

Business Plan



Истори я:

Как гласят кельтские мифы, существовали некогда магические сосуды, «удовлетворявшие вкусы и потребности всех, кто ел и пил из них». Эти мифы привели к возникновению легенды о Святом Граале. Современный эквивалент Святого Грааля – бизнес - план. Как и Грааль, бизнес – план - объект в значительной степени мифический и недостижимый.



Что же такое бизнес-план?

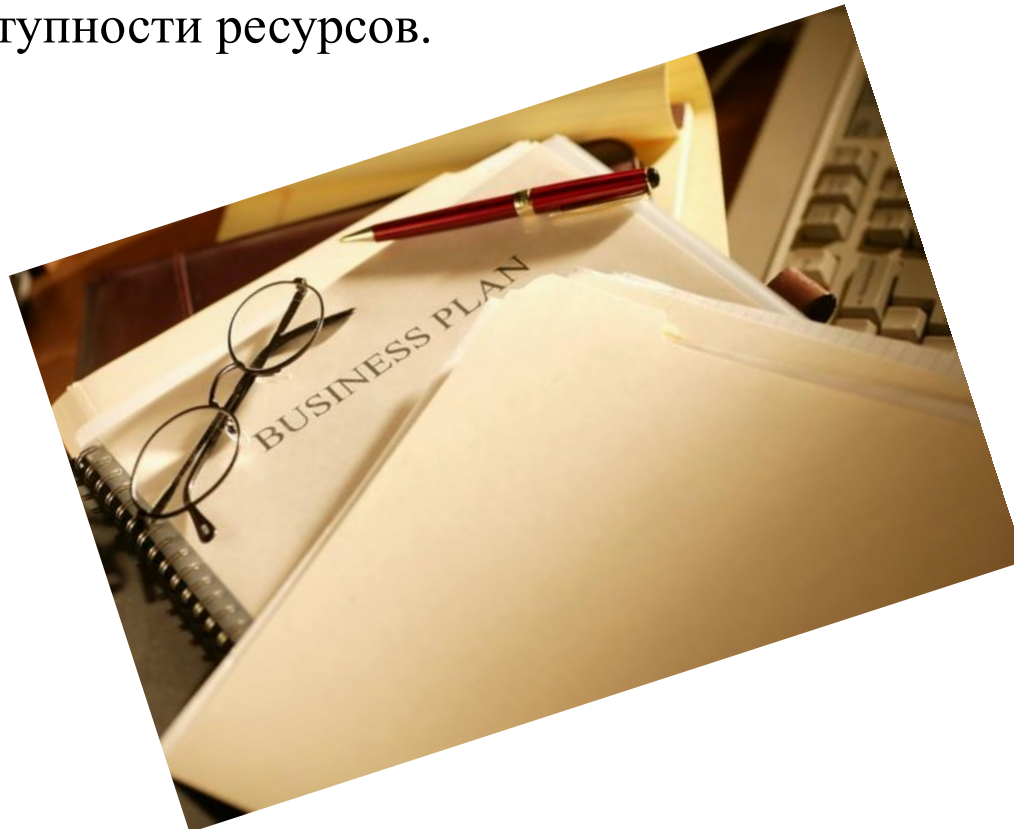
Зачем он нужен?

Бизнес-план – это документ, который описывает все основные аспекты будущего коммерческого предприятия, анализируют все проблемы, с которыми она может столкнуться, а так же определяет способы решения этих проблем. Правильно составленный бизнес-план в конечном итоге отвечает на вопрос - стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесёт ли оно прибыль?

В процессе разработки бизнес-плана предприниматель имеет возможности критически оценить свои силы, ответить на вопросы о целесообразности создания предприятия, найдет ли оно своего клиента, с кем придется конкурировать и удастся ли завоевать рынок сбыта.



- **Бизнес-план** — это не формальность для начала бизнеса.
- **Бизнес-план** — это основной элемент развития успешного бизнеса.
- **Бизнес-план** — это не просто документ. Он дает целостную картину о том, где существует ваш бизнес, это путеводитель бизнеса к успеху, с учетом доступности ресурсов.



Основные выгоды, получаемые в ходе бизнес планирования:

1. Можно спрогнозировать, что будет в будущем.
2. Поможет развиваться вашему бизнесу.
3. Поможет выбрать определенный путь развития.
4. Поможет в управлении денежными потоками.
5. Поможет правильно оценить бизнес.
6. Поможет удостовериться, что вы делаете все правильно



Что входит в бизнес-план?

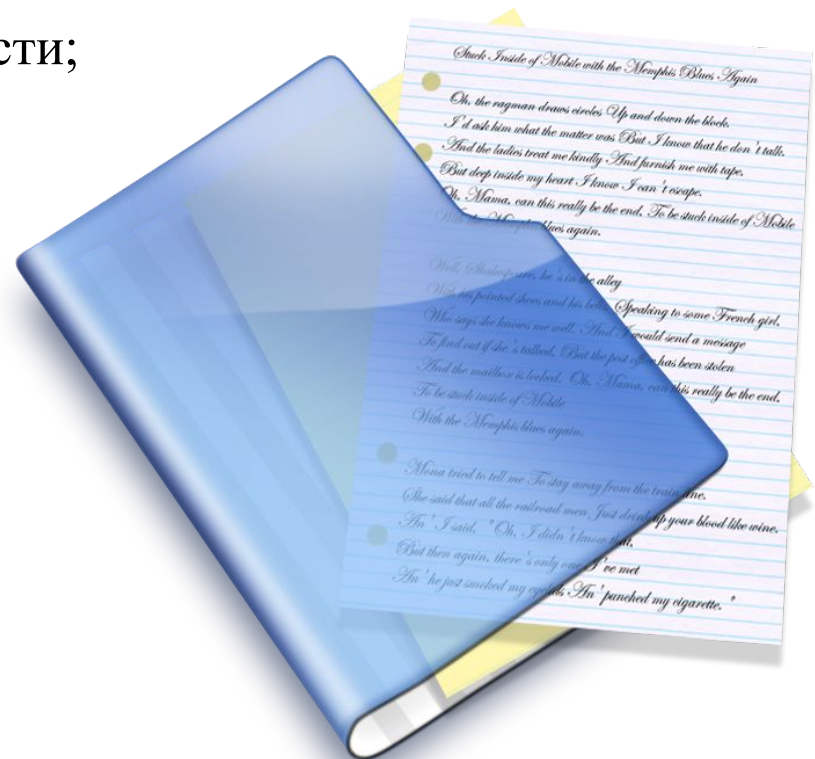
Любая предлагаемая форма дает лишь общее представление. Любой бизнес имеет свои особенности, следовательно, не может существовать некоего "стандартного" плана, приемлемого во всех случаях. Существует один испытанный принцип составления любого бизнес-плана:

✓ **ОН ВСЕГДА ДОЛЖЕН
БЫТЬ КРАТКИМ!**



Структура бизнес - плана:

- Определение социальной значимости;
- Маркетинг план;
- Инвестиционный план;
- Организационный план;
- Финансовый план;
- Расчёт срока окупаемости;
- Анализ рынка



Анализ перспективности идеи вашего плана:

Факторы:

- Организационные (организационно-правовая форма, наличие помещений собственных или арендованных);
- Маркетинговые (место расположения, маркетинговый комплекс, рынок, его сегмент; конкуренты: чем продукт (услуга) будет отличаться от конкурентной);
- Технические (производственные фонды: состояние и ресурсы);
- Финансовые (наличие собственных средств);
- Кадровые (навыки и профессиональные недостатки, насколько идея отвечает идеям, знаниям и умениям предпринимателя).

Сильные:

- Дешевое сырье;
- Высокий профессионализм;
- Дешевый продукт (услуга);
- Новизна продукта (услуги);
- Хорошая упаковка.

Слабые:

- Нет склада;
- Большие издержки -> высокая цена;
- Слабая реклама.



Возможности:

- Повысить профессиональный уровень;
- Есть вероятность получить новый продукт;
- Использование новых материалов, нового сырья; благоприятная налоговая и кредитная политика.

Угрозы:

- Таможенное оформление;
- Появление конкурентов (но может быть и сильной стороной)



Целеполагани е:

Успех в мире бизнеса решающим образом зависит от трех элементов:

- 1) Понимания состояния дел на данный момент;
- 2) Ясного представления того уровня, которого Вы собираетесь достичь;
- 3) Планирование процесса перехода из одного состояния в другое.

Проанализировав и оценив идею, вы тем самым определили свое состояние (сильные и слабые стороны, возможности и опасности) на данный момент.

Формулирование целей и задач

Этот процесс состоит из 2х этапов. Во-первых, вам необходимо установить, какой именно бизнес вы ведете - задача более трудная чем может показаться на первый взгляд, и затем определить главные, количественно определенные цели на перспективу, отражающие ваши стремления в бизнесе, и определить те, которые из них реально достижимы.

Решив проблему с целями и задачами, необходимо определить пути достижения этих целей. Для этого необходимо выработать стратегию и сформулировать оперативные планы.

Процесс исследования рынка.

- Определение типа данных, которые Вам нужны;
- Поиск этих данных;
- Анализ данных;
- Реализация мероприятий, позволяющих использовать эти данные на пользу предприятию.



Маркетинговое исследование:

Первый этап - оценка потенциальной емкости рынка, т.е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут купить, скажем, за месяц или за год.

Второй этап - оценка потенциальной суммы продаж, т.е. той доли рынка, которую вы в принципе можете надеяться захватить и соответственно той максимальной суммы реализации, на которую Вы можете рассчитывать.

Третий этап - оценка реальных объемов продаж, т.е. сколько реально вы сможете продать (выручить за оказание услуг) в конкретных условиях вашей деятельности, при возможных затратах на рекламу и том уровне цен, который вы намерены установить, а главное - как этот показатель может изменяться месяц за месяцем.

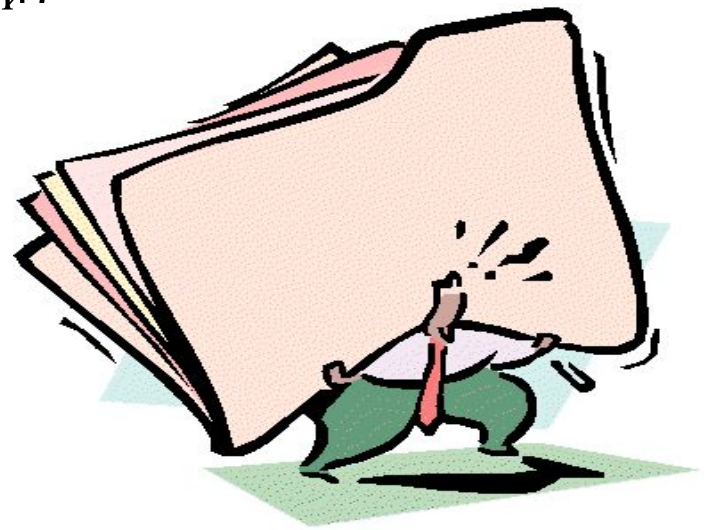
Вы должны ответить на

- ✓ Кто является крупнейшим производителем автомобилей?
- ✓ Много ли внимания и средств они уделяют рекламе? Их продукция: основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей.
- ✓ Какой уровень цен на их продукцию? Како



Ценообразование. Как правильно установить цену

- ✓ Цена товара должна быть выше его себестоимости.
- ✓ Цена определяется возможностями рынка.
- ✓ Цена должна обеспечить максимальную прибыль (не за единицу продукции, а за какой - то период времени)



Ценообразование не сводится к простому выяснению вопроса о себестоимости товара, чтобы потом просто добавить прибыль. Калькуляция издержек производства это нечто само собой разумеющееся, а ценообразование - это вопрос политики. Чтобы привлечь покупателя, совсем не обязательно делать товар или услугу дешевыми. Дешевизна товара часто бывает основным мотивом покупки, но далеко не всегда. Если товар стоит слишком дешево, это может очень негативно сказаться на объемах реализации. Цены можно легко сбросить, а поднять их затем будет гораздо труднее.



Советы по оформлению бизнес-плана:

- ✓ Ваш бизнес-план должен выглядеть профессионально.
- ✓ Составьте ваш план таким образом, чтобы инвесторы могли легко отыскать в нем интересующие их параграфы, так как не каждый из них захочет читать весь бизнес-план целиком. На первой странице плана следует поместить содержание.
- ✓ Необходимо также предусмотреть какое-либо функциональное разделение глав.
- ✓ Чаще всего бизнес-план содержит конфиденциальную информацию о вашем бизнесе, поэтому вам следует тщательно контролировать его распространение.

- ✓ Перед тем, как послать составленный план потенциальным инвесторам, вам необходимо ознакомить с ним всех членов вашей команды, а также получить от своего бухгалтера подтверждение того, что все финансовые выкладки в порядке.
- ✓ Поиск финансирования займет больше времени, чем вы предполагаете. Вы должны составить расписание ваших деловых встреч с потенциальными инвесторами, в котором должно быть отражено, кого и когда вы должны увидеть, когда вы ожидаете принятия ими конкретных решений и что вы будете делать в том случае, если инвесторы или кредиторы отвергнут ваши предложения.
- ✓ В глазах потенциального инвестора наиболее важным фактором являются ваши личные качества, а также личные качества всего руководящего состава вашей фирмы.

Вывод

- ❑ Вы должны обладать истинным желанием добиться своей цели, доходящим едва ли не до уровня жизненной необходимости.
- ❑ Вы также должны быть готовы идти на риск - но лишь умеренный риск, который вы в состоянии преодолеть.
- ❑ Очень важно убедить инвестора в ваших способностях.
- ❑ Решающим фактором, позволяющим кредитору увериться в том, что все ваши планы увенчаются успехом, является совокупность талантов и способностей руководящего состава вашей фирмы.
- ❑ Бизнес-план подвергается процедуре первоначального отсеивания, в результате которой ваши потенциальные кредиторы решат, соглашаться им на финансирование вашей деятельности или нет, поэтому презентация бизнес-плана должна стать для вас средством демонстрации всех ваших лучших качеств и убеждения инвесторов в компетентности вашей команды.

В качестве всего выше сказанного, мы хотим представить бизнес-план ученицы нашей школы, обучающаяся в 11 Б классе, Финогенова Серафима, участвующая в городском муниципальном конкурсе экономических проектов *«Я открываю свое дело»*, занявшая в нём 2-ое место.

