

Тема 1. ЦЕЛИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НОВОГО ПРОДУКТА И СТРУКТУРА БИЗНЕС- ПЛАНА

Авторы:

Л.М.Типнер, доцент
каф. Организации машиностроительного производства

Е.В.Черепанова, доцент
каф. Организации машиностроительного производства

ПЛАН ЛЕКЦИИ

- 1. Понятие нового продукта. Цели фирмы при коммерциализации нового продукта**
- 2. Ограничения и возможные причины провала коммерциализации нового продукта**
- 3. Состав и структура бизнес-плана**

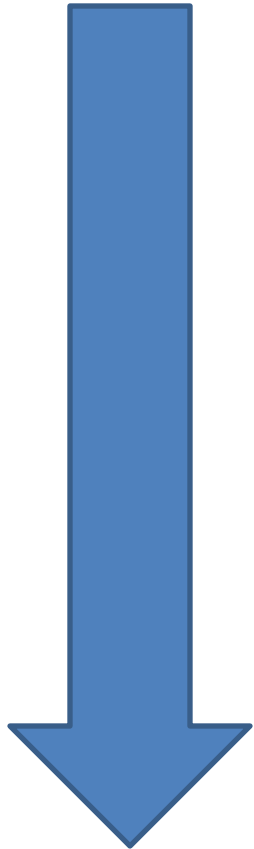
1. Понятие нового продукта. Цели фирмы при коммерциализации нового продукта

Новый продукт — продукция, услуга, технология или идея, которые воспринимаются некоторыми потенциальными потребителями как **НОВЫЕ**

Выделяют несколько уровней новизны продукта: от полностью нового продукта до продукта с новой маркой или упаковкой

Уровни новизны продукта

Очень
высокая
степень риска



Низкая
степень риска

ПОЛНОСТЬЮ
НОВЫЙ ПРОДУКТ



ЛУЧШИМИ



НОВОЕ ПРИМЕНЕНИЕ
ПРОДУКТА



ПРОДУКТ С ДОП.
ФУНКЦИЯМИ



ПРОДУКТ С МЕНЬШИМИ
ЗАТРАТАМИ



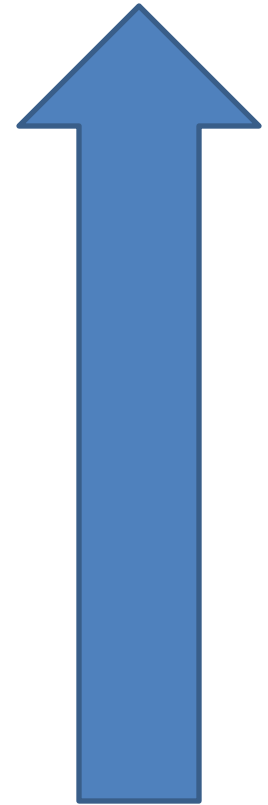
ПРОДУКТ С НОВЫМ
ДИЗАЙНОМ



ПРОДУКТ С НОВОЙ
МАРКОЙ ИЛИ УПАКОВКОЙ



Существенные
управленческие
проблемы



Незначительные
управленческие
проблемы

степени новизны) - это организация его вывода на рынок с достижением коммерческого эффекта, она может преследовать как внешние, так и внутренние цели

Цели вывода на рынок новой продукции

Внешние	Внутренние
Сохранение доли рынка	Увеличение финансовых результатов
Расширение целевых рынков	Более эффективное использование имеющихся ресурсов
Завоевание новых рынков	Сбалансирование сезонных факторов
Создание имиджа новатора	

2. Ограничения и возможные причины провала коммерциализации нового продукта

Ограничения при коммерциализации нового товара:

- ✓ несоответствие нового товара рыночной стратегии предприятия;
- ✓ ресурсные возможности предприятия: достаточность финансовых ресурсов, наличие производственных мощностей (возможность их увеличения), наличие необходимого персонала (возможность привлечения, повышения квалификации);
- ✓ рыночные барьеры: возможности выхода на определенные рынки;
- ✓ наличие каналов сбыта (достаточность средств для их создания);
- ✓ несоответствие товара ожиданиям потребителей (следовательно, несоответствие фактического и прогнозного объема продаж);
- ✓ появление товаров-конкурентов с аналогичными свойствами;
- ✓ низкий уровень организации осуществления проекта.

Факторы успеха нового продукта

Факторы	%
Адаптированность продукта к требованиям рынка	85
Соответствие продукта особым возможностям фирмы	62
Технологическое превосходство продукта	52
Поддержка новых продуктов руководством фирмы	45
Использование оценочных процедур при выборе новых моделей	33
Благоприятная конкурентная среда	31
Соответствие организационной структуры задачам разработки нового продукта	15

Цифры в таблице характеризуют процент опрошенных, отметивших важность данных факторов

Прочие возможные причины провала новой продукции:

- ✓ маркетинговые ошибки;
- ✓ форс-мажорные обстоятельства

Маркетинговые просчеты

- “размывание” новизны товара;
- отсутствие четкого целеполагания до начала R&D (научно-исследовательских работ);
- ошибки в выборе целевого рынка;
- слабый комплекс marketing-mix;
- несовершенство качественных характеристик товара;
- временные ошибки;
- несоответствие планового и фактически необходимого бюджета

3. СОСТАВ И СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

Сравнительная характеристика бизнес-плана и ТЭО

Отличительный признак	Бизнес-план	Технико-экономическое обоснование (ТЭО)
Назначение документа	Показывает целесообразность создания компании (бизнеса)	Обосновывает выбор определенного оборудования, технологии, инвестиционного решения
Область применения	Составляется при планировании создаваемой новой компании, предприятия, инвестиционного проекта	Разрабатывается при планировании внедрения оборудования, технологий, модернизации на действующем предприятии, а так же при запуске нового инвестиционного проекта

Сравнительная характеристика бизнес-плана и ТЭО (окончание)

Отличительный признак	Бизнес-план	Технико-экономическое обоснование (ТЭО)
Глубина проработки вопросов	Требует более глубокого анализа финансовых и экономических показателей. Содержит большой объем информации	По сути – это усеченный вариант бизнес-плана: нет необходимости в разработке маркетинговой стратегии, анализе рынка, описании компании, производимых продуктов (оказываемых услуг)
Инициатор разработки	Бизнес-план составляет тот, кто хочет создать компанию (проект)	Инициатором разработки ТЭО может быть как владелец предприятия, так и инвестор

Варианты структуры технико-экономического обоснования

1. История и основная идея проекта.

Структура

2. Краткий обзор рынка. Маркетинговые исследования по выявлению спроса.

ТЭО-1

3. Инженерное проектирование и технология. Характеристика техпроцесса, обоснование выбора оборудования, анализ соответствия продукции международным стандартам.

4. Экономическая оценка и финансовый анализ. Полные инвестиционные затраты; источники финансирования проекта; полные затраты на продукцию; оценка экономической эффективности с учетом использования заемных средств, валютная окупаемость. Чувствительность проекта к основным рискам. Показатели ЧДД и внутренней нормы доходности.

5. Оценка влияния финансовых результатов на экономические показатели предприятия.

Структура

1. Общие сведения о проекте. Общий замысел, место размещения, участники проекта, краткая характеристика отрасли, анализ спроса-предложения, оценка емкости рынка, основные потребители продукции, основные конкуренты, обоснование региона размещения проекта с позиций конъюнктуры рынка, номенклатура, производственная мощность.

ТЭО-2

2. Капитальные затраты. Смета капитальных затрат по проекту.

3. Эксплуатационные затраты. Смета эксплуатационных затрат по статьям затрат.

4. Производственная программа. Описание всех видов продукции, которые планируется выпускать в рамках проекта, с указанием объемов производства и цен. Обоснование цен.

5. Финансирование проекта. Схема финансирования проекта с описанием источников получения заемных средств, условий их использования и погашения.

6. Оценка коммерческой целесообразности реализации проекта. Расчеты основных экономических показателей, оценивающих целесообразность проекта; таблицы движения денежных потоков, прогноз баланса.

Сравнительная оценка зарубежных методик бизнес-планов

<i>Немецкая методика</i>	<i>Английская методика</i>	<i>Американская методика</i>
Резюме	Краткое содержание	Краткое содержание
		Ссылка на секретность
Характеристика предприятия и менеджмент	Исторический экскурс	Описание компании
	Менеджмент	
План маркетинга	Продукция и услуги	Суть проекта
		Анализ рынка и отрасли
	Маркетинг	План маркетинга
План производства	Производство	Производственный план
		Организационный план
Финансовый план	Финансы	Финансовый план
		Оценка риска

Учредители **СОСТАВ БИЗНЕС-ПЛАНА**

Титульный лист

- Суть предлагаемого проекта.
- Стоимость проекта

Вводная часть

- Ссылка на секретность (может быть самостоятельным разделом)
- Основные положения проекта

Анализ дел в отрасли

- Текущая ситуация и тенденции ее развития
- Потенциальные конкуренты и услуги, новизна и потребности

Существование проекта

- конкурентоспособность
- Офис и оборудование для него
- Персонал

СОСТАВ БИЗНЕС-ПЛАНА

помещения
и

оборудован
и цены,

• Целевая
маркетинг,
каналы, ко
побита,

• Форма
собствен
продукци

• Структур
на оценка

• Факторов
обладающи
меры

• предотвращ
ения риска
план

• Распреде
находов
между

денежных
поступлени
й и выплат

• Балансовы
спланы,
контрактов,
лицензий и
др.

ОДСТВЕН
НЫЙ

маркетинг

структурн

Оценка
риска

Финансовый

Юридический

