые сведения о производимом продукте и его рынке сбыта, описать сферу бизнеса и продукт, который фирма будет предлагать к продаже, характер отрасли и конъюнктуру рынка. Особенно важно показать, что вы знаете своих конкурентов и готовы с ними соперничать. Надо предоставить инвестору достаточно фактов, чтобы убедить его в конкурентоспособности рассматриваемого проекта.

Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует о том, что слабое знание рынка является одной из главных причин несостоятельности многих коммерческих проектов. К числу основных задач предприятия, решаемых в данном разделе бизнес-плана, относится определение спроса и ёмкости каждого конкретного рынка по каждому виду товаров (услуг). Эти показатели будут характеризовать возможные объёмы сбыта товаров (услуг). От того, насколько тщательно изучены и определены уровень и структура спроса, тенденции его изменения, будет зависеть как успех предприятия на рынке, так и время, в течение которого оно может удержать на нем свои позиции. Для российских предпринимателей составление данного раздела бизнес-плана крайне затруднено. Очень сложно найти достоверные сводные исследования рынка. Зарубежные предприниматели могут получить требуемые данные в местных торговых палатах, а также в своих отраслевых и торговых ассоциациях. Такого рода ассоциации – свободные союзы предпринимателей определённой отрасли производства или торговли – широко распространены во всем мире. Между тем небольшой аппарат такой ассоциации постоянно ведёт очень полезную работу по обобщению условий снабжения, производства и сбыта продукции, производимой предприятиями – членами ассоциации. Все члены ассоциации представляют информацию добровольно и бесплатно, и также бесплатно (все расходы оплачены членскими взносами) получают регулярные сводные обзоры: как меняется спрос на продукцию отрасли, какие сдвиги произошли или намечались в её структуре, что происходит с ценами на покупаемые отраслью ресурсы. Поскольку сбор, обработка и анализ информации о рынке – достаточно сложный процесс, то целесообразно к проведению исследования привлекать специализированные организации, что может потребовать значительных затрат, которые в большинстве случаев оправданны. Неудача большинства проваливающихся со временем коммерческих проектов связана со слабым изучением рынка и переоценкой его стоимости [2].

Таким образом, раздел, посвященный анализу рынка, является одной из важнейших частей бизнес-плана. План анализа рынка может быть представлен по-разному в зависимости от вида бизнеса и сложности рынка. Этот раздел должен быть написан в доступной форме. Работая над ним, следует помнить, что инвестора и/или кредитора в первую очередь интересует жизнеспособность проекта, т.е., говоря другими словами, сможет ли данное предприятие добиться успеха на рынке. Поэтому необходимо убедительно показать, что предлагаемая продукция или услуги имеют рынок сбыта. Особое внимание следует уделить анализу конкурентоспособности данного предприятия.

#### Список используемой литературы

1 Как сделать анализ рынка для бизнес-плана [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://bishelp.ru> (дата обращения: 12.01.2015).

2 Как подготовить успешный бизнес-план [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.bibliotekar.ru> (дата обращения: 12.01.2015).

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ. Ф. СКОРИНЫ