

**Общая структура и краткое
содержание бизнес-плана
Резюме**

Роль и назначение бизнес-плана

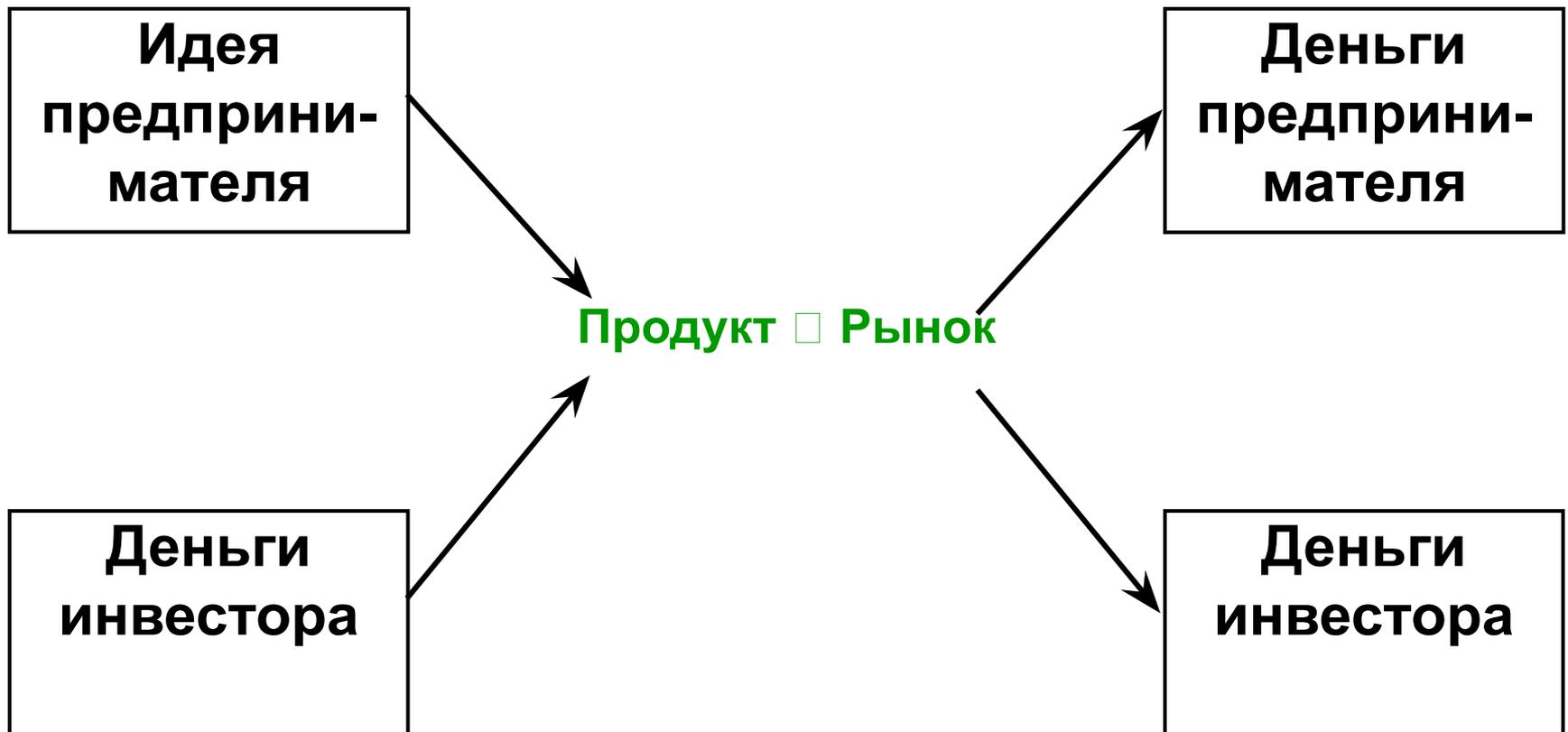
Бизнес-планирование – творческий процесс, требующий профессионализма и искусства

Роль и назначение бизнес-плана

В *качестве внешнего документа* он выступает при установлении или расширении контактов с контрагентами и потенциальными финансовыми партнерами:

- *инвесторами*;
- *поставщиками* сырья, материалов, оборудования;
- *посредниками* в реализации продукции предприятия;
- *предприятиями и организациями*, с которыми предполагается осуществлять кооперирование научно-технической, производственной, инвестиционной и иной деятельностью;
- *возможными спонсорами* предприятия и др.

Что должен показать бизнес-план инвестору



Классификация бизнес-планов

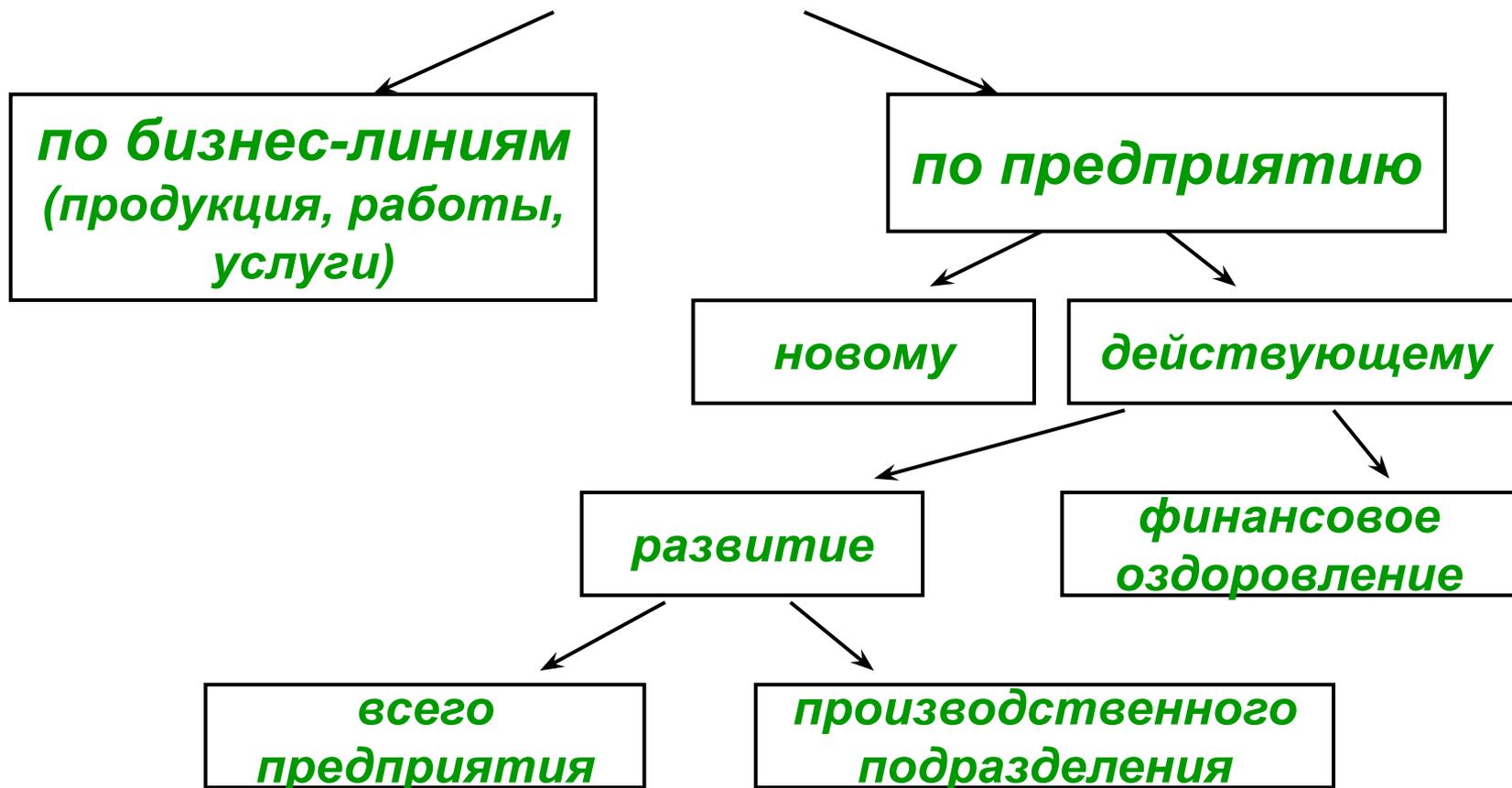
По целевой аудитории:

внутренний

внешний

Классификация бизнес-планов

По объектам бизнеса:



Классификация бизнес-планов

По назначению:

-
- БП коммерческой идеи или инвестиционного проекта*
 - БП компании или структурного подразделения*
 - БП как заявка на грант*
 - БП как заявка на кредит*
 - БП финансового оздоровления*
 - БП развития региона для бюджета*

Подходы к разработке бизнес-плана

Существует **два** основных **подхода** к разработке бизнес-плана.

Первый заключается в том, что **инициаторы** проекта **сами разрабатывают** бизнес-план.

При **втором** подходе **инициаторы** бизнес-план сами не разрабатывают, а **являются заказчиками**. Разработчиками являются фирмы, авторские коллективы, эксперты и консультанты.

Порядок работы над бизнес-планом

Работа над бизнес-планом проводится в несколько этапов:

- Определение **целей** разработки бизнес-плана
- Определение **целевой аудитории** бизнес-плана
- Определение **структуры** бизнес-плана
- Сбор и систематизация **информации** для подготовки всех разделов бизнес-плана
- **Оформление** бизнес-плана

Порядок работы над бизнес-планом

При разработке бизнес-плана необходимо учесть интересы всех заинтересованных сторон:

- ⇒ заказчика и разработчика бизнес-плана
- ⇒ потенциальных инвесторов, кредиторов и партнеров
- ⇒ органов власти
- ⇒ персонала и клиентов

Состав, структура и объем бизнес-плана

К факторам, определяющим объем, состав и структуру бизнес-плана, степень его детализации, можно отнести:

- ✓ специфику **вида деятельности**;
- ✓ **размеры** предприятия;
- ✓ **цель** составления бизнес-плана;
- ✓ общую **стратегию** предприятия;
- ✓ **размер** предполагаемого **рынка** и наличие конкурентов
- ✓ **требования** потенциального инвестора и др.

Состав, структура и объем бизнес-плана

На один проект на предприятии может быть разработано *несколько бизнес-планов*. Например:

- один **внутренний** – рабочий бизнес-план для самого предприятия,
- второй – **внешний для** потенциальных коммерческих инвесторов,
- третий – **внешний для** получения поддержки администрации города и т.д.

Причем каждый из них будет разным по структуре, объему, полноте раскрытия тех или иных вопросов, несмотря на то, что все они будут раскрывать суть одного и того же проекта.

Состав, структура и объем бизнес-плана

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана.

Отсутствие единого стандарта разработки бизнес-планов объясняется и **различными видами бизнеса**, и **различными целями**, с которыми создаются бизнес-планы.

Тем не менее можно выделить *разделы, которые обычно присущи бизнес-плану.*

Составляющие бизнес-плана

- Титульный лист
- Резюме
- Описание компании
- Анализ отрасли и тенденций ее развития
- Целевой рынок
- Конкуренция
- Маркетинговый план и стратегия продаж
- Операционная деятельность
- Технологический план
- Организационный план
- Социальная и экологическая ответственность
- Развитие, основные вехи и условия выхода из бизнеса
- Финансовый план
- Приложения к бизнес-плану

Последовательность разработки бизнес-плана

1. Сбор и анализ информации о продукции, услуге



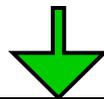
2. Сбор и анализ информации о рынке сбыта



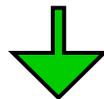
3. Анализ состояния конкуренции на рынке сбыта



4. Анализ состояния и перспективности отрасли



5. Анализ состояния и возможностей предприятия



Последовательность разработки бизнес-плана

```
graph TD; A[6. Разработка стратегии маркетинга, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики] --> B[7. Определение потребности и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и другими ресурсами]; B --> C[8. Расчет потребного капитала, определение затрат, анализ и планирование основных финансовых показателей]; C --> D[9. Определение источников финансирования, направленности и масштабности проекта, расчет эффективности];
```

6. Разработка стратегии маркетинга, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики

7. Определение потребности и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и другими ресурсами

8. Расчет потребного капитала, определение затрат, анализ и планирование основных финансовых показателей

9. Определение источников финансирования, направленности и масштабности проекта, расчет эффективности

Последовательность разработки бизнес-плана



10. Разработка организационной структуры, правового обеспечения и графика реализации проекта



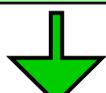
11. Решение вопросов рисков и гарантий



12. Составление краткого содержания проекта



13. Оформление титульного листа



14. Оформление бизнес-плана

Содержание разделов бизнес-плана

Титульный лист

Титульный лист бизнес-плана должен быть **лаконичным** и **привлекательным**, не содержать излишних подробностей. На нем указываются:

- **название фирмы**;
- ее **местоположение**;
- **название** бизнес-плана;
- **дата** его составления.

На титульном листе обычно помещается **меморандум о конфиденциальности**.

Содержание разделов бизнес-плана

Содержание

После титульного листа может быть приведено **содержание** бизнес-плана, в котором дается перечень того, что будет включено в бизнес-план, позволяющий быстро найти необходимую информацию.

Содержание должно быть четко оцифровано.

Содержание разделов бизнес-плана

Резюме

Резюме (концепция бизнеса) – это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся.

Его **задача - привлечь внимание** и захватить воображение тех, кто знакомится с содержанием проекта, вызвать у них желание познакомиться с проектом более детально.

- Оно отражает **результаты процесса составления бизнес-плана в целом**, должно быть написано только после тщательного рассмотрения всех аспектов
- Имеет большое значение бизнеса!
- Оно должно с самого начала **убедить** в том, что ваша деловая стратегия хорошо продумана и ее ждет успех!

Содержание резюме

- ✓ **Цель** – мотивировать и увлечь специалиста
- ✓ **Оптимизм**
- ✓ Не должны пускать пыль
- ✓ Стратегическая позиция позволяет использовать **привлекательные рыночные возможности!**
- ✓ Сфокусируйте резюме **на интересах организации, а не на индивидуальных предпочтениях!**

❑ Основные положения:

- ❑ Ваша бизнес-модель имеет смысл
- ❑ Бизнес тщательно спланирован
- ❑ Управленческая команда обладает надлежащими компетенциями
- ❑ Существует четко очерченный рынок
- ❑ Ваш бизнес основывается на существующих конкурентных преимуществах
- ❑ Ваши финансовые прогнозы реалистичны
- ❑ Инвесторы или кредиторы имеют превосходную возможность заработать деньги!

Виды резюме

□ **Краткое резюме** / сжатая форма – выводы из разделов/

□ **Подробное резюме** / рассказ/ -для нового бизнеса (новый рынок, новый товар, новые методы производства), детальные разъяснения. Типично для компаний имеющ. единственным конкурентным преимуществом.

✓ **Акцент** – концепции и отлич. особенностей бизнеса!

Написание резюме

- ❖ Ясный, четкий стиль
- ❖ Динамичный и логичный язык
- ❖ Стиль особенно важен

Размер и оформление

- Достоинство - краткость
- Для чтения не более чем 5 минут
- Объем 2-3 страниц / на 1 стр.
- Поля
- Маркеры абзаца
- Иллюстрации
- Используйте формы для подготовки резюме

МИССИЯ КОМПАНИИ –

общественная польза, которую компания намерена принести (или уже приносит) окружающим.

ЦЕЛИ МИССИИ

Миссия показывает – насколько продукты компании (товары, услуги, отношения) формируют и усиливают качественные изменения в повседневной жизни потребителя и мировоззрении общества.

Целями миссии современного бизнеса могут
быть:

- формирование нового качества жизни, обобщающего потребительские свойства продуктов компании;
- стремление улучшить уже сформированное качество жизни и расширить его распространение;
- создание ценностей более высокого уровня значимости для общества, чем затраченные ресурсы;
- качественные изменения в самой компании, как результат появления и мобилизации дополнительных ресурсов и нового отношения к миру

Миссия компании «Риксос»— это предоставление высокой степени гостеприимства, превосходящего ожидания гостей.

Отели Rixos сегодня представляют призванный гостиничный бренд на международном рынке в высококлассных и роскошных сегментах и курортах.

В рамках управления гостиницами Rixos компания стремится соответствовать самым высоким стандартам качества услуг благодаря инновационным идеям, богатому опыту и совершенствованию сети. Стратегия развития гостиничной сети RixosHotels основывается на традиционном турецком гостеприимстве и качественном сервисе, которые составляют неотъемлемую часть турецкой культуры и традиций

Миссия гостиницы– обеспечивать качественное, современное, уютное проживание, которое поможет гостям города лучше оценить красоту, культурную и деловую активность города.

