РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина

3. Разработка бизнес-плана

Доцент, к. э. н.
Ларионова Ольга Анатольевна

Разработка бизнес-плана

- Характеристика проекта
- Анализ отрасли
- Рынок сбыта и конкуренция
- План маркетинга
- Описание предприятия
- Описание объекта инвестирования
- Инвестиционный план
- Операционный план
- Финансирование
- Финансовый план
- Эффективность инвестиций
- Оценка рисков
- Организационный план
- Введение
- Идентификация фирмы
- Приложения

Последовательность разработки и содержание бизнес-плана

Этапы разработки	Разделы	Плановые документы
1. Сбор и анализ информации о продукции (услуге)	**Описание продукции (услуги)**	**Маркетинговый план** **План продаж**
2. Сбор и анализ информации по рынку сбыта	**Маркетинг и сбыт продукции (услуг)**	**Маркетинговый план** **План продаж**
3. Анализ состояния и возможностей предприятия и перспективности отрасли	**Описание предприятия и отрасли**	**Балан производственной мощности**
4. Определение потребности и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами, и другими ресурсами	Производственный план	Производственная программа Сметы текущих затрат План по труду

Этапы разработки	Разделы	Плановые документы
5. Расчет потребного капитала и источников финансирования	**Финансовый план**	**Прогноз прибыли и убытков** **Показатели рентабельности** **Прогноз движения денежных средств** **Прогнозный баланс** **Расчет налогов**
6. Определение направленности и масштабности проекта, расчет эффективности	**Эффективность проекта**	**Срок окупаемости** **Внутренняя норма рентабельности (IRR)** **Чистый приведенный доход (NPV)**
7. Разработка организационной структуры, правового обеспечения и графика реализации проекта	**Организационный план**	**Схемы организационной структуры**

3.Характеристика проекта

Цели и задачи проекта

Описание продукта

- Каковы основные цели вашей предпринимательской деятельности?
- Какие конкретные цели по важности и времени являются первоочередными с точки зрения достижения общих целей?
- В какой степени вы рассчитываете использовать бизнес-план в достижении установленных целей?
- Как будут использованы деньги? Вы собираетесь открыть новое дело или расширить уже существующее?

Характеристика продукта

- Какие потребности призван удовлетворять ваш продукт или услуга?
- Каково назначение (функция) вашего продукта и возможные сферы его использования?
- Что особенного в нем и почему потребители будут отличать его от товаров (услуг) ваших конкурентов и предпочитать?
- Каковы слабые стороны вашего продукта?

3.Характеристика проекта

1.Цели и задачи проекта

2.Описание продукта 2.1. Наименование

2.2.Внешний вид

2.3.Уникальные потребительские свойства

2.4. Основные качества

2.5.Польза потребителю

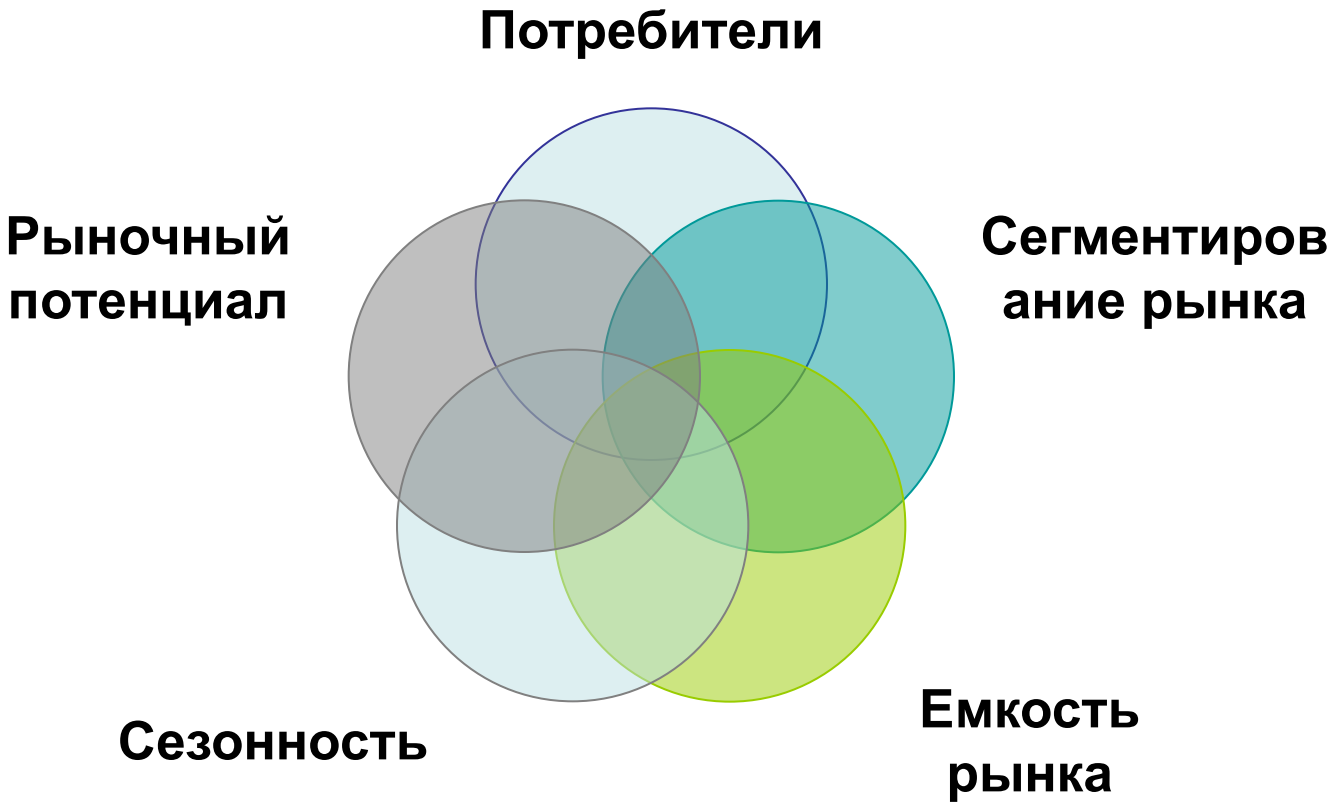
5.Анализ отрасли

Объем и динамика рынка

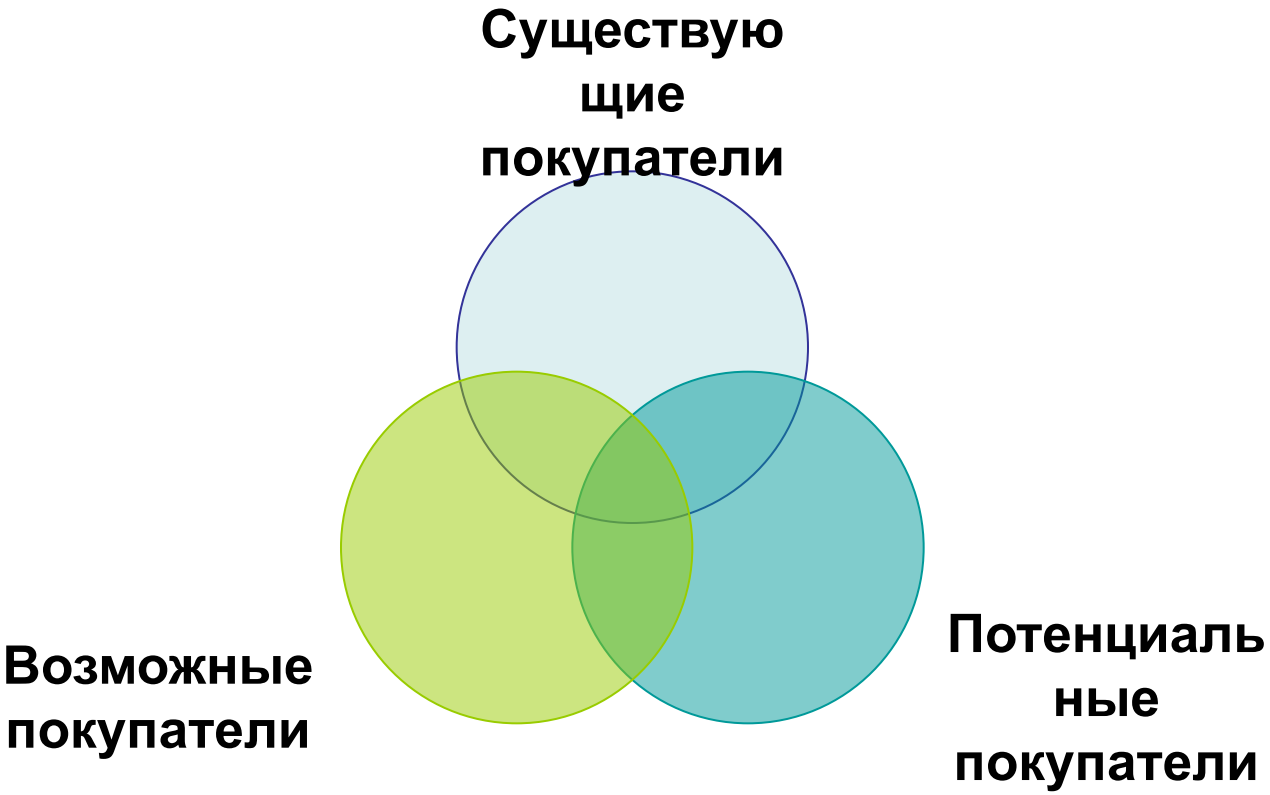
Инфляция

Налоги

Рынок сбыта


Потребители
Рыночный потенциал
Сегментирование рынка
Сезонность
Емкость рынка

Потребители



Выбор отрасли

- Какова связь между продуктом (услугой) - объектом бизнес-плана и предшествующей деятельностью компании?
- Каковы тенденции в выбранной вами области бизнеса?
- Что обнадеживает в выбранной вами области предпринимательства?
- Почему вы отдаете предпочтение данной форме бизнеса перед другими?
- Почему малые формы бизнеса могут быть успешными в данной области?

5.Анализ отрасли

Объем и динамика рынка

Тенденции развития отрасли

Инфляция

Налоги

7.Рынок сбыта и конкуренция

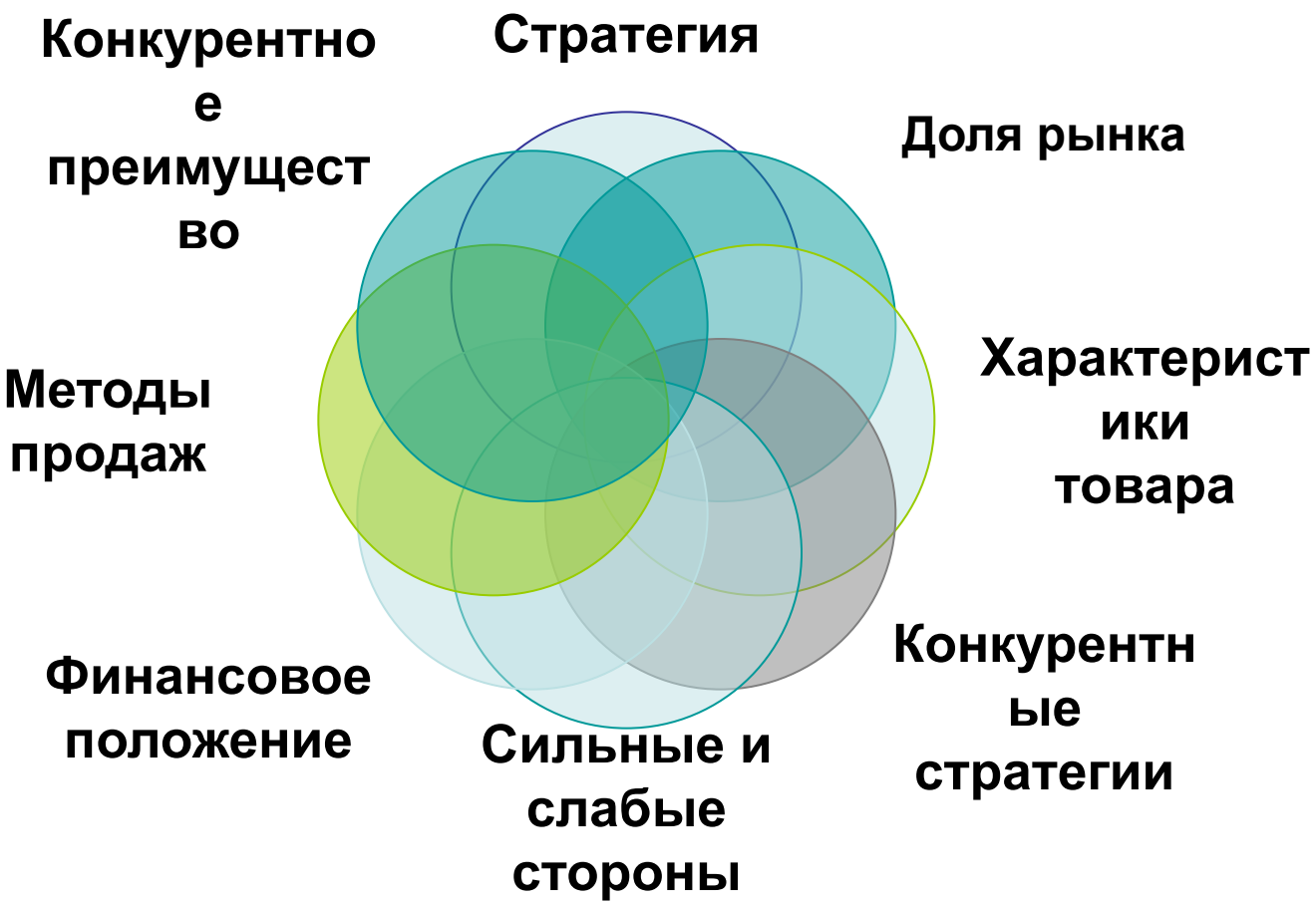
Описание рынка сбыта

Основные конкуренты

Прогноз объемов сбыта

Прогноз цен

Конкуренты


Конкурентное преимущество
Стратегия
Доля рынка
Методы продаж
Характеристики товара
Финансовое положение
Сильные и слабые стороны
Конкурентные стратегии

- Как бы вы охарактеризовали свой рынок?
- Какова емкость вашего рынка (рынков)?
- Какая доля рынка приходится на вашу фирму?
- Каков потенциал роста данного рынка?
- Относится данный рынок к числу конкурентных или нет? Если нет, то почему?
- Какова степень насыщенности рынка?
- Какие товары пользуются спросом?
- Какова ниша товара на рынке?
- Как добиться расширения границ рынка?

Описание рынка сбыта

Основные конкуренты

Прогноз объемов сбыта

Прогноз цен

Потребители

Сезонность

Емкость рынка

Потребители

- Кто ваши основные потребители?
- Кто является вашим покупателем в настоящее время?
- Кто мог бы стать вашим потенциальным покупателем?
- Какие покупатели будут покупать ваш продукт?
- Какие покупатели будут наиболее перспективными для ваших продуктов?
- Где находятся ваши потребители?
- Почему потребители выбирают именно вашу продукцию (товар или услугу) из других альтернативных?
- Что именно они покупают?
- Каким образом расширить круг таких покупателей?
- Чем привлечь покупателей и как удержать их внимание?

Потребители

Существующие покупатели

Возможные покупатели

Потенциальные покупатели

Конкуренты

- Кто ваши основные конкуренты?
- Что собой представляет их продукция: основные характеристики; уровень качества; дизайн; мнение покупателей?
- Каков уровень цен на продукцию конкурентов? Какова их политика цен?
- Какие сильные и слабые стороны присущи вашим конкурентам (расходы на научные разработки и рекламу; характеристика продукции: качество, дизайн, мнение покупателей; политика ценообразования)?

Конкуренты

Наименование

Конкурентное преимущество

Доля рынка

Методы продаж

Характеристики товара

Финансовое положение

Сильные стороны

Слабые стороны

8.План маркетинга

Ценовая политика

План маркетинговых мероприятий

Реклама и связи с общественностью

- Каким образом можно рассчитать цену для каждого продукта?
- Какие факторы должны приниматься во внимание при установлении цены? Обратите внимание на затраты по транспортировке, складированию и хранению товаров.
- Чувствителен ли ваш товар к колебаниям цен?
- Какова стратегическая линия поведения фирмы на рынке?
- Схема распределения товара (прямая продажа, сеть посредников, бартерные сделки, сетевой маркетинг и т.д.).
- Кто будет оказывать услуги по послепродажному обслуживанию покупателей?
- Будете ли вы пользоваться услугами специализированных компаний для маркетинга и продвижения вашего товара?
- Какие специальные услуги клиентам вы будете оказывать?
- При каких условиях гарантируется возврат денег клиентам?
- Будете ли вы использовать премиальные виды продаж? (дисконтные карты)
- Реклама (как и сколько средств выделить)?
- Методы стимулирования продаж (расширение района сбыта и поиск новых форм привлечения покупателей).

Ценовая политика

План маркетинговых мероприятий

Политика послепродажного обслуживания

Реклама и связи с общественностью