

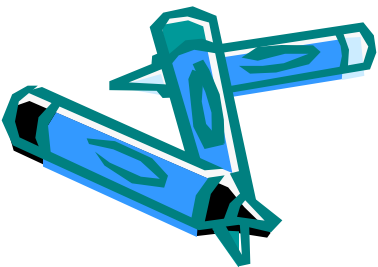
***КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ***

***«БИЗНЕС – ПЛАНИРОВАНИЕ»***

***Д.Э.Н., ПРОФЕССОР***

***ГАЛЕЕВА***

***ЕВГЕНИЯ ИСАЕВНА***



## *Тема 2. Характеристика бизнес-плана*

### *Вопросы:*

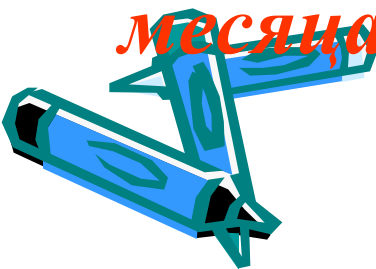
- 1. Срок действия бизнес-плана*
- 2. Требования к бизнес-плану*
- 3. Структура бизнес-плана*
- 4. Этапы бизнес – планирования*




## ***1. Срок действия бизнес-плана***


***Бизнес-план*** – это документ, в котором формулируются цели компании, дается их обоснование, определяются пути достижения целей и необходимые для этого финансовые ресурсы, а также конечные технико-экономические показатели работы компании.

***Бизнес-план разрабатывается*** на несколько лет (***от 3 до 5-ти***), с разбивкой ***по годам***. Данные ***первого года*** даются с разбивкой ***по месяцам***.





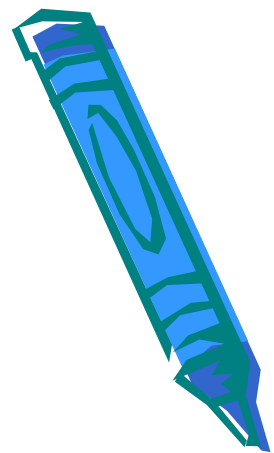
**Длительность действия** бизнес-плана зависит от характера и масштабов деятельности организации. **Срок действия плана** должен быть *достаточным* для *полного завершения реализации проекта*, либо для *выхода* организации на *планируемую мощность производства и сбыта*, либо *сроков окупаемости вложений и рентабельности*.



**Бизнес-план** обычно разрабатывает *предприниматель* либо *организация* (лицо или группа лиц), *либо по их заказу*.

## **2. Требования к бизнес-плану:**

- он должен быть написан **простым и понятным** языком;
- должен **содержать производственное, организационное и финансовое обеспечение;**
- его объем **не должен превышать 20-25 страниц;**
- он должен **включать всю информацию по проекту, представляющую интерес для инвесторов;**
- он должен **опираться на реальные факты и обоснованные предложения;**



- должен *содержать стратегию достижения поставленных целей*;
- иметь *перспективный характер* и сохранять преемственность развития:
- обладать *гибкостью*;
- иметь *четкие графики работ, контрольных сроков и показателей*.

### *3. Структура бизнес-плана*

*1. Титульный лист;*

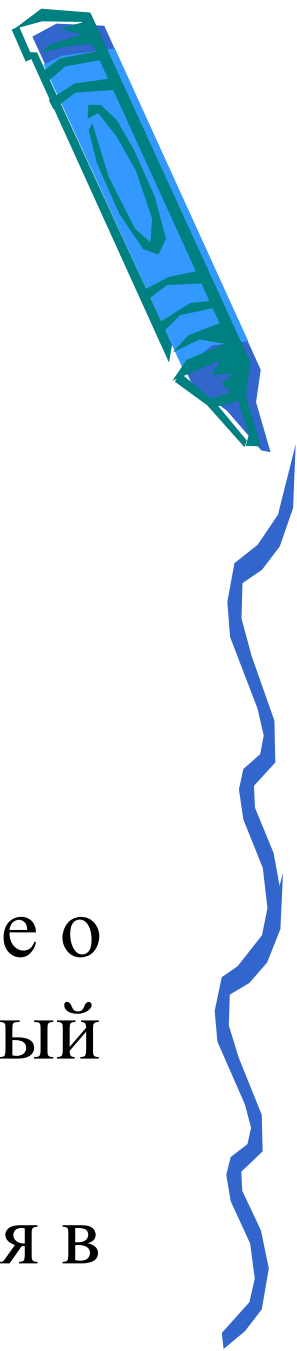
*2. Вводная часть;*

*3. Анализ положения дел в отрасли;*



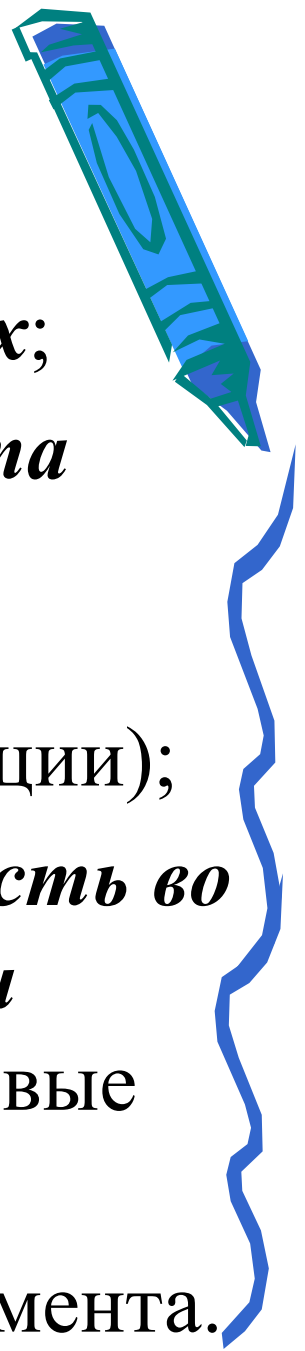
4. Сущность проекта;
5. План маркетинга;
6. Производственный план;
7. Организационный план;
8. Оценка рисков;
9. Финансовый план;
10. Приложения.

**1. Титульный лист.** Дать представление о проекте на основе которого потенциальный инвестор *должен сразу определить*, представляет ли для него интерес участия в проекте.



На титульном листе отражаются данные:

- *полное название фирмы;*
- *сведения о владельцах или учредителях;*
- *краткая характеристика сути проекта* (товар или услуга, которые должны производиться, круг обслуживаемых потребителей, способ реализации продукции);
- *общая стоимость проекта, потребность во внешних источниках финансирования и предполагаемые способы получения* (паевые взносы, эмиссия акций, кредиты);
- указание на *конфиденциальность* документа.

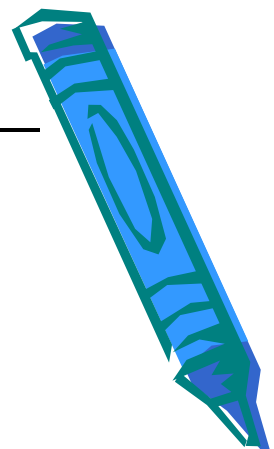




**2. Вводная часть.** Задача этого раздела – *укрепить заинтересованность потенциального инвестора в проекте.*

**Раздел включает:**

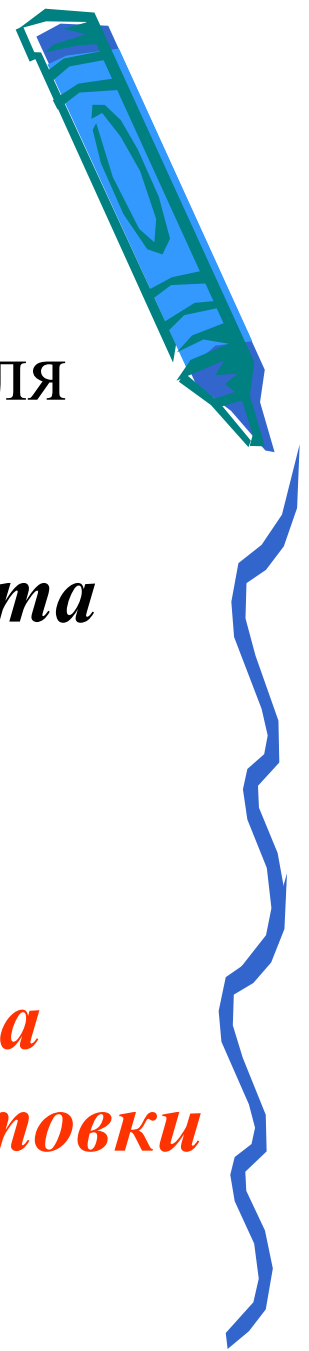
- более *подробную характеристику направления деятельности организации, краткое описание товаров и/или услуг, предлагаемых к производству, способы их реализации;*
- общую *оценку спроса* на данную продукцию и *перспективы* ее изменения в будущем;
- *обоснование перспективности* проекта;



- *необходимый объем инвестиций* для реализации проекта, направления их использования, участие предпринимателя собственными средствами;

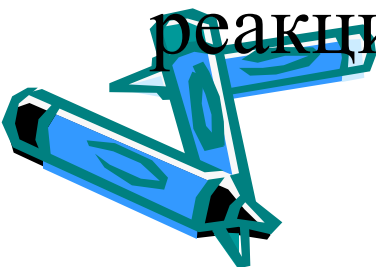
- контрольные *сроки реализации проекта* (начало, период строительства, выпуск пробной партии продукции, выход на проектную мощность);

*\* ) к написанию этой части бизнес-плана рекомендуется приступать после подготовки остальных его разделов.*



**3. Анализ положения дел в отрасли.** Цель данного раздела – *доказать обоснованность идеи* проекта. Здесь приводятся *данные результатов комплексного маркетингового исследования* по следующим показателям:

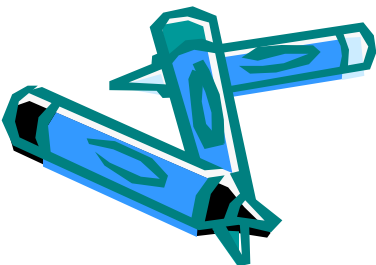
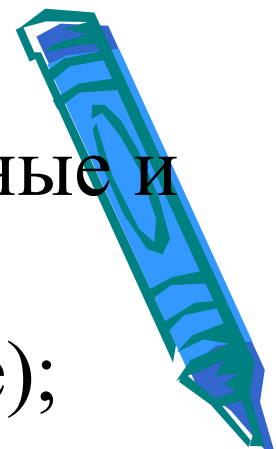
- *динамика продаж аналогичной продукции* в отрасли за ряд предшествующих лет и прогнозируемые темпы их роста;
- *тенденции ценообразования* (уровень цен, их динамика, ценообразующие факторы, реакция потребителей на изменение цен);



- *характеристика конкурентов* (сильные и слабые стороны, возможные стратегии развития и изменение их роли на рынке);

- *новые быстрорастущие фирмы и отрасли*, специфика их рыночных стратегий;

- *характеристика потребителей* (основные сегменты, насыщенность, факторы потребительского предпочтения, отношение к различным маркам товаров);



- *влияние научно-технического прогресса и социальных факторов* (новые виды продукции, требования экологии, законодательные нормы и стандарты, защита прав потребителей);

- *перспективные рыночные возможности* (выявление рыночных ниш).

**4. Сущность проекта.** В этом разделе отражаются следующие положения:

- *основные цели*, которые ставит перед собой предприниматель (создание нового дела, внедрение на рынок нового товара,



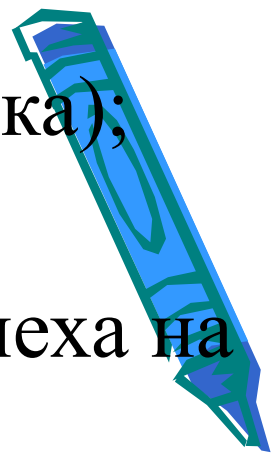
ВЫХОД НА НОВЫЕ РЫНКИ, РАСШИРЕНИЕ РЫНКА);

- *характеристика целевой группы потребителей* и ключевые факторы успеха на рынке;

- *техническая спецификация изделия*, которая должна соответствовать требованиям сегмента рынка;

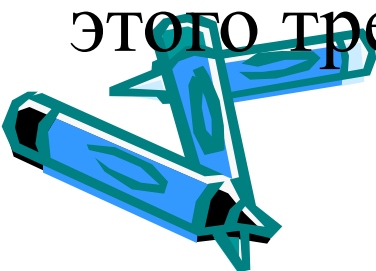
- *стадия разработки, патентная чистота и защита товара*;

- *характеристика организации* (степень готовности к реализации проекта, преимущества и недостатки местонахождения);

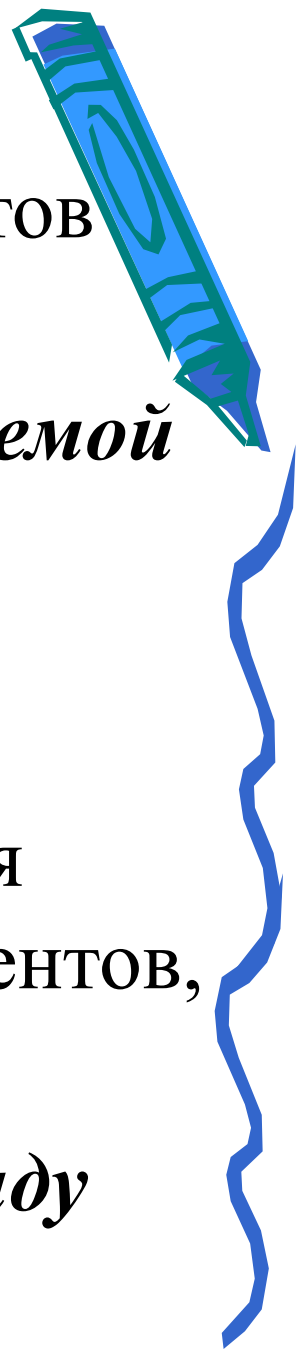


- *общая стоимость проекта*, включающая размеры и график производственных капиталовложений, первоначальные расходы по маркетингу продукции и организации управления.

***5. План маркетинга.*** Здесь в четкой форме определяются задачи по всем элементам комплекса маркетинга с указанием, ***что должно быть сделано, кем, когда и какие*** для этого требуются средства:

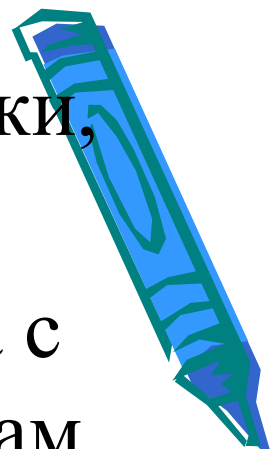


- *программа комплексных рыночных исследований*, включая анализ результатов пробных продаж;
- *общий объем и ассортимент реализуемой продукции* с разбивкой по периодам осуществления проекта;
- *направления совершенствования продукции* с учетом сроков прохождения этапов ЖЦТ, ответных действий конкурентов, реакции потребителей;
- *требования к упаковке и внешнему виду товара*;





- *ценовая политика* (уровень цен, скидки, реакция потребителей на цены);
- *планирование сбыта* (общая величина с разбивкой по товарным группам, регионам, методам организации сбытовой деятельности, партнерам);
- *планирование товародвижения* (запасы, транспортировка, хранение, складирование);
- *реклама*;
- *стимулирование сбыта*;
- *сервис*;
- *маркетинговый контроллинг*.



*Следующим* после маркетингового блока идёт *производственный раздел* бизнес-плана. Если в маркетинговой части исследуются *возможности* бизнеса, то в производственной описываются *пути и способы их достижения*.

Производственный раздел всегда составляется после маркетингового, т.к. в качестве входящих параметров использует данные, полученные в ходе маркетингового исследования рынка.




**6. Производственный план.** Раздел содержит перечень всех задач, которые возникают в сфере производства и способы их решения:

- ***производственные мощности*** (общая потребность и структура, наличие, необходимость в модернизации и новых мощностях, сроки введения, объем капиталовложений);

- ***описание всего технологического процесса с выделением проектной части, а также операций, передаваемых субподрядчикам;***



- 
- *субподрядчики* (конкретные партнеры, характер контактов, условия сотрудничества, обоснование выбора);
  - *оборудование* (потребность, возможные поставщики и их условия, наличие контрактов и обоснование окончательного выбора, расходы на приобретение и монтаж);
  - *производственные площади* (потребность и степень удовлетворения, условия расширения, необходимые вложения);
  - *сырье* (потребность в конкретных видах, возможные поставщики, их условия, наличие



контактов, обоснование окончательного выбора);

- *себестоимость* (планируемая величина и возможность ее снижения).

**7. Организационный план.** Для существующих организаций он связан с оценкой степени соответствия их структуры и применяемых методов управления специфике поставленных целей и путей их достижения.

Для вновь создаваемых организаций – с проектированием всех структур в



максимальной степени увязанных с основными стратегическими положениями проекта.

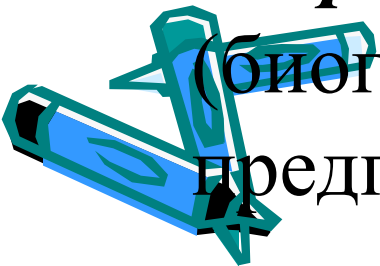
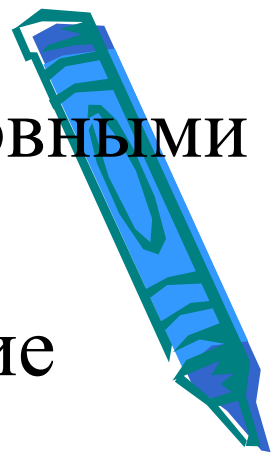
Структура раздела включает следующие элементы:

- *организационно-правовая форма* для вновь создаваемых предприятий;

- *организационная структура управления*, включающая схему, положения и инструкции, взаимосвязи подразделений;

- *характеристика предпринимателей*

(биографические данные, опыт предпринимательской деятельности);



- *характеристика руководящего состава* (биографические данные, опыт руководящей работы, круг обязанностей);
- *характеристика персонала* (кадровая политика, потребность в специалистах, обучение, принцип оплаты труда);
- *формирование общекорпоративных ценностей;*
- *материально-техническая обеспеченность управления* (потребность и наличие в оргтехнике, помещениях, затраты на приобретение, аренду и реконструкцию);



- *местонахождение предприятия* (оценка сильных и слабых сторон на основе анализа условий аренды, наличие инфраструктуры, близость к источникам сырья, соответствие экологическим стандартам, наличие трудовых ресурсов, острота конкуренции и прочие).

**8. Оценка рисков.** Определение *потенциальных проблем и трудностей*, с которыми придется столкнуться в ходе реализации проекта:

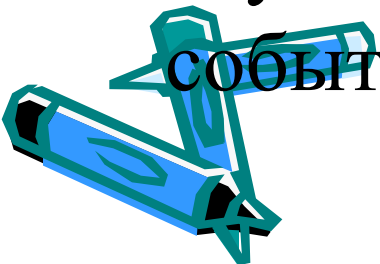




*- перечисляются все возможные проблемы:*  
действия конкурентов, изменение  
нормативных документов, влияние НТП,  
стихийные бедствия, политические эксцессы  
и т.д.;

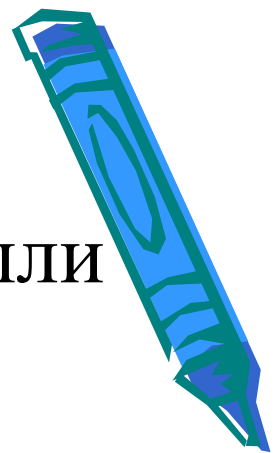
*- определяется комплекс упреждающих  
мер,* которые должны ослабить  
отрицательное воздействие проблем;

*- разрабатываются сценарии поведения* в  
случае наступления неблагоприятных  
событий;



- обосновывается низкая вероятность столкновения с проблемами, которые были учтены, и которыми в силу этого можно пренебречь.

**Предпоследним** составляется **финансовый раздел** бизнес-плана. Здесь **результаты планирования и анализа предыдущих разделов выражаются в денежной форме**: сколько денег, и на какие цели будет потрачено, когда и в каком размере будут поступать деньги от проекта, когда окупится проект, какой доход, и какую доходность получит предприниматель.



*Финансовый раздел* не может быть составлен обособленно, т.к. базируется на маркетинговых и производственных возможностях, но именно *он является наиболее важным для потенциального инвестора*, поскольку именно на его основе принимается решение о выделении предпринимателю кредита.

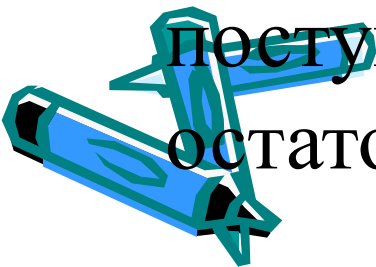
**9. Финансовый план.** Дается *общая экономическая оценка всего проекта*, с точки зрения *окупаемости затрат*, уровня *рентабельности* и *финансовой устойчивости* организации.






Он включает следующие финансовые документы:


- *сводный баланс доходов и расходов* (доходы, себестоимость, накладные издержки, валовая прибыль, налоги, чистая прибыль). *Первый год* составляется с *разбивкой по месяцам*, на *последующие периоды – в годовом исчислении*;
- *план денежных поступлений и расходов* с такой же периодичностью (суммарные поступления, платежи по направлениям, остаток денежной наличности);



- 
- **балансовый план на конец первого года** (активы, пассивы, собственный капитал);
  - **план по источникам** (доходы от операций, ссуды, собственные средства, амортизация);
  - **направления использованию средств** (покупка оборудования, строительство, прирост запасов, погашение ссуд, приобретение акций, выплата дивидендов).

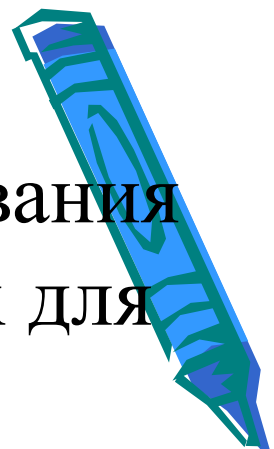
На основе этих документов можно получить четкое представление **об уровне**

**прибыльности** организации, сроках окупаемости затрат, движении денежной



наличности и ее величине для покрытия текущих затрат, об источниках формирования средств предприятия и использования их для прироста активов или покрытия задолженности.

**10. Приложения.** В заключительной части бизнес-плана приводятся *документы и источники*, которые были использованы при его подготовке и *на которые есть ссылки в основном тексте* (письма от клиентов и партнеров, копии договоров и контрактов, различные прейскуранты, статистические обзоры, справки, результаты исследований).



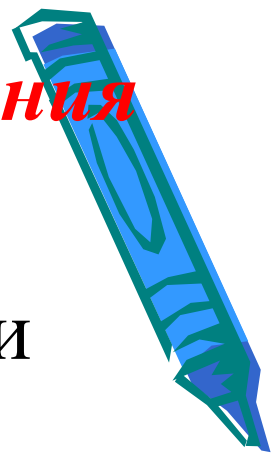
## *4. Этапы процесса бизнес – планирования*

### *1. Подготовительный этап:*

1-я стадия. Высшее руководство компании ***принимает решения*** по приоритетному направлению развития и подготовке бизнес-плана.

2. ***Финансовое обеспечение*** подготовки бизнес-плана.

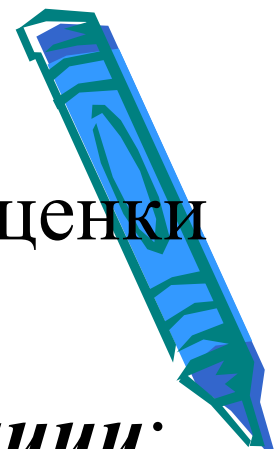
3. ***Создание команды*** по разработке бизнес-плана (включает руководителей и сотрудников функциональных отделов). ***Конечная цель*** – создание условий для разработки бизнес-плана.



## ***II. Этап разработки бизнес-плана:***

- 1. Сбор данных о рынке и экспертные оценки товара;***
- 2. Подготовка технической документации;***
- 3. Проведение расчетов и оформление бизнес-плана;***
- 4. Утверждение бизнес-плана.***

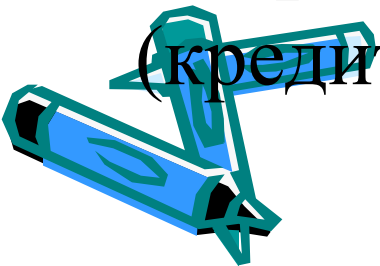
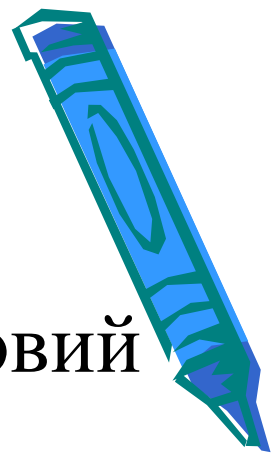
***На второй стадии бизнес-идея превращается в бизнес-план, т.е. оформляется документально. Результатом этой стадии является создание первоначального (предварительного) проекта бизнес-плана.***





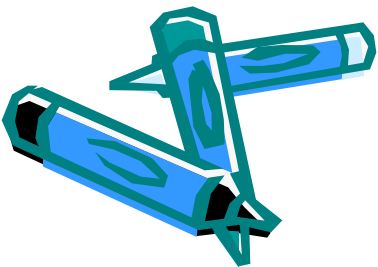
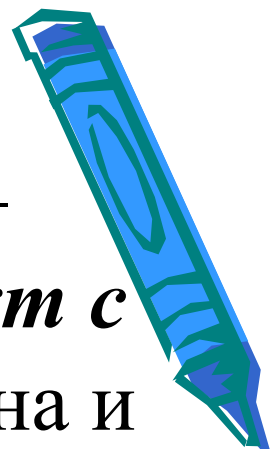
### ***III. Этап продвижения бизнес-плана:***

- 1. Проведение переговоров*** со всеми участниками проекта, согласование условий и оформление договоров;
- 2. Аудит бизнес-плана*** внешним инвестором (или кредитором), а также государственными и муниципальными органами;
- 3. Внесение поправок в бизнес-план*** (если требуют);
- 4. Принятие решения об инвестировании*** (кредитовании).



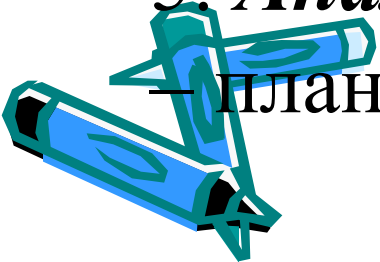
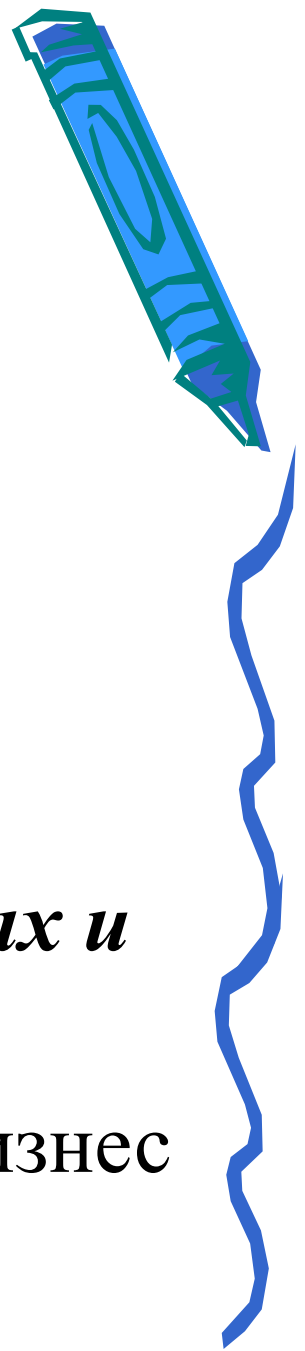
*На третьей стадии* процесса бизнес – планирования *осуществляется контакт с внешними пользователями* бизнес-плана и участниками бизнес проекта.

*Бизнес-план адаптируется к их требованиям*, итогом этой стадии является *окончательный вариант бизнес-плана*, а также заключение пакета договоров (и оформление соответствующих документов).



## ***IV. Стадия реализации:***

- 1. Составление плана реализации продукции;***
- 2. Осуществление программы работ, предусмотренных бизнес-планом;***
- 3. Контроль*** выполнения и внесение изменений;
- 4. Оценка соответствия поставленных и достигнутых целей;***
- 5. Анализ эффективности процесса бизнес-планирования. Учет ошибок.***



***На последнем этапе*** бизнес-план воплощается в жизнь. Осуществляются все мероприятия, предусмотренные в бизнес-плане. Итогом последней стадии должен стать успешно реализованный (осуществлённый) бизнес проект. Кроме того, необходимо провести анализ ***эффективности бизнес – планирования***, для улучшения проекта и его эффективности в будущем.

### ***Контрольные вопросы***

1. Назовите основные этапы бизнес – планирования.



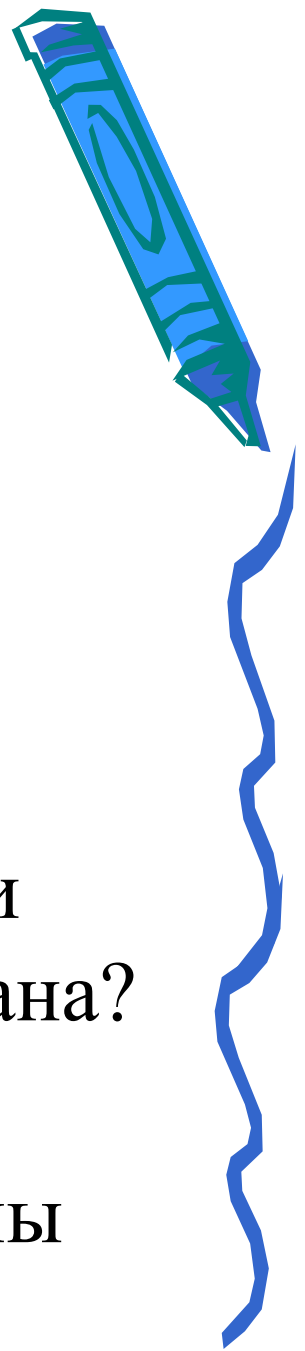
2. Назовите основные ограничения, влияющие на процесс бизнес – планирования на каждой стадии?

3. Перечислите последовательность основных разделов бизнес-плана.

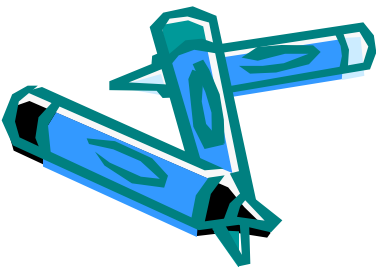
4. Можно ли изменить приведенную в лекции структуру бизнес-плана?

5. Какова взаимосвязь маркетингового и производственного разделов бизнес-плана?

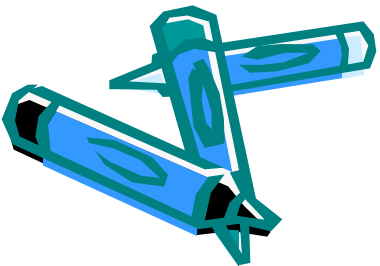
6. Как связаны между собой организационный и финансовый разделы бизнес-плана?



7. Можно ли провести оценку экономической эффективности бизнес-плана без составления календарного плана реализации проекта?



*Спасибо за внимание!*



# Список литературы



## 1. Основная литература:

1. Бизнес-планирование : учебник / под ред. В. М. Попова, С. И. Ляпунова, С. Г. Млодика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 816 с.
2. Бухалков, М. И. Планирование на предприятии : учебник / М. И. Бухалков. – 3-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 416 с.
3. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник / И. А. Дубровин. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2013. – 432 с. – Режим доступа : <http://znanium.com>.
4. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 192 с. – Режим доступа : <http://znanium.com>.





## *2. Дополнительная литература:*

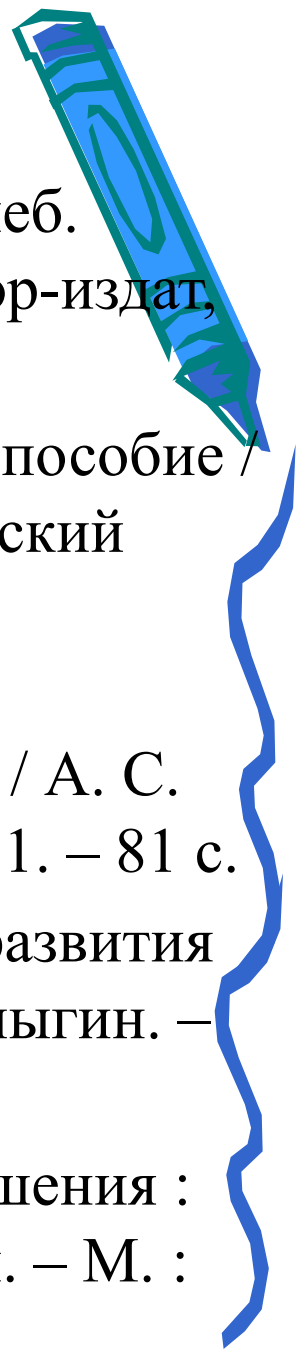
5. Бекетова, О. Н. Бизнес-план : теория и практика : учеб. пособие / О. Н. Бекетова, В. И. Найденков. – М. : Приор-издат, 2009. – 288 с.

6. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред. Т. Г. Попадюк, В. Я. Горфинкеля. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 296 с. – Режим доступа : <http://znanium.com>.

7. Волков, А. С. Бизнес-планирование : учеб. пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2011. – 81 с.

8. Лапыгин, Ю. Н. Бизнес-план : стратегии и тактика развития компании : практ. пособие / Ю. Н. Лапыгин, Д. Ю. Лапыгин. – 4-е изд., испр. – М. : Омега-Л, 2010. – 350 с.

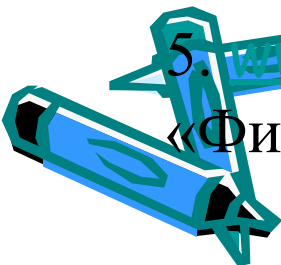
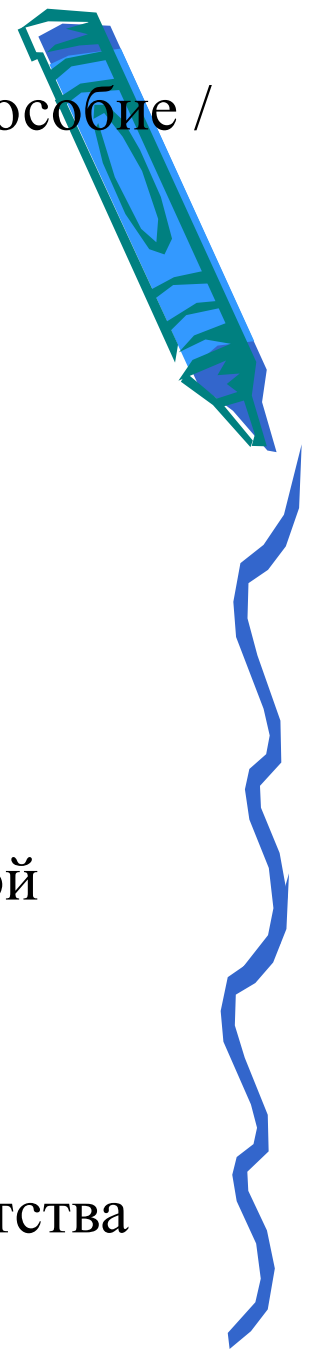
9. Просветов, Г. И. Бизнес-планирование : задачи и решения : учеб.-практ. пособие / Г. И. Просветов. – 2-е изд., доп. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 256 с.



10. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование : учеб. пособие / Н. Д. Стрекалова. – СПб. : Питер, 2012. – 352 с.

### *3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы*

1. [www.dist-cons.ru](http://www.dist-cons.ru) – интернет-портал Портал дистанционного консультирования малого предпринимательства
2. [www.finman.ru](http://www.finman.ru) – сайт журнала «Финансовый менеджмент»
3. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – сайт Центрального банка Российской Федерации
4. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстата)
5. [www.finmarket.ru](http://www.finmarket.ru) – сайт информационного агентства «Финмаркет»



6. [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) - сайт Федеральной налоговой службы РФ
7. [www.akm.ru](http://www.akm.ru) - сайт информационного агентства «АК&М»
8. [www.expert-systems.com](http://www.expert-systems.com) – сайт Российской консалтинговой компании, специализирующейся на решениях для развития бизнеса и роста стоимости компании
9. [www.allmedia.ru](http://www.allmedia.ru) - Российский деловой интернет-портал «Альянс Медиа» для информационной поддержки российских предпринимателей, развития делового партнерства, продвижения продукции и услуг и формирования механизмов электронного ведения бизнеса

