
Бизнес–планирование

Бизнес-план -

- комплексный документ, наиболее полно отражающий важнейшие аспекты и характеристики предпринимательского начинания и представляющий собой оформленное инвестиционное предложение

Бизнес-план дает ВОЗМОЖНОСТЬ:

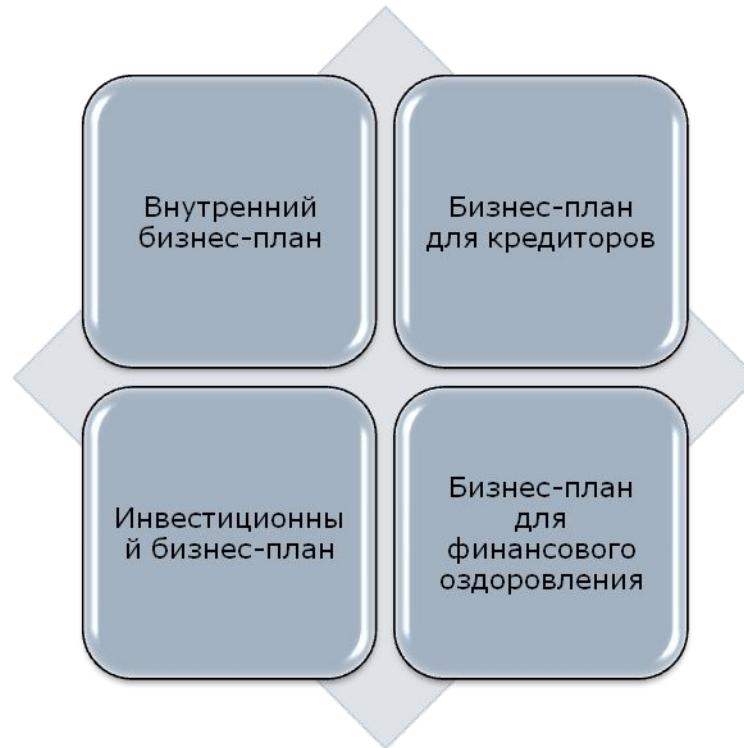


объективно оценить проект

помочь в эффективном управлении
предприятием и его успешном
функционировании

понять замысел предпринимателя и
создать основу для привлечения
финансовых ресурсов

Виды бизнес-планов



Структура бизнес-плана

- Титульный лист
 - Резюме
 - Описание фирмы
 - Описание продукции (услуги)
 - Маркетинговый план
 - Производственный план
 - Организационный план
 - Финансовый план
-

Титульный лист

- Название предприятия
- Полное наименование документа
- Адрес и телефон предприятия
- Ф.И.О. составителей бизнес-плана
- Сроки реализации проекта

Резюме -

- краткое содержание бизнес-плана, в котором отражаются все ключевые аспекты бизнес-плана, включая основные финансовые показатели проекта
-

Описание фирмы

Когда и кем учреждена

Численность работников

Уставной фонд, основные и оборотные средства

Основные финансово-экономические показатели

Достоинства и недостатки местоположения

Перспективы развития предприятия

Состояние отрасли экономики

Вклад предприятия в социально-экономическое развитие региона и др.

Описание продукции (услуги)

Наименование

Назначение и область применения

Конкурентоспособность

Степень готовности к выпуску

Наличие и необходимость лицензии или патента

Условия поставки и упаковки

Наличие предпродажного и послепродажного обслуживания

Возможности льготного налогообложения

Маркетинговый план

Цель – изучение спроса на продукцию и формирование прогнозного портфеля заказов

Этапы маркетингового анализа

Изучение платежеспособного спроса на продукцию, рынков сбыта

Анализ факторов, формирующих эластичность спроса

Оценка конкурентоспособности продукции

Разработка маркетинговой стратегии

Оценка конкурентов, их достоинств и недостатков

Этапы маркетингового анализа (продолжение)

Выбор ценовой стратегии



Выбор ценовой политики

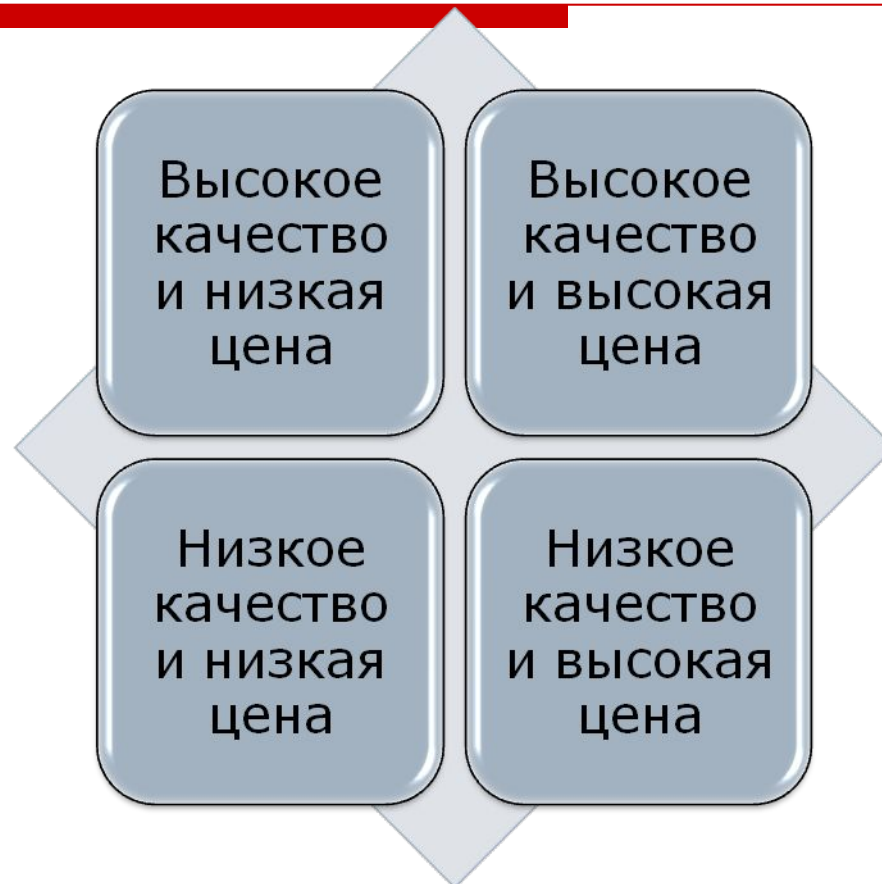


Выбор стратегии
продвижения товара на
рынок

Виды маркетинговой стратегии



Выбор ценовой стратегии



Стратегия продвижения товара на рынок (пути привлечения потребителей)



Рекламная компания через СМИ

Бесплатное предоставление образцов

Рассылка рекламных сообщений

Установка рекламных щитов

Участие в выставках и конкурсах

Реклама через Интернет

Производственный план

Местоположение проекта

Потребность в площадях и помещениях

Технологии

Оборудование

Транспортные средства

Кадровое обеспечение

Организационно- правовые аспекты

- Организационная схема управления
- Состав подразделений и их функции
- Организация, координирование и взаимодействие служб и подразделений
- Штатная политика и кадровое расписание
- Правовое обеспечение (в том числе форма собственности и правовой статус фирмы)
- Возможные льготы
- График реализации работ по осуществлению проекта

Правовое обеспечение: основные документы

- Устав предприятия
- Учредительный договор
- Лицензия на право ведения работ
- Патент (авторское право)
- Сертификат качества продукции
- Сертификат уровня производства
- Международная, федеральная, региональная или местная программа
- Особенности налогообложения
- Договор (в т.ч. аренды, купли, продажи)
- Гарантийные письма

Финансовый план

- Определение нормативов для финансово-экономических расчетов
- Определение постоянных и переменных затрат на производство продукции
- Определение расходов на персонал
- Калькуляция себестоимости продукции
- Составление сметы затрат на проект
- Уточнение источников финансирования
- Составление основных финансовых документов

Основные финансовые документы



Показатели оценки эффективности проекта



чистый приведенный
доход

индекс (коэффициент)
доходности

период окупаемости

Чистый приведенный доход (NPV) -

- это разница между приведенными к настоящей стоимости (путем дисконтирования) суммой чистого денежного потока за период эксплуатации инвестиционного проекта (PV) и суммой инвестируемых в его реализацию средств (I)

Дисконтированная (приведенная) стоимость (PV)

$$PV = FV / (1 + r)^n$$

где PV – стоимость, приведенная к
настоящему времени

FV – будущая стоимость

r – реальная процентная ставка

n – количество периодов

Расчет чистого приведенного дохода (NPV)

$$NPV = PV - I,$$

где NPV – сумма чистого приведенного дохода по

инвестиционному проекту;

PV – сумма чистого денежного потока (в настоящей стоимости) за весь период эксплуатации инвестиционного проекта

I – сумма инвестиционных средств, направляемых на реализацию инвестиционного проекта(

Индекс доходности

Индекс (коэффициент) доходности позволяет соотнести объем инвестируемых средств с предстоящим чистым денежным потоком по проекту.

$$\text{ИД} = \text{PV} / \text{I}$$

где ИД – индекс доходности по инвестиционному проекту

PV – сумма чистого денежного потока в настоящей стоимости;

I – сумма инвестиционных средств, направляемых на реализацию инвестиционного проекта.

Период (срок) окупаемости (Ток)

$$T_{ок} = I * n / PV_{ср}$$

где $T_{ок}$ – период (срок) окупаемости вложенных средств по инвестиционному проекту (в месяцах или года);

I – сумма инвестиционных средств, направляемых на реализацию инвестиционного проекта;

$PV_{ср}$ – средняя сумма денежного потока в настоящей стоимости в периоде (при краткосрочных вложениях этот период принимается за один месяц, а при долгосрочных – за один год).

Показатели рентабельности



**Рентабельность
капитала**

**Рентабельность
активов**

Рентабельность продаж

Рентабельность продаж

$$R_{np} = \frac{\Pi}{T / об} * 100\%$$

где R_{np} – рентабельность продаж

Π – чистая прибыль

$T/об$ - товарооборот

Рентабельность активов

$$R_{np} = \frac{\Pi}{A} * 100\%$$

где R_{np} – рентабельность активов

Π – чистая прибыль

A – средняя величина активов
предприятия

Рентабельность собственного капитала

$$R_{СК} = \frac{\Pi}{СК} * 100\%$$

где $R_{СК}$ – рентабельность
собственного

капитала

Π – чистая прибыль

$СК$ – собственный капитал

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!