

Бизнес-план

Для чего и для кого нужен бизнес план?

Для привлечения денег в развитие формы.

1. Источник – инвестор. Самые дешёвые деньги, но надо делиться собственностью. Инвесторы – стратегически и портфельные. Важно показать себя для стратегических инвесторов.
2. Источник банки – кредит. Главное – залог.
3. Источник – облигации: только для крупных.

Инвестиционная привлекательность фирмы для потенциального инвестора

- стратегического
 - =
 - покупка бизнеса
 - выгодное положение на рынке;
 - наличие уникальности в чём-либо.
- портфельного
 - прозрачность;
 - устойчивое положение на рынке;
 - ясные перспективы на 3-5 лет;
 - экспортные контракты.

Самооценка фирмы

1. Инвестиции могут привлечь только успешные. Других могут в лучшем случае купить.
2. Самый главный ресурс фирмы - её менеджмент.
3. Без тщательной проверки фирмы потенциальным инвестором инвестиций не будет.
4. Для подготовки к такой проверке важна самооценка фирмы и устранение замеченных слабостей.

Бизнес – план (БП)

1. Основной документ для представления потенциальному инвестору (кредитору).
2. **БП** разрабатывается по инвестиционным предложениям, отобранным для реализации.
3. Предусматривает развитие фирмы в конкурентной среде.
4. Исходит из умеренно – пессимистической оценки будущего.
5. Показывает эволюцию, а не революцию фирмы.

Структура бизнес – плана.

- **Резюме**
- **Всего 2-3**
страницы, которые
должны
заинтересовать
читателя.
- **Текст 20-25**
страниц,
доказывающих
возможность
заработать деньги
вложениями в этот
проект.

Структура доказательств

БП.

1. Рынок ждёт намечаемый к производству товар.
2. В своей нише товар никому не уступает по качеству, что гарантируется его дизайном, материалами, оборудованием и технологией.
3. Все элементы производственной цепочки удовлетворяют требованиям по качеству.
4. Действия конкурентов внимательно отслеживаются.
5. Управляющая команда доказала

Презентация БП

1. Необходимо составить список потенциальных инвесторов и подготовить интересный раздаточный материал.
2. При презентации постараться найти подходы к каждому из них.

Раскрытие темы «Маркетинг»

1. Сложившаяся ситуация. Кто есть кто на рынке.
Действия и возможности. Цели.
2. КАК достичь целей продаж.
3. КТО, ЧТО и КОГДА должен сделать.
4. Бюджет.
5. Реклама и меры по продвижение товара.
6. Управление

Уникальная возможность продаж

- Преимущество, выделяющее данный товар из массы ему подобных.
- Подобно звезде на «Мерседесе».
- Основа УВП: престижность, комфорт, экологичность, безопасность, надёжность,

Непривлекательные черты российского бизнеса.

1. Отсутствие надёжной информации о деловой репутации потенциальных партнёров (**ловля рыбы в мутной воде**).
2. Необязательность, нарушение договорённостей и сроков **«таёжный менеджмент»**).
3. Низкая способность к упорной работе (= **не протестанты**):
 - * низкая культура производства даже на предприятиях с современным оборудованием;
 - * не способность удерживать качество – его ухудшение с ростом объёма поставок.

Российский путь к успеху - опыт лучших менеджеров

1. Наведение порядка у себя – от общего туалета к кабинету шефа, а не наоборот.
2. Позиционирование своего товара.
3. Улучшение системы сбыта.
4. Настройка управления на результат – локальная цель, вытекающая из общей.
5. Автоматизация учёта – прозрачность и полнота информации.
6. Система стимулирования людей.

Управляющая команда.

Помните!

- Инвестор вкладывает деньги в управляющую команду, способную их преумножить.
- Инвестиционный проект – повод для вложений.

Требования инвестора.

1. Потенциальный инвестор потребует раскрытия состава реальных владельцев.
2. О своих инвестициях и местах в совете директоров он будет договариваться с ними.
3. Формальный список акционеров и нарисованные балансы ему не интересны!

В чём инвестор должен быть убеждён

- 1. Команда, которой он доверил деньги, их не украдёт. Отсюда требование о прозрачности бизнеса.
- 2. Команда способна преумножить вложенное. Отсюда интерес к результатам фирмы за последние 3-5 лет.
- 3. Все члены команды сразу не уйдут (важна её возрастная структура).
- 3. Бизнес – план основан на стоящей идее.

Совет директоров

- 1. Вкладывая деньги, инвестор будет требовать места в совете директоров.
- 2. Существующий состав совета директоров – на сколько в нём сильны позиции акционеров?
- 3. Может ли совет директоров реально контролировать менеджмент?
- 4. Как складываются отношения с миноритариями? В чём состоят их основные претензии?