Основы проектирования

Фандрайзинг

Бизнес-план

Фандрайзинг (в контексте нашего курса) — целенаправленный, систематический поиск средств или ресурсов (в том числе людей, оборудования, информации, времени, денег и др.) для реализации проекта.

Чтобы приступить к составлению плана фандрайзинга, необходимо ответить на следующие вопросы.

- Какой ресурс для Вашего проекта является основополагающим?
- Без чего не может быть осуществлен проект?
- Является ли отсутствие денег и материально— технической базы непреодолимым препятствием в обеспечении жизнедеятельности Вашего проекта?

- Какие ресурсы мы хотим получить?
- Сколько?
- Зачем?
- На что будут потрачены те деньги, которые, как мы рассчитываем, нам дадут люди?

Цикл фандрайзинга:

- оценка потребностей (составление бюджета, бизнес— плана);
- выбор потенциальных источников (инвесторов);
- проведение конкретных мероприятий по привлечению конкретных ресурсов;
- оценка результатов;
- и снова — оценка потребностей.

Бюджет проекта

Бюджет проекта — это утвержденная стоимостная оценка плановых затрат всего проекта.

Бюджет проекта позволяет производить сверку, мониторинг и контроль использования денежных средств по ходу выполнения проекта. Бюджет проекта используется для планирования финансирования проекта и сравнения фактических затрат с плановыми затратами.

Бюджет следует расписать по следующим статьям:

- оплата труда (включает заработную плату штатных и внештатных сотрудников);
- гонорары — с указанием доли рабочего времени от полной ставки в %, оплата разовых услуг консультантов по договору;
- обязательные налоги и страхование — до 40,5% от фонда заработной платы;
- прямые основные расходы (аренда помещений, оборудование, офисные расходные материалы, командировки, связь, типографские расходы и др.);
- непрямые расходы (если имеются);
- размер вкладов в натуральной форме (включая добровольный труд);
- уже изысканные средства из других источников (желательно в денежном эквиваленте).

Бизнес–план проекта

- **Бизнес–план** — это программа осуществления бизнес–операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.
- Бизнес–план для привлечения инвестора имеет свою специфику. Основная задача в данном случае — убедить инвестора в выгодности для него вложений в представляемый ему инвестиционный проект.
- Бизнес–план, представляемый инвестору, обычно имеет небольшой объем, как правило это 8—10 листов. Он носит характер краткого резюме инвестиционного проекта. В нем должны быть представлены только цели, результаты проведенного исследования рынка, суть проекта, требуемые и имеющиеся ресурсы, предполагаемые результаты от его реализации, основные показатели и краткие выводы.

Типовая структура бизнес–плана

- Титульная страница

  Содержит название компании, ее юридический и фактический адреса, телефоны, e–mail и адрес сайта (если есть), наименование и полные реквизиты собственников компании, наименование и (очень кратко) суть проекта, информацию об исполнителях проекта и дату его составления.

- Резюме проекта

Представляет собой основные положения, суть, ≪выжимки≫ из проекта, его основные выводы (для этого можно использовать паспорт проекта). Цель резюме — заинтересовать инвестора и заставить его подробнее ознакомиться с содержанием бизнес–плана. Объем резюме обычно составляет 2—3 страницы текста, который должен быть составлен простыми словами без использования терминологии и простыми предложениями. Оно должно показать инвестору выгодность и перспективность вложений в представляемый инвестиционный проект.

- Описание компании

Содержит информацию о компании, которая предлагает данный инвестиционный проект, ее полные реквизиты, информацию об учредителях и их реквизиты, цели компании, сведения о руководстве, историю компании, достижения, организационную структуру, основные продукты и место компании на рынке.

- Описание продукта или услуги

  Включает информацию о продукте или услуге, его основных характеристиках, основных потребителях, потребительских свойствах товара, отличиях от существующих аналогов, информацию о патентах и лицензиях.

- Маркетинговый анализ

  Содержит информацию об имеющихся на рынке товарах, продукции конкурентов, сравнение характеристик и потребительских качеств товаров конкурентов и предлагаемого продукта, информацию о наименовании конкурентов и их реквизиты, цены конкурентов и их стратегию продвижения товаров.

- Стратегия продвижения товара

  Здесь основным является определение рыночной ниши, т.е. того, какой именно и для каких категорий потребителей предназначен товар, количественный и качественный анализ потребителей, где они расположены, какими именно методами и каналами сбыта предлагается реализовывать товар или услугу. Приводится информация о стратегии рекламирования продукта или услуги, затратах на маркетинг, ценообразовании, политике работы с покупателями. Этот раздел бизнес–плана часто является его самым слабым местом.

- Производство

  В случае производственного предприятия данный раздел включает информацию о выбранной технологии производства, мотивации ее выбора, описание основных технологических процессов предприятия, схему его работы, расстановку оборудования. Если предполагается реконструкция или строительство, то приводится описание технических решений и расчеты затрат на реконструкцию или строительство.

- План по персоналу

  В этом разделе приводится информация о потребности в персонале, его количестве и квалификации, анализ рынка труда по каждой позиции работников, приводятся расчеты затрат на оплату труда персонала, его социальное обеспечение, методы стимулирования и затраты на обучение.

- Организационная структура и управление

  Содержит схему организационной структуры управления предприятием, информацию о количественном и качественном составе подразделений предприятия, требования к его квалификации, расчет затрат на оплату труда, социальное обеспечение и стимулирование труда управляющего персонала.

- Финансовый план
- Он показывает, какие финансовые ресурсы потребуются для реализации инвестиционного проекта и в какие периоды времени, а также отдачу от проекта при заданных исходных данных и верности выводов маркетингового исследования. В финансовом плане приводятся или рассчитываются денежные потоки предприятия — затраты, выручка от реализации, налоги и прибыль.

- Анализ рисков проекта

  В этом разделе дается описание возможных рисков проекта и их характери-стики, а также приводятся стратегии по их минимизации.

- Приложения

  Документы, на базе которых был составлен бизнес–план. Это могут быть данные маркетинговых исследований, спецификации и подробные описания продуктов, развернутые характеристики конкурентов и их продуктов, копии рекламных материалов, прайс–листов, каталогов, письма от покупателей и заказчиков, контракты, резюме руководителей проекта и подразделений предприятия, заключения экспертов и прочие документы.

Пошаговая инструкция по поиску средств на реализацию проекта

Шаг 1. Поверить в себя

- Прежде чем приниматься за дело, поверьте: это реально, и именно Вы это сделаете. Надо просто поверить в свои силы и сделать несколько простых и понятных шагов.

Шаг 2. Определить, к какому типу относится проект

Это необходимо для выбора вариантов дальнейших действий, определения источников финансирования.

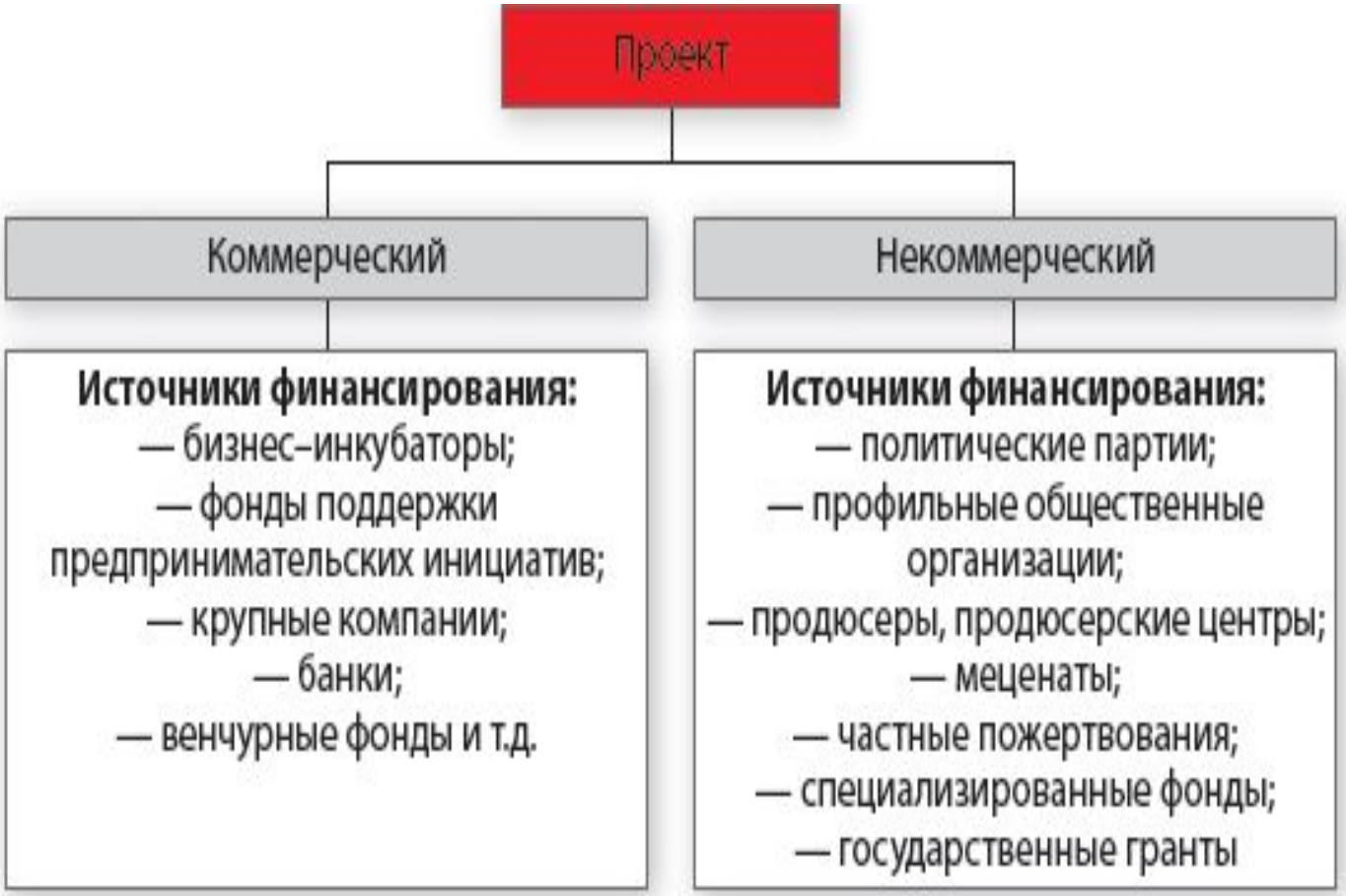
По ожидаемому экономическому эффекту проекты можно разделить:

- на коммерческие проекты, подразумевающие получение прибыли;
- некоммерческие проекты, не предполагающие получение прибыли.

По предметной области проекты делятся на:

- общественно— политические, влияющие на систему власти (изменение кадрового состава, побуждение к принятию определенных политических решений). Пример: выборы, инициирование парламентских дебатов и т.д.;
- социальные, воздействующие на систему общественных отношений, изменение социально значимых условий (формирование толерантности);
- научно— исследовательские, решающие актуальные научные задачи, направленные на получение нового знания;
- творческие, создающие новые эстетические, культурные и духовные ценности;
- технические, создающие новые устройства, машины и механизмы, а также разрабатывающие новые производственные технологии;
- экологические, целенаправленно улучшающие окружающую среду.

- ***Индивидуальное задание №11. Как Вы думаете, к какому типу относится Ваш проект?»***


Проект
Коммерческий
Некоммерческий
Источники финансирования:
— бизнес–инкубаторы;
— фонды поддержки предпринимательских инициатив;
— крупные компании;
— банки;
— венчурные фонды и т.д.
Источники финансирования:
— политические партии;
— профильные общественные организации;
— продюсеры, продюсерские центры;
— меценаты;
— частные пожертвования;
— специализированные фонды;
— государственные гранты

- Венчурная компания – это специально созданное предприятие, конечным продуктом которого являются различные инновации (то есть нововведения), связанные с риском.
- Эти новшества могут быть в самых разных отраслях: в организации производства, научных исследованиях, технологиях, маркетинге и т. д.

Некоммерческий проект
Общественно-политический
Социальный
Научно-исследовательский
Творческий
Технический
Экологический

Шаг 3. Определить кому и зачем нужен проект

Прежде чем начать поиск денег или других материальных или нематериальных ресурсов для реализации своего проекта, Вы должны определиться, зачем и кому он нужен. Для этого еще раз уточните:

- Какую проблему Вы будете решать?
- Почему решение этой проблемы имеет общественную значимость?
- Кто конкретно получит пользу от Вашей работы (какие люди, группы людей)?
- Каких результатов Вы добиваетесь (опишите их количественные и качественные характеристики)?
- Какими ресурсами и в каком объеме Вы уже располагаете?
- Какие ресурсы и в каком объеме еще нужно привлечь к уже имеющимся, чтобы реализовать проект?

Шаг 4. Кто выделит средства?

В зависимости от того, в какой сфере реализуется Ваш проект (см. шаг 2), Вы можете ответить на вопрос, какая организация и кто конкретно может выделить средства.

Определитесь, куда и к кому конкретно обращаться, и подготовьтесь к переговорам.

Типы инвесторов (доноров) и их особенности

- Инвесторы (доноры) — это организации или частные лица, представляющие разного рода ресурсы гражданам и организациям на некоммерческой основе на цели, направленные на благо общества в целом.
- Заявители — это частные лица или организации, подающие заявки на грант.

В роли инвесторов могут выступать:

- государственные учреждения разных стран;
- международные организации;
- частные благотворительные фонды;
- коммерческие структуры, религиозные, научные и другие общественные организации, а также

частные лица;

- органы государственной власти субъекта Федерации;
- органы местного самоуправления, советы депутатов, мэрии, администрация;
- политические партии;
- союзы предпринимателей и работодателей.

Выбирая потенциального инвестора, необходимо ответить на следующие вопросы

- Кто может Вас поддержать?
- Доступны ли люди, которые Вас интересуют?
- Какие льготы Вы можете предложить инвестору?
- Какие услуги и возможности Вы можете предложить инвестору?
- Как может отразиться на имидже инвестора сотрудничество с Вашей организацией?
- Какие альтернативные источники ресурсов Вы можете использовать?
- Насколько сегодняшняя ситуация благоприятна для инвестиций именно в Вашу организацию?
- К кому Вы можете обратиться за поддержкой и почему?

- ***Индивидуальное задание №2. Назовите своих потенциальных инвесторов. Почему Вы считаете, что Ваш проект им будет интересен? Как Ваш проект «встраивается» в экономику, политику, социокультурную сферу Вашего региона?***

Алгоритм поиска ресурсов в зависимости от типа проекта

Коммерческий проект (бизнес— проект)

- составьте бизнес— план;
- изучите условия инвестирования и кредитования;
- составьте убедительную, яркую, но короткую презентацию (3 минуты)
- ищите финансовую поддержку в бизнес— инкубаторах, фондах по поддержке предпринимательских инициатив, крупных компаниях, банках, венчурных фондах.

Общественно— политический проект:

- составьте бюджет проекта;
- оформите заявку;
- ищите финансовую поддержку у партий и профильных общественных организаций.

Творческий проект

- составьте бюджет проекта;
- оформите заявку;
- ищите продюсеров, продюсерские центры и меценатов.

Социальный некоммерческий проект:

- составьте бюджет проекта;
- оформите заявку;
- организуйте сбор пожертвований (учитесь у мастеров своего дела).

Научно— исследовательский проект:

- найдите видного ученого, который поддержит, подскажет, направит;
- составьте бюджет проекта;
- оформите заявку;
- ищите специализированные фонды (например, Российский фонд фундаментальных исследований).

Как составить заявку на финансирование

- Заявка – это, заполненное по определенной форме, письменное обращение с обоснованием-просьбой о выделении средств. Она необходима для того, чтобы убедить грантодателя/инвестора вложить деньги в Ваш проект.

Общие принципы заполнения заявки на получение гранта

Титульный лист (включающий):

- название проекта, которое должно быть кратким, образным, привлекать внимание и отражать суть предполагаемой деятельности (например, «Поможем детям вместе», «В здоровом теле — здоровый дух», «Творческой молодёжи — дорогу в будущее» и т.д.);
- название организации–заявителя с указанием юридического статуса;
- контактная информация, включающая: почтовый (с индексом) адрес организации, номера телефона, факса (с кодом населённого пункта), адрес электронной почты;
- данные о руководителе проекта (иногда данные о бухгалтере проекта): Ф.И.О, звания и ученая степень, если имеются, должность, основное место работы, телефон/факс, электронная почта;
- география проекта (перечислить все субъекты Российской Федерации, на которые распро-

страняется проект);

- срок выполнения проекта (продолжительность, начало и окончание);
- стоимость проекта: полная стоимость проекта, запрашиваемая сумма, имеющаяся сумма (собственный вклад организации или средства, привлечённые из других источников);
- дата заполнения заявки.

Краткая аннотация проекта

- Краткое изложение проекта, повторяющее все части полной заявки (по 1–2 предложения на каждую часть). Это одна из важнейших частей заявки. Большинство экспертов вначале читают лишь аннотацию, и, если она нравится, переходят к чтению полной заявки. Поэтому аннотация должна быть предельно ясной, сжатой, корректной и выразительной. Должны быть включены ответы на вопросы:

1. Кто будет выполнять проект?
2. Почему и кому нужен этот проект?
3. Каковы цели и задачи проекта?
4. Каков результат проекта?
5. Каким образом проект будет реализован?
6. Какова продолжительность проекта?
7. Сумма средств, необходимая для его реализации.

Обоснование необходимости проекта
(не более одной страницы)

- Постановка проблем, описание социальной значимости проекта — почему возникла необходимость в выполнении проекта и как поставленная проблема соотносится с целями и задачами организации–заявителя.
- Анализ проблемы должен быть убедительным: четко сформулирован, понятен другим людям, не имеющим представления о серьезности проблемы, хорошо аргументирован и подкреплён информацией, статистическими данными. Необходимо доказать грантодателю, что поставленные задачи выполнимы, то есть их можно решить в реальный срок с имеющимися ресурсами, потратив определённую сумму.
- 1. Почему этот проект необходим?
- 2. Какие проблемы он будет решать?

Цели и задачи проекта
(не более одной страницы)

- Цели и задачи проекта дают представление, каковы же будут итоги выполнения проекта.
- Цель — это во имя чего предпринимается проект.
- Задачи — конкретный эффект, достигнуть которого требуется в ходе выполнения проекта.
- Задачи и результаты должны поддаваться количественной оценке. Из раздела должно быть ясно, что получится в результате выполнения проекта, какие изменения произойдут в существующей ситуации.
- Цели могут быть краткосрочными и долгосрочными. Обычно достижение долгосрочной цели будет зависеть от достижения ряда краткосрочных целей. При двух и более краткосрочных целях необходимо четко указать, как они увязаны друг с другом и с долгосрочными целями.

Состоит:

1. Конкретных целей, которые ставит перед собой организация для решения выбранной проблемы
2. Задач, которые будут решаться для достижения поставленных целей.

Задачи должны быть реалистичными, т.е. положительно отвечать на вопросы:

- **возможно ли их решение в указанные сроки;**
- **выполнимы ли они заявленными материальными и нематериальными ресурсами.**

Стратегия и механизм достижения поставленных целей (примерно 2 страницы)

- В данном разделе описывается стратегия и методы достижения поставленных целей, а также механизм реализации проекта.

1. Каким образом будут достигнуты намеченные цели

1.1. Какова стратегия в достижении желаемых результатов?

1.2. Почему выбрана именно эта стратегия из всех других возможных?

2. Как будут выполняться поставленные задачи

3. Кто будет осуществлять их реализацию

4. Какие ресурсы будут использованы , как будет производится отбор участников учебной программы или получателей услуг, как будет распространяться литература и т. д. Таким образом, в данном разделе шаг за шагом должно быть описано, что будет происходить в рамках данной программы, кто будет это делать и кому конкретно эта деятельность будет адресована.

Календарный план реализации проекта

- **Календарный план реализации проекта — последовательное перечисление основных меро**приятий проекта с приведением количественных показателей и периодов их осуществления.
- При разработке этого раздела следует обратить внимание на следующие моменты:
- наличие плана–графика реализации проекта (в виде таблицы);
- реалистичность, выполнимость плана в заявленные сроки;
- наличие ответственных за проведение каждого мероприятия с перечнем видов деятельности.

Конкретные ожидаемые результаты (не более одной страницы)

В этом разделе должна содержаться конкретная информация (с указанием количественных и качественных показателей) о результатах проекта. Например, если запланировано проведение семинара, нужно указать количество обученных слушателей; если реализуется программа по предоставлению каких–либо услуг, нужно указать количество слушателей или организаций (привести перечень этих организаций) пользующимися этими услугами.

Качество как понятие относительное имеет два аспекта:

первый — это соответствие стандартам или спецификации;

второй — соответствие запросам потребителя.

Замеряемые изменения в поведении, отношении, словах, действиях.

Методы оценки результатов
(два–три абзаца)

Этот раздел должен содержать ответы на следующие вопросы:

1. Каким образом будет оцениваться эффективность проекта в целом?
2. Кто будет оценивать достижение поставленных задач и намеченных результатов как в ходе выполнения проекта, так и по его окончании? (описать процедуру и методику оценки)
3. Каковы критерии оценки эффективности проекта?
4. Каковы механизмы оценки?
5. Если предполагается проведение анкетирования участников программы с целью выяснения их мнения о проекте, желательно привести примерные вопросы, которые будут включены в анкету.

Дальнейшее развитие проекта
(Два–три абзаца)

1. Как предполагается развивать деятельность в этом направлении после окончания периода гранта?
2. Каким образом предполагается сохранить и расширить достижения данного проекта?

Дальнейшее финансирование Перспективы на финансовую стабильность

(Два–три абзаца)

1. За счет каких ресурсов предполагается продолжать дальнейшую деятельность в этом направлении?
2. Каким образом данная программа будет существовать в дальнейшем?
3. Из каких источников Вы планируете изыскивать средства по окончании гранта?

ЭФФЕКТ ПРОЕКТА В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

1. Как выполнение проекта будет воздействовать на ситуацию в регионе его осуществления в долгосрочной перспективе?
2. Что изменится в регионе в результате выполнения проекта?

БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

- Прежде чем начинать распределять деньги по статьям бюджета, необходимо внимательно изучить налоговое законодательство и особенности финансовой отчётности, чтобы не оказаться в ситуации, когда половина полученных денег уйдет на непредвиденные налоги и выплаты. В сложившейся практике финансирования некоммерческих проектов и программ наиболее типичными являются следующие статьи бюджета:

- оплата труда, в том числе подоходный налог и страховые взносы;
- аренда помещений;
- аренда и покупка оборудования;
- расходные материалы (канцелярские принадлежности, бумага, краска для печатной продукции и др.);
- командировочные расходы (проезд на транспорте, суточные, оплата проживания);
- транспортные услуги.