



Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИДЕИ. От предпринимательской идеи к бизнесу.



Предпринимательская идея

– это чёткое представление о том, как и путем каких действий предпринимателя может быть удовлетворена **существующая** (осознанная) или **будущая** (неосознанная) потребность потенциального покупателя.

Особенности предпринимательской идеи:

- без её наличия предпринимательская деятельность вообще невозможна;
- любой функционирующий предприниматель в своей деятель-ности не может избежать процесса накопления, отбора и сравнительного анализа предпринимательских идей.

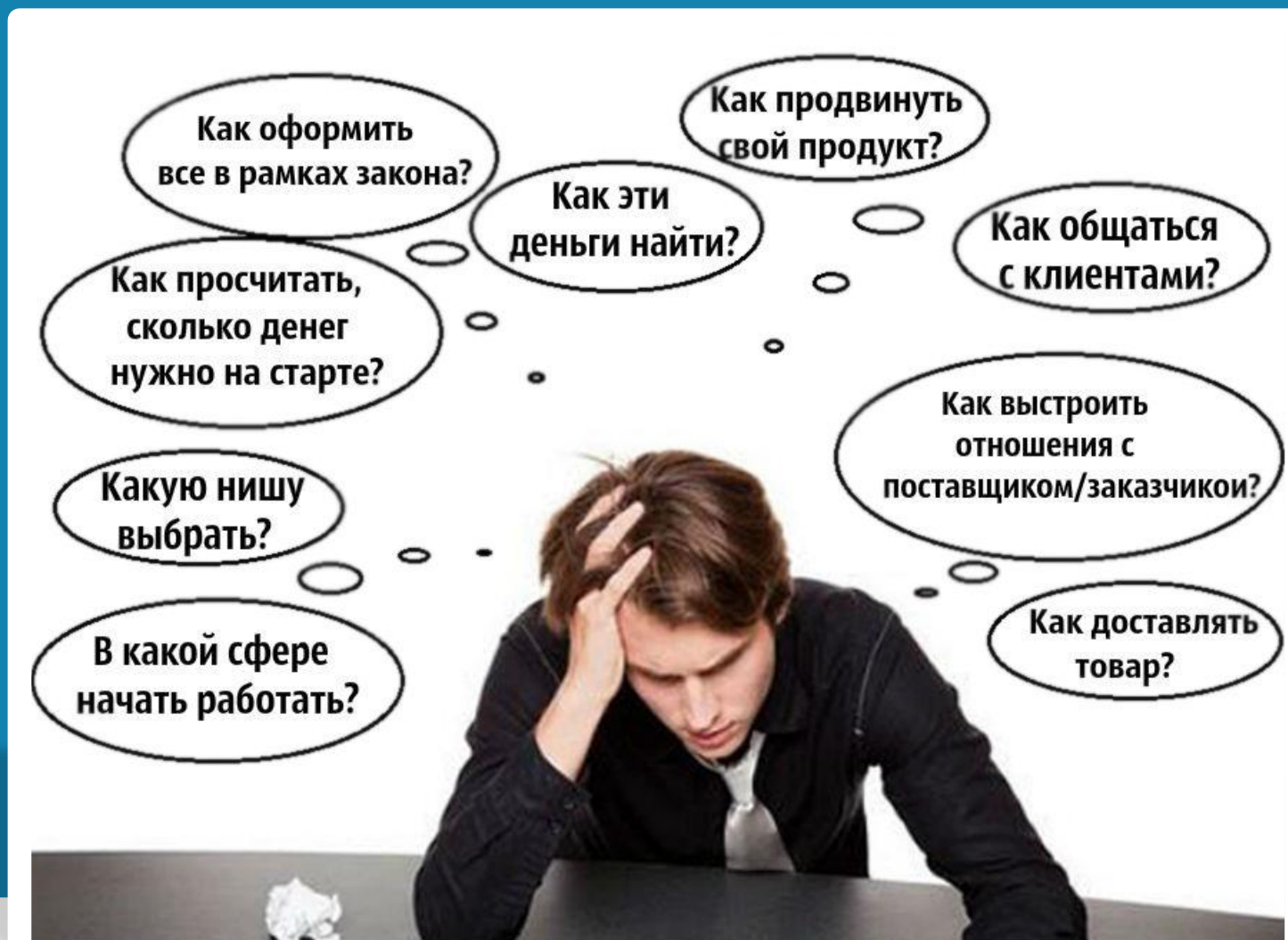
Источники предпринимательских идей

1. Товарный рынок (дефицит какого-либо товара)
2. Географический или структурный «разрыв» в системе общественного производства
3. Достижения науки и техники
4. Новые возможности уже производимого товара
5. Неосознанные потребителем или пока неудовлетворенные потребительские запросы
6. Тенденции в обществе (в т.ч. мода)
7. Неожиданное открытие (событие)

Способы реализации бизнес-идеи

1. Детальное индивидуальное планирование и выполнение пунктов составленного плана.
2. Имитирование чужих действий, бизнес-мероприятий (действие по известной проверенной схеме).
3. Следование интуитивным позывам (наиболее рискованный способ).

Предпринимательские вопросы



Этапы реализации бизнес-идеи

- 1 этап. Зарождение предпринимательской идеи
- 2 этап. Первая экспертная оценка идеи
- 3 этап. Получение рыночной информации (выявление соотношения между спросом и предложением, определение цены)
- 4 этап. Расчёты затрат на осуществление идеи
- 5 этап. Экспертная оценка 3 и 4 этапов
- 6 этап. Принятие предпринимательского решения. Подготовка к практической реализации идеи

Алгоритм создания бизнеса



1. Поиск бизнес-идеи

Бизнес-идея – концепция того, как лучше конкурентов удовлетворить потребности на рынке.

Уникальность

- оригинальная
- заимствованная

Степень новизны

- Принципиально новая (потенциальные потребности)
- Модифицированная старая
- Старая на новом рынке

Критерии жизнеспособности

- Уникальность и новизна для данного рынка
- Востребованность
- Реализуемость
- Информация о конъюнктуре
- Рентабельность



2. Исследование рынка (выбор рыночной ниши)

Рыночная ниша – сегмент рынка товаров и услуг, свободный от конкуренции и гарантирующий финансовый успех предприятию.

Требования к рыночной нише

- Перспективы развития ниши
- Уникальность идеи
- Соответствие идеи реалиям
- Потенциальная емкость
- Активность конкурентов
- Величина барьеров для входа

Виды барьеров

- Патенты
- Лицензии
- Ноу-хау
- Договоры на поставку
- Эксклюзивные комплектующие
- Финансовые затраты
- Законодательство



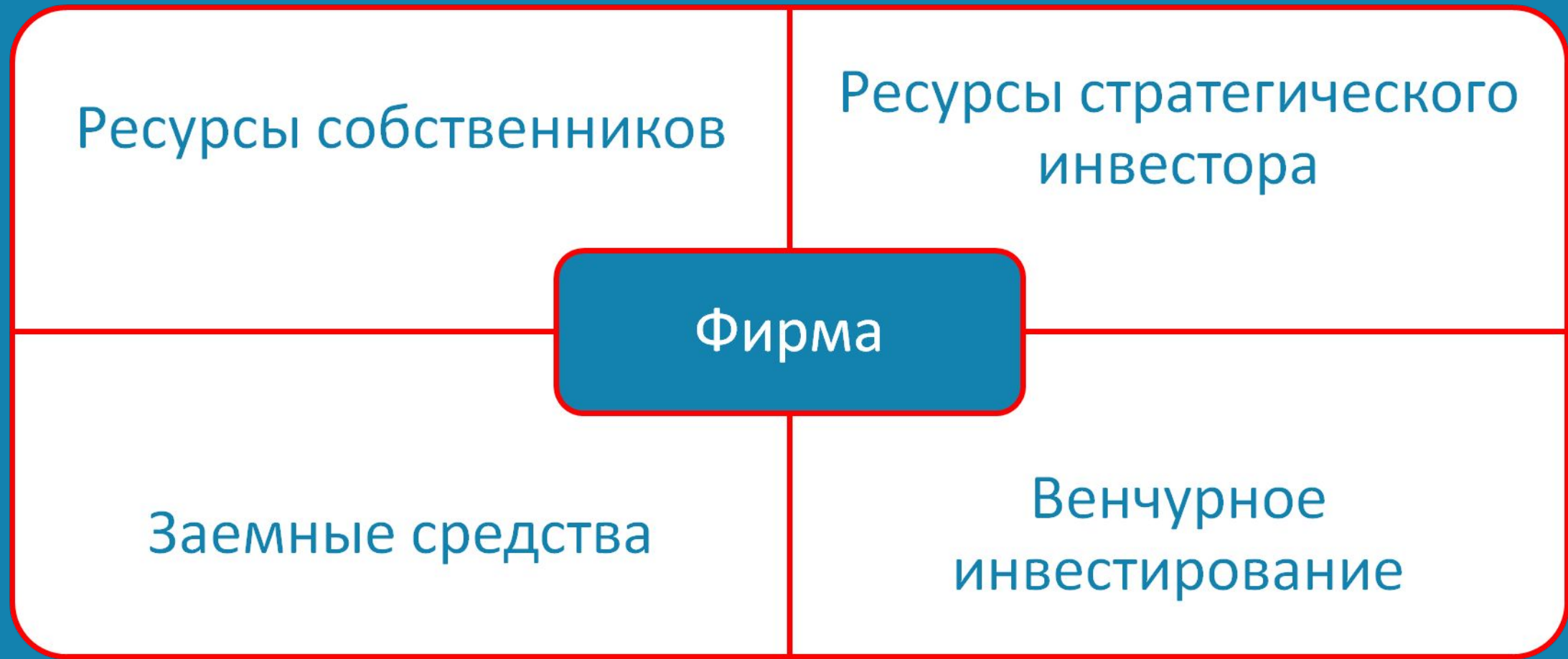
3. Оценка стартовых ресурсов

Выбрав рыночную нишу, необходимо оценить ресурсы для создания фирмы



4. Механизм финансирования

Источники финансирования:



5. Стратегическое планирование

Определение стратегии развития происходит в несколько этапов

Определение примерной начальной стратегии реализации бизнес-идеи



Принятие решение о создании фирмы



Разработка детального плана развития фирмы

Принятие решения о создании фирмы – переломный момент в реализации



6. Регистрация фирмы

Государственная регистрация обязательна для осуществления предпринимательской деятельности на территории РФ

Список документов, необходимых для государственной регистрации

- Заявление о государственной регистрации фирмы
- Решение о создании юридического лица в виде документа в соответствии с законодательством РФ
- Учредительные документы
- Документ об уплате госпошлины

Н
К
Ф
С
Т
З
З
З
З
З



Определенными видами деятельности фирма может заниматься только при наличии лицензии!

Подготовительный этап:

- определение видов деятельности (по ОКВЭД);
- определение состава участников;
- выбор организационно-правовой формы;
- выбор фирменного наименования;
- выбор юридического адреса (место нахождения постоянно действующего исполнительного органа);
- оформление учредительных документов;
- открытие временного (накопительного) счёта в банке

Выбор организационно-правовой формы

Виды юридических лиц

- Хозяйственные товарищества
 - На вере
 - Полные
- Хозяйственные общества
 - ООО
 - АО непубличное
 - АО публичные
- Производственный кооператив (артель)

Критерии выбора организационно-правовой формы

- Возможность привлечения дополнительных инвестиций
- Организация управления
- Возможности для развития бизнеса
- Интересы учредителей, их права и ответственность, участие в бизнесе
- Наличие возможности выхода из бизнеса
- Требования госорганов регистрации к отчетности

Размещение фирмы

Принцип размещения

- Потребительский
- Сырьевой
- Кадровый

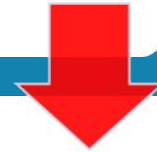
Критерии размещения

- Близость к потребителям
- Конъюнктура рынка
- Издержки
- Инфраструктура
- Геополитика

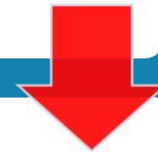


Дальнейшая реализация бизнес-идеи

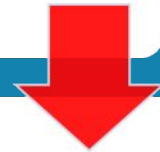
Разработка организационной и производственной структуры



Формирование ресурсной базы



Подбор персонала



Организация деятельности

Выбор потенциальных партнеров

Выбор партнеров – встраивание фирмы в существующую рыночную инфраструктуру



Распределение приоритетов в управлении компанией

Характер действий	Бизнес	Менеджмент (система управления)
Оперативный	1. Создание компании	2. Налаживание оперативного управления
Стратегический	3. Расширение бизнеса	4. Постановка стратегического управления

```
graph TD; B1[1. Создание компании] --> M2[2. Налаживание оперативного управления]; M2 --> M4[4. Постановка стратегического управления]; M4 --> B3[3. Расширение бизнеса];
```



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ

Как экономическая категория **риск** представляет собой событие, которое может произойти или не произойти.

В случае совершения такого события возможны три экономических результата:

- отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток);
- нулевой;
- положительный (выигрыш, выгода, прибыль).

Риски можно разделить на две большие группы:

- 1) **ЧИСТЫЕ РИСКИ** означают возможность получения отрицательного или нулевого результата;
- 2) **СПЕКУЛЯТИВНЫЕ РИСКИ** выражаются в возможности получения как положительного, так и отрицательного результата.

Чистые риски:

- **природно-естественные риски** — риски, связанные с проявлением стихийных сил природы (землетрясение, наводнение, буря, пожар, эпидемия и т.п.);
- **экологические риски** (антропогенные и техногенные) — риски, связанные с загрязнением окружающей среды;
- **политические риски** — риски, связанные с политической ситуацией в стране и деятельностью государства;
- **транспортные риски** — риски, связанные с перевозками грузов транспортом: автомобильным, морским, речным, железнодорожным, самолетами и т.д.;
- **коммерческие риски** — опасность потерь в процессе финансово-хозяйственной деятельности. Они означают неопределенность результатов от данной коммерческой сделки.

Коммерческие риски делятся на:

- **имущественные риски** — риски, связанные с вероятностью потерь имущества предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т.п.;
- **производственные риски** — риски, связанные с убытком от остановки производства вследствие воздействия различных факторов и прежде всего с гибелью или повреждением основных и оборотных фондов (оборудование, сырье, транспорт и т.п.), а также риски, связанные с внедрением в производство новой техники и технологии;
- **торговые риски** — представляют собой риски, связанные с убытком по причине задержки платежей, отказа от платежа в период транспортировки товара, непоставки товара и т.п.

Спекулятивные риски:

1-АЯ ГРУППА: РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТЬЮ ДЕНЕГ:

- **инфляционный риск** — риск того, что при росте инфляции получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут;
- **дефляционный риск** — риск того, что при росте дефляции происходят падение уровня цен, снижение доходов и ухудшение экономических условий предпринимательства;
- **валютные риски** — опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой, при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций;
- **риски ликвидности** — риски, связанные с возможностью потерь при

Спекулятивные риски:

2-АЯ ГРУППА: РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ВЛОЖЕНИЕМ КАПИТАЛА (ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ):

- **риск упущенной выгоды** — риск наступления косвенного (побочного) финансового ущерба (неполученная прибыль) в результате неосуществления какого-либо мероприятия (напр., страхования, хеджирования, инвестирования и т.п.);
- **риск снижения доходности** — риск, возникающий в результате уменьшения размера процентов и дивидендов по портфельным инвестициям, по вкладам и кредитам;
- **риски прямых финансовых потерь:**

Спекулятивные риски:

2-АЯ ГРУППА: РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ВЛОЖЕНИЕМ КАПИТАЛА (продолжение):

- **риски прямых финансовых потерь:**
 - **селективный риск** (лат. *selektio* — выбор, отбор) — риск неправильного выбора видов вложения капитала, вида ценных бумаг для инвестирования в сравнении с другими видами ценных бумаг при формировании инвестиционного портфеля;
 - **кредитный риск** — опасность неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору,
 - **риск банкротства** — опасность в результате неправильного выбора вложения капитала полной потери предпринимателем собственного капитала и его неспособности рассчитываться по взятым на себя обязательствам.

Основные приемы риск-менеджмента:

- **избежание риска** — уклонения от мероприятия, связанного с риском;
- **удержание риска** — оставление риска за инвестором (предполагая покрытие возможных убытков за счет резервных средств инвестора);
- **передача риска** — передача ответственности за риск, например, страховой компании;
- **снижение степени риска** — уменьшение вероятности потерь и сокращение ожидаемого их объема.

Основные приемы снижения степени риска:

- диверсификация — распределение капиталовложений между разнообразными видами деятельности;
- получение дополнительной информации о ситуации принятия решения;
- лимитирование за счет установления предельных сумм расходов, продажи, кредита;
- самострахование за счет создания натуральных и денежных резервных (страховых) фондов;
- страхование;
- хеджирование — страхование цены товара от риска либо нежелательного для производителя падения, либо невыгодного для потребителя увеличения.

**БЛАГОДАРЮ
ЗА ВНИМАНИЕ!**