



**Уральский  
федеральный  
университет**

имени первого Президента  
России Б.Н. Ельцина

**Высшая школа  
экономики  
и менеджмента**

# Структура, состав и содержание бизнес-плана

# Бизнес-план. Определение

- **Бизнес-план** – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения.

# Бизнес-план. Назначение

- **Главная цель** – планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.
- **Прочие возможные цели:**
  - социальные цели – преодоление дефицита товаров и услуг, оздоровление экологической обстановки, улучшение психологического климата в стране, создание новых духовных и культурных ценностей, развитие научно-технического и творческого потенциала, расширение деловых контактов, международных связей;
  - повышение статуса предпринимателя
  - иные, специальные цели и задачи – развитие контактов, зарубежные поездки, вхождение в различного рода ассоциации и др.

# Функции бизнес-плана



Уральский  
федеральный  
университет  
имени первого Президента  
России Б.Н.Ельцина  
Высшая школа  
экономики  
и менеджмента

- Разработки стратегии бизнеса
- Планирование
- Привлечение денежных средств
- Привлечение потенциальных партнеров
- Повышение информированности сотрудников, координация усилий и повышение мотивации

# Виды БП



Уральский  
федеральный  
университет

имени первого Президента  
России Б.Н.Ельцина

Высшая школа  
экономики  
и менеджмента



# План создания нового бизнеса

- Наиболее распространенный вид планов, содержащий шаги создания нового бизнеса
- Обычно содержит описание продукта, рынка, организационной структуры, прогнозы продаж, описание стратегии, команды управления, план реализации проекта и его основные вехи, а также прогноз финансовых показателей
- Включает ежемесячный прогноз за первый год
- Обычно начинается с резюме и заканчивается приложениями.

# Операционные планы

- Внутренние планы организации, обычно создаваемые на год
- Более высокий уровень детализации с привязкой к конкретным датам, вехам, контрольным срокам, командам исполнителей и ответственным руководителям
- Стратегический план развития предприятия обычно менее детален и описывает цели более общего порядка.

# План роста

(план развития, создания нового продукта)

- Концентрация на отдельной области или подобласти бизнеса
- В зависимости от того, требует ли проект внешнего финансирования, план может относиться к внутренним планам. В случае если план разработки нового продукта подразумевает привлечение внешнего финансирования, то он будет содержать описание компании и ее команды управления.
- План может не содержать детальных расчетов финансовых показателей, но должен включать как минимум прогноз затрат и выручки, связанной с созданием продукта

# Целевая аудитория



# Разработчики

- Предприниматель, создатель **НОВОГО** бизнеса
- Менеджер(ы) компании
- Привлеченные консультанты

# Основные задачи

- Оценка потенциального рынка и потребителей
- Анализ конкурентоспособности предлагаемой продукции на внутреннем и/или внешнем рынке
- Анализ эффективности проекта
- Оценка необходимой величины и потенциальных источников финансирования
- Определение основных рисков проекта

# Типовая структура\*

(\* не является стандартной, возможны отклонения)

- Вводная часть

- титульный лист;
- аннотация;
- меморандум о конфиденциальности;
- оглавление;

- Основные разделы.

- резюме;
- история бизнеса организации (описание отрасли);
- характеристика объекта бизнеса организации;
- анализ бизнес-среды организации;
- план маркетинга;
- производственный план;
- организационный план;
- финансовый план;
- Анализ рисков;
- приложения.

# Резюме

Миссия

Цели проекта

Основные факторы успеха:

- Стратегия
- Конкурентные преимущества
- Основные финансовые показатели
- Персонал
- Потребность в финансировании
- Риски проекта

# История бизнеса (описание отрасли)

- Структура владения компанией
- Описание создаваемой компании или история существующей
- Описание объектов компании
- Общая характеристика отрасли

# Объект бизнеса (продукты и услуги)

- потребности, удовлетворяемые товаром;
- показатели качества;
- экономические показатели;
- внешнее оформление;
- сравнение с другими аналогичными товарами;
- патентная защищенность;
- показатели экспорта и его возможности;
- основные направления совершенствования продукции;
- возможные ключевые факторы успеха.

# Анализ бизнес-среды

Сегментация рынка

Стратегия в рамках  
целевого сегмента

- Потребности
- Тенденции
- Рост

Анализ отрасли

- Участники
- Дистрибуция
- Конкуренция
- Основные конкуренты

# План маркетинга

- Ценностное предложение
- Конкурентные преимущества
- Маркетинговая стратегия
- Позиционирование
- Ценообразование
- Продвижение
- Каналы распространения
- Программы маркетинга
- Стратегия продаж
- Прогнозы
- Мероприятия по стимулированию продаж
- Стратегические партнерства
- Основные вехи

# Производственный план

(для проектов производства товаров)

- технология производства;
- производственная кооперация;
- контроль производственного процесса;
- система охраны окружающей среды;
- производственная программа;
- производственные мощности и их развитие;
- потребность в долгосрочных активах;
- потребность в оборотных средствах;
- прогноз затрат

# Организационный план

- организационная структура;
- ключевой управленческий персонал;
- профессиональные советники и услуги;
- персонал;
- кадровая политика фирмы;

# Финансовый план

- Основные предположения и допущения
- Анализ безубыточности
- Прогнозный отчет о прибылях и убытках
- Прогноз денежных потоков
- Прогнозный баланс
- Основные показатели финансового состояния предприятия и доходности инвестиций
- Стратегия финансирования

# Анализ рисков

- Перечень возможных рисков;
- Оценка вероятности проявления рисков;
- Ранжирование рисков по вероятности проявления;
- Оценка ожидаемых размеров убытков при их осуществлении;
- Установление и обоснование приемлемого уровня риска (определение области допустимого риска);
- Выделение наиболее существенных рисков;
- Мероприятия по предотвращению рисков и снижению их последствий.