

# Бизнес-идеи

**Бизнес идея** – это идея создания нового конкурентного продукта или услуги, для развития нового или существующего бизнеса с целью занятия свободной рыночной ниши и извлечения прибыли.



Легендарные блокнотики Post-it-Notes состоят из обычной бумаги и клея. Но мир платит компании миллиарды долларов за идею, которая пришла в голову ее рядовому служащему – Спенсеру Сильверу.



Многим традиционным мебельным магазинам пришлось уйти с рынка после того, как компания ИКЕА предложила потребителям вместо готовой стандартной мебели огромный выбор «комплектующих» для воплощения в жизнь их собственных замыслов.



Достаточно придумать упаковку и/или организовать доставку уникальной, производимой в Вашей территории продукции в соседние регионы и Вы уже займете свою нишу и получите прибыль

# Резюме проекта

**Резюме** – это краткое содержание бизнес-проекта.



**Задачи:**

1. Представить бизнес-идею.
2. Привлечь внимание аудитории и заинтересовать своей идеей

**Резюме проекта содержит:**

1. Описание проблемы и/или рыночной ниши
2. Формулировку бизнес-идеи
3. Цели и задачи проектной команды

# Целевая аудитория

**Описание целевой аудитории – это составление портрета будущего покупателя Вашего товара или услуги**

**КТО ОНИ ?**

**Те, кто сделают Вас  
успешным и  
богатым?**

**Земляк  
и?**



**Турист  
ы?**



**Бизне  
с  
идея**



**Инвестор  
ы?**



# Актуальность бизнес-идеи

**Бизнес-идея** - это идея создания нового конкурентного продукта или услуги, которые можно положить в основу нового или в развитие существующего бизнеса.

Что нового Я **МОГУ** предложить рынку?  
Чтобы было выгодно и мне, и покупателю?



В чем уникальность **МОЕЙ ИДЕИ** для **МОЕГО** района?





# Экономическое обоснование бизнес-идеи

**Экономическое обоснование** – это совокупность экономических показателей и маркетинговых шагов, дающих представление о жизнеспособности предложенной бизнес-идеи



**Рыночная  
ниша**

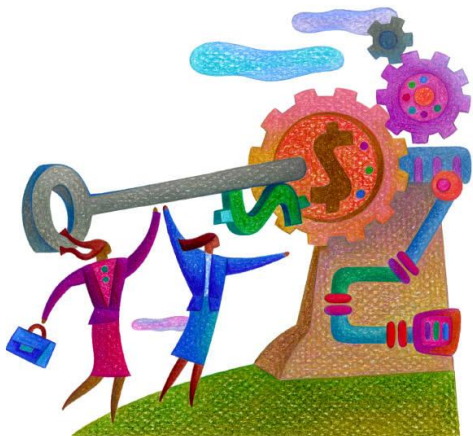


**Маркетинговые  
исследования**



**Рентабельно  
сть**

# Экономическое обоснование бизнес-идеи



**Использование заемных средств**



**Команда. Трудовые ресурсы**



**Анализ рисков**



**Срок окупаемости**

# Маркетинговые исследования

**Маркетинговое исследование рынка - это сбор, обработка и анализ различных видов информации с целью принятия обоснованных управленческих, финансовых и производственных решений, идущих на пользу **Вашему бизнесу.****

**В ходе исследований решаются одна или несколько задач:**

- оценка состояния и тенденций развития рынка
- выявление свободных рыночных ниш
- исследование поведения потребителей
- анализ деятельности конкурентов
- анализ проведенных рекламных и сбытовых мероприятий
- анализ собственной деятельности и т.

д.





# Объекты маркетингового исследования

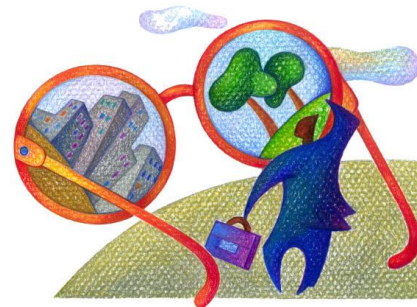
**1. Рынок**



**2. Потребители**



**3. Товар**



**4. Конкуренты**





# Методы исследований



## Метод 1. Наблюдение

Исследователь ведет непосредственное наблюдение за людьми и их поведением в различных ситуациях

Например, понаблюдав, как покупатели выбирают в магазине тот или иной товар, можно улучшить свой товар (например, изменить упаковку или выкладку товара).

**Главное условие – наблюдатель не вмешивается в события и не влияет на поведение покупателей.**

### Преимущества:

- а) получение необходимой информации независимо от желания объекта сотрудничать
- б) возможность наблюдения неосознанного поведения
- в) учет окружающей действительности

### Недостатки:

субъективность наблюдающего



# Методы исследований



## Метод 2. Эксперимент

В контролируемых условиях изменяют один или несколько факторов и отслеживают, как это влияет на результат.

## Метод 3. Опрос

Это способ получения информации путем выяснение мнений людей.

## Один из важных инструментов исследования - АНКЕТА

Анкета – это ряд составленных заранее вопросов, на которые опрашиваемый дает ответы (устно или письменно)



## Метод 4.

### Экспертное мнение

Это глубинное интервью с авторитетным человеком – **экспертом** по тому вопросу, который Вы исследуете.

### Этапы анкетирования

- Разработка анкеты
- Полевые исследования
- Анализ результатов



# Расчет экономических показателей

**Показатель 1.**

**ВЫРУЧКА** - это денежные средства, полученные от продажи товаров и услуг.

**Выручка = Объем реализации X  
Цена**



**Пример на основе проекта мини-пекарни:**

Продали 300 тортов – это **объем реализации**

Каждый торт стоит 200 руб. – это **цена**

Получили 60 000 руб. – это **выручка**



# Расчет экономических показателей

## Показатель 2.

**ЗАТРАТЫ** - выраженные в денежной форме расходы на производство, доставку и сбыт продукции.



**Затраты на производство**



**Затраты на реализацию**



**Затраты**

**ы**

# Расчет экономических показателей

## Показатель 3.

**НАЛОГИ** - это платежи, которые в обязательном порядке уплачивают в доход государства физические и юридические лица — предприятия, организации, граждане.

Налоги – это доходы государства, из которых платятся пенсии, зарплаты бюджетникам, строятся дороги, содержатся школы.



## Выбор системы налогообложения.

1. Традиционная система налогообложения.
2. Упрощенная система налогообложения.
3. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход.
4. Единый сельскохозяйственный налог.

## Упрощенная система налогообложения (УСН):

- а) налогооблагаемая база «доходы» – ставка 6%;
- б) налогооблагаемая база «доходы-расходы» - ставка 15%.

# Расчет экономических показателей

## Показатель 4.

**ПРИБЫЛЬ** - это разность между выручкой за проданный товар или услугу и затратами на производство товара или услуги, за вычетом уплаченных государству налогов.



Выручка



Затраты



Налоги



**Прибыль**

**ь**



# Расчет экономических показателей

## Показатель 5.

**РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ** отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов при ведении бизнеса



Прибыль



Затраты



**100%**



Рентабельно  
СТЬ

# Расчет экономических показателей

## Пример расчета рентабельности



Прибыль  
=  
90 руб.



Затраты  
= 1000  
руб.



100

%



9%



Это означает, что в данном  
примере  
каждый вложенный рубль  
принесет  
9 копеек прибыли.

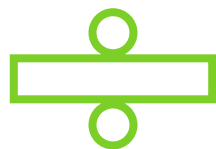
# Расчет экономических показателей

## Показатель 6.

**СРОК ОКУПАЕМОСТИ** – период, в течение которого доходы от инвестиций становятся равны первоначальному вложению.



Инвестиции



Прибыль



**Срок  
окупаемости  
и**



# Расчет экономических показателей

## Показатель 7.

**РИСК** – это опасное для Вашего бизнеса событие, которое может произойти (или не произойти 😊).

Если такое событие произойдет, то возможны потери части ресурсов предприятия, недополучение доходов или появление дополнительных расходов, а в худшем случае – закрытие бизнеса.



Примеры рисков	Отрицательное влияние на проект	Мероприятия по снижению риска
Снижение спроса	Снижение дохода	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Реклама</li><li>2. Акции для покупателей</li><li>3. Улучшение товара и пр.</li></ol>
Снижение платежеспособности потребителей	Падение продаж	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Снижение цены,</li><li>2. Поиск новых рынков сбыта</li></ol>

# Реализация бизнес-идеи

**Маркетинг** (от слова market – рынок) – процесс обеспечения взаимовыгодного обмена между продавцом (или производителем) товара или услуги и покупателем. Это означает – придумать «правильный» продукт, доставить его на рынок, и разместить его там так, чтобы **добиться максимально выгодного сбыта товара при максимально благоприятном отклике покупателей.**



**План маркетинга** – это документ, который является одной из важных частей общего плана развития предприятия. Он определяет рыночные цели предприятия и способы их достижения.

**Основной формой продвижения товара на рынок является РЕКЛАМА**

## Каналы распространения

- Телевидение, радио
- Журналы, газеты
- Интернет
- Наружная реклама
- Прямая почтовая рассылка
- Реклама в местах продаж
- Реклама на движущихся носителях
- Участие в выставках, ярмарках