

**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
(ПРЕДПРИЯТИЯ)**

БИЗНЕС - ПЛАН

документ, позволяющий управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля.

БИЗНЕС - ПЛАНИРОВАНИЕ

краткое, точное, понятное и доступное описание предполагаемого бизнеса, важный инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективное решение и определить средство для их достижения.

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ БП

планирование хозяйственной
деятельности фирмы на
ближайшие и отдельные периоды в
соответствие с потребностями
рынка и возможностями получения
необходимых ресурсов

ДРУГИЕ ЦЕЛИ БП

- **социальные:** повышение статуса предпринимателя;
 - **специальные** цели и задачи — развитие контактов, зарубежные поездки, вхождение в ассоциации.
-

ЗАДАЧИ БП

1. Определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках.
2. Оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, соизмерить их с ценами, по которым будут продаваться товары, чтобы определить потенциальную прибыльность проекта.

ЗАДАЧИ БП

3. Выявить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей.
4. Проанализировать материальное и финансовое положение фирмы и определить – соответствуют ли материальные и финансовые ресурсы достижению намеченных целей.
5. Просчитать риски и предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

ФУНКЦИИ БП

1. Возможность его использования для разработки стратегии бизнеса – реализуется в период создания предприятия и при выработке новых направлений деятельности.
2. Планирование как таковое.
3. Для привлечения денежных средств – ссуды, кредиты.

ФУНКЦИИ БП

4. Привлечение к реализации планов компании потенциальных партнеров и инвесторов.

5. Путем вовлечения сотрудника в составление бизнес-плана — позволяет улучшить их информированность о предстоящих действиях, скоординировать усилия, создать мотивацию достижения целей.

Бизнес-план составляется на срок от 1 года до 10 лет.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА

Общая структура бизнес-плана:

1. Титульный лист.
 2. Аннотация.
 3. Меморандум о конфиденциальности.
 4. Оглавление.
-

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ

5. Резюме (История бизнеса организации (описание отрасли)).
 6. Характеристика объекта бизнеса организации.
 7. Анализ бизнес-среды организации.
 8. План маркетинга.
 9. Производственный план.
 10. Организационный план.
 11. Финансовый план.
 12. Оценка и страхование рисков.
 13. Приложение.
-

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

- наименование проекта.
 - место подготовки плана.
 - автор проекта.
 - название и адрес предприятия.
 - телефоны, имена и адреса учредителей.
 - название БП и его пользователей.
-

АННОТАЦИЯ

краткое описание целей и
ОСНОВНЫХ положений
бизнес-плана (1,5 - 2 стр.).

МЕМОРАНДУМ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Составляется с целью
предупреждения всех лиц о
неразглашении содержащейся в
плане информации и
использовании ее
исключительно в интересах
фирмы, представившей проект.

ОГЛАВЛЕНИЕ

формулировка разделов плана с
указанием страниц и
выделением наиболее важных
пунктов в соответствие с
особенностями конкретного
проекта

РЕЗЮМЕ (КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА)

краткое изложение основных
положений предполагаемого
плана

РЕЗЮМЕ (КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА)

1. Идеи, цели и суть проекта.
2. Особенности предполагаемых товаров (работ, услуг) и их преимущества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов.
3. Стратегия и тактика достижения поставленных целей.

РЕЗЮМЕ (КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА)

4. Квалификация персонала и особенно ведущих менеджеров.

5. Прогноз спроса, объемов продаж товаров, работ, услуг и суммы выручки в ближайший период (месяц, квартал, год).

РЕЗЮМЕ (КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА)

6. Планируемая себестоимость продукции и потребность в финансировании.

7. Ожидаемая чистая прибыль, уровень доходности и срок окупаемости затрат.

8. Основные факторы успеха (описание способов действий и мероприятий).

ИСТОРИЯ БИЗНЕСА ОРГАНИЗАЦИИ (ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ)

основные сведения о предприятии и сфере его деятельности, находят отражение главные события, повлиявшие на появление идей предполагаемого бизнеса, также главные проблемы, стоящие перед организацией в данный момент.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА БИЗНЕСА ОРГАНИЗАЦИИ

- 1. Потребность, удовлетворенная товаром.**
- 2. Показатели качества.**
- 3. Экономические показатели.**
- 4. Внешнее оформление.**
- 5. Сравнение с другими аналогичными товарами.**
- 6. Патентная защищенность.**
- 7. Показатели экспорта и его возможности.**
- 8. Основные направления совершенствования продукции.**
- 9. Возможные ключевые факторы успеха.**

АНАЛИЗ БИЗНЕС-СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

исследование и анализ рынка, конкуренции на нем. В первую очередь рыночные исследования направлены на выявление сегодняшних потребителей продукции, услуг и определения потенциальных потребителей. Определяются приоритеты, которыми руководствуется потребитель при покупке – качество, цена, время, точность поставки, ее надежность, сервисное обслуживание.

РАЗДЕЛ МАРКЕТИНГА

1. Цель и стратегии маркетинга.
2. Ценообразование.
3. Схема распространения товара.
4. Методы стимулирования продаж.
5. Организация послепродажного обслуживания клиентов.
6. Реклама.
7. PR.
8. Бюджет маркетинга.
9. Контроллинг маркетинга.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Готовится только фирмой, которая занимается производством.

Структура раздела:

1. Технология производства.
2. Производственное кооперирование.
3. Контроль ПП.
4. Система охраны окружающей среды.
5. Производственная программа.
6. Производственные мощности и их развитие.
7. Потребность в долгосрочных активах.
8. Потребность в оборотных средствах и прогноз затрат.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Посвящается системе управления фирмой и его кадровой политике.

Структура раздела:

1. Организационная структура.
2. Ключевой управленческий персонал.
3. Профессиональные советники и услуги.
4. Персонал.
5. Кадровая политика фирмы.
6. Календарный план.
7. План социального развития.
8. Правовое обеспечение деятельности фирмы.

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

рассматривает вопросы
финансового обеспечения
деятельности фирмы и наиболее
эффективного использования ДС,
собственных и привлекаемых на
основе оценки текущей финансовой
информации и прогноза объемов
реализации товара на рынках в
последующие периоды.

ОЦЕНКА И СТРАХОВАНИЯ РИСКА

1. Суверенный (страновой).
2. Политический – возможность революции, гражданской войны.
3. Производственный.
4. Финансовый – рисковость политики в отношении выбора источников финансирования деятельности фирмы.

ОЦЕНКА И СТРАХОВАНИЯ РИСКА

5. Риск снижения покупательной способности денежной единицы.

6. Процентный – риск потерь в результате изменения процентных ставок.

7. Систематический (рыночный) – для ценных бумаг.

8. Специфический или несистематический – риск портфеля ценных бумаг.

ОЦЕНКА И СТРАХОВАНИЯ РИСКА

9. Проектный (риск недостаточности прибыли по проекту расчетов с инвесторами, риск невозврата кредита).
10. Валютный – при изменении валютного курса.
11. Транспортный (операционный).
12. Актуальный – риск, что не сработает страховка.

ОЦЕНКА И СТРАХОВАНИЯ РИСКА

Структура раздела:

1. Формирование полного перечня возможных рисков.
2. Оценка вероятности проявления риска.
3. Ранжирование риска по вероятности проявления.
4. Оценка ожидаемых размеров убытков при их осуществлении.
5. Установление и обоснование приемлемого уровня риска (определение области допустимого риска).
6. Выделение наиболее существенных рисков.
7. Страхование рисков.