

Бизнес – планирование

План лекции:

- Бизнес-план – понятие
- Цель разработки бизнес-плана
- Структура бизнес-плана

Бизнес-план

- это документ, в котором обосновывается предпринимательский замысел и излагается программа воплощения задуманного в жизнь
- это целостная программа, в которой представлены экономические, технические и организационные мероприятия, а так же прогнозные оценки и необходимые мероприятия для осуществлению бизнес-плана на практике

2 причины для составления бизнес-плана

- Средство для привлечения инвесторов (получение денежных средств или деловых партнеров)
- Эффективный инструмент управления (определение перспектив развития и роста, контроль текущей ситуации)

Цель разработки бизнес-плана

Спланировать хозяйственную деятельность учреждения на ближайший и отдаленный периоды, в соответствии с потребностями рынка спортивных услуг и возможностями получения необходимых ресурсов, а для коммерческих организаций и прибыли.

Планирование деятельности предприятия с помощью бизнес-плана имеет немало плюсов:



Объем работ по составлению бизнес-плана (различная степень детализации)



перепрофилирование
структурного
подразделения уже
функционирующего
учреждения

открытие нового
подразделения
(организации)

Бизнес-план – документ перспективный, и составлять его рекомендуется на 3-5 лет вперед.

Основные показатели для первого года следует отражать в ежемесячной разбивке, для второго года – в поквартальной и лишь, начиная с третьего года, можно ограничиваться годовыми показателями.

Обычно в составлении бизнес-плана принимают участие 5-6 человек: один из заместителей главного врача (чаще всего по лечебной работе), экономист, бухгалтер, плановик и специалист по статистике.

ЭТАПЫ

Этап 1 – Чего мы хотим достичь?

Этап 2 – Каков наилучший путь к цели?

Этап 3 – Что необходимо сделать для достижения цели?

Этап 4 – Какова очередность необходимых действий?

Этап 5 – Какие ресурсы необходимы для достижения цели?

Этап 6 – Выполнимо ли намеченное?

Этап 7 – Кто, что и когда должен сделать?



СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА (разделы)

- Введение
- **1. Характеристика предприятия:**
- 1.1. Общие сведения о предприятии.
- 1.2. Направления деятельности предприятия.
- 1.3. Проблемы и перспективы развития компании.
- **2. Анализ рынка и тенденций его развития:**
- 2.1. Анализ ситуации в отрасли.
- 2.2. Характеристика и оценка деятельности конкурентов.
- 2.3. Анализ потребителей.
- **3. Концепция проекта и стратегия его реализации:**
- 3.1. Цели проекта.
- 3.2. Описание продукции (услуги).
- 3.3. Стратегия осуществления проекта.
- **4. План маркетинга:**
- 4.1. Разработка торговой марки продукции (услуги).
- 4.2. Ценовая политика.
- 4.3. Коммуникационная политика.
- 4.4. Распределительная политика.
- **5. Производственный план:**
- 5.1. Прогноз объемов производства продукции (услуг).
- 5.2. Определение потребности в оборудовании и материалах.
- 5.3. Определение потребности в персонале.
- 6. Организационный план:
- **6.1. Организационная структура.**
- 6.2. План повышения квалификации персонала.
- 6.3. График реализации проекта.
- **7. Финансовый план и анализ рисков:**
- 7.1. Прогноз движения денежных средств.
- 7.2. Финансовые результаты проекта.
- 7.3. Показатели экономической эффективности.
- 7.4. Оценка рисков.
- Библиографический список.
- Приложения.

Введение

Во **введении** дается краткая характеристика бизнес-проекта:

- раскрывается его суть, описываются основные особенности,
- анализируются предпосылки его коммерческой привлекательности,
- указываются факторы, которые могут вызвать заинтересованность в реализации проекта со стороны инвесторов.
- Введение рекомендуется писать после разработки основной части бизнес-плана.

каков рынок

потенциал для бизнеса

Резюме (1-2 стр.) должно ярко освещать

прогнозируемая прибыль

привлекательность данного бизнеса:

сколько необходимо денег

что такое бизнес

перспективы для инвестора или

каков рынок

кредитора

потенциал для бизнеса

прогнозируемая прибыль

сколько необходимо денег

перспективы для инвестора или

кредитора

«Общая характеристика предприятия»

- В разделе «Общая характеристика предприятия» дается описание предприятия, реализующего проект.
- Необходимо использовать внутренние данные предприятия.
- Необходимо проанализировать информацию, характеризующую текущее состояние предприятия,
- Определить и систематизировать его сильные стороны и существующие проблемы. Для этого приводятся общие сведения о предприятии, указываются сферы его деятельности, рассматриваются проблемы и указываются основания для развития бизнеса.

Раздел «Общая характеристика предприятия»

Прошлый опыт:

- когда начали ведение бизнеса
- краткий обзор прошлого опыта деятельности (в приложении - отчеты за последние 3 года)
- как относится (или не относится) предыдущий опыт к будущей деятельности

В разделе «Анализ рынка и тенденций его развития»

- производится оценка внешних факторов, определяющих целесообразность осуществления проекта.
- анализ ситуации в соответствующей отрасли, который должен включать анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность предприятий отрасли, и оценку текущего и прогнозируемого состояния рынка, на котором работает предприятие.
- выявление основных конкурентов, определение их преимуществ и слабых сторон.
- результаты конкурентного анализа.
- конкурентов целесообразно классифицировать (например, на основе построения карты конкурентных групп), выделив предприятия, которые работают в тех же секторах рынка, что и рассматриваемое предприятие.

Следует учитывать косвенную конкуренцию на рынке.

Раздел «Анализ потребителей»

- Динамика потребительского спроса и характер потребительских предпочтений
 - Результаты маркетингового исследования потребителей:
 - данные о состоянии спроса, дается описание основных потребителей,
 - указываются тенденции в покупательских предпочтениях,
 - производится сегментирование рынка.
- !!! По результатам исследования потребителей необходимо внести коррективы в первоначальный коммерческий замысел.
- Источники информации указать

В разделе «Концепция проекта и стратегия его реализации»

Данный раздел должен содержать:

- описание основной идеи и целей проекта.
- Концепция продукта (услуги):
 - на каких свойствах продукта (услуги) необходимо акцентировать внимание,
 - на каких сегментах рынка собирается работать предприятие,
 - какими будут основные особенности продукции и в чем будут состоять ключевые конкурентные преимущества.
- Стратегия предприятия и разрабатывается перечень мероприятий по его развитию, с выделением наиболее значимых и первоочередных.

Раздел «План маркетинга»

- Описание маркетинговых инструментов для обеспечения покупательской удовлетворенности и успешного сбыта продукции (услуги).
- Целесообразно представить план маркетинга
- В рамках маркетингового плана - создание торговой марки: (предложить варианты названия, протестировать их, выявляя влияние предлагаемого наименования на потребительский выбор, сформулировать предложения по содержанию логотипа, разработать и обосновать слоган).

Коммуникационная политика

- определяется концепция рекламирования, выбираются каналы рекламы и разрабатывается бюджет.

Ценовая политика

- определяется с учетом результатов маркетингового анализа потребителей и конкурентов, а также прогнозируемой себестоимости товара (услуги) и выбранной стратегии позиционирования.

Распределительная политика

- рекомендации относительно планируемых каналов распределения и форм взаимодействия с посредниками.

Виды цены:

1. Рентабельная (прибыльная):

Цена = Себестоимость + прибыль

2. Безубыточная:

Цена = Себестоимость

3. Демпинговая:

Цена < Себестоимость

Цены на услуги



Разовое посещение занятия – 380 руб.

Абонементы на все занятия йога-центра "ЛОТОС"

Срок	Количество занятий	Цена (руб)	Цена одного занятия	Рассрочка (руб) до 40 дней.	Возможность продления
Общие абонементы					
1 месяц	4	1400	350	-	на 10 дней
1 месяц	8	2000	250	-	на 10 дней
1 месяц	12	2880	240	-	на 10 дней
3 месяца	24	5400	225	2 платежа(2700)	на 20 дней
6 месяцев	48	9840	205	3 платежа(3280)	на 30 дней
Годовой	безлимит	19860	-	3 платежа(6620)	на 45 дней

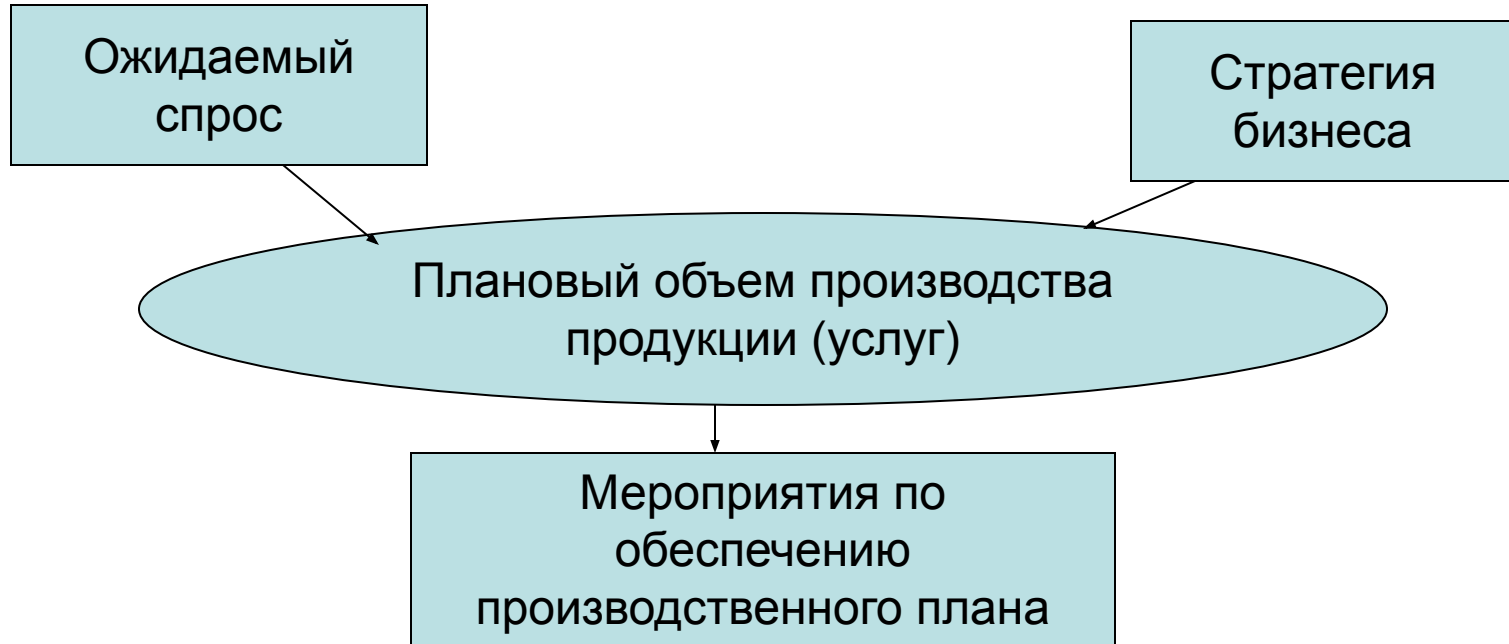
Канал сбыта для производителя спортивно-оздоровительных услуг позволяет иметь общее представление о потребностях и нуждах потребителя

При выборе канала продвижения учитывают следующие факторы:

- **Потребители:** количество, концентрация, платёжеспособность, контингент.
- **Спортивные учреждения:** оснащённость, состояние кадров, наличие опыта коммерческой деятельности.
- **Оздоровительные услуги (товар):** разнообразие, количество, наличие факторов успеха, возможность совершенства.
- **Конкуренция:** количество идентичных организаций, конкурентоспособность предлагаемых спортивно-оздоровительных услуг.



Раздел «Производственный план»



- потребность в производственных и складских площадях (приобретение или аренда).
- необходимость в осуществлении работ по реконструкции или ремонту (затраты).
- потребность в производственном оборудовании (поставщики, оценка затрат на приобретение).
- потребность в материальных ресурсах и рассчитываются соответствующие расходы.
- потребность в персонале (формирование штата, затраты на заработную плату).

Раздел «Организационный план»

- описание организационных мероприятий
- структура управления предприятием,
- устанавливаются принципы и стиль руководства.
- вопросы организации труда и подготовки персонала.
- календарный график реализации проекта.

Раздел «Финансовый план»

- обоснование финансовых показателей проекта.
- обобщенная оценка потребности в инвестиционных ресурсах,
- источники и условия привлечения средств,
- прогноз потоков денежных поступлений и расходов по годам (на три года),
- рассчитывается ожидаемая прибыль.

Экономическая целесообразность реализации проекта подтверждается расчетами показателей эффективности инвестиций (период окупаемости, рентабельность).

Производится оценка рисков и рассматриваются способы предупреждения последствий наиболее вероятных неблагоприятных событий.

Библиографический список

- источники использованные при составлении бизнес-плана.
- в тексте работы - ссылки на соответствующий источник в библиографическом списке.

Приложение к бизнес-плану

- 1) Презентации бизнес-проекта (видеоматериалы, схемы подъездных путей, интерьеры помещений, клиентопотоки и т.д.)
- Абстрактный бизнес-план – в реальные предметы (услуги, помещения...)
- 2) Сравнительный анализ продукции фирмы с конкурентами
- 3) Если расширение рынка сбыта – доказательства неудовлетворенного спроса (заявки, контракты...)
- 4) Расчеты клиентской базы и клиентопотоков (данные гос. статистики, маркетинговые исследования – анализ покупательской способности потребителей (рост доходов)).
- 5) Сертификаты, аттестаты персонала о повышении квалификации, экспертные мнения, оценки и т.д.
- Информация в табличном и/или графическом виде.

Спасибо за внимание!

