ТЕМА:

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ФИРМЫ

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

гибкости, что дает возможность постоянно адаптировать план к изменениям среды, в которой функционирует данная фирма;

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

непрерывности, что предполагает "скользящий" характер планирования;

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

коммуникативности, что определяет координацию и интеграцию усилий, т. е. в расчетах плана все должно быть взаимосвязано и взаимозависимо;

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

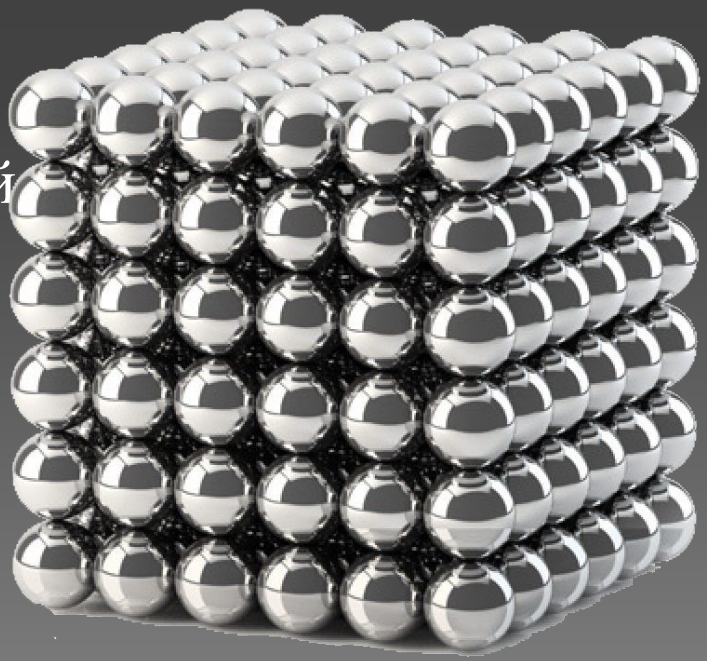
Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

интерактивности, что означает творческий характер планирования и неоднократную проработку уже составленных разделов плана;

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

многовариантности, позволяющей выбрать наилучшие альтернативные возможности достижения поставленной цели;



БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

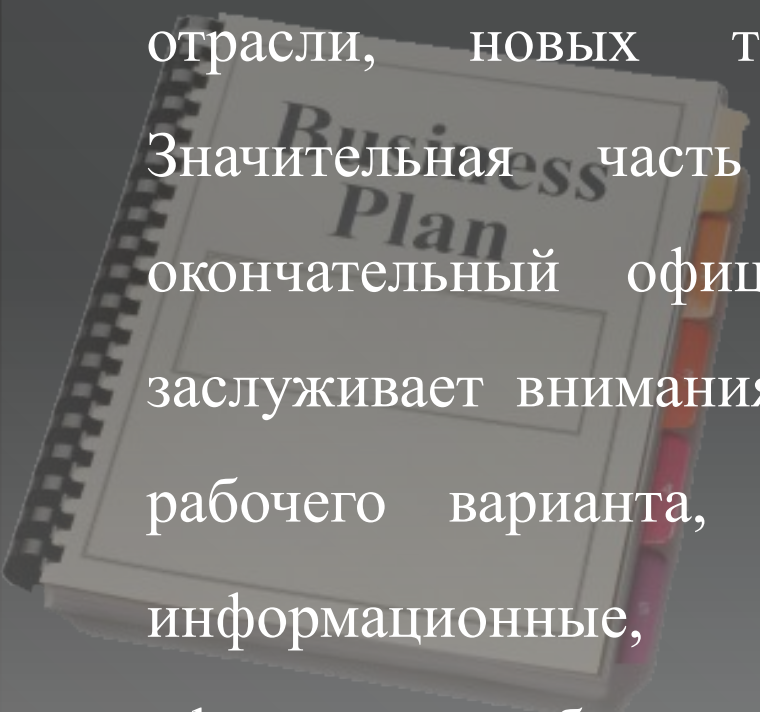
участия, предусматривающего возможность вовлечения в процесс планирования всех участников будущей организации;

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ КРАТКОЕ, ТОЧНОЕ, ДОСТУПНОЕ И ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО БИЗНЕСА

Разработка бизнес-плана должна подчиняться следующим основополагающим принципам:

адекватности, т. е. отражения реальных проблем и самооценки в процессе планирования.

Бизнес-план как официальный документ оформляется в соответствии с требованиями потенциальных инвесторов, партнеров по бизнесу и т. д. Для его составления необходимо привлечь обширный информационный материал, затрагивающий широкий круг вопросов о рынке, состоянии отрасли, новых технологиях, оборудовании и др. Значительная часть этого материала не входит в окончательный официальный вариант бизнес-плана, но заслуживает внимания при предварительной разработке его рабочего варианта, в который включают все рабочие информационные, сгруппированные по разделам официального бизнес-плана



Бизнес-план представляет собой документ, в котором формируются цели предприятия, дается их обоснование, определяются пути достижения, необходимые для реализации средства и конечные финансовые показатели работ. Целью разработки бизнес-плана является необходимость спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

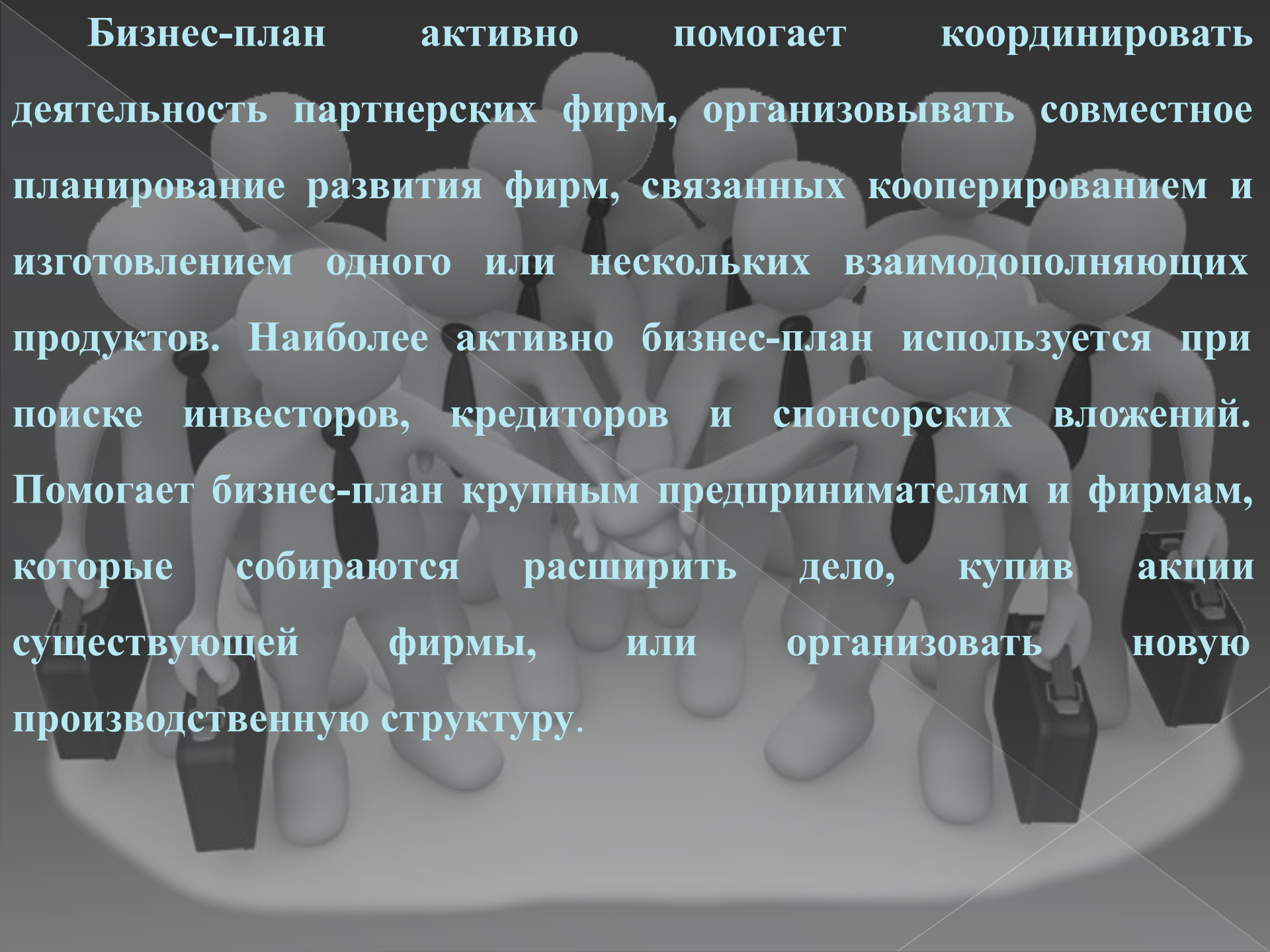
Бизнес-план выполняет четыре функции.

Первая функция связана с возможностью использования бизнес-плана для разработки стратегии бизнеса. Она играет особую роль в период создания предприятия, а также при выработке новых направлений деятельности.

Вторая функция — планирование. Она позволяет оценить возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы внутри фирмы.

Третья функция связана с привлечением денежных средств: ссуд, кредитов. В современных российских условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект. Однако получить кредит непросто, так как банки принимают целый комплекс мер по обеспечению возврата денежных средств, в состав которых включается и наличие проработанного бизнес-плана.

Четвертая функция связана с привлечением к реализации планов компании потенциальных партнеров, которые пожелают вложить в деятельность собственный капитал или имеющуюся у них технологию.



Бизнес-план активно помогает координировать деятельность партнерских фирм, организовывать совместное планирование развития фирм, связанных кооперированием и изготовлением одного или нескольких взаимодополняющих продуктов. Наиболее активно бизнес-план используется при поиске инвесторов, кредиторов и спонсорских вложений. Помогает бизнес-план крупным предпринимателям и фирмам, которые собираются расширить дело, купив акции существующей фирмы, или организовать новую производственную структуру.

Бизнес-план финансового оздоровления является основным документом для неплатежеспособных предприятий. С его помощью:

- вырабатывается стратегия выживания предприятия;
- составляется план проведения реорганизационных процедур;
- организуется управление предприятием в условиях кризиса или в его предвидении;
- обосновывается необходимость и возможность предоставления предприятию государственной поддержки.

Типовая структура бизнес-плана.

I. Титульный лист

II. Вводная часть (резюме)

III. Анализ положения дел в отрасли

IV. Сущность проекта

V. План маркетинга

VI. Производственный план

VII. Организационный план

VIII. Оценка рисков

IX. Финансовый план

X. Приложения

I. Титульный лист содержит

- полное название фирмы; сведения о владельцах или учредителях; краткую характеристику сути предлагаемого проек та;
- общая стоимость проекта, потребность во внешних источниках финансирования и предлагаемые его способы (паевые взносы, эмиссия акций, кредиты);
- указания на конфиденциальный характер данного документа, положения которого не подлежат огласке, поскольку являются коммерческой тайной и авторским правом разработчиков.

II. РЕЗЮМЕ

Здесь указываются важнейшие характеристики проекта, ожидаемые финансовые результаты, прогнозируемые объемы продаж на 2—3 года, необходимый объем инвестиций, затраты на производство, предполагаемый уровень рентабельности и срок окупаемости проекта. Обычно на основе резюме кредитор принимает решение о целесообразности чтения всего документа.

Особое внимание в разделе уделяется описанию возможностей для бизнеса, его привлекательность, важности для фирмы и региона, необходимых финансовых ресурсов, возможного срока возврата заемных средств, ожидаемой прибыли и ее распределения.

III. Анализ положения дел в отрасли.

В разделе приводится доказательство высокой степени обоснованности проекта на основе результатов комплексных маркетинговых ис следований по следующим показателям:

- ♦ динамика продаж в отрасли за ряд предшествующих лет и прогнозируемые темпы их роста;
- ♦ тенденция ценообразования (уровень цен и их динамика, основные ценообразующие факторы, реакция потребителей на изменение цен);

- всесторонняя характеристика конкурентов (выделение наиболее крупных из них, определение их сильных и слабых сторон, оценка возможных стратегий их развития и связанного с этим изменения роли на рынке);
- характеристика потребителей (их описание, выделение основных сегментов, насыщенность, факторы потребительского предпочтения, отношения к различным торговым маркам);
- определение перспективных рыночных возможностей (выявление свободных "ниш" на рынке, определение стратегии действий по их завоеванию) и т.д.

IV. Сущность проекта.

В этом разделе излагается основная идея предполагаемого бизнеса. После знакомства с ней у инвестора должно сформироваться четкое представление о направлениях деятельности по достижению определенной цели, о готовности фирмы к реализации проекта, а также о необходимом для этого объеме средств. В разделе обычно отражаются:

- основные цели, которые ставит перед собой пред приниматель ;
- определение и характеристика потенциальных по требностей, описание возможных ключевых факторов успеха;

- подробное описание изделия, соответствия его па раметров требованиям выбранного сегмента рынка;
- стадия разработки, патентная чистота и защита товара;
- характеристика фирмы (ее описание, степень готовности к осуществлению проекта, преимущества и недостатки по отношению к основным конкурентам, местонахождение и его выгодность);
- общая стоимость проекта,

Для потенциальных инвесторов этот раздел бизнес-плана необходим, чтобы окончательно убедиться во всесторонней подготовленности проекта.

V. План маркетинга.

Маркетинговый план содержит полную информацию о формах и методах внедрения товара на рынок, ценовой и сбытовой стратегии фирмы в каждом рыночном сегменте (при сегментировании рынка), методах стимулирования сбыта и товарной политике. Раздел составляется на основе маркетинговой программы фирмы, подлежит обязательной корректировке и ежегодно предоставляется инвестору.

Раздел должен включать план мероприятий по достижению намечаемого объема продаж и получению намеченной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей. При разработке раздела должна быть соблюдена четка маркетинговая ориентация на потребителя.

VI. Производственный план.

- производственные мощности (общая потребность и структура, необходимая для реализации производственной программы, наличие, необходимость в модернизации мощностей, сроки введения, объем инвестиций);
- весь технологический процесс с выделением охваты ваемой проектом части, а также операций, поручаемых субподрядчику (наименование фирмы, место расположения, адрес, обоснование их выбора, условия сотрудничества);
- объемы производства и реализации продукции, которые основаны на сопоставлении результатов маркетинговых исследований;

- оборудование (потребности в конкретных видах нового или модернизация существующего, возможные поставщики и условия поставки, наличие контактов с ними и обоснование окончательного выбора, расходы на приобретение и монтаж);
- сырье, материалы (потребности в конкретных видах, возможные поставщики и условия поставки, наличие контактов с ними и обоснование окончательного выбора);
- расчет средств на оплату труда (исходя из потребности в персонале и рабочей силе);

- производственные площади (потребности и степень их удовлетворения, условия расширения, необходимые вложения);
- расчет издержек производства и себестоимости производимой продукции (к разделу прилагаются калькуляции выпускаемой продукции и расчет затрат по всем статьям сметы затрат на производство).

VII. Организационный план.

- правовое положение фирмы;
- основные держатели акций, размер уставного ка питала;
- имена, адреса, послужные списки и опыт работы членов совета директоров;
- резюме о менеджерах фирмы;
- организационная структура фирмы;
- кадровая политика фирмы (в случае создания новой структуры).

VIII. Оценка рисков

Раздел содержит анализ рисков и альтернативные пути снижения степени риска при достижении поставленной цели

Обычно в качестве основных рисков по проекту выделяют риски, связанные с неожиданной реакцией конкурентов, изменениями во внешней среде, резким изменением рыночной конъюнктуры, отсутствием согласия и профессионализма в управленческой команде.

IX. Финансовый план .

Цель финансового плана - определить эффективность предлагаемого бизнеса. Поэтому задачей раздела является общая экономическая оценка всего проекта с точки зрения окупаемости затрат, рентабельности и финансовой устойчивости предприятия. Для инвестора этот раздел представляет наибольший интерес, так как позволяет оценить степень привлекательности проекта по сравнению с иными способами вложения денежных средств.

В полном виде раздел включает следующие финансовые документы:

- ♦ отчет о финансовых результатах;
- ♦ баланс денежных расходов и поступлений;
- ♦ прогноз на баланс активов и пассивов (для предприятия);
- ♦ анализ безубыточности;
- ♦ стратегию финансирования.

Раздел отвечает на самый важный вопрос для кредитора: как фирма планирует отвечать по своим обязательствам.

Вывод

Прежде чем составить бизнес-план, намечают ряд потенциальных инвесторов, выясняют, каким методикам они доверяют или к каким привыкли, какие разделы в бизнес-плане являются для них принципиально важными.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

УДАЧИ В БИЗНЕСЕ!