



БИЗНЕС-ПЛАН В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Лекция 6

Бизнес-план: сущность, значение и функции

- Планирование является неотъемлемой частью деятельности любой предпринимательской структуры независимо от ее размеров. Результаты исследований прогрессивных технологий и рынка, решение организационно-управленческих и финансовых проблем, связанных с созданием нового дела и реализацией предпринимательского проекта, должны получить отражение в бизнес-плане.

Бизнес-план

- – документ, в котором излагается сущность бизнеса и отражаются возможности для его начала, продолжения или расширения в какой-либо конкретной ситуации.
- Бизнес-план разрабатывается самим предпринимателем, но к этой работе могут быть привлечены и эксперты в отдельных областях, если необходима консультация по тем или иным вопросам. Обычно такой план составляется сроком на 3 – 5 лет.

Бизнес-план выполняет ряд важных функций.

- **Первая** из них связана с важностью его использования для разработки концепции, стратегии бизнеса.
- **Вторая** функция – планирование. Процесс подготовки бизнес-плана стимулирует мышление, заставляет предпринимателя тщательно продумать и проанализировать различные аспекты своего дела, реально оценить возможности и трудности.
- **Третья** функция – контрольная. План, изложенный на бумаге, всегда может быть использован для последующего контроля и оценки достигнутых результатов, служить основой для коррекции деятельности предприятия в будущем.
- **Четвертая**, важнейшая, функция – аккумулярующая. Она способствует привлечению денежных средств от других физических и юридических лиц. Бизнес-план должен убедить потенциального кредитора, акционера, инвестора, а также потребителя и поставщика в том, что они могут получить прибыль, вступив в коммерческие отношения с данным предприятием.

Требования к разработке бизнес-плана



- Выбор предпринимателем или менеджером предприятия конкретной схемы разработки бизнес-плана, его структуры и порядка изложения, объема, приоритета информации зависит от следующих факторов:
 - – статуса и размера предприятия (малый, средний, большой бизнес);
 - – этапа планируемой деятельности (начало бизнеса или продолжение деятельности – работающее уже несколько лет предприятие);
 - – целевой направленности плана (главным образом для внутреннего пользования или получения кредитов и инвестиций, для того и другого);
 - – особенностей и трудностей бизнеса, а соответственно – и акцентов на разработку тех или иных вопросов;
 - – наличия нужных сведений и данных;

В состав бизнес-плана входят:

- титульный лист,
- содержание,
- описательная часть бизнес-плана,
- приложения,
- справочные и иные материалы, подтверждающие исходные данные.

На титульном листе

- указывается название инвестиционного проекта (далее – проект), организации-инициатора проекта (инвестора), организации-разработчика бизнес-плана, утверждающие подписи руководителей организации-инициатора проекта (инвестора) и организации-разработчика, заверенные печатью, согласующая подпись руководителя (его заместителя) органа управления, в ведении которого находится (в состав которого входит) организация-инициатор проекта, заверенная печатью дата утверждения (согласования) бизнес-плана, требования конфиденциальности документа.



В содержании

- указываются названия основных разделов и подразделов бизнес-плана, его приложений, а также даются ссылки на страницы.

Описательная часть бизнес-плана

- **должна состоять из следующих основных разделов:**
- "Резюме";
- "Характеристика организации и стратегия ее развития";
- "Описание продукции";
- "Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга";
- "Производственный план";
- "Организационный план";
- "Инвестиционный план";
- "Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности";
- "Показатели эффективности проекта";
- "Юридический план".

- Ориентировочный **объем описательной части бизнес-плана** должен составлять: не менее 20 страниц – при проведении расчетов в соответствии с упрощенными требованиями и не менее 40 страниц – при проведении расчетов в полном объеме.



- При проведении расчетов бизнес-плана инвестиционного проекта в полном объеме оформляется Паспорт инвестиционного проекта, при проведении расчетов в соответствии с упрощенными требованиями – Инвестиционное предложение.

- В случае разработки бизнес-плана с участием привлеченных организаций, индивидуальных предпринимателей информация о разработчиках бизнес-плана отражается в Сведениях о разработчике бизнес-плана.

Общие требования к подготовке бизнес-плана следующие:

- – бизнес-план составляется с учетом специфики текущей (операционной), инвестиционной и финансовой деятельности организации;
- – в случае реализации проекта в действующей организации финансово-экономические расчеты осуществляются в двух вариантах: с учетом реализации проекта и без учета реализации проекта;
- – каждый раздел формируется на основании достоверных исходных данных, подтвержденных исследованиями и оформленными соответствующими документами.

При разработке бизнес-плана рекомендуется соблюдать следующие ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ:

- – при выполнении финансово-экономических расчетов бизнес-плана использовать методы имитационного моделирования и дисконтирования, позволяющие оценивать влияние изменения исходных параметров проекта на его эффективность и реализуемость;
- – при решении вопроса о новом строительстве учитывать проведенные в рамках обоснования инвестиций альтернативные расчеты и обоснования возможного размещения производства;
- – для проектов, реализуемых с участием средств или предоставлением преференций государства, выполнять расчеты налогов, сборов и платежей в бюджет и внебюджетные фонды без предоставления льгот и при предоставлении льгот, а также выпадающих доходов государства и сроков окупаемости государственной поддержки;
- – составлять бизнес-план на весь срок реализации инвестиционного проекта. Как правило, срок расчета должен охватывать срок возврата заемных средств плюс 1 год. В случае, если для реализации проекта не предусматривается привлечение заемных средств, допускается установление другого обоснованного срока расчета;
- – шаг отображения информации в таблицах, представляемых в органы управления, принимать равным 1 году;
- – расчеты бизнес-плана проекта, для реализации которого требуются средства в свободно конвертируемой валюте, приводятся в условных единицах, в остальных случаях – в условных единицах или белорусских рублях (в текущих ценах без учета инфляции).

Краткая характеристика разделов бизнес-плана



Резюме

- Бизнес-план начинается с конца, т.е. с резюме. Оно готовится в самом конце работы (когда составлены все остальные разделы) Это самая важная работа, поскольку резюме должно производить благоприятное впечатление на тех, к кому предприниматель обращается за инвестициями. Максимум внимания должно быть уделено разъяснению того, что предприниматель собирается сделать и за счет чего, чем его продукт будет отличаться от продукции конкурентов и почему покупатели захотят приобрести именно такой товар



- Чтобы не упустить ничего важного, лучше составлять введение или краткую справку в самом конце, когда проделана работа над всеми остальными разделами бизнес-плана. При этом очень важно выделить приведенные ниже группы вопросов.¹⁷

А. Сведения о предприятии

- Дается его название и указывается местонахождение.
- Если предприятие работает уже несколько лет, то может быть дана краткая справка о его создании и преобразовании в новые формы. Указывается его статус (например, малое предприятие, акционерное общество, совместное предприятие и т.д.). Дается краткое перечисление названий производимых товаров или услуг с указанием рынков сбыта и главных конкурентов. Кратко характеризуется

Б. Виды деятельности, цели и конкретные ориентиры.

- Как правило, предприятие работает в рамках определенной отрасли, но может одновременно заниматься различными видами деятельности (например, производством продукции и ремонтно-строительными работами; производством продукции и коммерческой деятельностью по сбыту своих товаров и т.д.).
- В этой части пояснительной записки предприниматель должен четко изложить цели деятельности своего предприятия и назвать способы их достижения.

В. Краткое изложение потребностей в финансах.

- Предприниматель дает оценку своего финансового положения и обоснование необходимости привлечения определенного объема дополнительных денежных (материальных) средств.



Г. Планируемый доход и рентабельность проекта для инвесторов.

- Главная цель бизнес-плана и, в частности, его вводной части – произвести благоприятное впечатление на тех, к кому предприниматель обращается за финансами. Для этого он должен четко указать: что он намерен сделать, чтобы получить доход (прибыль); чем его товары (услуги) будут отличаться (в лучшую сторону) от подобных существующих. В качестве такого доказательства прибыльности бизнеса должны быть приведены цифровые показатели: объем производства и возможной реализации продукции (услуг); подсчет затрат на единицу продукции (услуг); валовая прибыль; уровень прибыльности вложений финансовых и материальных средств; срок окупаемости вложенных средств, сведения о том, ²¹ когда и с какими процентами можно будет их вернуть.

Характеристика организации и стратегия её развития

- В данном разделе бизнес-плана необходимо охарактеризовать будущее предприятия, его продукцию или услуги. Одновременно следует дать оценку состояния дел в соответствующей отрасли.



- Оцениваются современное состояние и перспективы развития отрасли, в которой будет осуществляться предпринимательская деятельность. Рассматривается ее структура.
- Коротко характеризуются емкость рынка сбыта, тенденции его роста и основные конкуренты.
- Причем все оценки должны быть как можно более конкретными.

- Также важно дать оценку возможности расширения круга продукции, появления конкурентов или, наоборот, исчезновения указанных выше факторов, которые могут позитивно или негативно повлиять на бизнес.
- Следует отразить общую концепцию предполагаемого бизнеса, уяснить, какие продукты или услуги предприятие будет предлагать, кто будет их основными потребителями.



- Перечисляются все продукты и услуги, которые будут предложены для реализации, возможности их применения пользователями. Причем описываются как основные, так и второстепенные области их применения.
- Следует подчеркнуть отличительные черты продукции или услуги и то, что делает их более ценными для клиентов.
- Особо отмечаются различия между тем, что представлено на рынке сейчас и что собирается предложить фирма.
- Необходимо описать, за счет чего и каким образом обеспечивается уникальность новой продукции или услуги.

Описание продукции



В бизнес-плане дается описание ассортимента товаров (услуг):

- их наименование, количество или объем ежемесячной или годовой продажи.
- Называются главные потребители продукции.
- Какие из этих товаров предприниматель считает приоритетными или может реализовать в большем объеме. Рассматриваются количественные показатели продаж (в том числе в денежном исчислении, если сделаны специальные подсчеты) в зависимости от территориальных факторов (в каком месте, например, реализуется основная продукция), этнографических (если таковые важны для его бизнеса), сезонных (в какое время года продается больше или меньше товаров).
- Цель данного раздела – убедить кредиторов (банки), инвесторов или потенциальных потребителей в достоинствах продукции, точнее – в том, что за нее можно получить хорошую прибыль.

В борьбе за потребителя предприниматель может избрать одну из следующих конкурентных стратегий:

- выхода на массового покупателя (стратегию дешевых товаров) или
- стратегию специализации, т.е. изготовления особо качественного, но дорогого товара (услуг), предназначенного для определенной категории покупателей.



- Когда речь идет о конкурентоспособности продукции (услуг), все виды преимуществ делятся на приведенные ниже группы.

А. Преимущества низшего порядка.

- Это преимущества при выборе стратегии выхода на массового покупателя. И хотя на первый взгляд они могут быть достаточно внушительными, на рынке они характеризуются как нестабильные. В любой момент они могут быть потеряны по ряду причин (повышение зарплаты, рост цен на транспортные услуги, конкуренты нашли дешевые источники сырья и т.д.). Отсюда вывод: преимущества низшего порядка не могут обеспечить устойчивой конкурентоспособности товара.

Б. Преимущества высшего порядка

- (стратегия специализации) включают: оригинальную продукцию, технологию, репутацию фирмы.
- Они обеспечивают устойчивую конкурентоспособность на определенное время. Именно стабильность конкурентоспособности является часто важным фактором при принятии банком решения вложить деньги в предприятие.
- Последним пунктом раздела может быть описание тех дополнительных услуг, которые предприниматель может предоставить своим покупателям, например, бесплатную доставку на дом, скидку при перевозке, гарантийный ремонт и др.

Анализ рынков сбыта продукции



- В нем предприниматель должен дать описание рынка в целом, отразить тенденции развития отрасли, выделить рыночный сегмент, который он намеревается занять, и подробно охарактеризовать деятельность конкурентов.
- Главная задача – обосновать динамику роста собственной доли рынка.
- Для этого предприниматель должен определить следующее:
 - состав покупателей; сколько товара он сможет продать (выявить свой сегмент на рынке); как он будет реализовывать свой товар (прямые связи, через посредников, экспорт, бартерные сделки).

- Чтобы ответить на вопрос, кто будет покупать его товар, предприниматель анализирует в этом разделе ряд рыночных факторов: в каких местах и в каком количестве (примерно) продаются подобные товары; сколько товара находится в регионе, который он выбирает для обслуживания; какие существуют возможности для транспортировки и реализации товара. Важно также знать о возможностях потребителей данного товара (т.е. покупательную способность тех организаций или людей, для которых он предназначен). Такой анализ позволяет предпринимателю найти свою нишу (сегмент рынка), в которую он может войти благодаря определенным особенностям своего товара (например, улучшенным качеством или меньшей стоимостью).

Особое внимание следует уделить описанию своих конкурентов

- Изложение данной части раздела должно иметь такую последовательность: перечень крупных производителей аналогичных товаров (услуг) и их основные характеристики; характеристика их рекламной деятельности; основные особенности (уровень качества и дизайна, мнение покупателей о товарах). Здесь важно оценить как положительные качества продукции конкурентов, так и те проблемы, которые предприниматель может, как он считает, исключить в своих товарах. Следует также проанализировать, как идут дела у конкурентов: стабильно ли их положение, на подъеме они или, наоборот, на спаде, постараться выяснить, какие факторы обеспечивают им успех.
- Анализ состояния дел у конкурентов позволит решить один из важнейших вопросов: стоит ли входить в данный рынок? Если да, то в какой сегмент, т.е. на какого покупателя рассчитывать?

- Исследование социальных, национально-культурных, климатических, демографических и экономических факторов рынка позволит предпринимателю выделить конкретную категорию покупателей своего товара: например, в большей части покупатели будут люди со средним (высоким, небольшим) достатком, служащие (пенсионеры), молодежь (среднего возраста), интеллигенция (крестьяне) и т.д.

В заключительной части раздела

- предприниматель должен дать краткий прогноз на будущее, на 3 – 5 лет.
- Какой объем продукции, по его мнению, можно будет реализовать?
- Какие положительные условия для этого должны быть?
- Какими способами он предполагает бороться с конкурентами за рынок?
- Какую стратегию производства товара он избирает в будущем?

Маркетинговая стратегия

- В данном разделе рассматриваются следующие вопросы:
- – товары (услуги), которые предприниматель избирает как приоритетные, и способы их реализации;
- – покупатель, на которого рассчитана его продукция (выбор сегмента рынка);
- – ценовая политика;
- – методы обслуживания покупателя и способы расширения рынка (завоевание нового покупателя).



- Деятельность предпринимателя будет более перспективной, если он для реализации своего товара изберет определенный круг покупателей. Последний находится по совокупности нескольких совпадающих факторов: географических, демографических, психологических и поведенческих. Важными в поведенческом факторе являются степень готовности потребителей купить товар, их отношение к нему.



- Характеризуя ценовую политику, предприниматель указывает, каким образом он собирается определять цены на свои товары, на каком методе предполагается основываться – затратном или свободных цен, какой процент рентабельности он намерен получить и какие имеются для этого возможности.

Выделяются ключевые факторы успеха

- **в плане маркетинга** (например, новый для рынка продукт, преимущество во времени выхода на рынок и т.д.), выделяются подходы к ценам, способам рекламы и продажи продукции.
- Создание предприятия предполагает его длительное функционирование, поэтому следует сказать о стратегии развития предприятия и бизнеса, выхода на рынок.
- При ее обосновании опираются на следующую рыночную информацию: **параметры производства, географические характеристики, демографическую ситуацию, наличие конкуренции.**

- Проблема сохранения или расширения рынка в перспективе (через 3 – 5 лет) – одна из центральных в маркетинге.
- Предпринимателю следует указать избираемые им методы привлечения покупателей (например, за счет улучшения качества товара или снижения его стоимости). Необходимо также перечислить возможные дополнительные услуги покупателям.



- Особое внимание следует уделить разработке мероприятий по рекламе товара, так как расходы на эти цели составляют большие суммы.



План производства

- В бизнес-плане большой фирмы этот вопрос выделяется в отдельный раздел. Если речь идет о небольшом или недавно созданном предприятии, описание производственного процесса может войти в раздел "Продукция (услуги)".
- План производства разрабатывается отдельно. Дается описание организации производства товаров, начиная со стадии подготовки производства и кончая вопросами техники безопасности и производственной санитарии.
- Производственный план разрабатывается на срок реализации проекта (горизонт расчета)

Данный раздел должен состоять из следующих подразделов:

- – программа производства и реализации продукции;
- – материально-техническое обеспечение;
- – затраты на производство и реализацию продукции.



Материально-техническое обеспечение

- В этом подразделе приводятся:
- – перечень наиболее значимых для организации видов сырьевых ресурсов, а также их поставщиков;
- – периодичность приобретения основных видов сырья и материалов (ежемесячно, сезонно, хаотично либо с иной периодичностью, соответствие качественным характеристикам);
- – требования поставщиков по форме оплаты;
- – обоснование и расчет потребности в сырьевых ресурсах, их экономии по сравнению с действующей технологией;
- – обоснование схемы материально-технического обеспечения (виды транспорта, средства погрузки, разгрузки и складирования, оптимизация затрат на транспортировку ресурсов);
- – обоснование и расчет потребности в топливно-энергетических ресурсах, их экономии по сравнению с действующей технологией.

Затраты на производство и реализацию продукции

- в данном разделе необходимо:
- – дать характеристику основных производственных мощностей предприятия в настоящее время и указать их функции (название, количество, цену единицы);
- – уточнить, какие производственные мощности используются для каждого вида продукции (оборудование);
- – указать приблизительно число рабочих, занятых на каждой линии (вид производства, число работающих);
- – назвать дату сборки (строительства) каждой производственной линии или единицы оборудования. Нужно указать дату предполагаемой реконструкции, если это необходимо (производственная линия, дата

Дается общее описание предполагаемого производственного процесса,

- которое включает:
- а) детальное описание природных ресурсов (сырья) – качество, химический состав, расположение источников сырья, транспортные мощности, снабжение электроэнергией;
- б) передачу незавершенной продукции с одной производственной линии на другую;
- в) включение других фирм в промежуточные стадии производства;
- г) временный план производства, начиная с сырья и заканчивая конечным продуктом;
- д) процентное отношение к номинальной мощности функционирования производства в настоящее время;
- е) дополнительные активы предприятия и сумма их оценки;
- ж) дополнительные капитальные вложения, не относящиеся к предполагаемой инвестиционной программе, но требующиеся по окончании срока финансирования.

Организационный план

- План в области организации и управления представляет собой описание управленческой структуры предприятия и технологии управления производством.
- В начале раздела перечисляется состав руководящего органа, указываются количество служащих предприятия, основные и вспомогательные отделы и службы, распределение обязанностей между сотрудниками.



- Банки и инвесторы вкладывают свои деньги не только в само предприятие из-за привлекательности его бизнеса, но часто – в людей, его возглавляющих. Вот почему желательно выявить и указать такие качества ведущих специалистов, которые могли бы заинтересовать инвесторов и убедить их в компетентности и надежности руководства предприятия.

Приводится обоснование штатной численности организации,

- выбор рациональной системы управления производством, персоналом, снабжением, сбытом и организацией в целом. При этом указываются возможности инициаторов проекта по подбору и подготовке персонала, способности команды менеджеров реализовать данный проект, определяется необходимая квалификация и численность специалистов, обосновывается введение многосменности в работе.

Инвестиционный план

- В этом разделе излагается план получения средств для создания или расширения предприятия. Определяется, сколько вообще нужно средств для реализации проекта, откуда намечается получить эти деньги и в какой форме. Выясняется также вопрос о том, когда можно ожидать полного возврата вложенных средств и получения дохода инвесторами.

- Общие инвестиционные затраты определяются как сумма инвестиций в основной капитал (капитальные затраты) с учетом налога на добавленную стоимость (далее – НДС) и затрат под прирост чистого оборотного капитала.

- Инвестиции в основной капитал представляют собой ресурсы, требуемые для строительства, реконструкции, приобретения и монтажа оборудования, осуществления иных предпроеизводственных мероприятий, а прирост чистого оборотного капитала соответствует дополнительным ресурсам, необходимым для их эксплуатации.

Представляются сводные данные по инвестиционным затратам и источникам их финансирования по проекту (собственные, заемные и привлеченные средства, включая государственное участие).

- По источникам собственных средств даются обоснования, подкрепленные расчетами.
- Представляется подтверждение о намерениях (решениях) коммерческих банков, потенциальных инвесторов и иных, заинтересованных по вложению средств в реализацию проекта при наличии таких решений или





- Отдельно приводятся финансовые издержки по проекту (плата за кредиты (займы), связанные с осуществлением капитальных затрат – проценты по кредитам (займам), комиссии банков и другие платежи) и

Для оценки сроков возврата заемных средств производятся расчеты, дающие возможность определить срок окупаемости вложений.

- С этой целью предприниматель обязан:
- – представить детальную схему предполагаемого инвестиционного проекта и временный план его осуществления;
- – указать все необходимые денежные поступления ежемесячно (первый год), поквартально (второй год), за год (третий год);
- – указать источники финансирования проекта, все источники капитала (местные и иностранные в валюте);
- – указать четко общую сумму и требуемый график финансирования;
- – показать в виде таблицы график затрат, относящихся к инвестиционной программе, и график необходимого финансирования

Финансовый план



- Финансовый план включает следующее:
- финансовый отчет за предыдущий период (3 – 5 лет), если, конечно, предприятие уже несколько лет работает;
- планирование финансовых результатов на ближайшие 3 – 5 лет;
- комментарии к прогнозируемым показателям.

- Необходимыми составными частями финансового планирования в данном случае будут следующие документы:
- прогноз объемов реализации;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- таблица доходов и затрат;
- сводный баланс активов и пассивов предприятия;
- схема достижения безубыточности.



- Важным документом в финансовом разделе бизнес-плана является сводный баланс активов и пассивов, который составляется в виде таблицы на начало и конец первого года реализации проекта. Данный документ служит основой для специалистов коммерческих банков при оценке деятельности предприятия и решения вопроса о предоставлении ему денежных средств.





- Заключительным этапом финансового планирования является расчет условий достижения безубыточности работы предприятия. Для этого необходимо определить, сколько нужно производить и реализовывать товаров (услуг), чтобы предприятие смогло погасить затраты и начало получать прибыль (точка достижения безубыточности). Расчет может быть произведен двумя способами: по формуле или графически.

Количество произведенных товаров, при котором будет достигнута безубыточность операций (в штуках, единицах), определяется по следующей формуле:

- $K = \text{УПЗ} / (\text{Ц} - \text{УППЗ}),$
- где УПЗ – сумма условно-постоянных затрат, необходимых для организации коммерческой деятельности, руб.;
- Ц – цена единицы товара (услуги), руб.;
- УППЗ – сумма условно-переменных затрат, необходимых для изготовления единицы товара, оказания одной услуги, руб.
- В УПЗ включаются: сумма полученных ранее и запрашиваемых кредитов, а также выплаты процентов по ним в расчете на год; сумма накладных расходов в целом по предприятию; сумма амортизационных отчислений по основному оборудованию.
- В УППЗ включаются затраты: на материалы, сырье, комплектующие изделия; электро- и теплоэнергию, используемые в производственных процессах; на оплату труда основного производственного персонала.



- В последней части раздела, как правило, излагается финансовая стратегия предприятия. Характеризуются ее общие положения и рассматриваются вопросы финансового обеспечения производства на планируемый период.

Показатели эффективности проекта

- Оценка эффективности инвестиций базируется на сопоставлении ожидаемого чистого дохода от реализации проекта с инвестированным в проект капиталом. В основе метода лежит вычисление чистого потока наличности, определяемого как разность между чистым доходом от реализации продукции
- (далее – чистый доход) по проекту и суммой общих инвестиционных затрат и платы за кредиты (займы), связанной с осуществлением капитальных затрат по



- На основании чистого потока наличности рассчитываются основные показатели оценки эффективности инвестиций:
- чистый дисконтированный доход,
- индекс рентабельности (доходности),
- внутренняя норма доходности,
- динамический срок окупаемости.

- Для расчета этих показателей применяется коэффициент дисконтирования, который используется для приведения будущих потоков и оттоков денежных средств за каждый расчетный период (год) реализации проекта к начальному периоду времени.
- При этом дисконтирование денежных потоков осуществляется с момента начала финансирования инвестиций.



Коэффициент дисконтирования (K_D) в расчетном периоде (году)

$$K_D = \frac{1}{(1 + D)^t},$$

где D – ставка дисконтирования (норма дисконта);
 t – период (год) реализации проекта.

Индекс рентабельности (доходности, далее – ИР)

$$\text{ИР} = \frac{(\text{ЧДД} + \text{ДИ})}{\text{ДИ}},$$

где ДИ – дисконтированная стоимость общих инвестиционных затрат и платы за кредиты (займы) за расчетный период.

Инвестиционные проекты эффективны при ИР более 1.

Юридический план



Юридический план как самостоятельный раздел наиболее часто составляется в двух случаях:

- если предприятие большое и работает длительный срок;
- если предприниматель начинает новое дело.⁶⁸

Экономическая оценка потенциальных рисков

- В большом бизнес-плане сравнительно крупного предприятия этот вопрос может быть вынесен в отдельный раздел, включающий расчеты вероятностей тех или иных видов риска. В бизнес-плане небольшого или недавно созданного предприятия он может быть рассмотрен в разделах об управленческой структуре, маркетинговом исследовании, продукции и технологии, финансовом плане.

- Предпринимателю важно предусмотреть различные виды риска:
- ***возможные и маловероятные.***
- К таким рискам можно отнести
- природные (землетрясения, пожары, бури, наводнения и пр.),
- политико-социальные (внезапные смены власти, военные конфликты и пр.),
- финансовые (колебания курсов валют, изменения в налоговой политике) и ряд других.



- Для минимизации рисков необходимо продумать следующие меры:
- профилактики рисков;
- меры, которые он сможет предпринять, если отрицательное событие произойдет;
- виды страхования.

Риски

- В случае небольшого риска предприниматель может ограничиться созданием специального фонда возмещения убытков.
- Но если он идет на большой риск, то связывается со страховой компанией, с которой заключает договор страхования.
- Помимо прямого страхования, он может заключить договоры перестрахования или сострахования.

План внешнеэкономической деятельности

- Если предприниматель или предприятие ставит задачу выйти на внешний рынок или удержаться на нем, то в данном разделе бизнес-плана приводится информация, характеризующая страну, в которую предполагается ввезти товар, определяются объем продаж, возможная валютная выручка.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

