



Разработка бизнес-плана


Management



Бизнес-план –
это план построения вашего бизнеса.

Точно так же, как чертеж или расчет,
бизнес-план - это размышление перед действием.

Определение бизнес-плана



Краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения.

План, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности

Бизнес-план



Документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля

Процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

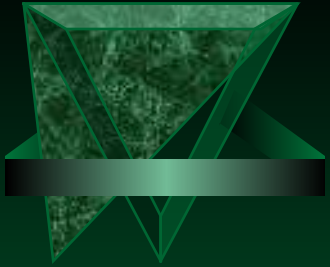
Программный продукт, вырабатываемый в ходе **бизнес-планирования**



Для чего необходим бизнес-план?

Существуют четыре основные причины составления бизнес-плана.

1. Возможность обнаружить проблемы "на бумаге" до того, как они возникли.
2. Без бизнес-плана практически невозможно привлечение инвестиций.



Для чего необходим бизнес-план?

3. Бизнес-план - это стандартный документ ознакомления с предприятием и обязательное требование со стороны цивилизованного рынка.

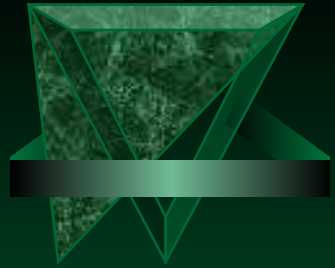
4. Бизнес-план - это инструмент контроля и управления.



Для чего необходим бизнес-план?

Итак
бизнес-план - это стартовая
точка и
базис плановой и
исполнительской деятельности
предприятия,
единый источник стратегической
информации о нем.

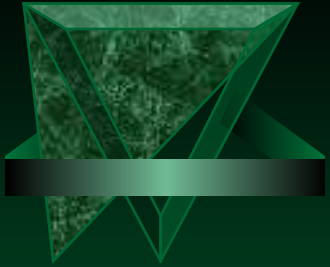




Цели разработки **бизнес-плана** могут быть различными:

- *уяснить самому* степень реальности достижения обозначенных результатов в завершённом проекте или коммерческом предложении;
- *убедить коллег* в реальности достижения определенных качественных или количественных показателей;
- *доказать определенному кругу лиц* целесообразность проекта;
- *привлечь внимание* и усилить заинтересованность потенциального *инвестора*

и т. д.



Основные разделы бизнес-плана

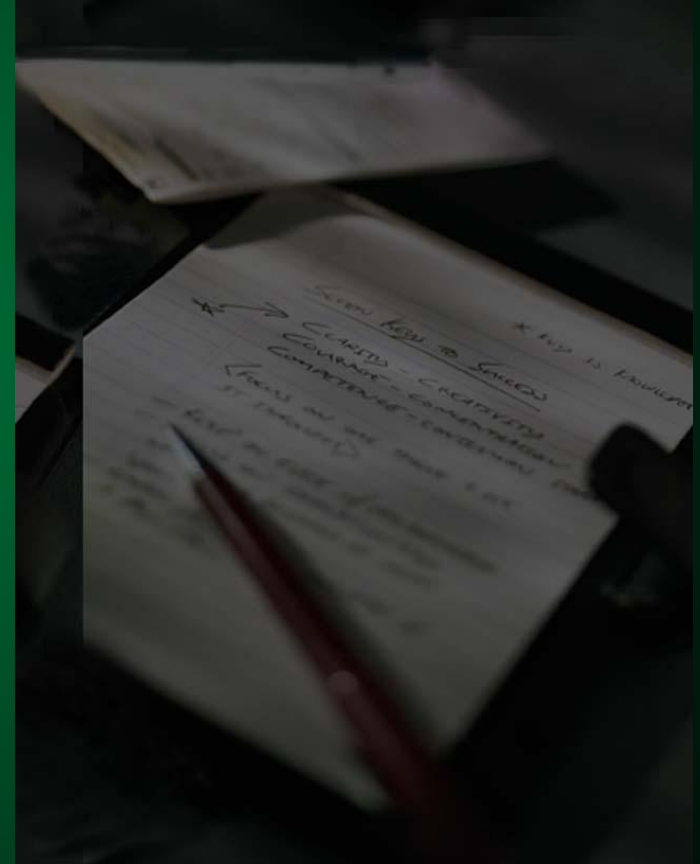
- 1. Резюме**
- 2. Описание продукции (услуг)**
- 3. Характеристика отрасли**
- 4. План маркетинга**
- 5. Производственный план**
- 6. Управление и организация**
- 7. Правовой раздел**
- 8. Прогнозирование и управление рисками**
- 9. Финансовый план**



1. Резюме.

Резюме - это "концентрированное" описание инвестиционного проекта: его идеи; шагов, осуществляемых для реализации идеи; требуемых затрат; итоговых показателей.

Раздел должен показать потенциальным инвесторам привлекательность проекта.





Резюме должно включать следующую информацию

- описание предприятия;
- краткие сведения о квалификации управленческого персонала;
- описание ситуации на рынке и в отрасли;
- преимущество продукции или услуг предприятия, ресурсы компании и ее текущее финансовое состояние;
- долгосрочные и краткосрочные цели проекта;



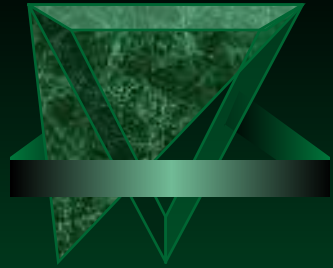
Резюме должно включать следующую информацию

- тактический план, краткое изложение того, как будут достигаться поставленные цели;
- потребность в инвестициях, как они будут использованы, предполагаемые источники финансирования, как они будут возвращаться (погашаться) инвесторам;
- какие риски и какие вознаграждения могут ожидать инвесторов.



2. Описание продукции (услуг)

В этом разделе приводится подробная характеристика производимой предприятием продукции или услуг, производится сравнение ее с продукцией конкурентов по таким характеристикам как качество, цена, срок и способы доставки товаров к месту потребления, анализируются планы развития производства.



Описание продукции (услуг)

В разделе необходимо:

- ✓ Привести характеристики продукции;
- ✓ Проанализировать продукцию конкурентов, имеющих на рынке;
- ✓ Описать исследования и разработки.



3. Характеристика отрасли

В этом разделе приводятся результаты анализа характера отрасли:

- развивающаяся,
- стабильная,
- стагнирующая.

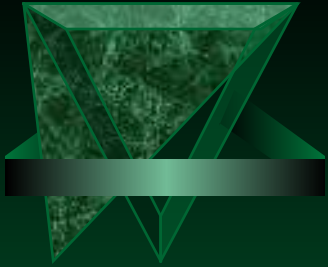




Характеристика отрасли

Характеристика отрасли должна включать в себя следующую информацию:

- определение экономического сектора отрасли;
- перечень основной продукции и услуг, предлагаемых данной отраслью;
- сезонность;
- географическое положение отраслевого рынка;
- описание сегмента рынка, на котором работает или предполагает работать предприятие;
- характеристика имеющихся основных, а также потенциальных клиентов;
- общий объем продаж по отрасли и тенденции изменения рынка;
- перечень основных конкурентов, возможности конкурентов, их сильные и слабые стороны.



4. *План маркетинга*

Цель данного раздела заключается
в том, чтобы разъяснить,
как предполагаемый бизнес намеревается
воздействовать на рынок,
чтобы обеспечить сбыт товара.



План маркетинга

Должны быть отражены следующие аспекты:

- определение спроса и возможности рынка;
- анализ конкуренции и других факторов воздействия на развитие данного бизнеса;
- описание стратегии маркетинга данной компании;
- результаты исследования рынка;
- прогнозы объемов продаж.



5. Производственный план

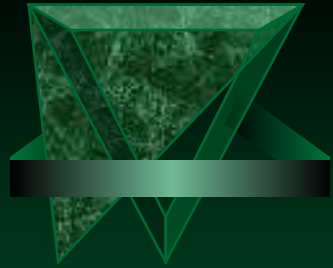
Этот раздел должен подробным образом описывать путь, посредством которого Ваше предприятие планирует производить продукцию или услуги и поставлять их потребителю.



Производственный план

В разделе нужно указать:

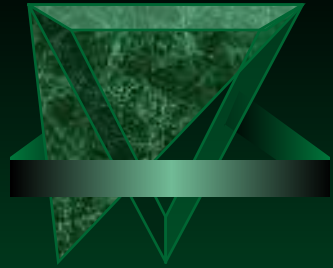
- общий подход к организации производства;
- какие источники сырья и материалов предполагается использовать;
- какие технологические процессы будут использованы;
- какое оборудование и какой мощности необходимо;
- каковы требования в отношении трудовых ресурсов.



6. Управление и организация

Цель данного раздела заключается в том, чтобы:

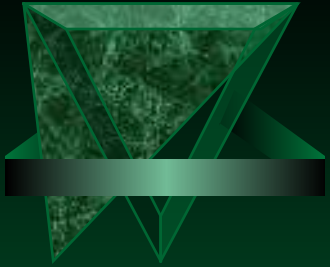
1. помочь предпринимателю самому тщательно проработать организационные вопросы еще до начала активной деятельности;
2. убедить потенциального инвестора или кредитора в том, что предприниматель и команда исполнителей в состоянии претворить свой бизнес-план в жизнь.



Управление и организация

В разделе нужно:

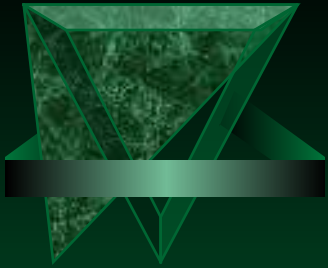
- коротко представить основных участников будущего предприятия;
- привести организационную схему будущего предприятия, показывающую внутренние связи и разделение ответственности в рамках организации;
- объяснить, каким образом будет проводиться подбор, подготовка и оплата сотрудников.



7. Правовой раздел

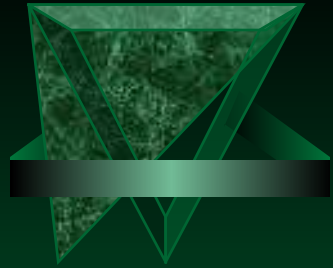
В разделе необходимо указать:

- ❖ форму собственности и правовой статус предприятия (в случае необходимости обосновав при этом выбор той или иной формы собственности и организации дела);
- ❖ юридическое поле, в котором действует компания.



8. Прогнозирование и управление рисками

Требуется ориентировочно оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись.



Прогнозирование и управление рисками

Управление рисками — это комплекс знаний и навыков, позволяющих планировать и реализовывать действия по реагированию на негативные или позитивные события, которые с некоторой долей вероятности могут проявиться в ходе выполнения проекта.



Прогнозирование и управление рисками

Управление рисками СОСТОИТ ИЗ
ЧЕТЫРЕХ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ:

- определение рисков,
- оценка рисков,
- разработка мер реагирования на риски
(диверсификация, страхование)
- контроль рисков.

9. Финансовый план

Раздел предназначен для определения эффективности и финансовой состоятельности проекта. Он является ключевым разделом бизнес-плана.

На основании данных финансового плана производится анализ коммерческой привлекательности проекта.





Финансовый план

Здесь должна быть отражена информация

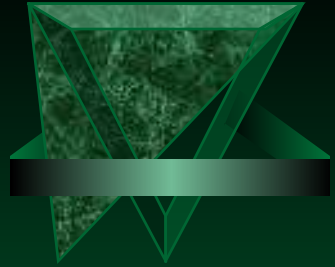
- о планируемых доходах проекта (объёмы реализации),
- текущих затратах проекта,
- об инвестиционных затратах (капитальные вложения, прирост оборотного капитала),
- планируемые источники финансирования, их структура (собственные, заемные),
- графики, условия привлечения и возврата заёмных источников финансирования.



Финансовый план

Обычно финансовый раздел представлен тремя основными документами:

- отчетом о прибылях и убытках;
- балансовой ведомостью;
- планом движения денежных средств (CASH FLOW).



Приложения

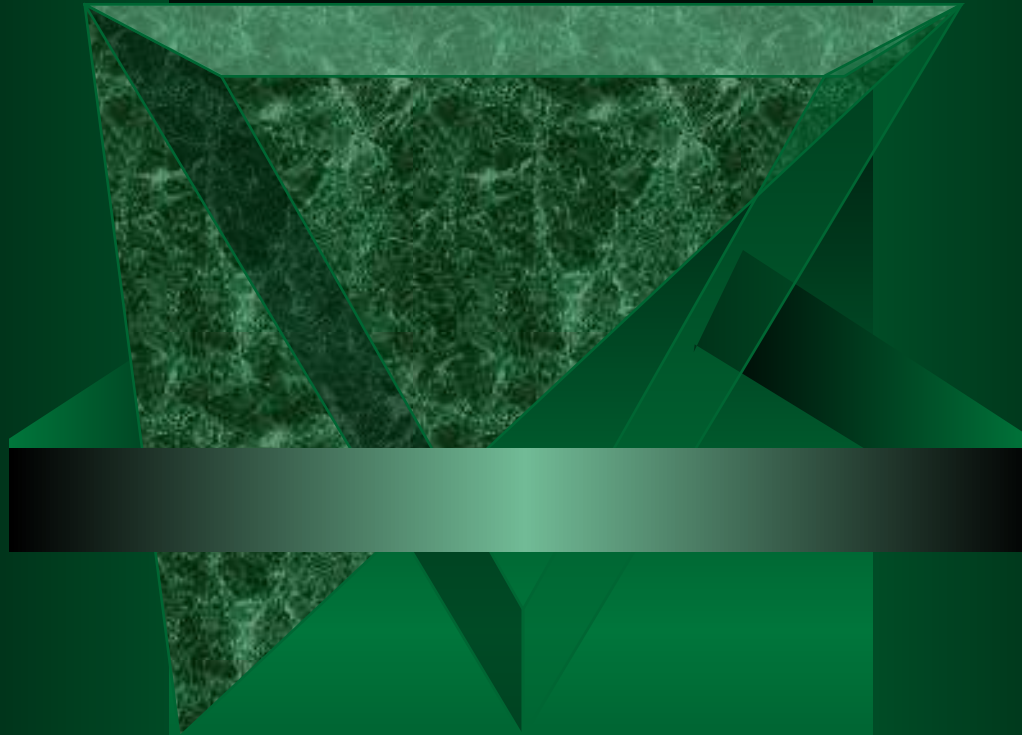
В *приложения* включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане.



Приложения

К таковым могут относиться следующие:

- автобиографии руководителей предприятия или проекта, подтверждающие их компетенцию и опыт работы;
- результаты маркетинговых исследований;
- заключения аудиторов;
- фотографии образцов продукции;
- подробные технические характеристики продукции;
- план предприятия;
- план прилегающей к предприятию территории;
- статьи из журналов и газет о деятельности предприятия или о предлагаемом к производству продукте, отзывы авторитетных организаций и т.п.



Management