Каждая компания, планирующая разработку проекта, должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

При всем многообразии проектов существуют ключевые положения, применимые практически ко всем проектам, но необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей.

**Бизнес-план сайта**– это внутрифирменный документ, представляющий основные аспекты разрабатываемого проекта, анализ возникающих проблем, возможные «препятствия» и методы их преодоления, показатели-индикаторы, по которым целесообразно слежение за текущим состоянием дел. Является средством анализа коммерческого проекта на его реалистичность и эффективность.

**Цель бизнес-плана сайта:**комплексный подход к планированию, разработке и развитию проекта.

**Задачи:**

* Обоснование экономической целесообразности направлений развития фирмы;
* Расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;
* Определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии, т.е. способы концентрирования финансовых ресурсов;
* Подбор работников, которые способны реализовать данный план.

**Положительные стороны:**

* ясность и четкость всего процесса создания и разработки проекта;
* определение участников проекта, распределение задач и ответственности;
* финансовый план и оценка рисков;
* привлечение партнеров и инвесторов с помощью бизнес-плана.

**Отрицательные стороны:**

* трудовые и временные затраты на разработку;
* бизнес-план должна составлять компетентная экспертная группа, как правило, услуги специалистов со стороны, обходятся очень дорого.

**Структура бизнес-плана**

**1. Резюме**

Данный раздел бизнес-плана готовится в самом конце работы по завершении и готовности всех остальных разделов, т.е. при достижении полной ясности всех аспектов разрабатываемого проекта. Объем резюме не должен превышать 4-х страниц машинописного текста. На первых трех страницах даются ответы на вопросы какой именно и за счет чего будет производиться проектируемый продукт, его отличительные черты по отношению к продукции конкурентов, почему для пользователя предпочтительнее именно этот продукт?Четвертая страница должна отражать ожидаемые основные финансовые результаты от отрабатываемого проекта, где приводятся сведения о:

* Прогнозы развития;
* Выручке от продаж и прибыль, если это интернет-магазин, например;
* Затраты на разработку, развитие и продвижение;
* Уровень прибыльности и окупаемость проекта;

**2. Описание проекта**

В данном случае необходимо четко и лаконично ответить на вопросы:

* какие потребности призван удовлетворить сайт;
* конкурентные преимущества;
* наличие патентов или авторских свидетельств, защищающих особенности проекта;
* оценка затрат на разработку;
* расчет окупаемости проекта;
* описание дизайнерских особенностей, функционального назначения;
* организация работы с посетителя
* планируемые мероприятия по развитию проекта;

**3. Оценка рынка**

Типичный процесс исследования рынка включает в себя 4 этапа:
Этап 1. Определение данных реализации проекта, оценка потенциала конкурентов.
Этап 2. Источник получения информации: собственные исследования, исследования других компетентных специалистов и организаций.
Этап 3. Анализ данных: кому это нужно и насколько Вы сможете быть конкурентно способным
Этап 4. Реализация и планирование мероприятий, позволяющих использовать эти данные на пользу проекту.

**4. Конкуренция**

Разрабатывая этот раздел, прежде всего, следует объективно ответить на вопросы: кто является крупнейшими конкурентами в Вашей области деятельности, как обстоят их дела, что собой представляет проекта конкурентов (аудит сайта), их преимущества и явный плюсы. Однако следует оценивать конкурентов предельно трезво, в противном случае велик риск оказаться с репутацией плохого проекта.

**5. Стратегия маркетинга**

Объем раздела составляет 3-4 страницы машинописного текста.
К основным элементам плана маркетинга относятся:

* определение целей и задач маркетинговой политики;
* определение целевой аудитории;
* рекламные мероприятия: методы организации рекламы, величина средств, необходимых для реализации рекламы;
* методы стимулирования повышения посещаемости сайта; - мероприятия по работе с посетителями сайта:методы организации службы сервиса, величина необходимых для этого финансовых ресурсов;
* формирование общественного мнения о проекта: разработка методик, позволяющих добиваться хорошей репутации своего сайта;

**6. План реализации и развития**

Необходимо ответить на следующие вопросы:

* цель и задачи проекта
* какие бизнес-процессы компании можно автоматизировать?
* необходимые для этого технико-экономические условия;
* определение участников проекта, разработчиков;
* предполагаются ли партнерские отношения?
* какие проблемы могут возникнуть?
* перспективы проекта? - каков жизненный цикл проекта?

В данном разделе также должны быть отражены процессы контроля качества, где сообщается:

* на каких стадиях и какими методами будет производиться контроль качества;
* какие стандарты будут при этом использованы.

Завершает данный раздел бизнес-плана оценка возможных издержек разработки и ее динамика на перспективу.

**7. Организационный план**

В разделе необходимо отметить, с кем предстоит организация проекта и как планируется налаживание с ним работы. При этом отправной точкой должны быть квалифицированные требования, где указывается:

* какие именно специалисты (какого профиля, образования, опыта) и с какой заработной платой необходимы для успешного ведения дел;
* на каких условиях принимаются на работу специалисты (постоянная работа, совместители (внешние эксперты));
* есть ли возможность воспользоваться услугами какой-либо организации по найму такого рода профессионалов;
* в случае, если часть персонала уже нанята, необходимо дать о своих сотрудниках краткие биографические данные: квалификация, прежний опыт работы и его полезность для предприятия. Так же в этом разделе приводится и организационная структура предприятия, которая отражает: кто и чем будет заниматься, взаимодействие всех служб друг с другом, координация и контроль их деятельности.

**8. Юридический план**

В данном разделе указываются на основании каких документов происходит разработка проектов, какая нормативно-правовая база используется.

**9. Оценка риска и страхование**

Раздел разбивается на две части. В первой предугадываются все типы рисков, с которыми авторы бизнес-плана могут столкнуться, а также источники и момент их возникновения. Во второй части дается ответ на вопрос: как уменьшить риски и потери. Ответ должен состоять из двух пунктов: указываются организационные меры профилактики рисков, разрабатываются меры по сокращению этих рисков и потерь, приводится программа страхования от рисков.

**10. Финансовый план**

Раздел призван обобщить материалы, полученные в результате всей предыдущей работы и представить их в стоимостном выражении. В нем учитываются все возможные и невозможные финансовые затраты, убытки, план мероприятия, направленных на окупаемость и прибыльность, график безубыточности и т.д.

**11. Стратегия финансирования**

В разделе излагается план получения средств для создания или расширения проекта. При этом необходимо ответить на вопросы:

* сколько требуется средств для реализации данного проекта. Ответ на данный вопрос можно получить из предыдущего раздела бизнес-плана "Финансовый план".
* источники финансовых ресурсов и форма их получения.

**Когда необходима разработка бизнес-плана:**

бизнес-план необходим для проработки портальных решений или проекта, который несет на себе большое количество целей и задачей, а так же проекта, который планируется стать неотъемлемой частью основного бизнеса. Для небольших проектов, несущих одну-две основных целей можно обойтись минимальной, сокращенной версией бизнес-плана или технической концепцией сайта.