РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

(на основе стандартов UNIDO)

Структура бизнес-плана должна включать в себя следующие разделы:

1) резюме;

2) участники инвестиционного проекта

3) описание предприятия и отрасли;

4) описание продукции (услуг);

5) маркетинг и сбыт продукции (услуг);

6) производственный план;

7) организационный план;

8) финансовый план;

9) направленность и эффективность инвестиционного проекта;

10) риски и гарантии;

11) приложения.

**I. Резюме**

Резюме – это самостоятельный рекламный документ, содержащий основные положения всего бизнес-плана. Резюме может быть единственным разделом бизнес-плана, который читают потенциальные инвесторы. По резюме судят обо всем инвестиционном проекте, поэтому очень важно поместить в резюме краткую и ясную информацию об инвестиционном проекте. Резюме отвечает на основные вопросы инвестора: размер требуемого финансирования, цели финансирования, сроки возврата вложений, гарантии, соинвесторы, собственные средства инициатора инвестиционного проекта. Все последующие пункты бизнес-плана расшифровывают информацию из резюме и доказывают правильность расчетов.

**II. Участники инвестиционного проекта**

1) местонахождение, история деятельности, финансовые показатели

инициатора инвестиционного проекта;

2) иные участники инвестиционного проекта с указанием характера деятельности и местонахождения;

3) описание опыта работы участников в отрасли, их предполагаемого вклада и причин заинтересованности в инвестиционном проекте;

4) порядок взаимодействия участников в ходе реализации инвестиционного проекта.

**III. Описание предприятия и отрасли**

В данном разделе описываются:

1) общие сведения о предприятии;

2) финансово-экономические показатели деятельности предприятия;

3) структура управления и кадровый состав;

4) направления деятельности, продукция, достижения и перспективы;

5) отрасль экономики и ее перспективы;

6) партнерские связи и социальная активность.

**IV. Описание продукции (услуг)**

Для любого инвестиционного проекта необходимо наглядное представление товара или изделия (натуральный образец, его фотография или рисунок). В бизнес-плане дается описание отдельно по каждому виду продукции.

*Примерная структура раздела:*

1) наименование продукции (услуги);

2) назначение и область применения;

3) краткое описание и основные характеристики;

4) конкурентоспособность продукции (услуги), по каким параметрам

превосходит конкурентов, по каким уступает им;

5) патентоспособность и авторские права;

6) наличие или необходимость лицензирования выпуска продукции;

7) степень готовности к выпуску и реализации продукции;

8) наличие сертификата качества на продукцию;

9) безопасность и экологичность;

10) условия поставки и упаковка;

11) гарантии и сервис;

12) эксплуатация;

13) утилизация после окончания эксплуатации.

**V. Маркетинг и сбыт продукции (услуг)**

Информация данного раздела призвана показать существование рынка сбыта для продукции (услуги). Покупатели подразделяются на оптовых покупателей, розничных продавцов, конечных потребителей. Потребители характеризуются отраслью, месторасположением (если это предприятия) либо возрастом, полом и др. (если

это население). Среди потребительских характеристик товара выделяются такие, как внешний вид, назначение, цена, прочность, срок службы, безопасность использования и другие.

*Примерная структура раздела:*

1) описание требовании потребителей к продукции (услуге) и возможностей удовлетворить эти требования;

2) описание конкуренции, определение конкурентов и анализ их сильных и слабых сторон, анализ возможностей предприятия;

3) описание рынка сбыта продукции (услуги);

4) описание поставки товара от места производства к месту продажи или потребления. Полное описание включает в себя: упаковку, складирование в месте производства, комплектование для отправки, транспортировку к месту продажи, предпродажный сервис, продажу, послепродажное обслуживание. Описание канала сбыта продукции (услуги) – магазин розничной торговли, мелкооптовые базы или магазины, разъездная служба (агенты, коммивояжеры) и др.;

5) стратегия привлечения потребителей, исходя из возможностей. Возможные варианты: рекламные кампании, бесплатное предоставление образцов, участие в выставках и др. Цена и объем сбыта продукции. Анализ чувствительности объема сбыта при изменениях цены.

**VI. Производственный план**

В данном разделе приводятся общие сведения о предприятии, расчет производственных издержек на планируемый объем сбыта, прямые (переменные) и общие (постоянные) затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета текущих затрат на производство.

Примерная структура раздела:

1) Общие сведения о предприятии:

- описание месторасположения предприятия (во многих случаях определяющий фактор для успеха проекта). Наличие необходимых транспортных связей, инженерных сетей (электроэнергия, вода, тепло, канализация, связь и др.), ресурсов, а также близость к рынку сбыта;

- используемая технология и уровень квалификации исполнителей;

- потребность в площадях;

- кадровое обеспечение;

- удовлетворение требований по обеспечению экологичности производства для окружающей среды и безопасности работающих.

2) Объем производства.

3) Расходы на персонал:

- затраты на персонал управления (директор, главный инженер, начальник производства, бухгалтера, плановики и т. д.);

- затраты на производственный персонал (конструкторы, технологи, ремонтные рабочие и т. д.);

- затраты на прочих сотрудников (сбытовики, кладовщики, охрана).

4) Расходы на сырье, материалы и комплектующие изделия. Расчет выполняется по каждому виду продукции или услуги. Смета текущих затрат. В данном подразделе приводятся текущие затраты на производство продукции (услуги). Затраты на производство или, другими словами, издержки производства классифицируются на прямые (переменные, то есть зависящие пропорционально от изменения объемов производства) и общие (постоянные, не зависящие от изменений объемов производства).

5) Расчет переменных издержек.

К переменным издержкам относятся:

- затраты на сырье и материалы, комплектующие изделия;

- затраты на производственный персонал;

- затраты на топливо, электроэнергию (в некоторых случаях).

6) Расчет постоянных издержек.

К постоянным издержкам относятся:

- затраты на производство (аренда, ремонт и обслуживание оборудования, топливо и энергия);

- торговые издержки (реклама, мероприятия по продвижению продукции, ее сбыт);

- административные издержки (заработная плата административного персонала, коммунальные услуги, услуги связи, командировочные расходы и т. п.).

**VII. Организационный план**

В данном разделе объясняется, каким образом организована руководящая группа, и описывается основная роль каждого ее члена. Команда управления проектом и ведущие специалисты, правовое обеспечение, имеющиеся или возможные поддержка и льготы, организационная структура и график реализации проекта, механизм поддержки и мотивации ведущих руководителей.

**VIII. Финансовый план**

Цель раздела – показать основные пункты из массы финансовых данных. Здесь даются нормативы для финансово-экономических расчетов, приводятся прямые (переменные) и постоянные затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета расходов на реализацию инвестиционного проекта, потребность и источники финансирования, рассчитывается таблица расходов и доходов, поток реальных денег (поток наличности), прогнозный баланс.

Примерная структура раздела:

1) затраты подготовительного периода;

2) затраты текущего (основного) периода;

3) расчет поступлений от инвестиционного проекта;

4) затраты, связанные с обслуживанием кредита (лизинга);

5) расчет налоговых платежей;

6) другие поступления и выплаты;

7) отчет о прибылях и убытках;

8) поток реальных денег;

9) прогнозный баланс.

**IX. Направленность и эффективность инвестиционного проекта**

В разделе указывается направленность и значимость инвестиционного проекта, показатели эффективности его реализации, проводится анализ чувствительности проекта.

**X. Риски и гарантии**

Показываются предпринимательские риски и возможные форс-мажорные обстоятельства, приводятся гарантии возврата средств партнерам и инвесторам.

**XI. Приложения**

Приложения способствуют разгрузке основного текста от подробностей и предоставляют потенциальным партнерам и инвесторам дополнительные наглядные материалы:

1) подтверждающие и раскрывающие сведения о предприятии (копии регистрационного свидетельства, устава и учредительного договора предприятия, имеющиеся лицензии и сертификаты, почетные дипломы и свидетельства, копии материалов прессы о деятельности предприятия, отзывы заказчиков и партнеров о совместной деятельности и т.д.);

2) характеризующие продукцию (фото, рисунок, чертеж, патент, отзывы, результаты испытаний и сертификации продукции, другие сведения);

3) подтверждающие востребованность продукции (материалы маркетингового исследования, сравнительные данные о конкурентах, договора, протоколы о намерениях и заявки на поставку продукции);

4) показывающие возможности производства (фотографию предприятия, его ведущих участков, оборудования, копии документов по сертификации производства и др.);

5) раскрывающие организационно-правовую готовность инвестиционного

проекта (схемы организационной структуры, механизма реализации проекта, выписки из нормативных документов и др.);

6) обосновывающие финансово-экономические расчеты (калькуляции, таблицы, и т. д.);

7) подтверждающие реальность мер предупреждения риска, нейтрализации форс-мажорных обстоятельств и реальность гарантий возврата займа (гарантийные письма, договоры, состав и стоимость залога, выписка из законодательных и нормативных документов, другие материалы);

8) подтверждающие направленность, значимость (масштабность) и эффективность проекта (решения, программы, планы, акты, письма, отзывы и др.).