

7.2. СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

Структура и содержание бизнес-плана могут варьироваться в зависимости от цели составления этого документа и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). В настоящее время существуют несколько групп стандартов его составления.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

- Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);
- Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);
- Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги КМРГ;
- Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР).

Структура и содержание бизнес-плана по стандарту UNIDO

| Структура | Содержание |
|------------------------------------|--|
| Резюме | |
| Описание предприятия и отрасли | <ol style="list-style-type: none">1. Общие сведения о предприятии2. Финансово-экономические показатели деятельности предприятия3. Структура управления и кадровый состав4. Направления деятельности, продукция, достижения и перспективы5. Отрасль экономики и ее перспективы6. Партнерские связи и социальная активность |
| Описание продукции (услуг) | <ol style="list-style-type: none">1. Краткое описание продукции, основные характеристики2. Конкурентоспособность продукции (услуги)3. Патентоспособность и авторские права4. Лицензия5. Условия поставки6. Безопасность7. Гарантий и сервис8. Эксплуатация и утилизация |
| Маркетинг и сбыт продукции (услуг) | <ol style="list-style-type: none">1. Требования потребителей к продукции2. Описание конкуренции3. Описание рынка сбыта продукции4. Описание поставки товара5. Стратегия привлечения потребителей |
| Производственный план | <ol style="list-style-type: none">1. Общие сведения о предприятии2. Технология и уровень квалификации исполнителей3. Кадровое обеспечение4. Объем производства5. Расходы на персонал, сырье, смете текущих затрат.6. Расчет переменных и постоянных издержек |
| Организационный план | <ol style="list-style-type: none">1. Описание руководящей группы2. Организационная структура3. Механизм поддержки и мотивации4. Правовое обеспечение |

| | |
|--|---|
| Финансовый план | <ol style="list-style-type: none"> 1. Затраты подготовительного периода 2. Затраты текущего (основного) периода 3. Расчет поступлений от 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 |
| Направленность и эффективность проекта | <ol style="list-style-type: none"> 1. Направленность и значимость проекта 2. Показатели эффективности его реализации 3. Анализ чувствительности проекта |
| Риски и гарантии | <ol style="list-style-type: none"> 1. Предпринимательские риски и возможные форс-мажорные обстоятельства 2. Гарантии возврата средств партнерам и инвесторам |
| Приложения | |

Бизнес-план начинается с титульного листа. В титульном листе пишем название проекта, рисунок по содержанию, город где он реализуется и год написания бизнес-плана. После титульного листа пишется содержание, здесь необходимо указать страницы по разделам структуры бизнес-плана.

1. Резюме (концепция проекта);
2. Описание продукции;
3. Маркетинговый план;
4. Производственный план;
5. Организационный и управленческий план;
6. План реализации проекта;
7. Финансовый план;
8. Анализ рисков проекта;
9. Приложения.

7.3. РАЗДЕЛЫ БИЗНЕС-ПЛАНА (МАРКЕТИНГОВЫЙ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ, ФИНАНСОВЫЙ)

1. Резюме (концепция проекта)

Резюме должно быть кратким, не более одного-двух страниц. Именно первое знакомство потенциального инвестора с планом является определяющим для судьбы проекта и поэтому резюме должно быть проработано таким образом, чтобы вызвать к нему интерес.

В резюме отражается следующая информация:

- полное название, адрес и телефон предприятия-инициатора проекта;
- наименование проекта, его суть;
- описание предприятия, его специфических черт, на какой стадии развития предприятие находится на сегодняшний день;
- краткие сведения о численности и квалификации персонала;
- совокупная стоимость проекта, объем средств, которые инициатор инвестирует в проект;

- потребность в финансировании, желательные формы и условия инвестирования, гарантии по возврату заемных средств;
- ключевые экономические показатели эффективности проекта.

Пример, Цель разработки бизнес-плана – привлечение инвестиции и обоснование эффективности создания фермы по программе «Игілік» 2-го направления Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес».

| 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ЗАЕМЩИКЕ | |
|--|--|
| Ф.И.О. | |
| Гражданство | Республика Казахстан |
| Адрес | |
| № удостоверения личности | |
| Дата и место рождения | |
| ИИН | 7350173xxxx |
| Семейное положение и количество нетрудоспособных детей | |
| Образование | Высшее |
| Специальность | |
| Наличие инвалидности | нет |
| Контактные данные | 870292xxxxx |
| Целевое назначение займа: | Организация разведения КРС по программе "Игілік" |
| Валюта: | тенге |
| Общая сумма проекта, тыс. тенге: | 3 750 |
| В т.ч. заемные средства, тыс. тенге: | 3 750 |
| В т.ч. собственные средства, тыс. тенге: | 0 |

Описание предприятия имеет целью формирование у лиц, принимающих инвестиционные решения, четкого представления о предприятии как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта.

Пример,

Животноводство Казахстана занимает около 43% от всей валовой продукции сельского хозяйства. Животноводство является одной из основных стратегических экономических задач Казахстана и продолжает оставаться основным источником занятости, питания и доходов сельского населения.

Характер естественных кормовых угодий предопределяет развитие, прежде всего, овцеводства, мясного скотоводства, на долю которых приходится около 65% произведенного мяса в Республике, а также молочного скотоводства.

Концепция проекта предусматривает открытие фермы по разведению КРС.

Целевое назначение займа

| Наименование | Количество | Цена, тг | Сумма, тг |
|---|------------|----------|-----------|
| Количество покупаемых коров маточного поголовья | 12 | 250 000 | 3 000 000 |
| Количество покупаемых быков производителей | 0 | 0 | - |
| Закуп кормов и оборотные средства | 1 | 750 000 | 750 000 |
| Всего | | | 3 750 000 |

2. Описание продукции

В данном разделе необходимо дать краткое описание потребительских свойств продукции, предлагаемой предприятием, а также результаты сравнительного анализа с аналогами на рынке.

Описание продукции включает в себя следующее:

- наименование изделия и его спецификация;
- функциональное назначение и область применения (для каких потребителей предназначена продукция);
- основные технические, эстетические и другие характеристики продукции;
- показатели технологичности и универсальности продукции;
- соответствие стандартам и нормативам;
- стоимостная характеристика;

В том числе прилагается патентно-лицензионная защита, торговый знак, авторские права и другая информация об объектах интеллектуальной собственности касательно продукции. Необходимо предоставить данные о производимой продукции в натуральном и стоимостных показателях, его структуры табличной форме за последние 5-10 лет. Для наглядности также прилагается экземпляр вашей продукции (либо же фотографии, чертежи).

Пример, по нашему примеру бизнес-проекта исполнитель покупает красную степную породу.

Красная степная корова по численности занимает второе место в Казахстане. В основном разводят в Северном Казахстане, Кокшетау, Костанай и Акмолинской областях. Производительность молока – от 2000 кг до 4500 кг, жирность 3,6-3,8%.

3. Маркетинговый план

В структуре бизнес-плана маркетинговый план занимает особое место, здесь описывается анализ рынка, ценообразование, продвижение товара, реклама стратегия всего цикла товара от разработки товара до ее реализации. В данном разделе дается оценка рыночных возможностей предприятия.

В маркетинговом плане должно быть отражено:

- Описание отрасли
- Характеристика рынка продукции
- SWOT-анализ предприятия
- Исследование и анализ рынка сырья, материалов и иных факторов производства
- Характеристика потребителей продукции

- Программа сбыта продукции
- Конкурентоспособность предприятия

Результаты исследования рынка являются также базой для разработки долгосрочной стратегии и текущей политики предприятия и определяют его потребности в материальных, людских и денежных ресурсах.

Первая часть предполагает описание существующей ситуации на рынке:

- структура рынка,
- конкуренция,
- другие поставщики аналогичной продукции или заменяющей,
- эластичность спроса по ценам,
- реакция рынка на социально-экономические процессы,
- описание каналов распределения продукции,
- темпы роста потребления и т. д.

Основными количественными характеристиками рынка являются емкость рынка и спрос на продукцию предприятия. Определение спроса включает в себя оценку величины и структуры текущего спроса и перспективу его изменения. Текущий спрос определяется общим количеством продукции, проданной по определенной цене на конкретном рынке за какой-либо период времени (обычно 3-5 лет). Информация должна позволить оценить размеры и структуру текущего спроса, а также основные сегменты рынка по конечному пользователю, географическому делению и категориям потребителей.

При описании предполагаемого рынка сбыта продукции предприятия следует указать:

- основные предприятия, работающие на рынке;
- продукцию конкурентов;
- отличительные характеристики предполагаемых рынков и сегментов рынков (необходимая потребность в продукции и степень удовлетворения потребности с учетом демографических факторов, географического месторасположения, сезонных тенденций);
- размеры предполагаемого рынка;
- общая численность покупателей,
- годовой объем продаж продуктов и услуг,
- ожидаемый рост размеров рынка;
- проникновение на рынок (доля рынка, охватываемая территория, обоснование масштабов проникновения);
- важнейшие тенденции и ожидаемые изменения на основных предполагаемых рынках;
- второстепенные рынки и их основные характеристики;
- установление контактов с потенциальными покупателями, их готовность приобретать продукцию при различном уровне цен, предоставление информации покупателям;
- цикл покупок продукции потенциальными клиентами, процесс оценки решений, ответственность и право выбора окончательного решения;
- администраторы, торговые агенты, инженеры и т. д.;
- время между моментом размещения заказа и моментом поставки продукции (первичные заказы, повторные заказы, покупки больших партий продукции).

Характеристика потребителей продукции

| Год/месяц | Ожидаемый спрос | Ожидаемое предложение | Объем производства | Цена | Потребители | Подтверждение (контракт) |
|-----------|-----------------|-----------------------|--------------------|------|-------------|--------------------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Объем сбыта продукции (услуг) с точки зрения прогнозирования является наиболее важным и сложным, поскольку анализ существующего рынка и политика формирования уровня и структуры спроса на продукцию определяют результаты реализации инвестиционного проекта.

Программа сбыта продукции включает следующие показатели:

- расчет и обоснование цены, ценообразование;
- расчет себестоимости продукции;
- программа продаж (на каждый год);
- ожидаемый доход от продаж;
- издержки при продаже и распределении;
- целевая группа потребителей;
- описание торговой сети;
- методы и каналы распределения продукции, реклама;
- методы стимулирования сбыта.

Вы должны сделать насколько возможно более точную оценку по объему продаж!

- Используйте статистику (попытайтесь получить статистику, в разрезе различных экономических групп!)
- Используйте собственный опыт
- Опирайтесь на ваши результаты изучения рынка

В бизнес-плане конкурентоспособность предприятия определяется в результате:

- изучения сильных и слабых сторон конкурентов:
 - их продукции и потребителей;
 - рекламный пакет;
 - цены;
 - объемов продаж;
 - имидж;
 - местонахождение и т. д.

• анализа конкурентных качеств выпускаемой продукции, которые оказывают значительное влияние на разработку ценовой и сбытовой стратегии маркетинга и используются при формировании плана производства.

Анализ конкурентоспособности продукции проводят, как правило, по показателям потребительских качеств и стоимостным показателям в соответствии с общепринятыми в Казахстане методиками. Сопоставление продукции с имеющимися аналогами определяет ее место среди них. На этом этапе может быть определена в первом приближении цена на продукцию (услуги).

В данном разделе также приводится описание ценовой стратегии предприятия. Определение исходной цены на продукцию базируется на результатах анализа спроса, цен конкурентов и оценка издержек предприятия на производство и реализацию продукции.

Ценовую стратегию и выбор методики ценообразования определяют, в основном, два фактора:

- тип рынка (рынок свободной конкуренции, олигополистический рынок, монополистический рынок);
- характер целей предприятия, основными из которых являются:
- максимизация текущей прибыли,
- завоевание определенной доли на рынке,
- завоевание лидерства по качеству продукции.

4. Производственный план

Данный раздел бизнес-плана представляется только предпринимателями, занимающимися производством продукции, товаров или услуг. Главная задача раздела показать потенциальным партнерам, что предприятие в состоянии реально производить требуемое количество продукции, товаров или услуг в необходимые сроки.

В данном разделе указывается количество производимой продукции и сроки, виды и качество продукции. Данные этого раздела бизнес-плана желательно приводить в перспективе на 5-7 лет.

Производственный план (по объему продукции и смете затрат) формируется на основе плана сбыта продукции и расчета производственных мощностей предприятия, а также прогноза производственных запасов и потерь.

Для описания структуры производственного процесса необходимы следующие данные:

- структура производства, планируемого к использованию в рамках инвестиционного проекта;
- технологическая схема;
- перечень исходных материалов и комплектующих изделий, их количество и стоимостные характеристики;
- основные поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий, объемы и условия поставок;
- потребное количество энергии, газа, сжатого воздуха, пара и т.д. и стоимость единицы их потребления;
- перечень услуг сторонних организаций, необходимых для осуществления процесса производства и реализации продукции;
- объем внутренних и внешних перевозок по всем видам транспорта, тарифы по перевозкам;
- затраты по перечисленным позициям.

Пример:

| Входящие параметры проекта | ед.изм. | цифры, принятые в наст. фин.модели | примечание, прочие сведения |
|---|----------------|--|---|
| Порода КРС | порода | Красная степная порода КРС (Мясо-молочная) | |
| Планируемое максимальное поголовье коров маточного стада по данному проекту через 6 лет | голова | 60 | Максимальное количество коров маточного поголовья |
| Пастбищный выпас | | да | |
| Расходы на выпас 1 головы в месяц | тенге | 1500 | |
| Живой вес бычков на откорме 18 мес | кг | 480 | разбег 470-526 кг |
| Живой вес тёлочек 18 мес | кг | 400 | разбег 360-420 кг |
| Живой вес взрослых коров | кг | 480 | разбег 550-650 кг |
| Расходы на осеменение 1 головы | тенге | 5000 | 0 |
| Средний надой с одной головы в год, л | литр | 2880 | - |
| Живой вес быков-производителей | кг | 400 | разбег 950-1050 кг |
| Убойный выход туши | % | 55% | разбег для породы 63-73% |
| Выход приплода от маточного стада | % | 90% | 0 |
| Выход тёлочек в приплоде | % | 50% | 0 |
| Выход бычков в приплоде | % | 50% | 0 |
| Цена реализации КРС в живом весе | тг | 650 | 0 |
| Субсидия на покупку племенного скота, тг/гол | тг | 0 | 0 |
| Цена реализации КРС в убойном весе (мясо), на внутреннем рынке | тг | 1250 | 0 |
| Доля реализации мяса на внутреннем рынке | % | 100% | оптовая продажа |
| Стоимость грубых кормов | тенге/тонна | 15 000 | 0 |
| Стоимость комбикормов | тенге/тонна | 28 000 | 0 |
| Стоимость соломы | тенге/тонна | 2 000 | 0 |

| | | | |
|---------------------------------|-------------------|--------------------------|---|
| Будет ли реализация молока | да=1/ нет=0 | 1 | Вставить один из двух вариантов 1 или 0 |
| Среднегодовая стоимость молока | тенге/ литр | 80 | Молоко (2,5 %), литр |
| Среднегодовая стоимость сливок | тенге/ литр | 250 | Сливки (20%), литр |
| Среднегодовая стоимость сметаны | тенге/кг | 1 500 | Сметана (20%), кг |
| Среднегодовая стоимость масла | тенге/кг | 2 500 | Масло (72,5%), кг |
| Среднегодовая стоимость творога | тенге/кг | 700 | Творог (5%), кг |
| Штат | кол-во человек | Месячный оклад, тенге | 0 |
| Управляющий | 1 | 30 000 | 0 |
| Пастух | 0 | 40 000 | 0 |
| Доярка | 1 | 40 000 | 0 |

Движение поголовья КРС по годам, голов

| Половозрастная группа | 2018 г | | 2019 г | | 2020 г | | 2021 г | | 2022 г | | 2023 г | | 2024 г | | 2025 г | | 2026 г | |
|-------------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. | пост. | выб. |
| Быки-производители, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Коровы маточного стада, голов | 12 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 | 7 | 0 | 9 | 0 | 12 | 0 | 15 | 10 |
| Тёлки 0-6 мес, голов | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 9 | 7 | 12 | 9 | 15 | 12 | 19 | 15 |
| Тёлки 7-12 мес, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 7 | 9 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 |
| Тёлки 13-18 мес, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 0 | 5 | 10 | 7 | 7 | 9 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 |
| Бычки 0-6 мес, голов | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 9 | 7 | 12 | 9 | 15 | 12 | 19 | 15 |
| Бычки 7-12 мес, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 7 | 9 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 |
| Бычки 13-15 мес, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 7 | 9 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 |
| Бычки 16-18 мес, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 0 | 5 | 5 | 7 | 12 | 9 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 |

Производственная мощность

| Половозрастная группа | 2018 г | 2019 г | 2020 г | 2021 г | 2022 г | 2023 г | 2024 г | 2025 г | 2026 г |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Забой коров маточного стада, голов | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| Забой бычков 18 мес, голов | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 7 | 9 | 12 | 15 |
| Забой всего, голов | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 7 | 9 | 12 | 25 |
| Общий объем произведенного мяса, тонн | 0 | 0 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,8 | 2,4 | 3,2 | 6,6 |
| Объем натурального производ-ства молочной продукции | | | | | | | | | |
| Молоко (2,5%), литр | 24 686 | 34 560 | 44 846 | 55 131 | 73 646 | 92 160 | 116 434 | 148 526 | 172 800 |

5. Организационный и управленческий план

Раздел «Организационный и управленческий план» считается основным из разделов бизнес-плана. Он состоит следующих пунктов:

- Организационная структура фирмы/компании;
- Система управления (кто руководитель);
- Управления трудовыми ресурсами (фонд оплаты труда).

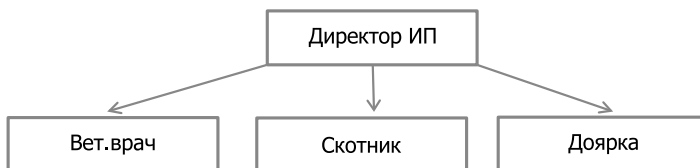
В данной части бизнес-плана дается описание концепции и структуры управления проектом (или организационная схема по структуре предприятия), а также характеристика состава группы управления.

Для описания организационной структуры предприятия необходимо иметь:

- Устав предприятия;
- Положение о Совете директоров (собственников);
- перечень основных подразделений предприятия, участвующих в реализации проекта, их функций;
- взаимодействие подразделений между собой;
- распределение обязанностей в группе управления, должностные инструкции;
- подробное описание членов группы управления Ф.И.О., квалификация, вклад в достижения предприятия, опыт, принципы, лежащие в основе оплаты труда данного управляющего.

В разделе может быть также дано описание правовой (юридической) формы организуемой в рамках реализации проекта структуры (предприятия) с четким обозначением прав собственности и распределения прибыли.

Пример, организационная структура



Штатное расписание и Фонд оплаты труда, тенге

| Штатные единицы | кол-во единиц | месячный оклад | годовой фонд, тыс.тг |
|-----------------------------------|---------------|----------------|----------------------|
| Основной персонал | | | |
| Директор ИП | 1 | 30 000 | 360 |
| Итого | 1 | | 360 |
| Сезонные рабочие | | | |
| Скотник | - | 40 000 | - |
| Доярка | 1 | 40 000 | 480 |
| Итого | 1 | | 480 |
| Всего затраты на трудовые ресурсы | 2 | | 840 |

Сумма расходов на оплату труда составляет 840 000 тенге в месяц.

6. Реализация проекта

В календарном плане указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Хорошо составленный календарный план может быть исключительно эффективен для получения дополнительных средств от потенциальных инвесторов а также демонстрирует способность руководителей проекта планировать работу и сводить к минимуму риск. Отдельно подготавливается как часть календарного плана помесячное расписание, показывающее время работ по внедрению продукта. В календарном плане указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Описываются основные этапы, время на их проведение, ответственных лиц. Рекомендуется приводить календарный план в виде графика или таблицы.

Календарный план реализации проекта

| Мероприятия\Месяц | год | | | |
|--|-----|---|---|----|
| | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Проведение маркетингового исследования | | | | |
| Решение вопроса финансирования | | | | |
| Подготовка разрешительных документов | | | | |
| Получение кредита | | | | |
| Покупка оборудования | | | | |
| Покупка сырья | | | | |

7. Финансовый план

Задачей раздела является общая экономическая оценка всего проекта с точки зрения окупаемости затрат, уровня рентабельности и финансовой устойчивости предприятия. Для инвестора раздел представляет наибольший интерес, так как позволяет оценить степень привлекательности проекта по сравнению с иными способами использования денежных средств. В полном виде этот раздел включает ряд следующих финансовых документов:

- сводный баланс доходов и расходов;
- план денежных поступлений и расходов с такой же периодичностью;
- балансовый план на конец первого года в его традиционной форме;
- план по источникам финансирования.

8. Анализ рисков проекта

Проблема риска и дохода в производственной и финансовой деятельности предприятия является одной из главных. Для предприятия риск означает вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части его ресурсов, недополучению доходов или появлению дополнительных расходов в результате производственной и финансовой деятельности. Современная экономическая ситуация, в которой работают предприятия, неблагоприятна. Конъюнктура рынка изменяется, и поэтому предприятия постоянно сталкиваются с риском, так как происходят перемены в положении конкурентов, изменяются условия и формы финансирования, система налогообложения и т.д. Поэтому при разработке бизнес-плана должны быть учтены возможные изменения рыночной ситуации.

Провести качественный и количественный анализ риска.

Задачей первого является определение факторов риска и этапов работ, при выполнении которых возникает риск. Количественный анализ предполагает определение факторов риска, что является более сложной задачей.

Анализ рисков

| № | Вид риска | Пути устранения рисков |
|---|----------------------|--|
| 1 | Болезнь КРС | Преждевременная вакцинация |
| 2 | Уменьшение сбыта | Заранее составить договор или сделку с покупателем |
| 3 | Экономический кризис | Диверсификация проекта, страхование |

Приложения

В заключительной части бизнес-плана приводятся документы и источники, которые были использованы при его подготовке, и на которые есть ссылки в основном тексте. Речь идет о письмах от клиентов и партнеров, копиях договоров и контрактов, различных прейскурантах, статистических обзорах, справках, результатах исследований и т.д.

Данный модуль позволил нам понять методiku написания бизнес-плана ее структуру и основные разделы. Далее в следующем модуле 8 «Финансовое планирование» мы перейдем к детальному составлению финансового плана, в котором будут отражены основные финансовые показатели эффективности будущего проекта.