БИЗНЕС – ПЛАН

Что производить? Для кого производить?

Как производить?

Бизнес – план → Документ, содержащий обоснование действий, которые необходимо осуществить для реализации какого – либо коммерческого проекта или создания нового предприятия

Функции бизнес – плана:

- Может быть использован для разработки стратегии развития предприятия;
- Может выполнять функцию планирования;
- Оценивать и контролировать процесс развития основной деятельности предприятия;
- Необходим для привлечения денежных средств;
- Необходим для привлечения частных инвесторов, эффективного использования инвестиций

Разделы бизнес – плана:

1. Общая характеристика фирмы (резюме):
2. Характеристика товаров (услуг);
3. Рынки сбыта товаров (услуг);
4. Конкуренция на рынках сбыта;
5. План маркетинга;
6. План производства;
7. Организационный план;
8. Оценка риска и страхования;
9. Финансовый план.

«Общая характеристика фирмы (резюме)»

- Разрабатывается программа деятельности фирмы, устанавливаются цели по каждому направлению, к которым стремится компания , и стратегия их достижения, включая перечень мероприятий.
- Помещается информация, дающая представление о фирме, а также все необходимые данные, характеризующие её коммерческую деятельность

«Виды товаров (услуг)»

- Описываются все товары и услуги фирмы, которые предлагаются на рынке покупателям

«Рынки сбыта товаров (услуг)»

- Необходимо произвести оценку потенциального размера рынка, потенциального объёма продаж (предложения) и реального объёма продаж, а также определить тип рынка, где реализуется основная часть товаров и услуг фирмы.

«Конкуренция на рынках сбыта»

- Необходимо дать ответы на вопросы, касающиеся конкурентноспособности фирмы, выявить слабые и сильные стороны ведения бизнеса конкурентами и определить, какие ответственные меры следует предпринять и какие из них будут наиболее действенными.

«План маркетинга»

- Цели и стратегии маркетинга;
- Ценообразование (как будут определяться цены на товары и каков ожидаемый уровень прибыльности на вложенные средства);
- Каналы распространения товара;
- Методы стимулирования сбыта;
- Организация послепродажного обслуживания клиентов;
- Реклама;
- Формирование общественного мнения о фирме и товаров (как предполагается добиться хорошей репутации товаров и самой фирмы в глазах общественности)

«План производства»

разрабатывается только теми предприятиями, которые намерены заниматься производственной деятельностью

- Требуется показать знание организации производства (положение фирмы, помещения, оборудование, поставщики и материалы, оценка себестоимости продукции и т.д.)
- Рассчитывается на 2 – 3 года, а для крупных предприятий – на 4 – 5 лет.

«Организационный план»

- Характеризуется уровень управления фирмой, квалификацию и опыт работы самого предпринимателя и его команды.
  - Организационная структура фирмы и её развитие (связи и разделение ответственности внутри фирмы)
  - Владелец фирмы и его квалификация
  - Персонал фирмы и его квалификация
  - Методы и формы стимулирования и ответственности персонала
  - Менеджеры, консультанты

«Оценка риска и страхования»

- Необходимо изложить вопросы о возникновении предполагаемых рисков, последствия рисков и рассмотреть пути (методы) их предупреждения и минимизации

«Финансовый план»

- Прогноз объёмов реализации
- Баланс денежных расходов и поступлений
- Таблица доходов и затрат (доходы от продаж, издержки, расходы, чистая прибыль)
- Сводный баланс