

ОТ ИДЕИ К БИЗНЕС-ИДЕЕ



I.

Анализ проблемы

Идея решения проблемы

Характеристика проблемы включает

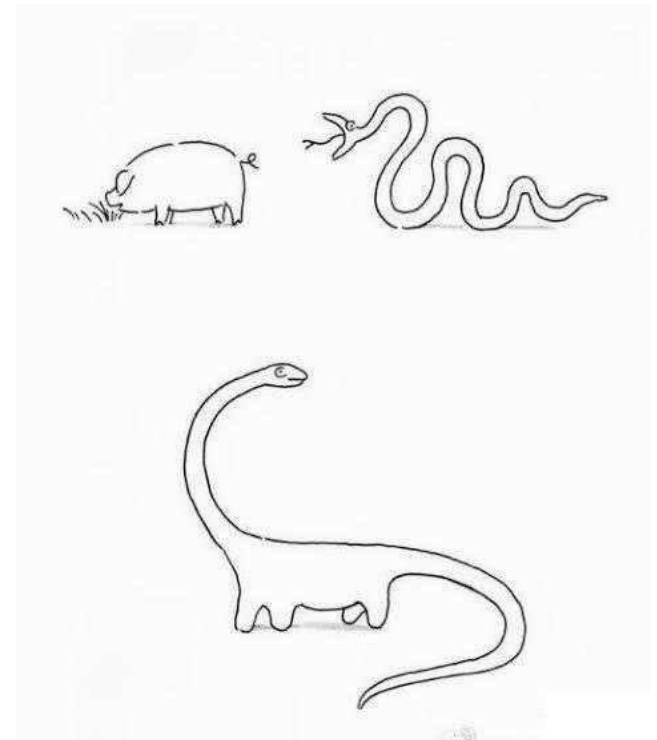
- качественное и количественное описание,
- представление о возможном потребителе,
- причине неудовлетворенности существующими способами решения проблемы.



II.

Цель предпринимательства по принципам SMART:

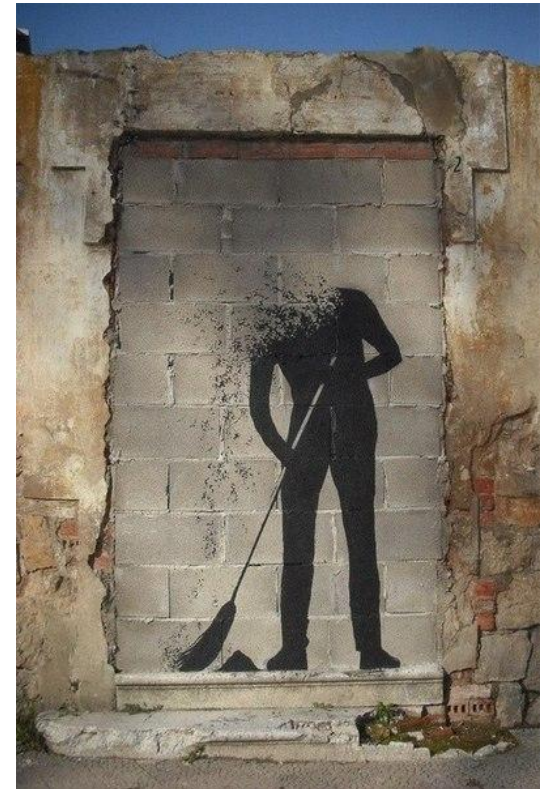
- конкретность,
- измеримость,
- привлекательность и
достижимость,
- релевантность,
- измеримость во времени.



III.

SWOT-анализ внутренних ресурсов и факторов внешней среды:

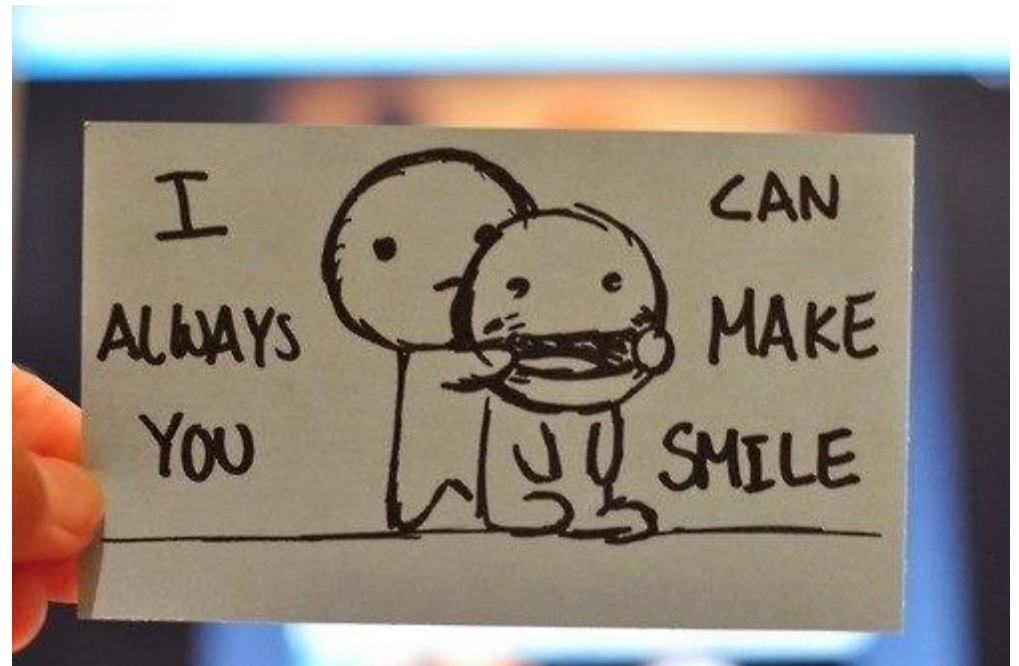
- **сила** (ключевые компетенции организации),
- **слабость** (недостаточные ресурсы для реализации идеи),
- **возможности** (благоприятные факторы внешней среды),
- **угрозы** (риски в реализации идеи).



IV.

Три аспекта оценки идеи:

- позиция инвестора,
- позиция исполнителя,
- позиция конечного потребителя.



V.

Четыре критерия оценки:

- содержание (качество),
- стоимость (издержки, затраты),
- сроки (время реализации),
- ириски.



Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
1. Ожидаемое социальное воздействие	Измеримое и высокое	Невозможно оценить или низкое
2. Маркетинг		
2.1. Социальная потребность	Четко определена	Не выявлена
2.2. Клиенты	Доступны и восприимчивы к маркетинговым акциям	Недоступны, лояльны к продуктам конкурентов

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
2.3. Дополнительная социальная стоимость, создаваемая продуктом для клиента	Существенная	Несущественная
2.4. Жизненный цикл продукта	Срок службы продукта позволяет клиенту окупить издержки на его покупку, а также получить дополнительную выгоду.	Срок службы продукта не позволяет клиенту окупить издержки на его покупку

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
2.5. Структура рынка	Новая отрасль, отсутствие жесткой конкуренции	Высокая конкуренция, развитая или стагнирующая отрасль
2.6. Объем рынка	Достаточный, чтобы предприятие могло вырасти на 200-400 процентов.	Неизвестен, перспективы для роста не выявлены.
2.7. Темпы роста рынка	Наблюдается рост не менее 30% в год.	Отрицательные или менее 10% в год.

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
3. Конкурентные преимущества		
3.1. Структура расходов	Себестоимость ниже, чем у конкурентов, структура затрат лучше, чем у конкурентов.	Нет преимуществ со стороны издержек.
3.2. Преимущества в информации или административный ресурс	Имеются или могут появиться.	Нет и не ожидаются.

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
3.3. Уровень контроля за:		
а) ценами	Средний или высокий	Низкий или отсутствующий
б) расходами	Средний или высокий	Низкий или отсутствующий
в) поставками	Средний или высокий	Низкий или отсутствующий

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
3.4. Преимущества во времени или скорости реакции на изменения рынка	Имеются	Не имеются
3.5. Правовые или договорные преимущества	Собственные или эксклюзивные	Не имеются
3.6. Контакты и сети	Хорошо развиты	Ограничены
3.7. Инновация	Имеется	Не имеется

Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
4. Экономические факторы		
4.1. Доход на инвестиции	Стабильный, 25% и более	Нестабильный, менее 15%
4.2. Срок, необходимый для достижения финансовой устойчивости	Год и менее	3 года и более

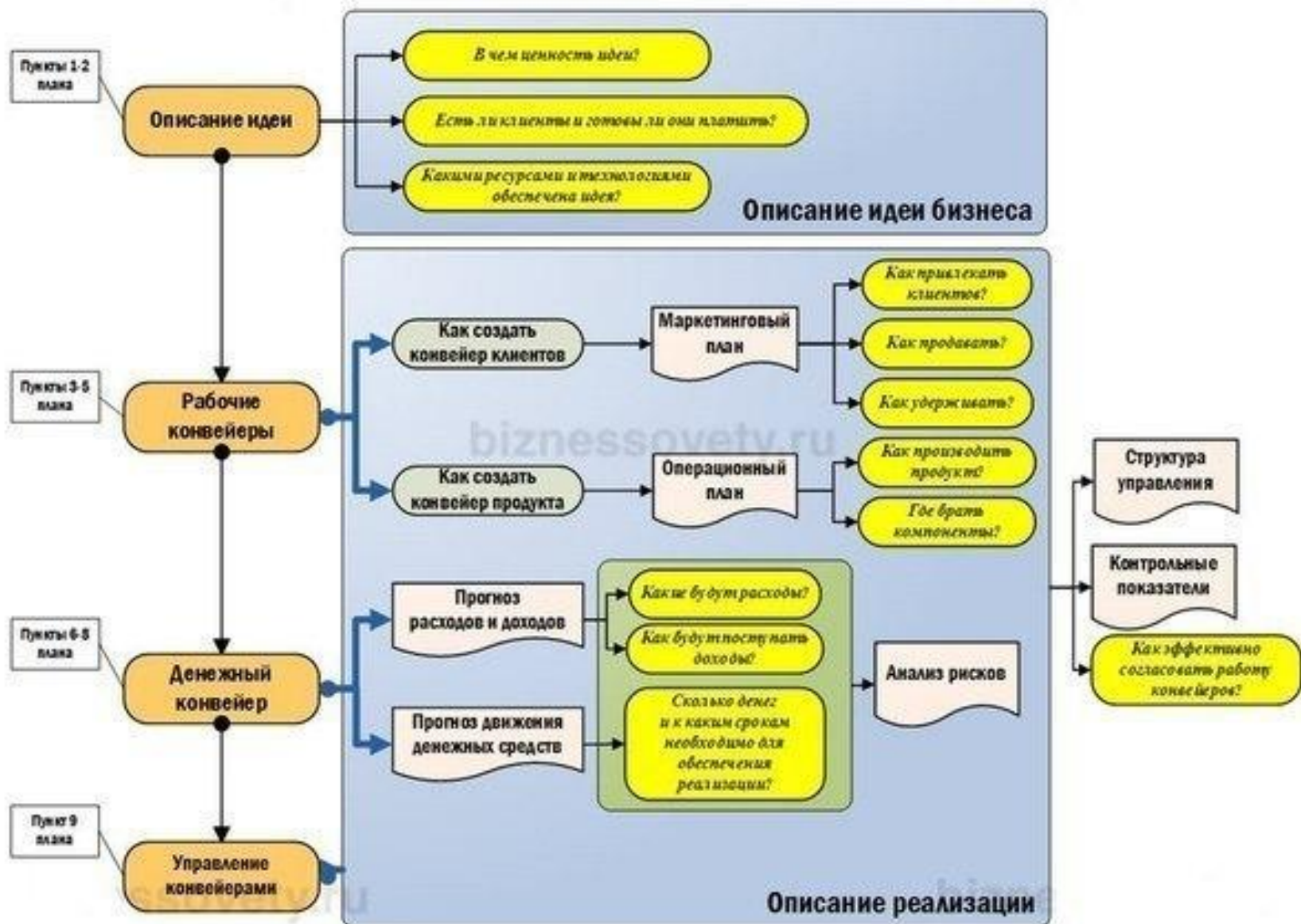
Шесть критериев привлекательности идеи (позиция Фонда «Наше будущее»)

Критерий привлекательности	Привлекательная возможность	Непривлекательная возможность
5. Управление Управленческий опыт и знания	Опыт управления различными командами	Управленческий опыт отсутствует
6. Неудачный предыдущий опыт организации собственного предприятия	Не имеется	Был один или несколько раз

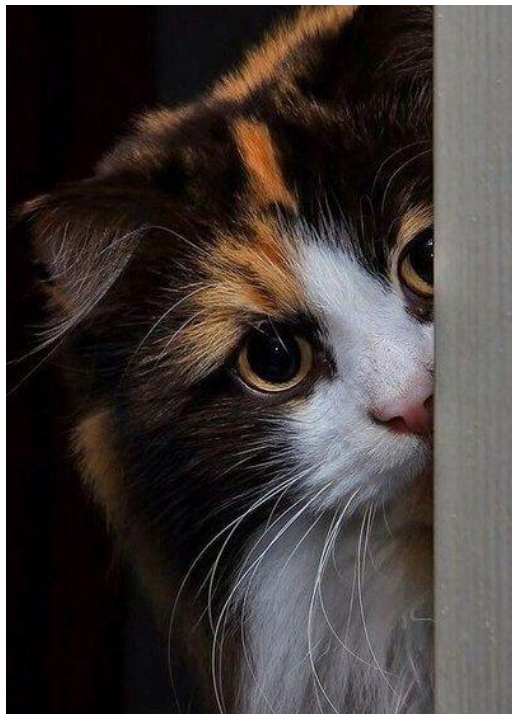
Остервальдеровская модель

Кто вам помогает	Что вы делаете	Как вы оказываете помощь	Как вы взаимодействуете	Кому вы помогаете
	Кто вы и что у вас есть		Как о вас узнают	
Что вы вкладываете			Что вы получаете	

Структура бизнес плана



Спасибо за внимание



Желаю творческих успехов!

Чижов Георгий

www.ЛЕКТОРИЯ.рф