

БИЗНЕС- ПЛАН

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА 2021-2025 ГОДЫ

Цель разработки национального проекта: обеспечение качественных изменений в структуре предпринимательства:

- - развитие малого бизнеса в целях повышения занятости населения;
- - опора на средний бизнес – драйвер диверсификации отраслей экономики;
- - комплексное развитие конкуренции - равные условия для субъектов предпринимательства.

ОЖИДАЕМЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

- 1. Доведение доли МСП в ВВП до 35 %.
- 2. Рост объема туризма в ВВП до 8,4 трлн тенге.
- 3. Снижение доли государства в экономике до 14 %.
- 4. Создание 995,3 тыс. рабочих мест, в том числе:
 - постоянные – 335,1 тыс.,
 - временные - 660,2 тыс.

ОЖИДАЕМЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

1. Трудоустройство граждан на постоянные рабочие места – 1,7 млн человек;
2. Охват населения активными мерами содействия занятости – 3,5 млн человек;
3. Снижение доли сельского населения с доходами ниже прожиточного минимума – 6,5 %.

САМЫЙ **МОГУЧИЙ**
И ЦЕННЫЙ АКТИВ
КОТОРЫЙ У НАС ЕСТЬ
ЭТО УМ

Роберт Кийосаки



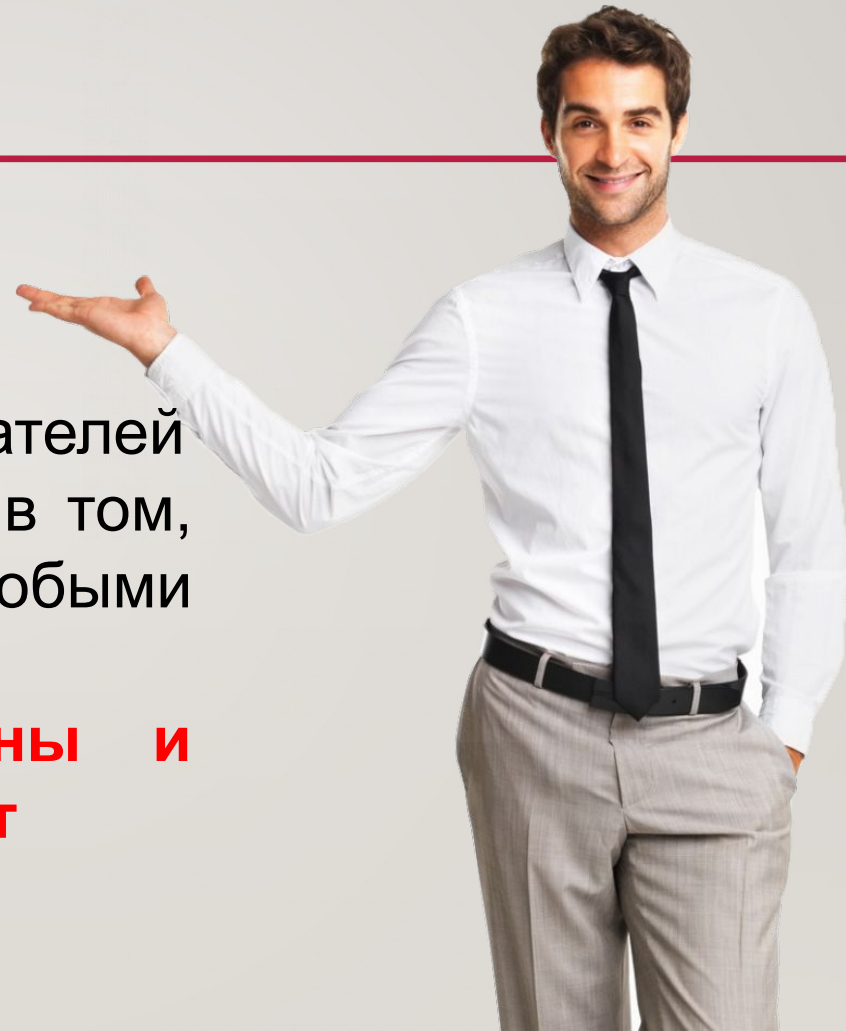
Предпринимательское мышление

Задание : *Запишите свои размышления в таблицу ниже*

Предприниматель	Не предприниматель
Личные качества	Личные качества
Манера поведения	Манера поведения

Главное отличие предпринимателей от остальных людей состоит в том, что они обладают тремя особыми свойствами мышления —

они активны, ответственны и ориентированы на результат



Для них бизнес – это не
работа, а состояние ума,
которое меняет будущее

Гай Кавасаки



ЗАДАНИЕ

ДАВАЙТЕ ОБОБЩИМ ВСЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ, КОТОРЫЕ ВЫЯВИЛИ РАЗНЫЕ УЧЕНЫЕ. ЭТО:

Есть

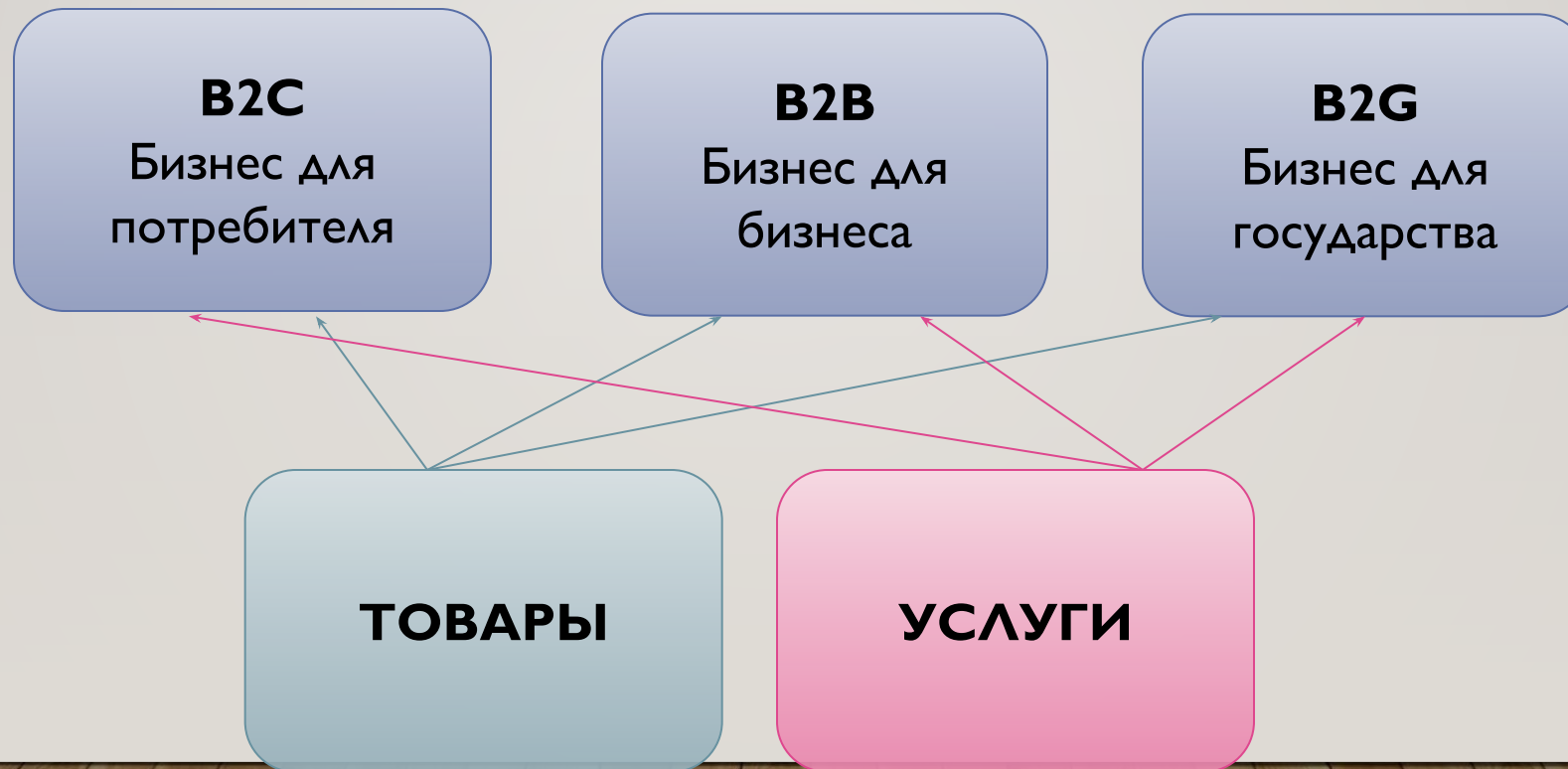
Нет

- 1) *стремление к независимости,*
- 2) *свободе действий,*
- 3) *творческой работе,*
- 4) *созданию капитала,*
- 5) *потребность в господстве, власти, влиянии,*
- 6) *воля к победе,*
- 7) *стремление к успеху в борьбе с соперниками и самим собой,*
- 8) *распознавание возможностей,*
- 9) *умение проектировать,*
- 10) *умение управлять рисками,*
- 11) *умение пережить неудачу,*
- 12) *склонность к действиям, а не планированию.*

Теперь вы сможете распределить все эти качества в таблице: в первом столбике – те качества, которыми вы обладаете, во втором – те, которыми пока нет.



ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



ЗАДАНИЕ

ТЕПЕРЬ ПОПЫТАЙТЕСЬ ПРИВЕСТИ ПО 3 СВОИХ ПРИМЕРА ДЛЯ РАЗНЫХ ТИПОВ БИЗНЕСА: 1) ТОВАРОВ В2С, 2) УСЛУГ В2С, 3) ТОВАРОВ В2В, 4) УСЛУГ В2В, 5) ТОВАРОВ ИЛИ УСЛУГ В2G.

Тип бизнеса	Пример
Товар В2С	
Услуга В2С	
Товар В2В	
Услуга В2В	
Товар или услуга В2G	



STARUP

- **Стартап*** — это компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели:

✓ **Воспроизводимость** — это возможность многократно продать полученное решение;

✓ **Масштабируемость** — возможность существенного роста

- **проекта.**
Стартапом является любой молодой бизнес

- Важной отличительной особенностью стартапов является **технологичность**. В основе большинства из них лежат **некие** технологические ноу-хау.

Стартап* включает в себя:

- Наличие идеи,
- План реализации идеи,
- Команда единомышленников,
- Финансы.

СТАРТАПЫ В РК

- **SmartSatu** – взаимодействие между поставщиками продуктов и владельцами магазинов
- **Piroq** - интеллектуальный и виртуальный помощник водителя

- **MediaScanner** – формирование персональной ленты новостей по определенной теме
- **Gift Sensor** - анализ профиля человека в соцсетях и предложение лучшего презента для него
- **Kelin** – социальная сеть для женщин
- **Qamcare** – сервис для отслеживания нахождения детей
- **RC Almaty** – разработка приборов нормализации сна человека.
- **TopKSK** - сервис позволяет подавать обращение, получать уведомления обо всех изменениях вашего КСК, оценить качество работы КСК, получить полезные советы по улучшению дома.

А ЧТО У НАС?

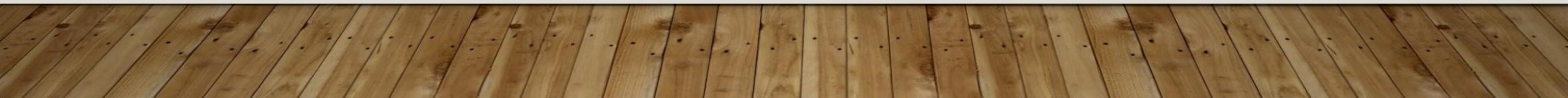
ЧТО ИМЕЕМ?

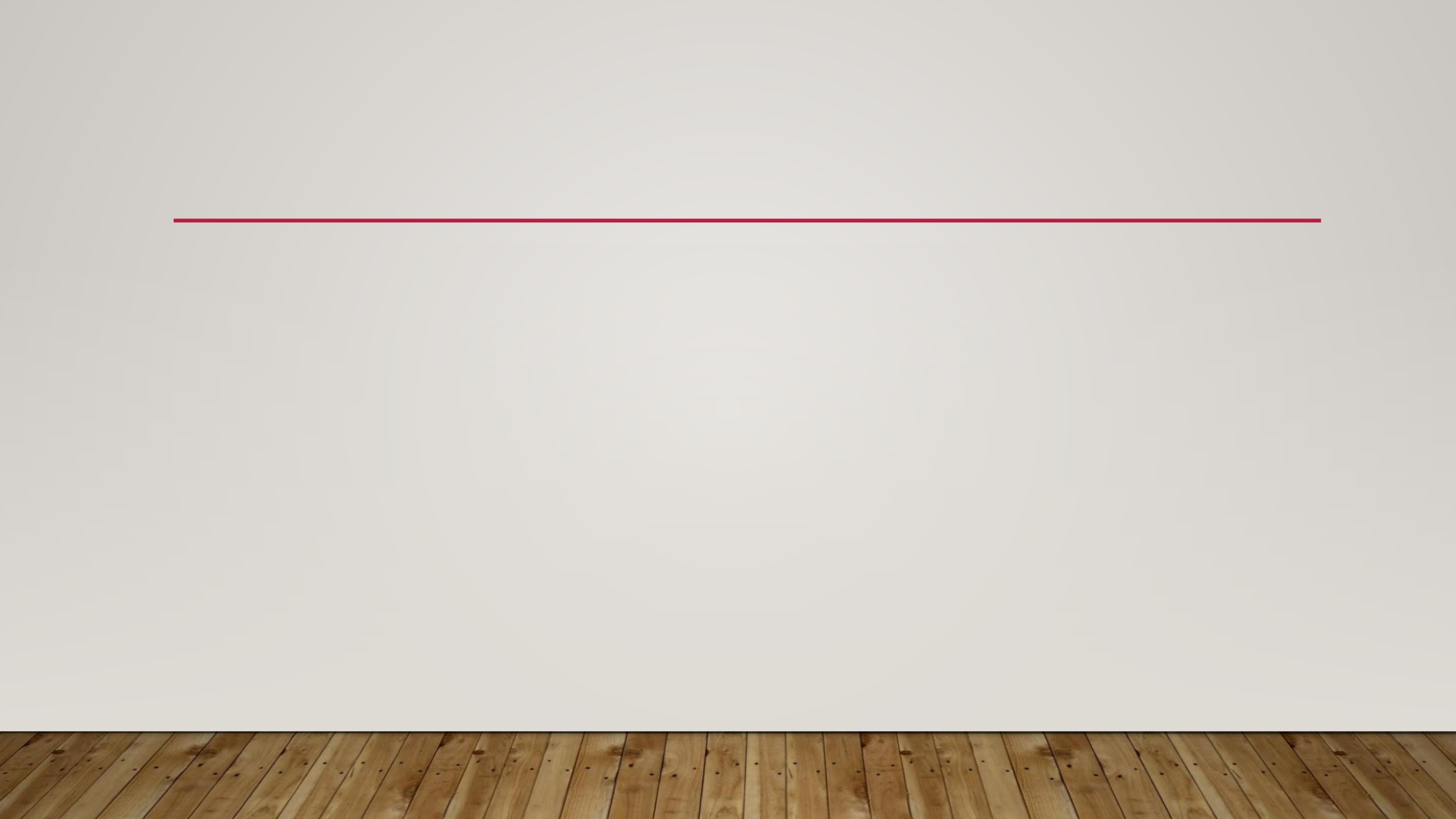
- Зарегистрировано 40 000 стартапов
 - 20 бизнес-инкубаторов
 - 7 технопарков
 - Различные конкурсы, хакатоны
-

К СОЖАЛЕНИЮ, ПРИ ЭТОМ:

- Низкая степень дальнейшего развития и перехода в полноценный бизнес

ЧТО МЕШАЕТ?

- Недоступность финансирования
 - Отсутствие специалистов
 - Отсутствие необходимых знаний и навыков, недостаточность информации
 - Стереотипное мышление
 - Малый опыт создания инноваций
- 



ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС-ИДЕЯ?

Бизнес-идея – это краткое и точное определение предполагаемого бизнеса. Для того чтобы начать свой бизнес нужно четко понять, чем именно вы хотели бы заниматься. Успешность проекта напрямую связана с тем, какая бизнес-идея лежит в его основе.

Бизнес-идея:

- должна удовлетворять потребности потребителей;
- должна приносить доход;
- должна приносить моральное удовлетворение предпринимателю.



ПРАВИЛА ВЫБОРА ИДЕЙ ДЛЯ БИЗНЕСА

Первое правило. Идей должно быть много.

Правило второе. Идея должна быть из сферы деятельности, понятной для инициатора бизнеса

Правило третье. Идея должна быть интересной.

Правило четвертое. Идея должна быть сформирована в одно-два предложения.

Правило пятое: Изучить мнения – поинтересуйтесь у окружающих, как они оценивают идею вашего бизнеса

МОЯ

ИДЕЯ



ДЛЯ БИЗНЕСА



1 вариант:
внутренние возможности
(личные качества, интерес, опыт)



ШАГ 1



2 вариант:
внешние возможности
(деньги, гос.программы, связи)

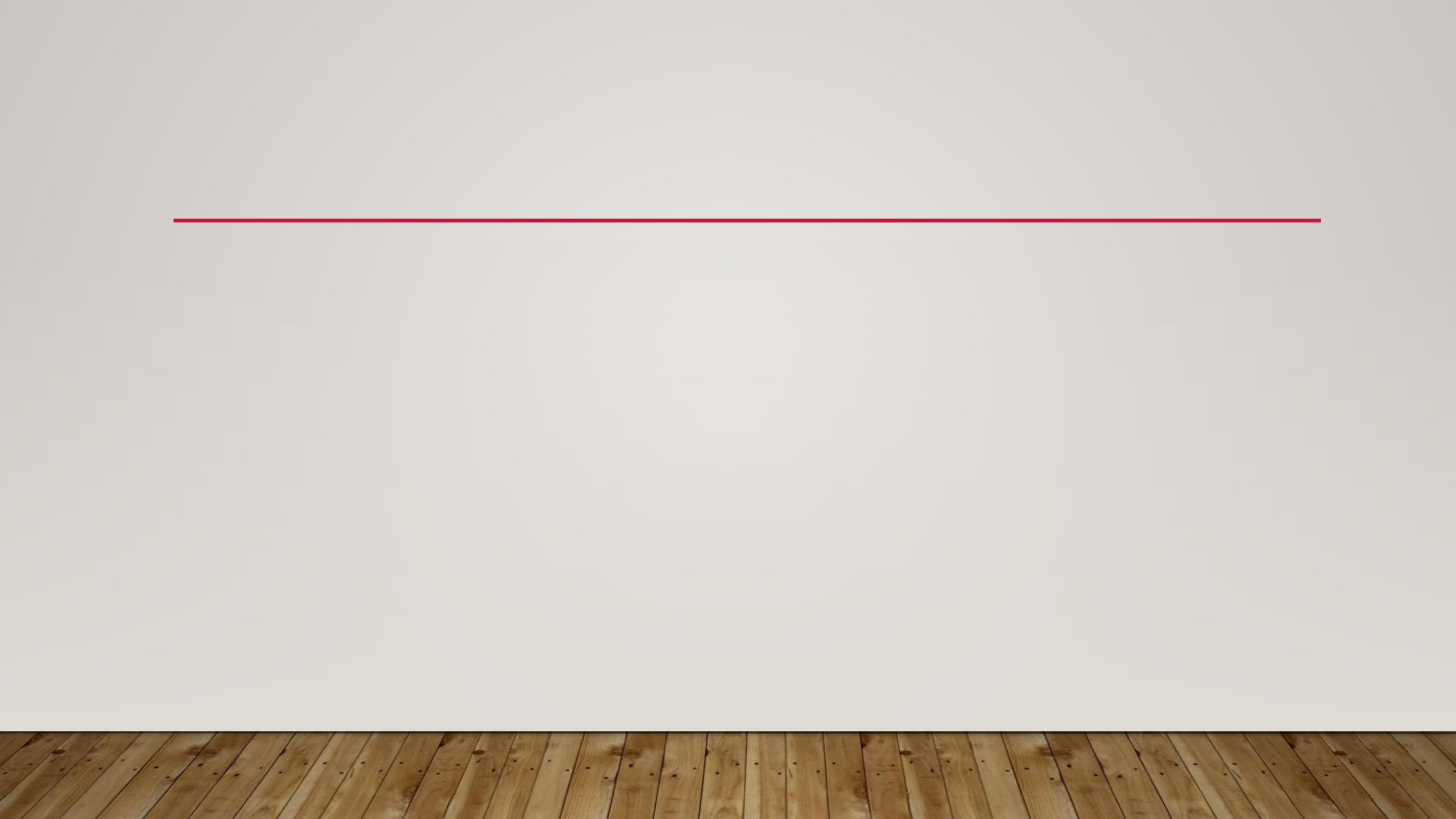
УПРАЖНЕНИЕ



УПРАЖНЕНИЕ «5 на 5»

- Делимся на группы по 5 человек
- Заполняем таблицу учитывая личные интересы
- Передаем заполненную таблицу соседней группе и просим поставить «+» в ячейке, которая их заинтересовала. 1 Группа может поставить только 5 «+»
- На выполнение упражнения 30 минут

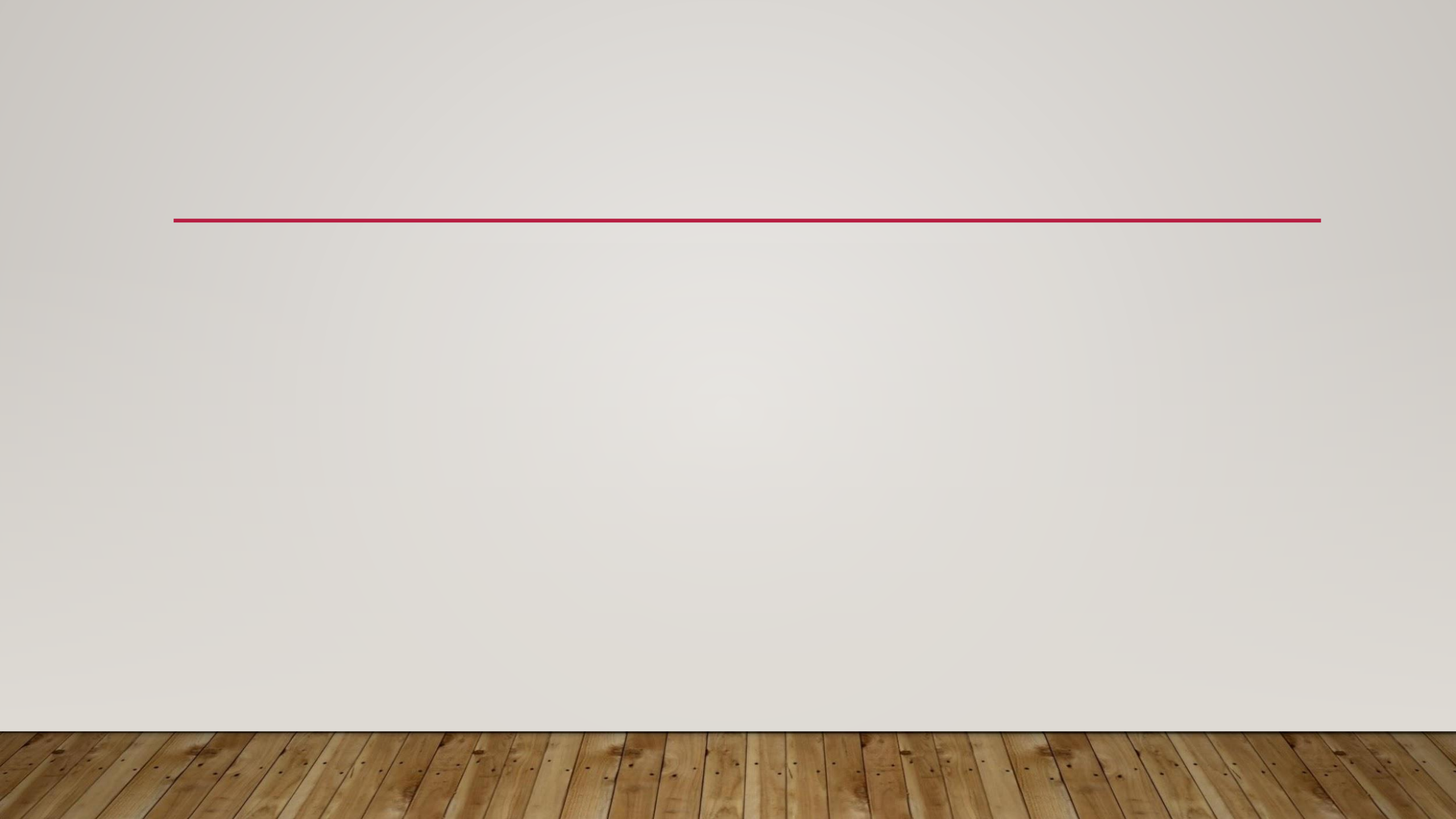
Сфера деятельности (Сала) ↓	Направление (багыты) →				
Образование	Языковые курсы	Курсы по гитаре	Тренинги		
Туризм					
Строительство					



**«Если хотите придумать отличные идеи, знайте,
лучшие из них вы можете позаимствовать»**

Томас Эдисон





Задание

Поставьте своим бизнес-идеям баллы от 1 до 10 зависимости от того, сколькими и какими конкурентными преимуществами вы обладаете по сравнению с вашими конкурентами.

Затем вы должны суммировать баллы за каждый критерий для каждой вашей бизнес-идеи. У вас получится примерно следующая таблица.


Критерий	Бизнес-идея 1	Бизнес-идея 2	Бизнес-идея 3
1. Боль и желание платить	5	2	8
2. Соответствие	9	8	2
3. Устойчивость	3	9	5
4. Легкость оценки	2	9	3
5. Преимущества	1	5	1
ВСЕГО	20	33	19



• • • • • • •

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

• • • • • • •



ЛЮБАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОСТОИТ ИЗ ЧЕТЫРЕХ ЭЛЕМЕНТОВ.



-В центре треугольника находится *клиент (кто?)*.

-Первый угол треугольника – это *ценностное предложение (что?)*



-Второй угол – *цепочка создания стоимости (как?)*

-И третий угол – *механизм привлечения прибыли (почему?)*



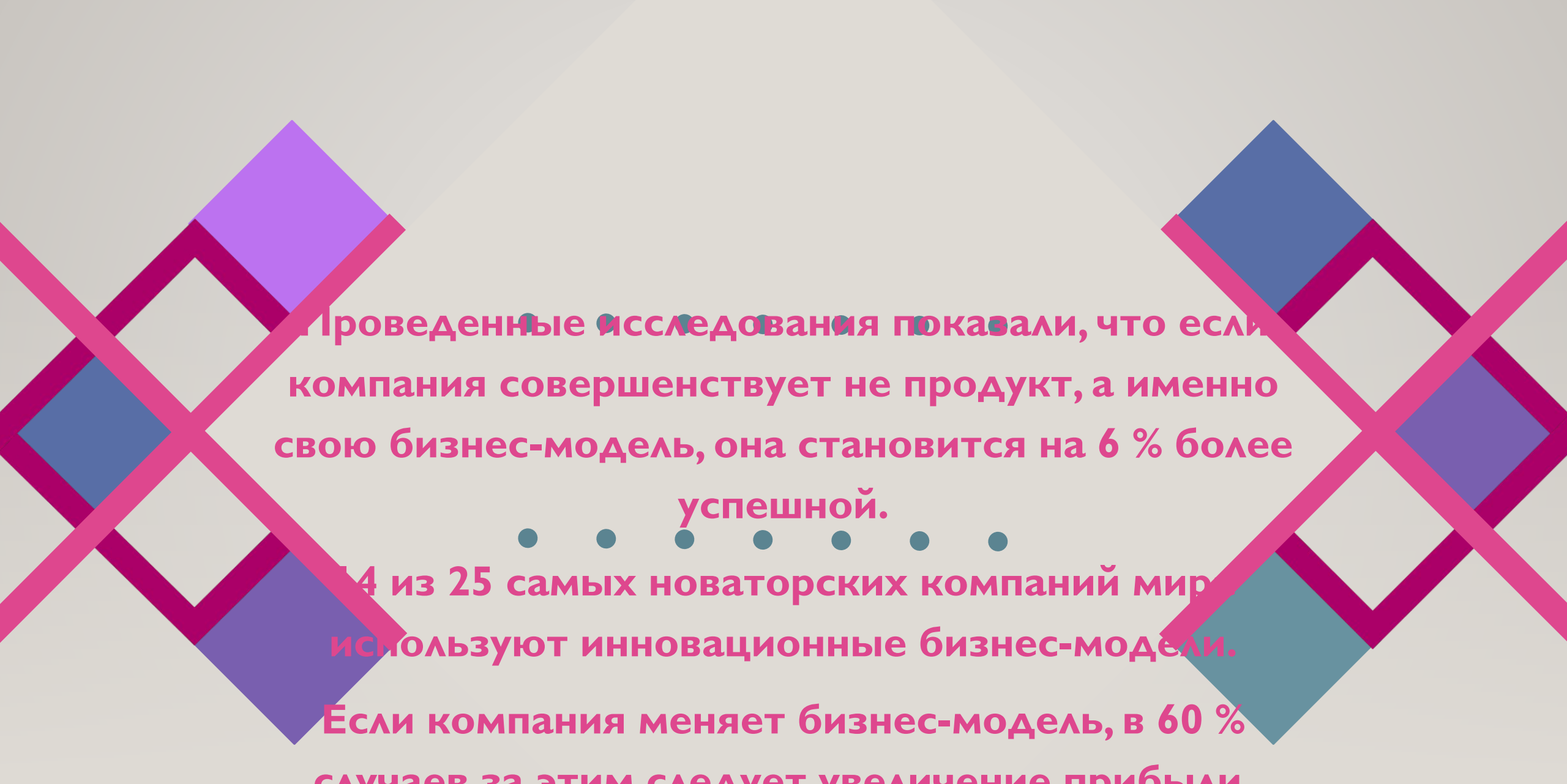
Канва «навигационной» бизнес-модели

Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер и Микаэлы Шик

Что вы предлагаете клиентам?



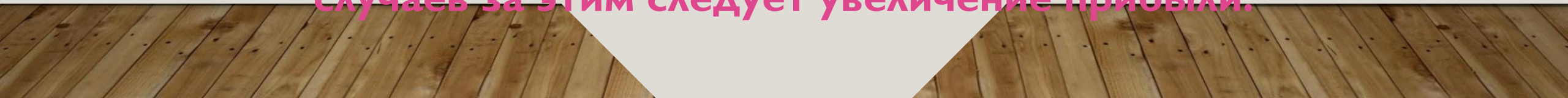
Oliver Gassmann, Karolin Frankenberger, Michaela Csik – «The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business Paperback»



Проведенные исследования показали, что если компания совершенствует не продукт, а именно свою бизнес-модель, она становится на 6 % более успешной.

14 из 25 самых новаторских компаний мира используют инновационные бизнес-модели.

Если компания меняет бизнес-модель, в 60 % случаев за этим следует увеличение прибыли.



По сути, многие известные истории успеха начинались именно с появления инновационной бизнес-модели, а не превосходного продукта

- **Amazon стал крупнейшим книжным интернет – магазином в мире, хотя ему не принадлежит не один традиционный магазин.**
- **Apple является крупнейшим розничным продавцом музыки, хотя и не продает компакт-диски.**
- **За последние десять лет Pixar удостоились 11 премий Американской киноакадемии, хотя ни в одном фильме киностудии не снимались живые актеры**
- **Netflix вздохнула новую жизнь в видеопрокат, не владея ни одним физическим магазином.**
- **Skype – крупнейший телекоммуникационный провайдер в мире, невзирая на отсутствие сетевой инфраструктуры.**
- **Starbucks – крупнейшая в мире сеть кофеен продающая обычный кофе по премиум - ценам**



В СОВРЕМЕННОМ ПОНИМАНИИ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ — ЭТО:

- архитектура продуктов, услуг, потока информации, направленная на получение прибыли (Пол Тиммерс, 1998);
- общее описание компании плюс действия по созданию и распространению ценностей (Дэвид Тис, 1995-2005);
- системное решение о разработке нового продукта с ориентацией на клиента и его ценности (Джоан Магретта, 2002).



Стартап не ищет быстрой прибыли. Главная цель — прочно внедрить бизнес на рынок. Для этого необходимо найти клиентскую аудиторию, определить ее желания, ценности.



ШАБЛОНЫ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

- Бизнес-модель «Бритва и лезвия»
- Бизнес-модель «Фримium» («Условно бесплатная»)
- Бизнес-модель «Отказ от посредников»
- Бизнес-модель «Самообслуживание»
- Бизнес-модель «Подписка»



ИННОВАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

- Бизнес-модель - это то, как организация, используя все свои механизмы, планирует зарабатывать деньги на своих идеях, технологиях и ресурсах, преобразуя знания в экономические ценности для рынка.
- Инновационная бизнес-модель определяет способы коммерциализации и реализации идей и технологий. От выбора бизнес-модели зависят такие элементы окупаемости, как время, за которое производство продукции достигает требуемого объема, возможность успешного возврата инвестиций, объем прибыльности и распределение дохода и риска между различными участниками на стадиях коммерциализации и реализации.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ «БРИТВА И ЛЕЗВИЯ»

- Базовый продукт дешевый или распространяется бесплатно. При этом расходные материалы, необходимые для его использования, дорогие и приносят высокий доход.
- Клиенты приобретают исходное оборудование и в течение долгих лет возвращаются за запчастями и сервисным обслуживанием. Во многих случаях они тратят на детали и обслуживание значительно больше, чем заплатили за оригинальную технику.
- Измененный аспект: «Кто?».

Бизнес-модель «Фримиум» («Условно бесплатная»)

- Базовая версия предложения распространяется бесплатно в надежде привлечь клиентов и получить доход с последующей продажи премиум-версии.
- Модель «Фримиум» позволяет иметь бесплатный доступ к неограниченному использованию базовых функций и предполагает плату только для клиентов, которым нужна дополнительная функциональность.
- Измененные аспекты: «Кто?», «Как?».

Бизнес-модель «Отказ от посредников»

- Модель основана на взаимодействии и посредничестве между представителями однородной группы (P2P – «от человека к человеку»).
- Если вы хотите производить продукт и продавать его в магазинах, то вам придется работать через посредников, чтобы ваш продукт попал с конвейера на полку магазина. Работа без посредников предполагает, что вы обходите всех в цепочке поставок и продаете товары потребителям напрямую. Это позволяет снизить затраты и выстраивать прямые и честные отношения с клиентами.
- Измененный аспект: «Кто?».

Бизнес-модель «Самообслуживание»

- Потребитель получает часть ценностного предложения в обмен на более низкую цену продукта. Особенно подходит для процессов, которые представляют собой наименьшую ценность для потребителей, но требуют больших издержек.
- Классические примеры применения этого метода — доставание товаров с полок, планирование собственных проектов или самостоятельное проведение расчетов за товары или услуги. Бизнес, построенный по принципу самообслуживания, имеет огромный потенциал в контексте экономии, ведь участие потребителей может зачастую обусловить значительное сокращение числа штатных позиций.
- Измененный аспект: «Кто?».

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ «ПОДПИСКА»

- Пользователь платит регулярный взнос обычно на ежемесячной или ежегодной основе, чтобы получить доступ к продукту или сервису.
- Потребители должны вносить абонентскую плату за доступ к услуге. Распространение эта бизнес-модель получила благодаря журналам и газетам, теперь же она распространяется на программное обеспечение, онлайн-услуги, а иногда возникает и в сфере услуг.
- Измененные аспекты: «Кто?», «Как?».

ЗАДАНИЕ

1. Разбейтесь на команды
2. Каждой из команд достается один из пяти указанных шаблонов инновационных бизнес-моделей:
 - «Бритва и лезвие»;
 - «Фримиум»;
 - «Отказ от посредников»;
 - «Самообслуживание»;
 - «Подписка».

Через 15 минут вы должны будете представить перед всей аудиторией свой шаблон и новую бизнес-модель на его основе. На листе ватмана нарисуйте треугольник бизнес-модели и заполните его своими данными. Все плакаты можно будет повесить на доску или стену, чтобы все участники их видели. Побеждает та команда, чья модель окажется наиболее инновационной после проведения голосования.



8 Ключевые партнеры

7 Ключевые действия

1 Ключевые ценности

4 Отношение с клиентами

2 Сегменты потребителей



6 Ключевые ресурсы

3 Каналы взаимодействия



9 Структура расходов

5 Поток доходов



8 Ключевые партнеры



Какие наши ключевые партнеры?

Кто наши ключевые поставщики?

Какие ключевые ресурсымы от них получаем?

7 Ключевые действия

Какие ключевые действия нам необходимы для работы?

Для выстраивания отношений с клиентами?

6 Ключевые ресурсы

Какие ключевые ресурсы нам нужны для создания ключевых ценностей?

Наши каналы распространения?

1 Ключевые ценности



Какие проблемы клиента мы решаем?

Что ценного в нашем предложении?

4 Отношение с клиентами

Какие у нас отношения с каждым из сегментов?

Как они интегрированы?

Насколько дороги для нас?

3 Каналы взаимодействия

Через какие каналы наши клиенты хотят получать наши ценности?

Через какие получают сейчас?

2 Сегменты потребителей



Для кого мы работаем?

Кто самый важный клиент для нас?

9 Структура расходов

Какие наиболее важные затраты, связанные с бизнес-моделью?

Какие ключевые ресурсы являются самыми дорогими?

Какие основные действия являются самыми дорогими?

5 Потоки доходов

За что наши клиенты готовы платить?

За что они платят сейчас? Как они платят?

Какова общая доля каждого из потоков?



8 Ключевые партнеры



7 Ключевые действия



1 Ключевые ценности



4 Отношение с клиентами



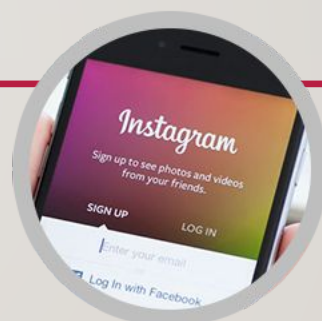
2 Сегменты потребителей



6 Ключевые ресурсы



3 Каналы взаимодействия



9 Структура расходов



5 Поток доходов



Ценностное предложение (Value Propositions)

Какую ценность мы предоставляем пользователю?

Каки пробелы мы решаем?

Какие потребности удовлетворяем?

Что мы предлагаем каждому пользовательскому сегменту?

Основные характеристики такие:

- Новизна
- Оптимизация
- Выполняет работу как надо
- Цена
- Снижение затрат
- Снижение рисков
- Удобство использования
- Доступность
- Дизайн

Сегменты пользователей (Customer Segments)

Для кого вы создаете свой продукт?
Кто ваши основные клиенты?

По каким критериям стоит делить на сегменты?

Разные каналы сбыта

Разный уровень доходности с клиентов

Разный принцип привлечения

Разный тип взаимоотношений

Используют разные продукты компании

Стандартно разделяют по: Масс-маркет, нишевый рынок, диверсификация, многосторонние платформы(например маркетплейс)

Каналы сбыта (Channels)

Через какие каналы мы работаем с нашими сегментами пользователей?

Какие каналы работают лучше?

Какие каналы имеют лучшее соотношение цены/качество?

Через какие каналы мы работаем сейчас?

Как они интегрированы с остальной бизнес-моделью?

Этапы работы с каналом:

1. **Осведомленность** - как мы оповещаем людей о нашей компании и ее продуктах.
2. **Оценка** - как мы помогаем клиентам оценить наше предложение.
3. **Продажа** - как мы продаем продукты клиенту.
4. **Доставка** - как мы доставляем наше ценностное предложение клиенту.
5. **Поддержка** - как мы оказываем поддержку клиенту после продажи продукта.

Взаимоотношения с клиентами (Customer Relationships)

Какой тип отношений нужно установить с каждым пользовательским сегментом?

Какие мы установили на данный момент?

Насколько затратны они?

Как они интегрированы с остальной бизнес-моделью?

Например:

- персональная поддержка
- самообслуживание
- автоматизированное обслуживание
- сообщества
- совместное создание контента

Каналы прибыли (Revenue Streams)

За что клиенты готовы платить?

За что они уже платят?

Как они платят?

Как они хотели бы платить?

Какое соотношение каждого канала прибыли к общей прибыли?

Типы	Фиксированная цена	Динамическая цена
<ul style="list-style-type: none">● Плата за использование● Продажа продукта● Подписка● Кредитование / Аренда / Лизинг● Брокерский процент● Реклама	<ul style="list-style-type: none">● Список цен● Зависимость цен от характеристик● Зависимость от сегмента клиентов● Зависимость от объемов	<ul style="list-style-type: none">● Торги● В режиме реального времени● Управление уступками (yield management)

<https://hackpad.com/Web-And-Mobile-Revenue-Models-final-EgXuEtSibE7>

Ключевые ресурсы (Key Resources)

Какие ресурсы требует наше ценностное предложение?

Каналы дистрибуции?

Взаимоотношения с клиентами?

Каналы прибыли?

Типы ресурсов:

-
- Интеллектуальные (патенты, лицензии, ТМ, данные, программные комплексы)
 - Физические
 - Человеческие
 - Финансовые

Ключевые партнеры (Key Partners)

Кто наши партнеры?

Кто наши поставщики?

Какие ресурсы мы получаем от партнеров?

Какую работу выполняют партнеры?

Польза от партнерства:

-
- Оптимизация и экономия
 - Снижение рисков
 - Получение ресурсов и выполнение части работы

Ключевая деятельность (Key Activities)

Какие действия требуют ценностное предложение?

Какие действия требуют взаимоотношения с клиентами?

Какие действия требуют каналы сбыта?

Какие действия требуют каналы прибыли?

Какие действия требуют партнеры?

Структура затрат (Cost Structure)

Каковы наиболее важные расходы, присущие нашей бизнес-модели?

Основные ресурсы, которые являются наиболее дорогими?

Какая деятельность является наиболее дорогой?

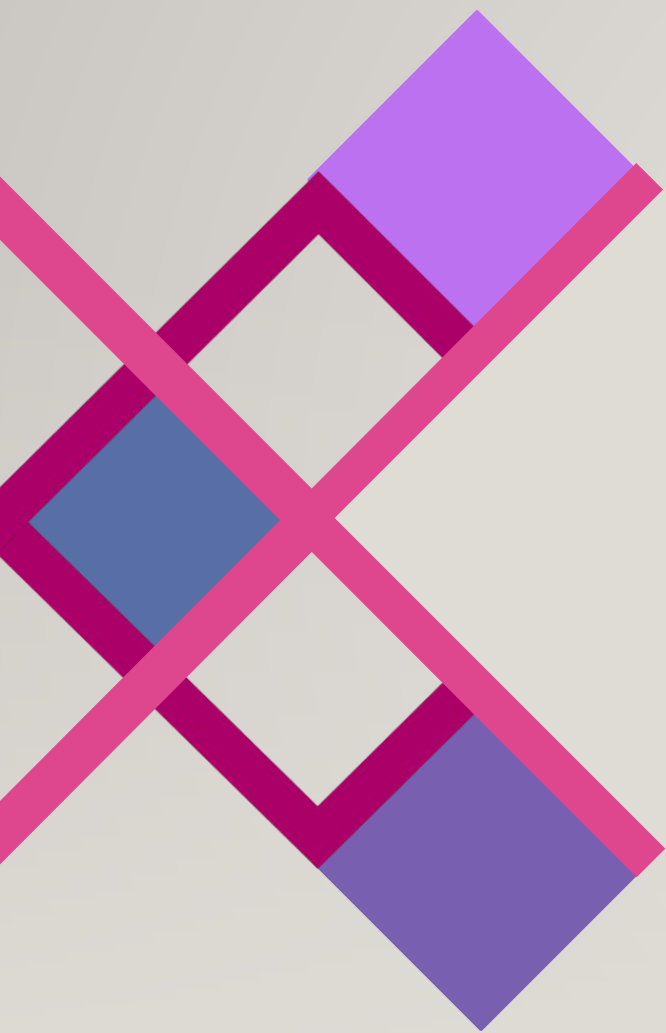
Типы бизнеса:

Ориентация на прибыль - малые затраты, низкая цена предложения, автоматизация, обширный аутсорсинг.

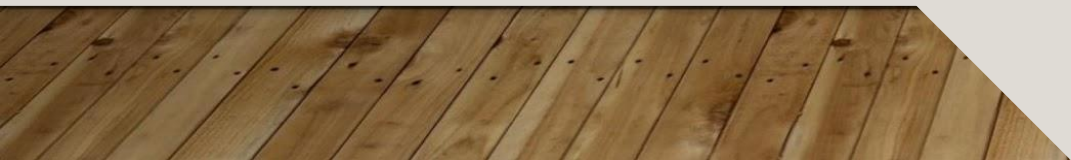
Ориентация на ценность - фокусировка на создании ценности, премиум уровень предложений.

Пример:

- фиксированные издержки
 - переменные издержки
 - экономия на масштабе
 - эффект диверсификации



БИЗНЕС-ПЛАН



ЧТО ЭТО

БИЗНЕС-ПЛАН: рабочий документ или бесполезная бумага?



БИЗНЕС-ПЛАН это документ, который содержит основные направления развития бизнеса и детализированные мероприятия по управлению бизнесом.



*Судың да сұрауы бар.
Вода и та счет любит.*

-
- **Бизнес-план** – это документ, в котором освещены все основные аспекты по проекту: характеристика направлений деятельности и планируемых финансовых потоков, описание этапов развития, рынка, стратегий, рисков и компетенций команды.

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ БИЗНЕС-ПЛАНА:

- прогнозирует деятельность компании на определенный период;
- оценивает место компании на рынке среди конкурентов;
- формулирует стратегию и тактику компании на рынке;
- привлекает финансирование;
- помогает в координации сотрудников, отделов;
- повышает мотивацию руководителя проекта и остальных сотрудников и др.

ВИДЫ БИЗНЕС-ПЛАНОВ

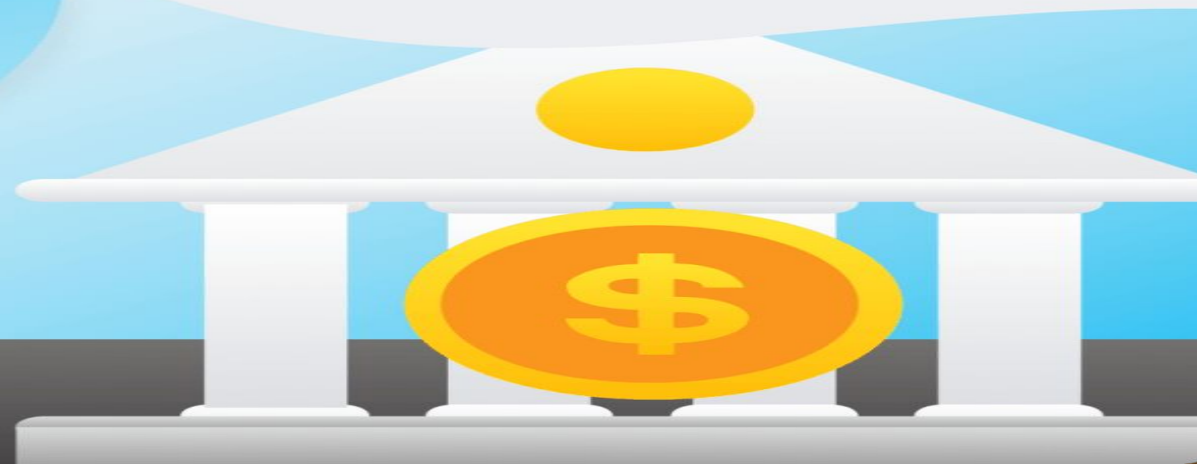
Бизнес-план Для внутреннего пользования

(руководство компании,
учредители, сотрудники,
акционеры)



Бизнес-план Для внешнего пользования

(банки,
гос. учреждения
инвесторы)



Виды бизнес-планов по целям:



**Для получения
финансирования
(для банка, для инвестора,
для гос. учреждения)**



**Для выхода из кризиса
(антикризисные
бизнес-планы)**



**Для отчетности перед
инвестором,
акционерами**



Для продажи

Виды бизнес-планов по этапу развития проекта:

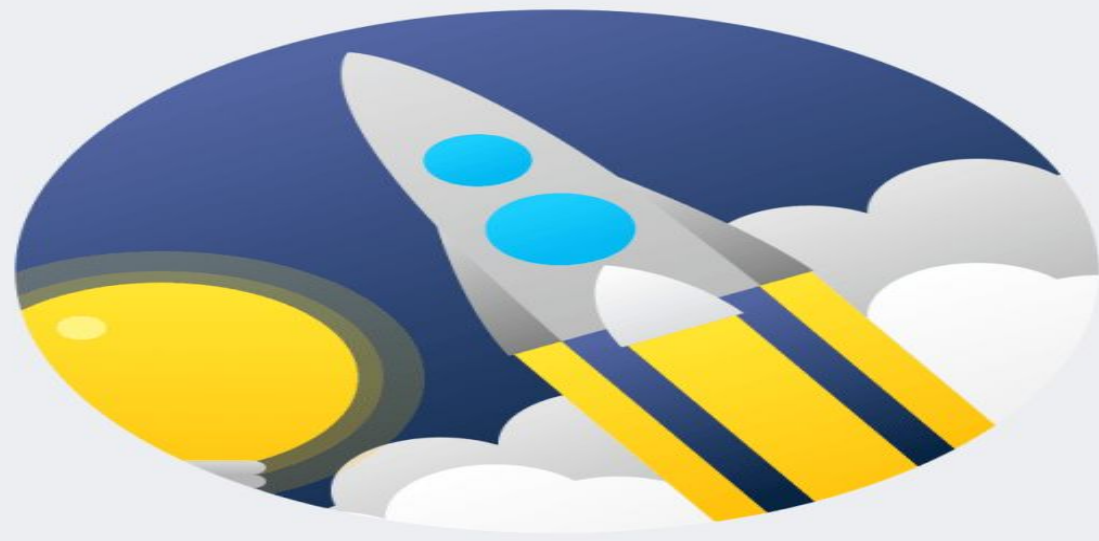
Для действующего проекта

В расчетах учитываются
финансовые результаты
прошлых отчетных
периодов



Для нового предприятия

Расчеты делаются
с нуля



МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Существует несколько основных стандартов, которые используются по всему миру:

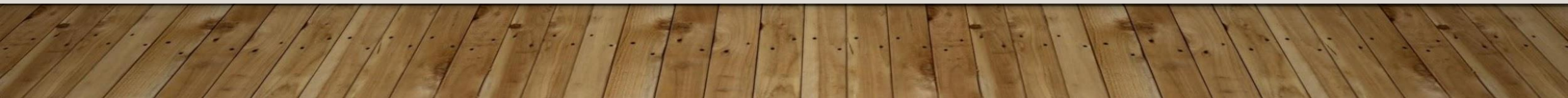
- UNIDO;
- TACIS;
- KPMG;
- ЕБРР.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

- **UNIDO** – самый первый международный стандарт бизнес-планирования. Был разработан ООН и все остальные при создании ориентировались на него.
- **TACIS** – стандарт, разработанный Евросоюзом для оценки проектов в странах СНГ.
- **KPMG** – стандарт, разработанный одноименной компанией, входящей в четверку лидеров в мире консалтинга.
- **ЕБРР** – стандарт Европейского банка реконструкции и развития.

Если сравнивать эти стандарты между собой, то можно заметить, что они не имеют каких-либо кардинальных отличий:

- трудоемкость составления бизнес-планов практически одинаковая;
- профессиональному инвестору будет понятен материал, изложенный в соответствии с любым из выше перечисленных стандартов.



ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА

- **Небрежность в оформлении.** Неряшливо оформленный документ сразу же портит впечатление и о проекте, и о его инициаторе. Шрифт, абзацы, отступы, выравнивание текста, заголовки, подписи к таблицам и рисункам — все это «упаковка» для ваших идей, и она должна выглядеть профессионально.
- ~~**Слишком специфичная терминология.**~~ Обязательно включите в бизнес-план словарь используемых профессиональных терминов, без которых никак не обойтись. Но постарайтесь избегать их чрезмерного употребления.
- **Перегруженность информацией.** Пишите по возможности кратко и ёмко, и только о важных для понимания проекта вещах, чтобы не рассеивать внимание читающего. Детали и подробности лучше вынести в приложения.
- **Много «воды».** Хуже всего, если бизнес-план перегружают пустой информацией для объема и «солидности». Делать так категорически нельзя. Инвесторы ценят своё время и просто не станут тратить его на такой проект.
- **Неподтвержденные или завышенные данные по рынку.** Старайтесь опираться на проверенные источники информации и обязательно указывайте их в тексте бизнес-плана. Критически оценивайте собственные прогнозы, всегда обосновывайте их.
- **Ошибки в расчётах.** Обязательно перепроверяйте свои расчёты, а еще лучше — покажите знакомому финансисту с незамыленным взглядом. Один ум хорошо, а два, как известно, лучше.

Состав разделов бизнес-плана (международная практика):

1. Резюме
2. Исходные данные и характеристика
3. Прогноз конъюнктуры рынка
4. Стратегия маркетинга
5. Конкуренция
6. Товар (услуга)
7. Определение затрат
8. План производства
9. Организация работ и финансирования
10. Рынок сбыта
11. Определение доходов
12. Финансовый план
13. Оценка экономической, коммерческой и социальной эффективности
14. Анализ рисков и меры противостояния



ПРИМЕРНАЯ СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ:

1. Введение

2. Описание компании

3. Описание продукции (работ, услуг)

4. Анализ рынка и конкурентов

5. Маркетинговый план

6. План производства

7. Организационный план

8. Финансовый план

9. Инвестиционный план

10. Анализ рисков


11. Приложения

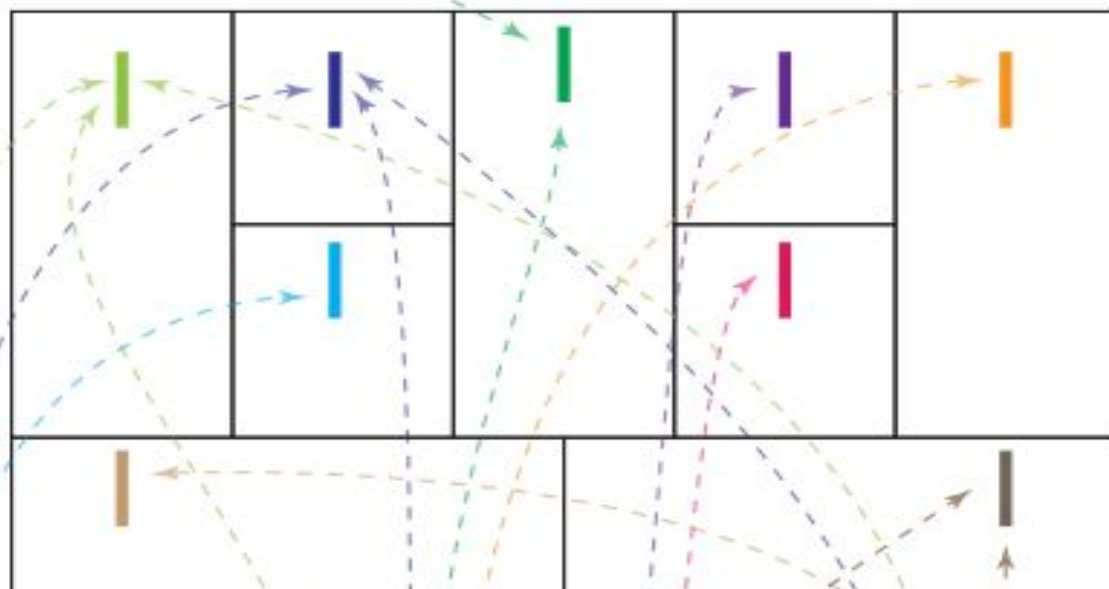




БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ИЛИ
БИЗНЕС-ПЛАН?

СРАВНЕНИЕ СТРУКТУРЫ
БИЗНЕС-МОДЕЛИ И
БИЗНЕС-ПЛАНА





Структура бизнес плана

I Резюме проекта

- 1. Описание проекта
- 1.1. Цели и задачи проекта
- 1.2. Место реализации проекта
- 1.3. Стоимость проекта, источники финансирования

II. Описание предприятия

- 2.1. Инициатор проекта

III. Описание услуги

- 3.1. Описание продукции

IV. Организационный план

- 4.1. План по персоналу

V. Технологический процесс

- 5.1. Технология
- 5.2. Описание основного оборудования

VI. Маркетинговый раздел

- 6.1. Анализ рынка
- 6.2. Ситуационный анализ (SWOT)
- 6.3. Конкуренция
- 6.4. Стратегия ценообразования
- 6.5. План реализации

VII. Финансовый план

- 7.1. Прогноз отчета о прибылях и убытках
- 7.2. Прогноз движения денежных средств
- 7.3. Анализ с помощью методов дисконтирования

VIII. Социальный раздел

IX. Экологический раздел

Срок окупаемости инвестиций (Payback Period – PP).

Срок окупаемости рассчитывается прямым подсчетом числа лет, в течение которых инвестиция будет полностью погашена полученным чистым доходом.

Логика критерия PP такова: он показывает число периодов, за которое инвестиции будут полностью возмещены.

Пример. Определите срок окупаемости инвестиционного проекта со следующими характеристиками: первоначальные инвестиции – 100 млн.тенге. Ежегодные денежные поступления в виде прибыли: в первый год – 50 млн.тенге; во второй год – 50 млн.тенге; в третий год – 70 млн.тенге.

Решение.

Срок окупаемости находим суммируя ежегодно получаемые доходы, пока они не превысят первоначальные инвестиции. Таким образом, 100 млн.тенге мы возвратим за 2 года (50+50). $PP=2$ года.

При анализе инвестиционных проектов широко применяется критерий NPV. Недостатком данного показателя является то, что NPV абсолютный показатель. Если по показателю NPV невозможно решить об оптимальном варианте инвестирования, то используют показатели IRR и PI.

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

Точка безубыточности определяет порог прибыльности от реализации товара и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки компании будут равны выручке от реализации (т.е. прибыль = 0). Точка безубыточности предприятия является контрольной точкой для разработки стратегии ценообразования, установления цены на товар, значений максимальных скидок и проведения ценовой дискриминации.

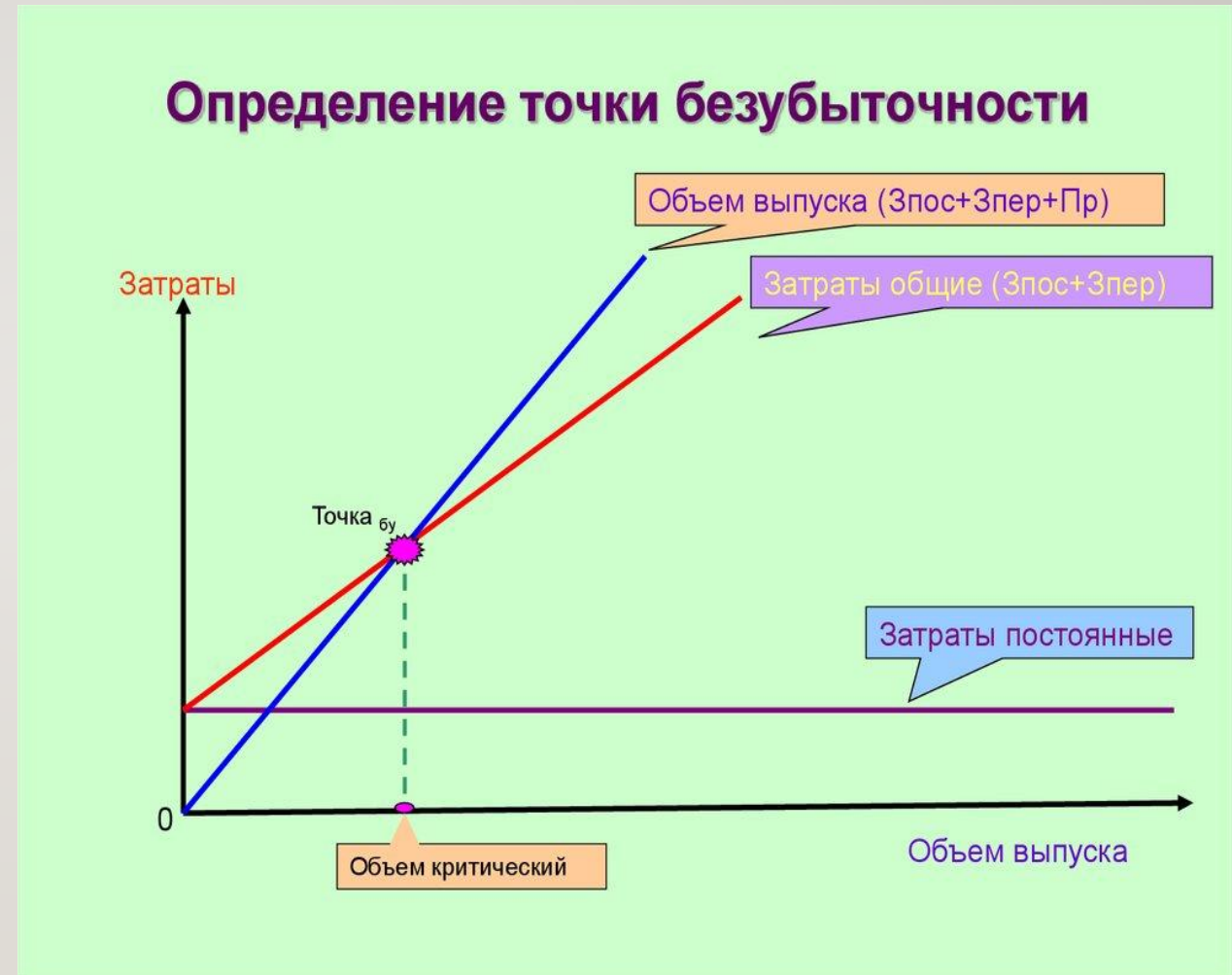
Рентабельность продаж – показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки организации составляет прибыль.

Рентабельность продаж по валовой прибыли = Валовая прибыль / Выручка.



Точка безубыточности

Точка безубыточности — минимальный объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль. Точка безубыточности в единицах продукции — минимальное количество продукции, при котором доход от реализации этой продукции полностью покрывает все издержки на её производство, применяется когда предприятие выпускает один вид продукции.



Определите точку безубыточности Вашего проекта

$$ТБ = З_{пос.} / (Ц - З_{пер.})$$

Точка безубыточности в денежном выражении — такая минимальная величина дохода, при которой полностью окупаются все издержки (прибыль при этом равна нулю), применяется, когда предприятие выпускает ассортимент товаров:

$$ТБ = З_{пос.} / (Ц - З_{пер.}) / Ц$$

Где, ТБ - точка безубыточности,

З_{пос.} - величина постоянных затрат.

З_{пер.} - величина переменных затрат на единицу продукции, Ц — стоимость единицы продукции (цена)