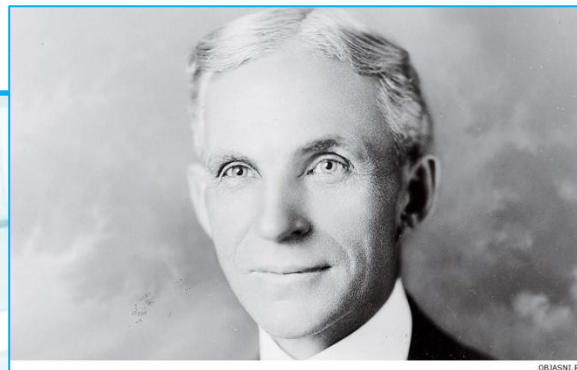


ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА

*«Все можно сделать лучше, чем делалось
до сих пор»*

Генри Форд



Разработка БИЗНЕС-ИДЕИ

Основы бизнес-планирования

**FROM
IDEA**

TO

**BUSINESS
PLAN**



Мотивы предпринимательской деятельности

- ✓ Потребность во власти и влиянии
- ✓ Самостоятельность
- ✓ Экономическая независимость
- ✓ Воля к победе, стремление к успеху
- ✓ Свобода деятельности
- ✓ Радость творчества



Правило S.M.A.R.T.

«Никакой транспорт не будет попутным, если не знаешь, куда идти».

-  четко определены
-  измеримы
-  достижимы
-  значимы и реалистичны
-  привязаны по времени

Specific
Measurable
Attainable
Realistic
Timely

О БОЖЕ, ОСТАНОВИСЬ

ЧЕЛОВЕК-ИДЕЯ

ЧЕЛОВЕК-ИДЕЯ

risovach
изображ

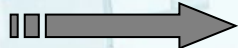
БИЗНЕС-ИДЕЯ - определение

решение (продукт), которое удовлетворяет потребности людей и организаций и приносит прибыль организатору реализации идеи

**ПОТРЕБНОСТЬ
ЧЕЛОВЕКА ИЛИ
ОРГАНИЗАЦИИ**



**ОТСУТСТВИЕ
(НЕДОСТАТОК)
ПРЕДЛОЖЕНИЯ**



**ВОЗМОЖНОСТЬ
ДЛЯ СТАРТА
НОВОГО
БИЗНЕСА**

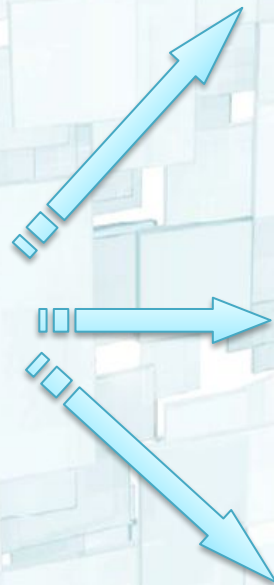
ВАРИАНТЫ ГЕНЕРАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕИ

**РАЗРАБОТКА
НОВОЙ
БИЗНЕС-ИДЕИ**

**На основе имеющейся
квалификации
(существующей
работы)**

**На основе
хобби, увлечения**

**На основе имеющихся
ресурсов**



ВАРИАНТЫ ГЕНЕРАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕИ

**КОПИРОВАНИЕ
БИЗНЕС-ИДЕИ**



**Простое
копирование**

Франчайзинг

**ПОКУПКА
ГОТОВОГО
БИЗНЕСА**

ФАКТОРЫ РЫНКА, ИМЕЮЩИЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ИДЕИ

СПРОС

**УРОВЕНЬ
КОНКУРЕНЦИИ**

**СТАДИЯ
РАЗВИТИЯ
РЫНКА**

**СТАРТОВЫЙ
КАПИТАЛ**

**АДМИНИСТРАТИВН
ЫЕ
БАРЬЕРЫ**

ХАРАКТЕРИСТИКИ УСПЕШНОЙ БИЗНЕС-ИДЕИ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

**ВОСТРЕБОВАННОСТЬ
ПОКУПАТЕЛЕМ**

**ИДЕЯ ДОЛЖНА НРАВИТЬСЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ**

**НЕОБХОДИМЫЙ УРОВЕНЬ
КВАЛИФИКАЦИИ**

**БЫСТРЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ
ЦИКЛ**

МИНИМАЛЬНЫЙ СТАРТОВЫЙ КАПИТАЛ

**ОТСУТСТВИЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ
БАРЬЕРОВ**

ХОРОШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВЫХОДА НА РЫНОК

БЫСТРОРАСТУЩИЙ РЫНОК

ИЗМЕНЕНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА

**ВНЕДРЕНИЕ НОВАЦИИ ИЛИ
ИННОВАЦИИ**

**УЗКОПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
НИША**

НАЛИЧИЕ УНИКАЛЬНОГО РЕСУРСА

В КАКОЙ СФЕРЕ ЛЕГЧЕ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС?

БЫТОВЫЕ УСЛУГИ

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ

ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

В КАКОЙ СФЕРЕ ЛЕГЧЕ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС?

**НИШЕВАЯ
ТОРГОВЛЯ**

**РЕАЛЬНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО**

**ПОСРЕДНИЧЕСТВ
О**

**АУТСОРСИНГОВЫЕ
УСЛУГИ**

РЕМОНТ

ЖКХ

УСЛУГИ ДЛЯ БИЗНЕСА

В КАКОЙ СФЕРЕ ЛЕГЧЕ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС?

**ДОБЫЧА
ПРИРОДНЫХ
РЕСУРСОВ**

**ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ
ТОРГОВЛЯ**

ОБЩЕПИТ

АГРОБИЗНЕС

ОБРАЗОВАНИЕ

**ИНДУСТРИЯ
КРАСОТЫ**

**ТРАНСПОРТНЫЕ
УСЛУГИ**

МЕДИЦИНА

ЗАДАНИЕ

Генерация бизнес-идеи:

- 1) Сгенерировать бизнес-идею (актуальную, нацеленную на удовлетворение потребности, четко сформулированную по правилу SMART)**
- 2) Изобразить идею на флипчарте (понятно, креативно)**
- 3) Выступить публично со своей бизнес-идеей**

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ



Структура бизнес-плана может быть такой:

1. Резюме
2. Компания
3. Продукт
4. Рынок: клиенты, прогноз сбыта, конкуренция
5. План маркетинга
6. План производства
7. Организационный план
8. Прогноз расходов
9. Финансовый план: прогнозные отчеты, стратегия финансирования
10. Оценка рисков

Единой универсальной структуры бизнес-плана не существует, есть стандарты (UNIDO, TACIS и пр.), но кому они интересны...

1 Резюме должно отвечать на вопросы:

- Какая именно продукция (услуги, товары) будет производиться (оказываться, продаваться)?
- Какая общая стоимость проекта и за счет каких средств предусматривается его реализация?
- Какие объемы сбыта прогнозируются на ближайшие 3 года и какие финансовые результаты ожидается получить?
- Какой срок окупаемости данного проекта и срок его реализации?

Резюме – квинтэссенция всего бизнес-плана, поэтому писать его нужно, когда остальные разделы полностью готовы... но представляется резюме в начале

- Какие потребности призван удовлетворить данный продукт (товар, услуга)?
- Какие его основные качественные характеристики?
- Какие особенности и отличительные качества позволят представлять преимущество Вашей продукции (товара, услуги) сравнительно с продукцией конкурентов?
- Благодаря чему покупатель выберет именно Вашу продукцию (товар, услугу)?
- Как будут влиять на Ваш бизнес внешние факторы (изменения в технологии, социальные тенденции, основные экономические или политические изменения)?
- Краткий план качественного развития вашей продукции (ассортимента товаров, услуги)

Без продукта бизнеса быть не может

Постарайтесь ответить на вопросы:

- Кто Ваши потенциальные клиенты? Охарактеризуйте Ваш рынок с географической и демографической точек зрения
- Какие тенденции наблюдаются в тех сегментах рынка, которые планируется охватить (потенциал роста, покупательные тенденции клиентов и тому подобное)?

Чем точнее вы выделите свою целевую аудиторию, тем меньше будут затраты на привлечение покупателей

4

Рынок – Прогноз сбыта

- Каким будет Ваш среднемесячный объем сбыта, исходя из конкретных рыночных условий и потенциальных возможностей предприятия?
- Учтены ли Вами при расчетах годового объема сбыта сезонные колебания?
- Определены ли Ваши будущие потребители и имеются ли у Вас предварительные договоренности о сбыте?

Естественно, добиться идеальной точности прогнозов невозможно, но стоит стремиться к этому

Чтобы четко представлять с кем Вам придется работать рядом, нужно ответить на вопросы:

- Кто является основными производителями (продавцами) аналогичного товара (услуги)?
- Какие основные характеристики продукции (товаров, услуг) Ваших конкурентов?
- Какой уровень сервисного обслуживания и цены на продукцию у конкурентов?
- Какие сильные и слабые стороны деятельности Ваших конкурентов?
- Какие действия конкурентов могут повлиять на функционирование Вашего бизнеса?

Чаще всего, конкуренты Вам не враги, а, скорее, соседи

5 План маркетинга – Каналы сбыта

- Какова Ваша рыночная стратегия?
- Каким образом Вы планируете реализовывать продукцию: непосредственно потребителям, через розничные торговые точки, через оптовые организации, и тому подобное?
- Каковой будет Ваша кредитная политика, какие виды оплаты предполагается использовать при расчетах с клиентами?

Если Вы не сможете продать свой продукт, то нет никакого смысла в таком бизнесе

5 План маркетинга – Ценообразование

- Каковой будет цена Вашей продукции?
- Какие уступки предусматривается предоставлять клиентам?
- Требуется ли Ваша продукция послепродажного обслуживания или предоставления дополнительных услуг и сколько это будет стоить?

Ошибки в ценообразовании могут иметь высокую цену, поэтому стоит продумать все заранее

5

План маркетинга – Реклама

- Какой тип рекламы является наиболее эффективным для Вашего бизнеса?
- Как часто Вы будете осуществлять рекламные мероприятия?
- Сколько средств планируется на это расходовать?

Тут не будет ценных комментариев, ведь Вы и так понимаете, как важна реклама в современной высококонкурентной бизнес-среде

- Каково местоположение Вашего бизнеса с точки зрения его преимуществ и недостатков. Насколько оно отвечает требованиям данного бизнеса?
- Какое оборудование необходимо для реализации проекта? Почему Вы выбрали собственно этот тип оборудования? Где и за какую цену планируется его приобрести?
- Кто является Вашими основными поставщиками и где они расположены? На каких условиях (предварительная оплата, оплата с отсрочкой платежа, и тому подобное) будут закупаться необходимые материальные ресурсы? За чей счет будет осуществляться их доставка?

**Чтобы что-то продавать, нужно его сначала произвести или
купить**

7

Организационный план

- Какие разрешения или лицензии нужны для функционирования запланированного вида бизнеса?
- *Для новых предприятий.* Какими будут форма собственности, организационно-правовая форма запланированного бизнеса и количество сотрудников?
- *Для функционирующих предприятий.* Какие организационные изменения предусматриваются в результате реализации проекта: слияние предприятий, изменение формы собственности и организационной структуры, образование новых подразделений, создание дополнительных рабочих мест?

Плохо организованный бизнес обречен на провал

- Какими будут Ваши предварительные затраты, связанные с созданием бизнеса и получением разрешений и лицензий (для новых предприятий)?
- Какие Ваши общие единоразовые затраты?
- Из каких статей будут состоять Ваши операционные (текущие) производственные расходы? Какими будут переменные (прямые) и постоянные (накладные) расходы?

Нужно очень внимательно относиться к расходам и убедиться, что прогнозируемые затраты не превосходят прогнозируемые объемы сбыта

9 Финансовый план – Прогнозные отчеты

- План финансовых результатов (profit and loss statement)

	1 мес.	12 мес.	1-й год
Доходы				
....				
Затраты				
....				
Прибыль (убытки)				

- План движения денежных средств (cash flow)

	1 мес.	12 мес.	1-й год
Поступления				
....				
Расходы				
....				
Баланс денежных средств				

- При каких объемах производства и когда будет достигнута точка безубыточности (breakeven point)?

- Какая общая стоимость и структура капиталовложений данного проекта?
- Какие источники финансовых ресурсов будут использоваться (собственные средства, кредиты банков, коммерческий кредит поставщика, привлечение средств партнеров, и тому подобное) и какова форма их получения?
- Какое соотношение между собственными и привлеченными источниками финансирования при реализации данного проекта?

Источники финансирования нужно предусмотреть еще на этапе планирования бизнеса

Оценка рисков

- Какие факторы и неблагоприятные обстоятельства могут привести к убыткам и каковы могут быть последствия от них?
- Какие проблемы могут возникнуть в процессе производства и реализации продукции и какие меры минимизации их предусмотрены на этот случай?

Рисков в бизнесе не избежать, но нужно постараться их предусмотреть и встретить критические события во всеоружии