



УДК 332.145

JEL M21

Бирюков Никита Владимирович, студент 3 курса,
ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ, г. Пенза, Россия

Полякова Марина Александровна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Управление, экономика и право»
ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ, г. Пенза, Россия,

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ АТП

Аннотация: В статье отражен алгоритм формирования бизнес-проекта автотранспортного предприятия.

Ключевые слова: бизнес-план, маркетинг, инвестиции.

Ежедневно на дорогах перевозятся тонны различного груза. Перевозки осуществляют множество компаний, а так же частных лиц. На данный момент в нашей стране есть несколько крупных компаний в этом направлении, а также множество средних, небольших и частных лиц, занимающихся небольшими перевозками.

Для организации, интересующего нас направления, несомненно потребуется гаражное помещение площадью около 200 м². Оно должно быть грамотно поделено на стоянки для техники, а также офисное помещения для сотрудников компании и клиентов. Офис может быть небольшим, но он должен быть оборудован мебелью и необходимой техникой. Транспортная компания будет иметь один крупнотоннажный грузовик, один грузовик с полуприцепом и три газели с разной площадью грузового кузова. Газель пользуется популярностью среди больших и малых компаний по перевозке грузов. Это автомобиль Российского производства, а значит, спектр запчастей и других составляющих может быть доступнее, чем для импортных грузовиков.



Фура может доставлять в пункт назначения большие объемы грузов. Вес груза может достигать тридцати тонн. Таким образом, на фуре можно перевозить крупногабаритный груз по всей территории России, а также в страны ближнего зарубежья.

Основным рынком сбыта транспортной компании будут организации, осуществляющие доставку своей продукции по городу или в другие регионы, но не имеющие собственного транспорта. Это могут быть региональные сети либо небольшие местные магазины. Важно заключить с организациями долгосрочные договоры, таким образом «привязать» их к услугам нашего предприятия. Заключение таких долгосрочных договоров может загрузить машины на 70%. Помимо постоянных контрактов, возможно выполнение единичных заказов как различных компаний, так и частных лиц.

Маркетинговая кампания транспортной компании включает в себя:

- необходимость создания сайта в сети интернет. наличие сайта позволит клиенту ознакомиться с услугами, предлагаемыми нами, заказать автомобиль, а так же, ссылаясь на стоимость перевозки скалькулировать расходы;

- реклама на баннерах, газетах и в СМИ. Такой способ позволит клиентам узнать о нашей компании, а так же узнать всю необходимую информацию по ссылке на сайт или номеру телефона;

Одним из основных требований к бизнес-плану инвестиционного проекта является его понятность, он должен быть написан без сложной профессиональной терминологии.

Рациональным подходом являются приложения к бизнес-плану в виде диаграмм и графиков. Объем бизнес-плана — порядка 20-30 листов текста с одной стороны, но иногда выдвигаются особые требования к содержанию, и объем может достигать 50 листов. Бизнес-план должен содержать только основную информацию, но любая дополнительная информация также должна быть подготовлена для возможного дальнейшего рассмотрения.



Бизнес-план инвестиционного проекта должен строиться на основе реальной информации, полученной из доступных источников и содержать ссылки на документы, результаты исследований и отчетов.

Должны быть приведены риски и возможные проблемы, которые могут отразиться на деятельности компании.

Структура бизнес-плана инвестиционного проекта не регламентирована законодательством, поэтому каждая фирма разрабатывает собственную стратегию и содержание бизнес-плана. Так, например, бизнес-план производственного предприятия будет отличаться от бизнес-плана торговой структуры или предприятия сферы услуг.

Разница в масштабах предприятия существенно влияет на требования к бизнес-плану в части объема информации и уровня ее детализации, однако структура бизнес-плана от этого никак не зависит.

Структура бизнес-плана может быть построена в виде резюме или в виде полного всестороннего варианта.

Структура бизнес-плана зависит от цели его написания, того, для чего он предназначен — для получения кредита, привлечения инвестора, предварительной оценки инвестиционного проекта и т.д.

Типовая структура бизнес-плана инвестиционного проекта содержит следующие разделы:

1. Титульная страница — содержит название компании, ее юридический и фактический адреса, телефоны, e-mail и адрес сайта, наименование и полные реквизиты собственников компании, наименование и очень кратко — суть проекта, информацию о исполнителях проекта и дату его составления.

2. Резюме проекта — представляет собой основные положения, суть, «выжимки» из проекта, его основные выводы. Цель резюме — заинтересовать инвестора и заставить его подробнее ознакомиться с содержанием бизнес-плана. Объем резюме обычно составляет 2-3 страницы текста, который должен быть составлен простыми словами без использования терминологии и



простыми приложениями. Оно должно показать инвестору выгодность и перспективность вложений в представляемый инвестиционный проект.

3. Описание компании — содержит информацию о компании, которая предлагает данный инвестиционный проект, ее полные реквизиты, информацию о учредителях и их реквизиты, цели компании, сведения о руководстве, историю компании, достижения, организационную структуру, основные продукты, и место компании на рынке.

4. Описание продукта или услуги — включает информацию о продукте или услуге, его основных характеристиках, основных потребителях, потребительских свойствах товара, отличиях от существующих аналогов, информацию патентах и лицензиях.

5. Маркетинговый анализ — содержит информацию о имеющихся на рынке товарах, продукции конкурентов, сравнение характеристик и потребительских качеств товаров конкурентов и предлагаемого продукта, информацию о наименовании конкурентов и их реквизиты, цены конкурентов и их стратегию продвижения товаров.

Маркетинговый анализ — самый первый и важный этап в написании бизнес-плана. Важнейшим разделом в маркетинговом анализе является определение объемов рынка сбыта продукции, доли рынка конкурентов, определение мотивации покупателей к принятию решения о покупке. Основной задачей данного раздела является дать ответ на вопросы: сколько и какого товара требует рынок, по какой цене и почему именно его готовы покупать потребители. В этом разделе также должен быть приведен анализ состояния и тенденций развития отрасли, средняя прибыльность и объемы производства предприятий отрасли, степень развития конкуренции и барьеры вхождения в нее.

6. Стратегия продвижения товара — здесь основным является определение рыночной ниши, т.е. того, какой именно и для каких категорий потребителей предназначен товар, количественный и качественный анализ потребителей, где они расположены, какими именно методами и каналами



сбыта предлагается реализовывать товар или услугу. Приводится информация о стратегии рекламирования продукта или услуги, затратах на маркетинг, ценообразовании, политике при работе с покупателями. Этот раздел бизнес-плана часто является его самым слабым местом.

7. Производство — в случае, если это производственное предприятие, данный раздел включает информацию о выбранной технологии производства, мотивации ее выбора, описание основных технологических процессов предприятия, схему его работы, расстановку оборудования. Если предполагается реконструкция или строительство, то приводится описание технических решений и расчеты затрат на реконструкцию или строительство. В разделе приводятся расчеты потребности в материалах и сырье на производство продукции, затраты на их закупку, анализ поставщиков, затраты на обслуживание и плановые ремонты оборудования. В случае, если специфика производства того требует, приводится информация о необходимости приобретения лицензий и прочих разрешений, требования по технике безопасности труда.

В случае, если это торговое или обслуживающее предприятие, раздел включает значительно больший объем информации о поставщиках, их оценке и выборе, потребностях в конкретных товарах и их группах, методах закупки, потребностях в складских и торговых помещениях, их географическом местоположении и наличии спроса на предлагаемые товары в каждой торговой точке и по каждому товару. По поставщикам также приводится информация о местонахождении, дается их краткая характеристика и приводятся реквизиты.

В случае, если это строительное или сервисное предприятие отражается также информация о подрядчиках, дается их характеристика и реквизиты.

8. План по персоналу — в этом разделе приводится информация о потребности в персонале, его количестве и квалификации, анализ рынка труда по каждой позиции работников, приводятся расчеты затрат на оплату труда персонала, его социальное обеспечение, методы стимулирования и обучение.



9. Организационная структура и управление — содержит схему организационной структуры управления предприятием, информацию о количественном и качественном составе подразделений предприятия, требования к его квалификации, расчет затрат на оплату труда, социальное обеспечение и стимулирование труда управляющего персонала. В случае реорганизации или вновь создаваемого предприятия дается информация о форме собственности предприятия, его основных или предполагаемых акционерах, их реквизиты, доли в капитале предприятия, процесс принятия решений и принципы управления.

10. Финансовый план — самая интересная часть бизнес-плана с практической точки зрения, он показывает какие финансовые ресурсы потребуются для реализации инвестиционного проекта и в какие периоды времени, а также отдачу от проекта при заданных исходных данных и верности выводов маркетингового исследования. В финансовом плане приводятся или рассчитываются все денежные потоки предприятия — затраты, выручка от реализации, налоги и прибыль.

11. Анализ рисков проекта — в этом разделе дается описание возможных рисков проекта и их характеристика, а также приводится стратегия по их минимизации.

12. Приложения к бизнес-плану — это документы, на базе которых был составлен бизнес-план: данные маркетинговых исследований, спецификации и подробные описания продуктов, развернутые характеристики конкурентов и их продуктов, копии рекламных материалов, прайс-листов, каталогов, письма от покупателей и заказчиков, контракты, резюме руководителей проекта и подразделений предприятия, заключения экспертов и прочие документы

Список литературы:

1. Бойняшов, Д. С. Планирование развития субъектов Российской Федерации / Д. С. Бойняшов, И. Д. Храмова // Актуальные аспекты политической конфликтологии: цифровизация, виртуализация : Сборник



научных статей по материалам Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков, Пенза, 18 декабря 2020 года / Под редакцией М.А. Таниной, В.А. Юдиной, О.А. Зябликовой, И.А. Юрасова. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2021. – С. 112-115. – EDN SWZNRL.

2. Полякова, М. А. Инновационная деятельность и ее определяющие элементы / М. А. Полякова, А. Ю. Патлатый // Актуальные проблемы исторической памяти в современном социуме: историзация, семиотика : сборник научных трудов Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков, Пенза, 10 ноября 2021 года. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2022. – С. 121-124. – EDN SKXIZR.

3. Артемьева, О. И. Совершенствование системы управления компанией в период экономической нестабильности / О. И. Артемьева, М. А. Полякова // Управление реформированием социально-экономического развития предприятий, отраслей, регионов : Сборник научных статей по материалам XIII Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков, посвященной 65-летию Пензенского филиала Финансового университета при Правительстве РФ, Пенза, 11 ноября 2022 года / Под редакцией В.В. Бондаренко, Е.В. Воейкова, М.А. Таниной, В.А. Юдиной. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2023. – С. 84-87. – EDN MXQVMY.

4. Колдаев Н.Н., Костромитин А.С., Полякова М.А. Важность экономического обоснования в принятии сельскохозяйственных решений // Современное состояние и перспективы инновационного развития науки: сборник статей международной научной конференции (Сургут, Май 2023). – СПб.: МИПИ им. Ломоносова, 2023.

5. Самыгин Д.М. Экономическое обоснование в проектировании СТО. Экономическое обоснование в проектировании СТО. / Самыгин Д.М.,



Тришакин А.В., Полякова М.А. //Перспективные наукоемкие технологии и интеллектуальные системы: сборник статей всероссийской научной конференции (Лодейное поле, Май 2023). – СПб.: МИПИ им.Ломоносова, 2023. – 24 с. URL: <https://disk.yandex.ru/d/tcKWvL5K9rVpgA>

6. Проблемы и основные направления повышения эффективности функционирования АПК региона в условиях глобализации и импортозамещения : Монография (научное издание) / И. А. Бондин, Н. Н. Бондина, М. Л. Варганова [и др.] ; Под общей редакцией О.А. Столяровой, Р.Р. Юняевой. – Пенза : Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – 323 с. – ISBN 978-5-00196-142-0. – DOI 10.36461/9785001961420_2023. – EDN XWPHCI.

7. Гришина, Е. А. Влияние развития soft skills навыков на инновационные проекты / Е. А. Гришина, М. А. Полякова // Актуальные проблемы социальной стратификации и трансформации в современных условиях : Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков, Пенза, 16 октября 2020 года / Под редакцией И.А. Юрасова, В.А. Юдиной, Е.В. Кузнецовой, М.А. Таниной. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2020. – С. 330-333. – EDN YEZREO.

8. Полякова, М. А. Цифровые технологии при формировании финансовой грамотности молодежи / М. А. Полякова, С. А. Галиуллина, А. Ю. Патлатый // Цифровые технологии живых систем в сельском хозяйстве : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Пенза, 24 ноября 2022 года. Том I. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. – С. 179-182. – EDN XYVWUE.

9. Актуальные проблемы бухгалтерского учета, аудита и анализа в современных условиях : Монография (научное издание) / Н. Н. Бондина, И. А. Бондин, К. А. Бабенчук [и др.] ; Под редакцией Н.Н. Бондиной. – Пенза : Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – 263 с. – ISBN 978-5-00196-151-2. – DOI 10.36461/9785001961512_23. – EDN FHJSAT.