

Бизнес-планирование: Учебник / под ред. проф. Т. Г. Попадюк, проф. В. Я. Горфинкеля. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2015. — 296 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
-----------------------	---

РАЗДЕЛ I.

Сущность и значение бизнес-планирования в деятельности организаций и предприятий

Глава 1.

Сущность, цели и задачи бизнес-планирования.	5
1.1. Система планирования на предприятии.	5
1.2. Цели и задачи бизнес-планирования.	12
Краткие выводы.	15
Вопросы для самоконтроля.	16

Глава 2.

Стратегическое планирование и бизнес-план.	17
2.1. Особенности стратегического развития организации на различных этапах жизненного цикла.	17
2.2. Типология бизнес-планов развития организации.	25
2.3. Обзор подходов к формированию бизнес-плана.	27
Краткие выводы.	33
Вопросы для самоконтроля.	34

Глава 3.

Инвестиционный проект, бизнес-план, бизнес-проект, их взаимосвязь и функции.	35
3.1. Инвестиционный проект, его содержание и назначение.	35
3.2. Бизнес-план, его содержание и применение.	41
3.3. Бизнес-проект развития, его подготовка, содержание и применение.	43
3.4. Принципы разработки документов для реализации бизнес-идей и их сравнительный анализ.	45
Краткие выводы.	48
Вопросы для самоконтроля.	49

Глава 4.

Бизнес-план как инструмент управления конкурентоспособностью предприятия.	50
4.1. Природа современной конкуренции и значение повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.	50
4.2. Конкурентные преимущества организаций и принципы управления конкурентоспособностью.	55
4.3. Возможности технологий бизнес-планирования в управлении конкурентоспособностью предприятий.	60
Краткие выводы.	63
Вопросы для самоконтроля.	64

РАЗДЕЛ II.

Содержание и порядок разработки

Глава 5.

Структура и основные разделы бизнес-плана.	65
5.1. Содержание бизнес-плана.	65
5.2. Зарубежный опыт разработки бизнес-плана.	73
5.3. Особенности разработки раздела бизнес-плана — резюме.	76
Краткие выводы.	81
Вопросы для самоконтроля.	82

Глава 6.

Товары и услуги в маркетинге.	83
6.1. Маркетинговые исследования продуктов, товаров и услуг.	83
6.2. Жизненный цикл товара	96
6.3. Организация разработки нового продукта.	108
Краткие выводы.	113
Вопросы для самоконтроля.	113

Глава 7.

Разработка ресурсного обеспечения бизнес-плана.	114
7.1. План производства	114
7.2. Расчет необходимых основных фондов.	116
7.3. Расчет потребности в оборотных средствах.	117
7.4. Расчет затрат на трудовые ресурсы	118
Краткие выводы.	120
Вопросы для самоконтроля.	120

Глава 8.

Финансирование и оценка мероприятий бизнес-плана.	121
8.1. Формы и источники финансирования проекта.	121
8.2. Специфические источники финансирования мероприятий бизнес-плана	130
8.3. Оптимальная структура источников финансирования проекта	139
8.4. Оценка эффективности мероприятий бизнес-плана организации.	143
Краткие выводы.	150
Вопросы для самоконтроля.	151

Глава 9.

Анализ рисков в процессе бизнес-планирования.	152
9.1. Необходимость анализа рисков при бизнес-планировании.	152
9.2. Факторы, влияющие на возникновение рисков.	157
9.3. Основные виды рисков, возникающих при реализации бизнес-проектов.	160
9.4. Оценка рисков в процессе бизнес-планирования.	164
9.5. Методы снижения уровня рисков.	168

9.6. Анализ рисков собственников активов или владельца бизнеса при бизнес-планировании.	172
Краткие выводы	180
Вопросы для самоконтроля	182

Глава 10.

Особенности разработки бизнес-плана для нового предприятия или производства нового продукта.	183
10.1. Источники формирования бизнес-идеи нового предприятия или нового продукта	183
10.2. Этапы разработки нового продукта	188
10.3. Факторы, определяющие особенности разработки бизнес-плана нового предприятия_____	192
10.4. Цели и задачи разработки бизнес-плана нового предприятия или нового продукта	196
Краткие выводы	198
Вопросы для самоконтроля	199

РАЗДЕЛ III.

Важнейший инструментарий бизнес-планирования

Глава 11.

Роль анализа в разработке бизнес-плана.	200
11.1. Содержание анализа и его место в бизнес-плане	200
11.2. Основные цели анализа бизнес-плана	206
11.3. Комплексный экономический анализ, его особенности, состав.	207
11.4. Методика анализа производственных предприятий.	209
11.5. Требования потенциальных инвесторов и необходимость проведения анализа основных показателей.	212
11.6. Сущность стратегического анализа	214
11.7. Маркетинговый анализ.	216
Краткие выводы	222
Вопросы для самоконтроля.	223

Глава 12.	
Методика обоснования эффективности бизнес-плана	224
12.1. Структуры, характеризующие предприятие	224
12.2. Экономическая структура и ее роль для обоснования эффективности бизнес-плана	229
12.3. Порядок оценки эффективности бизнес-плана	233
Краткие выводы	237
Вопросы для самоконтроля	237
Глава 13.	
Основные экономические показатели бизнес-проекта	238
13.1. Стандартизация характеристик управления бизнес-проектами	238
13.2. Система показателей бизнес-проекта	244
13.3. Методы учета риска при оценке эффективности бизнес-проекта	252
Краткие выводы	256
Вопросы для самоконтроля	257
Глава 14.	
Информационные технологии в бизнес-планировании	258
14.1. Состав и структура информационных ресурсов в бизнес-планировании	259
14.2. Информационная технология маркетингового планирования на основе системы <i>Бестоп</i>	263
14.3. Технология разработки плана продаж в среде системы <i>Бестоп</i>	268
14.4. Бизнес-планирование инновационных проектов	284
Краткие выводы	286
Вопросы для самоконтроля	286
Литература	287