

Памятка по составлению бизнес-плана

Бизнес-планы должны содержать максимальное количество необходимой информации, отображенной в минимальном, насколько это возможно, количестве слов.

Структура необходимого бизнес-плана:

- Титульный лист.
- Резюме.

Резюме (концепция бизнеса) – краткое изложение основных положений предполагаемого плана.

- Описание предприятия и отрасли.

Направления деятельности, продукция, отрасль экономики и ее перспективы, партнерские связи; социальная активность.

- Описание продукта или услуги.

Продукт по замыслу – описание основной выгоды, которую получают потребители, приобретая этот продукт, т.е. какую потребность удовлетворяет данный товар или услуга.

Продукт в реальном исполнении – рассматриваются основные отличия данного товара или услуги от товаров конкурентов.

Продукт с подкреплением – определение основных подкрепляющих элементов товара, услуги, которые позволят привлечь большее количество покупателей.

- Анализ бизнес-среды (рынка и конкурентов).

Размеры рынка; масштабы конкуренции (локальная, региональная, национальная, глобальная); темпы роста размеров рынка; стадия жизненного цикла отрасли; структура конкуренции (количество конкурентов и число потребителей и их финансовые возможности); темп технологических изменений и продуктовых инноваций; среднеотраслевая прибыль.

- План маркетинга.

Цели и стратегии маркетинга; ценообразование; схема распространения товаров; методы стимулирования продаж; организация послепродажного обслуживания клиентов; реклама; формирование общественного мнения о фирме и товарах; бюджет маркетинга; контроллинг маркетинга.

- План производства.

Технология производства; производственное кооперирование; контроль производственного процесса; 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.

- Финансовый план.

Прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия); анализ безубыточности; стратегия финансирования.

- Планирование и оценка рисков.

Формирование перечня 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; определение способов снижения рисков.