

Бизнес-план

Студента
группы

Общая характеристика организации

- основные цели организации, к которым она будет стремиться, например: достижение объемов продаж; получение чистой прибыли; достижение ее доли на существующем рынке;
- основные стратегии, разработанные для достижения этих целей;
- состав конкретных мероприятий, которые необходимо предпринять в рамках определенной стратегии;
- чем будет заниматься организация в планируемый период;
- какие нужны средства для этого и где их планируется получить;
- чем предлагаемые организацией товары (услуги) лучше подобной продукции конкурентов и почему потребители захотят приобрести именно их;
- какие объемы продаж товаров прогнозируются в ближайшие годы;
- какова ожидаемая выручка от продаж;
- каковы планируемые затраты на производство товаров (услуг);
- какая ожидается чистая прибыль;
- каков уровень прибыльности инвестиций в это дело;
- по истечении какого срока заемные средства могут быть гарантированно возвращены;
- характерные условия деятельности организации;
- данные о создании и регистрации;
- контактные телефоны руководителей

Характеристика товаров (услуг)

- Какие товары (услуги) будут предлагаться фирмой? Их описание, характеристики.
- Насколько привлекательно изображение образца товара (фотография или рисунок)?
- Какое название товара?
- Какие потребности (настоящие и потенциальные) призваны удовлетворять предлагаемые товары (услуги)? Регулярно ли покупаются эти товары (услуги)?
- Дорогие ли эти товары (услуги) или нет?
- Насколько данные товары (услуги) отвечают требованиям обязательной стандартизации и сертификации?
- Как долго эти товары (услуги) будут продаваться на рынке?
- На каких рынках и каким образом они продаются?
- Почему потребители будут отдавать предпочтение данным товарам (услугам)?
- Что составляет основное преимущество предлагаемых товаров в глазах потребителей? В чем их недостатки?

Рынок сбыта товаров (услуг)

- На каких рынках будет действовать организация? Какие типы рынков ею используются?
- Каковы основные сегменты этих рынков по каждому виду товаров (услуг)?
- Проранжированы ли рынки (сегменты рынка), на которых будет действовать организация, по коммерческой эффективности и другим рыночным критериям?
- Что влияет на спрос на товары (услуги) организации в каждом из этих сегментов?
- Каковы перспективы изменения потребностей покупателей в каждом из сегментов рынка?
- Как предполагается реагировать на эти изменения? Каким образом проводится изучение потребностей спроса?
- Какие методы для этого используются? Кто проводит исследования: сама организация или привлекаются специализированные фирмы?
- Какова общая импортная емкость каждого национального рынка и используемого сегмента по всем товарам (услугам) организации?
- Каковы прогнозы развития емкости сегментов на каждом рынке на ближайшее время и более отдаленную перспективу?
- Какова реакция рынка на новые товары?
- Проводятся ли тестирование рынка и пробные продажи?
- Составляется ли сетка развития товаров (услуг) и рынков?

Конкуренция на рынках сбыта

План маркетинга

- Каков основной подход организации к ценообразованию? Какая из перечисленных ниже стратегий будет использоваться:
- высокое качество — высокая цена;
- цена в зависимости от цен конкурентов;
- низкие производственные издержки — низкая цена.
- Какую цену вы установите на товары и услуги, которые будете производить?
- Следует ли стоимость гарантированных послепродажных услуг
- включать в цену товара?
- Можно ли стоимость дополнительных услуг не включать в стоимость товара (услуги)?
- Насколько цены будут отражать издержки, спрос, конкурентоспособность товаров?
- Можно ли при таких ценах контролировать необходимую часть
- рынка?
- Какова эластичность спроса на товары (услуги)?
- Используется ли политика стимулирования цен?
- Анализируя схему распространения товаров, необходимо дать ответы на следующие вопросы:
- Какова схема поступления каждого товара на рынок?
- Какова схема оптимальной транспортировки товаров?
- Будет ли фирма иметь свой транспорт или будет пользоваться услугами экспедиторских фирм?
- Где оптимальное расположение складов и магазинов?
- Какова необходимая емкость складов?
- Каким образом лучше вести торговлю: самостоятельно или через посредников?
- Каковы квалификация работников фирмы и уровень обслуживания ими клиента?

План производства

- Каким должен быть общий подход к производству?
- Какие источники сырья предполагается использовать?
- Какие технологические процессы будут применяться при изготовлении продукта или производстве услуги?
- Каковы требования в отношении трудовых ресурсов?
- Какими будут взаимоотношения с поставщиками и потребителями?

Организационный план

- организационная структура предприятия и ее развитие;
- владелец предприятия и его квалификация;
- персонал предприятия и его квалификация;
- методы и формы стимулирования и ответственности персонала;
- роль и место менеджеров, консультантов.

Риски деятельности

- В этом разделе бизнес-плана необходимо изложить вопросы о возникновении предполагаемых рисков, внешние и внутренние факторы их возникновения, последствия рисков и рассмотреть пути (методы) их предупреждения и минимизации.
- Следует подчеркнуть, что главной задачей предпринимателя уже на стадии составления бизнес-плана является разработка мер по минимизации последствий риска, поэтому целесообразно предложить мероприятия по управлению предпринимательскими рисками

Финансовый план

- Среди анализируемых показателей выделяются:
 - а) доходы от продаж товаров;
 - б) издержки производства товаров;
 - в) суммарная прибыль от продаж;
 - г) общепроизводственные расходы (по видам);
 - д) чистая прибыль (

приложение

- технические данные о продукции;
- анкеты руководящих работников;
- организационная и другие схемы;
- результаты аудиторских проверок;
- мнения консультантов и экспертов.