

Бизнес - планирование КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

- 1. НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ.**
- 2. МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА**

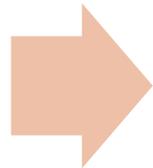
Бизнес-планирование – это процесс, который приводит в соответствие задачи и ресурсы субъекта хозяйствования в условиях высокой изменчивости и неопределенности внешней среды.

Бизнес-план не только определяет цели и задачи, но и показывает пути их достижения и определяет необходимые ресурсы.

Бизнес план – это план развития предприятия, необходимый для освоения новых сфер деятельности фирмы или для создания новых сфер бизнеса.

Основная цель разработки бизнес-плана

подробно описать предполагаемую деятельность компании на планируемый период, связанную с разработкой новых товаров и услуг (открытием новых направлений бизнеса, финансовым оздоровлением и пр.);

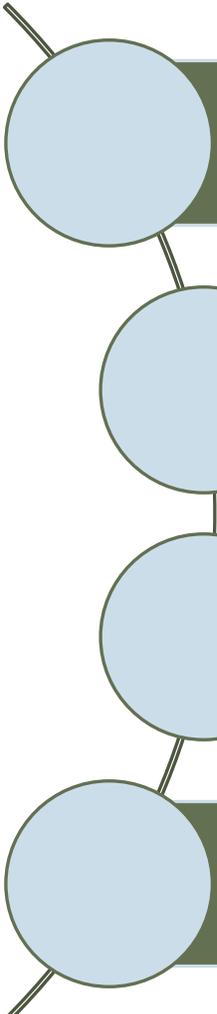


определить основные финансовые показатели на последующий период (3–5 лет) с учетом уровня спроса целевого рынка;



произвести оценку имеющихся ресурсов и определить потребности в дополнительном внешнем финансировании.

Особенность бизнес-плана заключается в том, что бизнес-план позволяет:



оценивать степень жизнеспособности и устойчивости бизнес-идеи или фирмы

адаптировать все бизнес-процессы к постоянным изменениям бизнес-среды

предусмотреть угрозы и риски

привлечь инвестиции

Методика составления бизнес-плана

Бизнес-план - это документ, нацеленный на решение двух задач: привлечь внимание потенциальных партнеров, инвесторов, и представить стратегию развития бизнеса персоналу.

Необходимо обратить внимание на ключевые вопросы разработки бизнес-плана:

1. Перспективность бизнес-идеи
2. Инновационность идеи
3. Источники финансирования
4. Риски

Подготовка бизнес-плана начинается с правильного оформления титульного листа, где должна быть представлена следующая информация:

1. Полное название фирмы, под которым оно зарегистрировано в государственных органах регистрации субъектов бизнеса
2. Юридический адрес фирмы (адрес, указанный в регистрационных документах фирмы)
3. Почтовый адрес фирмы
4. Телекоммуникационные реквизиты фирмы
5. Фамилии и должности сотрудников, выступающих как контактные лица.

Содержание и структура бизнес-плана

1. Резюме бизнес-плана
2. Описание предприятия
3. Описание продукции
4. Анализ рынка
5. Персонал
6. Производство
7. Маркетинговая деятельность
8. Риски
9. Финансовый план
10. Приложения

Независимо от отраслевой специфики (торговля, производство, сфера услуг), процесс подготовки бизнес-плана последовательно проходит ряд стадий. Традиционно в мировой практике выделяют следующие основные этапы:

- 1) подготовительная;**
- 2) разработка бизнес -плана;**
- 3) продвижение бизнес-плана;**
- 4) реализация бизнес--плана.**

Ключевым моментом подготовительной стадии является формирование перспективной **бизнес-идеи**, т. е. идеи нового продукта или услуги, а также решения технического, организационного и экономического характера.



БИЗНЕС-
ИДЕЯ

На втором этапе бизнес-планирования производится сбор и анализ информации о продукции, рынках, потребителях, конкурентах и посредниках.

Третий и четвертый этапы охватывают период от принятия решения об инвестировании до начальной стадии практической реализации проекта, включая коммерческое производство

До того как приступить к разработке и реализации конкретного бизнес-плана следует проверить бизнес идею **на прибыльность**, т. е. **провести экспресс расчет прибыльности** предполагаемого проекта.

Экспресс расчет прибыльности выполняется в следующей последовательности:

- 1) расчет необходимых стартовых вложений;
- 2) оценка необходимого внешнего финансирования;
- 3) ориентировочный расчет прибыли;
- 4) оценка прибыльности предпринимательского проекта;
- 5) расчет стартового кредита.

1.РЕЗЮМЕ:

- 1) краткое описание проекта, его цели и задачи;
- 2) ресурсное обеспечение;
- 3) механизм реализации;
- 4) уникальность или конкурентоспособность продукции или услуги;
- 5) объем требуемого внешнего финансирования;
- 6) объем собственного вклада;
- 7) ожидаемая чистая прибыль, уровень доходности и срок окупаемости затрат.

2. Описание предприятия.

Раздел должен дать четкое описание предприятия, его формы собственности, размеров, организационной структуры, сферы деятельности, уровня деятельности (национальный, региональный, международный), специфики его деятельности.

3. Описание продукции

В данном разделе необходимо раскрыть, какие преимущества получит потребитель, приобретая данный продукт или услугу. Следует определить особые черты или факторы уникальности данного продукта. Для этого следует, прежде всего, описать назначение и область применения продукции, основные потребительские характеристики продукции. Обеспечение качества продукции предполагает наличие или необходимость лицензирования выпуска продукции.

4. Анализ рынка

Необходимо представить оценку и анализ факторов внутренней и внешней среды для разработки и корректировки глобальных и локальных стратегий. Раздел должен содержать информацию о размере рынка, темпах роста рынка, емкости рынка, о позиции компании на рынке (лидер, претендент, последователь, компания, оперирующая в нише).

5. Персонал

В этом разделе необходимо дать краткие сведения о количестве работающих, структуре персонала, организационной структуре и функциях подразделений, о системе мотивации и оплаты труда персонала, о системе обеспечения эффективной работы персонала.

Необходимо в сжатой форме дать информацию о ключевых менеджерах, указав стаж и опыт работы.

6. Производство

Необходимо показать потенциальным партнерам, что предприятие в состоянии реально производить запланированное количество товаров требуемого качества, что оно обладает необходимыми производственными мощностями, обеспечено сырьем, материалами и комплектующими, имеет надежные условия их поставки.

7. Маркетинговая деятельность

Необходимо иметь реалистичный план маркетинга, который должен продемонстрировать, почему потребители будут покупать продукты и услуги именно у этой фирмы. В разделе требуется описать географию рынка товара, представить планы продвижения товара и рекламы, обосновать ценовую политику, формы сбыта, разработать систему обслуживания покупателей

8. Риски

Риск для предпринимателя означает неопределенность, связанную с некоторыми событиями. В связи с этим необходимо определить наиболее существенные факторы риска, чтобы инвесторы знали, с какими проблемами можно столкнуться при реализации проекта. Затем следует дать оценку рисков и охарактеризовать методы снижения рисков.

9. Финансовый анализ

Цель финансового плана – определить эффективность предлагаемого бизнеса. Финансовый анализ является сердцевиной создания бизнес-плана.

В этом разделе определяется, какое количество инвестиций необходимо для реализации рассматриваемого бизнес-плана, и выявляется потенциал идеи.

10. Приложения

В данный раздел включаются документы, которые являются подтверждением или подробным объяснением отдельных разделов и выводов бизнес-плана: *гарантийные письма или контракты с поставщиками и потребителями, договоры аренды или подряда, сертификаты, рекламные материалы и пр.*

Качество разработки бизнес-плана зависит от решения многих вопросов: насколько глубоко проводится анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализ причин ухудшения дел на предприятии, анализ собственных и заемных средств предприятия (степень его финансовой независимости), кредиторской и дебиторской задолженностей, активов и пассивов предприятия (оборачиваемость, ликвидность, рентабельность и т.п.).