

СТРУКТУРА БИЗНЕС-- ПЛАНА

Структура бизнес-плана

- Бизнес-план – формализованный и отвечающий определенным требованиям документ
- Бизнес-план составляется:
 - для нового, вновь создаваемого предприятия
 - для действующего предприятия

Пользователи бизнес-плана

Внешние пользователи

- Инвестор
- Кредитор

Цель бизнеса плана – привлечение денежных средств для реализации бизнес-идеи.

Пользователи бизнес-плана

Внутренние пользователи

- Акционер

Цель – улучшение работы предприятия

Стандартные требования к бизнес-плану

- Объем 20-30стр.
- Наличие всех разделов, отражающих разные стороны деятельности предприятия
- Последовательность изложения
- Сопряженность разделов

Структура бизнес-плана

- Титульный лист
- Резюме
- Описание компании и ее деятельности
- Маркетинговый раздел
- Операционный раздел
- Организационный раздел
- Финансовый раздел

Резюме бизнес-плана

- Размещается в начале бизнес-плана
- Пишется в конце, после составления всех остальных разделов бизнес-плана

Структура резюме

- Представление компании или ее будущих учредителей (1-2 предложения)
- Конкурентные преимущества (1-2 предложения)
- Финансовый результат
- Заявка

Структура резюме

Важнейшие финансовые показатели,
выносимые в резюме:

- Планируемая выручка
- Уровень рентабельности
- Срок окупаемости

Заявка в резюме

Собственные средства:

- Абсолютная величина значима для составителя бизнес-плана
- Относительная величина –
25-40% инвестиций на начальном этапе

Описание бизнеса

Содержание раздела

- Структура компании
- Размер компании
- Месторасположение
- Описание деятельности
- Специфические особенности бизнеса

Размер компании

Критерий	Микро	Малое	Среднее	Крупное
Доход (год)	120 млн.руб.	800 млн.руб.	2 млрд.руб.	> 2 млрд.руб
Сотрудники	15 чел	100 чел.	250 чел.	> 250 чел.

Доходы определяются по налоговому
учету

Сотрудники – среднесписочная
численность

Структура маркетингового раздела

- Маркетинговые аналитические исследования
- Определение стратегии
- Продуктовый план
- План сбыта
- Политика ценообразования
- Мероприятия по продвижению

Структура маркетингового раздела

- Анализ рынка и определение стратегии
- Продуктовый план
- План сбыта
- Политика ценообразования

Маркетинговые аналитические мероприятия

- определение емкости рынка
- анализ конкурентной среды
- выбор ниши –продуктовой, ценовой, географической, ...
- определение собственных конкурентных преимуществ
- сегментирование рынка, определение целевой аудитории

Маркетинговый раздел

- **Продуктовый план:**
описание линейки продуктов (услуг)
- **План сбыта :**
определение объема продаж в натуральном выражении по каждой товарной позиции (услуге) исходя из емкости рынка и планируемой доли захвата рынка
- **Политика ценообразования:**
определение цен продаж исходя из цен конкурентов, конъюнктуры рынка и др. особенностей рынка.

Маркетинговый раздел

- В конце раздела приводится **таблица «План продаж»** с указанием по каждой товарной позиции (услуге) за каждый операционный период :
 - 1) количества
 - 2) цены
 - 3) стоимость продаж
- *Таблицы во всех разделах должны иметь название, единицы измерения приводимых значений, итоговую строку.*

Операционный план

Описание этапов процесса производства товара (оказания услуги):

- необходимое **помещение** (затраты на строительство или переделку (ремонт) арендуемого) **НА КАЖДОМ ЭТАПЕ**
- необходимые **сырье, материалы** **НА КАЖДОМ ЭТАПЕ**.
Приводятся затраты в натуральном выражении каждого вида сырья, материалов на единицу продукции. В табличной форме расчет общих затрат сырья и материалов в натуральном выражении.
- **оборудование**, на котором осуществляется преобразование сырья, материалов для получения готового продукта (оказания услуги) **НА КАЖДОМ ЭТАПЕ**
- **работники**, которые выполняет производственные функции **НА КАЖДОМ ЭТАПЕ**.

Операционный план

- В конце раздела приводится обобщающая информация по каждому пункту в форме таблицы с указанием общего количества + цены (заработной платы) + затрат на их приобретение . Таблица по сотрудникам называется штатное расписание операционного персонала.

Организационный план

- Описание взаимоотношений как внутри компании, так и с внешней средой

Внешняя среда:

Государство:

- Разрешительные (лицензионные и патентные) органы
- Фискальные (налоговые) органы :
режим (общая, упрощенная) и объект налогообложения (при упрощенной)

Организационный план

Внутренняя среда

- **Организационно-правовая форма** (АО, ООО, ИП)
(взаимоотношения между собственниками)
- **Организационная структура** (взаимоотношения между наемными сотрудниками) : линейная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная

Организационная структура приводится **в виде схемы**
(см. следующие слайды)

Линейная ОС



Линейно-функциональная ОС



Организационный план

- В конце организационного раздела приводится **штатное расписание** всех подразделений (з\пл операционного персонала приводится одной строкой).