

Как составить бизнес-план



В быстроменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий. Бизнес-планирование включает разработку целей и постановку задач долгосрочной перспективы развития, оценку текущего состояния предприятия, выявление сильных и слабых сторон, анализ рынка и информацию о потенциальных потребителях

КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ

Бизнес-план является инструментом реализации стратегических целей компании. В зависимости от последних (привлечение партнеров и инвестиций, развитие отдельных направлений деятельности компании и ее подразделений и т.п.) разделы бизнес-плана могут разрабатываться с той или иной степенью конкретизации.

Основными разделами бизнес-плана являются следующие.

- Резюме (Executive Summary).
- Сведения о компании (Company Profile).
- Бизнес-среда (Environment of the Industry).
- План по маркетингу и продажам (Sales and Marketing Plan).
- Оперативный план (Operating Plan).
- План по трудовым ресурсам (Human Resources Plan).
- Финансовый план (Financial Plan).
- Оценка и управление рисками (Risk Assessment and Management).

вашего плана и заставить прочитать документ до конца. Важность правильного составления вводной части заключается в том, что руководство/потенциальные инвесторы на основе краткого описания предлагаемого проекта должны убедиться в его экономической эффективности и возможности реализации задуманного проекта. Если план составлен только для ваших собственных интересов, резюме можно пропустить.

В следующем разделе необходимо дать сведения о компании/подразделении и охарактеризовать основные направления деятельности.

Далее следует раздел, определяющий рынок сбыта, который вы собираетесь обеспечить товаром или услугами, — так называемая бизнес-среда. В этом разделе определяются объем рынка и та его часть, на которой вы предполагаете «играть». В разделе «бизнес-среда» будет уместен график, который покажет текущий размер рынка товаров и услуг, предоставляемых вашей компанией,

По каждому виду услуг следует определить основных конкурентов, указав их долю и долю рынка, которую можете занять вы. Также в этом разделе следует проанализировать действующее законодательство в сфере вашего бизнеса.

Вышеперечисленная информация поможет определить главные трудности для вхождения в определенную нишу в бизнесе и наметить пути к их преодолению.

В свою очередь, план по маркетингу и продажам является фундаментом для всех бизнес-проектов.

В этом разделе необходимо раскрыть основные элементы стратегии маркетинга (ценовая политика, реклама, методы стимулирования продаж, формирование общественного мнения о компании и др.) с указанием, что должно быть сделано, кем, когда и какие средства необходимы. При этом желательно подготовить три сценария развития: оптимистический, пессимистический и наиболее реальный.

Оперативный план указывает, какие ресурсы вы планируете использовать для ведения своего бизнеса (помещение, оборудование, сырье и материалы).

План по трудовым ресурсам включает штатное расписание, оргструктуру, заработную плату и премии.

И наконец, финансовый раздел должен содержать основные показатели эффективности вашего проекта.

Также необходимо оценить рискованные ситуации, которые могут помешать осуществлению запланированных мероприятий (от пожаров и землетрясений до изменений в налоговом регулировании и дефолта) и разработать превентивные меры.

Типичные ошибки при разработке бизнес-планов

- Непродуманная маркетинговая стратегия (в т.ч. переоценка возможностей реализации продукции)
- Завышение конечной цены реализации товара/услуг
- Занижение издержек, связанных с реализацией представленного проекта (к числу наиболее занижаемых, а порой просто игнорируемых издержек относится налогообложение)

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

Типичный бизнес-план начинается с резюме, в котором освещаются его основные моменты. Парадоксально, но резюме лучше писать после того, как будут подготовлены основные разделы бизнес-плана. Его цель — вызвать интерес читателя, показать основы

крупнейшие региональные сегменты рынка и ожидаемые будущие темпы роста.

Также следует определить основные направления, влияющие на бизнес, которым вы занимаетесь или намерены заниматься. Выявив их, необходимо решить, каким образом ваш бизнес будет адаптироваться к ним.

Подготовила Александра Демецкая,
канд. биол. наук