

БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

- Краткое описание
- Бизнес и его стратегия
- Рынок и маркетинговая стратегия
- Производство и эксплуатация
- Управление и процесс принятия решений
- Финансы
- Факторы риска
- Приложения

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ

1. Бизнес
2. Продукция
3. Рынок
4. Руководство и персонал
5. Финансирование

БИЗНЕС

1. краткая история бизнеса, описывающая период его создания и роста;
2. краткое описание существующей стадии развития бизнеса и среды, в которой он ведется;
3. краткое описание распределения акций, ответственности и т.д., и участия руководства в принятии стратегических решений;
4. краткое описание целей бизнеса (например, указания о **добавленной стоимости** продукции при переработке и маркетинге);
5. описание того, как было решено осуществлять предлагаемый бизнес-план и куда это может привести компанию.

ПРОДУКЦИЯ

краткое описание того, что делает продукцию уникальной и тех отличительных особенностей, которые ставят ее вне конкуренции в отношении ценообразования и/или качества и/или продолжительности поставок сырья.

РЫНОК

- существующая емкость рынка, рост;
- внутренний и/или международный;
- **каналы распределения;**
- прогнозируемый рост;
- предполагаемая **доля рынка** (по подтвержденным оценкам).

РУКОВОДСТВО И ПЕРСОНАЛ

- насколько укомплектован штат?
- каков образовательный уровень?
- какой уровень безработицы в данной области бизнеса?
- краткое описание имеющегося опыта (подчеркните сильные стороны!).

ФИНАНСИРОВАНИЕ

- описание точных целей требуемого финансирования;
- прогнозирование доходов и чистого дохода после уплаты налогов на три последующие года;
- проектирование начала поступления прибыли.

ФИНАНСИРОВАНИЕ

- описание точных целей требуемого финансирования;
- прогнозирование доходов и чистого дохода после уплаты налогов на три последующие года;
- проектирование начала поступления прибыли.

БИЗНЕС И ЕГО СТРАТЕГИЯ

тщательное описание компании

- ⦿ описание организации бизнеса
- ⦿ описание целей бизнеса
- ⦿ описание стратегии бизнеса
- ⦿ описание основных характеристик продукции и услуг
- ⦿ описание стратегии управления и стратегии маркетинга
- ⦿ Общее описание рынка









СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ И СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

◎ ДЛЯ ЧЕГО???

1. Сокращение расходов
2. Получение более высокой добавленной стоимости
3. Приобретение лидерских позиций по качеству продукции
4. Переориентация производства (внедрение нового вида продукта) и т.д.

ОПИСАНИЕ РЫНКА

- к какому рынку будете стремиться?
- создает ли данный бизнес новый спрос или удовлетворяет уже существующий спрос?
- каков потенциальный рост рынка?
- чем является продукция для покупателя?
- кто является покупателями (например, оптовые закупщики, экспортеры)?
- кто является конкурентами и какова их доля на рынке, их сильные и слабые стороны?

ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН, РУБ.

Статьи затрат общей себестоимости	1 год	2 год	3 год
1. Оплата труда руб.			
2. Сырье, материалы			
3. Электроэнергия			
4 Содержание средств производства			
5. Прочие (аренда, реклама, услуги и т.д.)			
Всего			

ОПЛАТА ТРУДА

Категория работников	Количество человек	Заработная плата	Налоги на зар.плату (26%)	Всего по статье заработная плата

СЫРЬЕ, МАТЕРИАЛЫ

Вид сырья, материалов	Количество	Цена	Сумма

СТАТЬЯ «ПРОЧИЕ ЗАТРАТЫ»

Вид затрат	Сумма
Аренда	
Реклама	
Услуги сторонних организаций	
И т.д.	

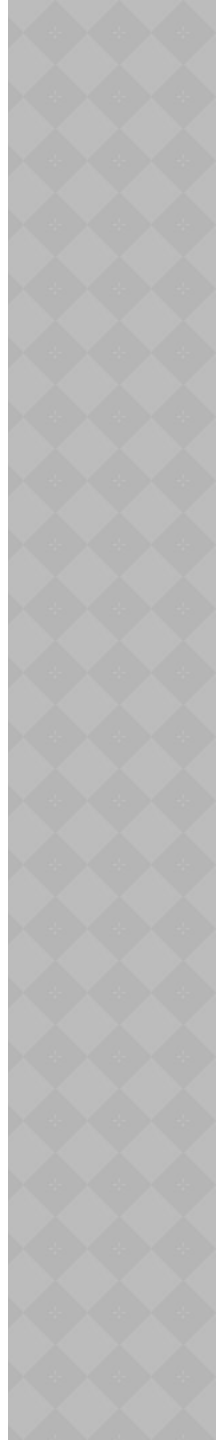
СИСТЕМА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

Объясните систему контроля качества, которую вы будете применять. Она должна представлять собой систему, позволяющую в любое время осуществить проверку соответствия выпущенной продукции установленным стандартам. Это процесс должен включать этап проверки сырьевых материалов, а также готовой продукции для того, чтобы настроить производственные линии и пересмотреть процесс производства с теоретической точки зрения для поддержания необходимого уровня затрат и постоянного уровня качества готовой продукции.

УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

- Представьте схематическое описание организационной структуры управления предприятием
- Дайте общее описание функциональных обязанностей специалистов, имеющих отношение к проекту. Сделайте то же самое для членов Совета Директоров
- Сосредоточьте внимание на основных результатах и опыте работы ответственных специалистов и избегайте излишних подробностей
- Какие внешние консультанты будут привлечены к проекту и какие о них отзывы?
- Какие важные функциональные участки остались незаполненными, и какие шаги следует предпринять для того, чтобы это устранить?
- Составьте, если необходимо, план обучения персонала и убедитесь, что члены Совета Директоров также включены в этот план
- Приложите копию уставных документов предприятия
- Распределите ответственность между различными подразделениями системы управления предприятием (Совет Директоров, руководство, акционеры).

ФИНАНСЫ



ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Все затраты, представленные в производственном плане в сумме составляют общую себестоимость предприятия (С):

$$\underline{C = \text{Зар.}}$$

плата+материалы+электроэнергия+содержание
основных средств+прочие затраты

Для того, чтобы узнать себестоимость единицы произведенной продукции нужно:

$$\underline{s = C : Q}$$

Q - количество произведенной продукции

Для того, чтобы определить цену единицы
продукции необходимо:

$$\underline{Ц = c + p}$$

p - планируемая прибыль на единицу продукции

В результате продажи определенного
количества продукции предприятие получает
доход, который называется **выручка от
продаж:**

$$\underline{N = Ц * Q}$$

- Далее определяем финансовый результат от деятельности предприятия - что получает в конечном итоге прибыль или убыток:

$$\underline{P=N-C}$$

Рентабельность - конечный показатель эффективности работы предприятия - показывает сколько рублей приходится на один рубль вложенных средств:

$$\underline{R=(P:C)*100\%}$$

Срок окупаемости затрат - за какое количество времени вернется вложенный капитал, при условии успешной работы предприятия:

$$\underline{O=(C:P) * 12 \text{ месяцев}}$$

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАЕТСЯ ПО ЦЕЛОМУ КОМПЛЕКСУ :

- Объем производства продукции
- Себестоимость единицы продукции
- Цена единицы продукции
- Объем продаж продукции
- Выручка от продаж
- Прибыль
- Уровень рентабельности
- Срок окупаемости

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Показатели	1 год	2 год	3 год
1. Объем реализации, кг (Q)			
2. Цена за 1 кг, руб. (Ц)			
3. Себестоимость кг, руб. (С)			
4. Выручка от продажи, руб. (В)			
5. Затраты, руб. (З)			
6. Финансовый результат (прибыль/убыток), руб. (П)			
7. Уровень рентабельности, % Р			

СТРАТЕГИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Показатели	Порядок расчета
1. Затраты на проект, руб.	
2. Размер инвестиций (собственные и заемные), руб.	
3. Плата за кредит, руб.	
4. Выручка от реализации, руб.	
5. Прибыль, руб.	
6. Уровень рентабельности, %	
7. Срок окупаемости, мес.	

ФАКТОРЫ РИСКА

ВИДЫ РИСКОВ

⦿ Технические

⦿ Финансовые

ПРИМЕРЫ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

- Сколько нужно продать продукции, чтобы предприятие стало прибыльным?
- Кредитный риск
- Процентный риск
- Валютный риск
- Риск упущенной финансовой выгоды

ПРИМЕРЫ ТЕХНИЧЕСКИХ РИСКОВ

- задержка в подготовке стройплощадки и выполнении графика строительства
- задержка поставки оборудования и возведения предприятия
- поздний запуск производства в связи с использованием сезонных сырьевых материалов и наличия непредвиденных остановок
- непредвиденные остановки производства во время ввода в эксплуатацию и приемки комиссией
- отсутствие сырья
- низкое качество продукции
- несоблюдение государственных нормативов
- долговечность изделия: насколько быстро продукция становится устаревшей, создание альтернативной продукции, которая завоюет рынок, воздействие вашей продукции на потребителя
- новые внешние условия, влияющие на технологию производства.

ФАКТОРЫ РИСКА

- Внешние
 - Инфляция
 - Изменение процентных ставок
 - Изменение условий кредитования
 - Изменения налоговых ставок и таможенных пошлин
 - Изменения в отношениях собственности и аренды
 - Изменения в трудовом законодательстве и т.д.
- Внутренние
 - Неопытность руководства
 - Неумение адаптироваться к изменяющимся условиям
 - Консерватизм мышления
 - Принятие ошибочных решений
 - Потеря позиции на рынке

Помните:

*посредственная продукция и
сильная команда
управления всегда
предпочтительнее, чем
наоборот*