



Путеводитель молодого

предпринимателя

*от идеи к
действию*

Рабочая тетрадь

к курсу

Введение в предпринимательство



Здравствуйте, дорогие друзья!

Чтобы не заблудиться на нелегком пути предпринимательской деятельности, в данном путеводителе мы собрали для Вас важную информацию, необходимую для создания и развития своего собственного дела.



*Ст. преподаватель
каф. Инновационного предпринимательства
и финансового менеджмента
ФГБОУ ВО «КНИТУ»
Фролова Ирина Александровна*



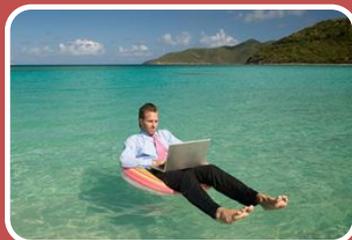
Личная страница студента



Ф.И.О.	
Институт	
Группа	
Курс	
Контактная информация	



Подумайте, почему Вы решили стать
предпринимателем?
Отметьте, что мотивирует Вас?



*Желание быть самому себе
ХОЗЯИНОМ*



*Реализация собственных
идей*



*Желание получения
финансового
вознаграждения*



10 шагов к тому, чтобы придумать идею своего бизнеса:



Выпишите навыки, которыми Вы владеете

Помечтайте, каким Вы себя видите через 10 лет





10 шагов к тому, чтобы придумать идею своего бизнеса:



Вспомните, кем Вы хотели стать в детстве

Посмотрите вокруг: чем занимаются Ваши близкие?





10 шагов к тому, чтобы придумать идею своего бизнеса:



Подумайте, каким видом деятельности Вы бы не стали заниматься?

Подумайте, какой доход Вы хотите иметь в месяц? Разбейте эту сумму на дни. Посмотрите, в каких видах деятельности Вы можете получать эту сумму в день





10 шагов к тому, чтобы придумать идею своего бизнеса:



Чем бы Вы сейчас занимались, если бы на Вашем счету
лежал
1 млн. рублей

Ответьте на вопрос: Каким родом деятельности занимаются
люди, которые живут так, как хотите жить Вы?





10 шагов к тому, чтобы придумать идею своего бизнеса:



Подумайте о Вашем хобби. Может ли это стать доходным делом?

Ради какой деятельности Вы просыпались бы с радостью рано утром?





**Внимательно изучите качества
успешного предпринимателя.
Подумайте, есть ли у вас какие-то из этих качеств, или
проявления этих качеств?**



Укажите свои ключевые качества, которые помогут Вам в создании и развитии своего дела

** вера в то, что выполняемая Вами работа способна улучшить жизнь людей*





Перед тем как сделать первые шаги в сторону создания своего дела, молодые предприниматели сталкиваются с массой мифов, которые мешают молодым людям реализовать свою идею

«Предпринимателями не становятся, ими рождаются. Не стоит и пытаться начинать»

«Молодежному предпринимательству необходима особая поддержка, т.к. молодые люди менее опытные»

«Как только молодой предприниматель начнет свое дело, его (дело) обязательно отнимут»

«Невозможно платить налоги, при этом получать прибыль»

«Молодым предпринимателям невозможно найти стартовый капитал без кредита в банке»

«Государство ничего не делает для развития малого бизнеса»

«Существующий в России произвол делает невозможным развитие малого бизнеса (взятки)»



Задумались какую нишу (товары или услуги) выбрать?

Мы познакомим Вас с самыми распространенными и простыми в реализации способами определения «прибыльных» ниш:

1. Ниша, базирующаяся на ваших талантах, увлечениях и сильных сторонах*

** Выпишите в столбик всё, чем вам нравится заниматься, в чём вы являетесь экспертом (хорошо разбираетесь). Небольшая подсказка — спросите своих друзей и знакомых, в какой сфере они готовы спросить у вас совета, в чём (в какой деятельности) они считают вас профессионалом? Как явный плюс: выбрав нишу, которая вам искренне нравится, вы будете в состоянии преодолеть любые (неизбежные) сложности, ведь это ваше любимое дело (хобби), которым вы готовы заниматься бесконечно.*





Задумались какую нишу (товары или услуги) выбрать?

Мы познакомим Вас с самыми распространенными и простыми в реализации способами определения «прибыльных» ниш:

2. Не нужно изобретать велосипед. Его нужно продать! *

* Изобрести новый товар (услугу) — несложно. Намного сложнее (порой даже невозможно) найти клиентов, готовых рискнуть и купить новинку. Поэтому в начале своего бизнес-пути забудьте об изобретательстве, визионерстве и новаторстве. Выберите любую высококонкурентную нишу (здоровье, обучение, воспитание детей и т. д.), изучите предложения основных конкурентов и найдите незанятые фрагменты в их деятельности. Приведем пример: прокат велосипедов, роликов, туристического инвентаря в особо посещаемых местах.

3. Дорогие товары (услуги)**

** В этой нише вам будет достаточно совершить всего несколько сделок — т. е. найти всего несколько клиентов, чтобы чувствовать себя хорошо. Идите в премиум-сегмент, продавайте людям со стабильно высокими доходами. На них кризис не оказал практически никакого влияния.

4. Сезонные ниши***

*** В жизни постоянно всё меняется. Научитесь быстро реагировать и предугадывать происходящие изменения. опережайте конкурентов на полшага-шаг и вы гарантированно «соберёте все сливки с рынка».

Поиск и определение возможностей



Для предпринимателя распознавание возможности и ее успешная коммерческая реализация – ключевой момент деятельности. Однако, распознать возможности достаточно трудно.



Возможность – это счастливое стечение обстоятельств, создающее потребность общества в новом товаре, услуге или новом виде коммерческой деятельности.



Три подхода к выявлению возможностей



Анализ
тенденций

Решение
проблем

Выявление
пустующих
сегментов
рынка





Анализ тенденций

Первый подход к выявлению возможностей заключается в анализе тенденций и их исследовании с точки зрения новых возможностей для предпринимателей.



Попробуйте определить ниши возможностей в разнообразии товаров, услуг и вариантов коммерческой деятельности.



Экономические силы

Социальные силы

Технологические достижения

Политические и законодательные изменения



(Впишите выбранную нишу)



(Впишите идею нового товара/услуги)

(Анализируя внешние тенденции, позволяющие выявить ниши возможностей на рынке товаров и услуг, впишите в ячейки области, открытые для новых бизнес-идей)



Решение проблемы



Второй подход к поиску возможностей представляет собой выявление существующих проблем и путей их решения. Такие проблемы выявляются в ходе последовательного анализа трудностей, которые приходится преодолевать людям в их повседневной жизни, а также с использованием более простых техник, включая интуицию, прозорливость или случайные наблюдения.

Подумайте, какие трудности приходится преодолевать Вам ежедневно? Выпишите их в столбик.



Выявление пустующих сегментов рынка



Третьим источником бизнес-идей является поиск пустующих сегментов рынка. Существует масса примеров товаров, в которых потребители нуждаются или которые они хотели бы иметь, но их нет в конкретном месте, либо не существует в природе

Подумайте, в каких товарах / услугах нуждаются потребители Вашего города? Выпишите их в столбик.





Возможно, Вы не знали, но для стимуляции и облегчения процесса генерации новых идей товаров, услуг и вариантов коммерческой деятельности используется несколько методов. Познакомим Вас с некоторыми из них

- Фокус-группа объединяет от 5 до 10 человек, выбранных для исследования по причине их тесной связи с обсуждаемой проблемой. Техника фокус-групп используется в самых разнообразных целях, она может применяться и для генерации новых бизнес-идей.

Фокус-группы



- Мозговой штурм – это процесс генерации набора идей по конкретной теме. Варианты реализации такой схемы варьируются от человека с желтым блокнотом, записывающего в него все, что придет на ум, до формальных совещаний с участием большого числа людей под руководством специально назначенных арбитров.

Мозговой штурм



- Чаще всего лучшие идеи возникают как результат обнаружения их общей формулировки, как, например, идея электронных игр для взрослых, а последующий активный поиск в литературе и сети Интернет подсказывает лучшие варианты таких игр.

Работа с литературой и поиск в сети Интернет





**Если у вас появилась идея,
незамедлительно приступайте к ее реализации.
Можно начать даже с того, чтобы просто записать её на бумаге и
конкретизировать, ответив на несколько вопросов:**

Вопрос	Ответ
Какая моя цель (чего я хочу в итоге достичь)?	
За какой период времени я хочу это сделать?	
Кто мне может помочь в этом?	
Существуют ли какие-то препятствия, которые могут мне в этом помешать? И какие?	
Какие альтернативные пути имеются в случае сложностей?	



Определение и детальное описание целевых групп.

Кто целевая аудитория? Это самый главный вопрос. Ответ "все" не подходит: можно получить больше прибыли, сделав несколько специализированных вариантов одного продукта, чем один "для всех". Определить нужно: возраст покупателей, их пол, социальное положение, доходы, цену, за которую они согласны купить ваш товар. Почему им нужен именно ваш товар? На массу интересных идей можно выйти, подумав, что покупатели хотели бы получить ещё, в дополнение к традиционным услугам и сервисам. Определите и опишите целевые группы, заполнив таблицу.

№	Категория	Ответ
1	Возраст покупателей	
2	Пол	
3	Социальное положение	
4	Уровень дохода покупателей	
5	Цена, удовлетворяющая покупателя	
6	Отличительные особенности и достоинства Вашего товара	
7	Дополнительные услуги	





Пора преступать к написанию грамотного бизнес-плана



Цель бизнес-плана – структурированно отобразить всю информацию о жизненном цикле бизнеса, его составляющих, вывести стоимость проекта, время выхода на точку безубыточности и уровень доходности.

Правильный бизнес план является основополагающим документом при начале любой предпринимательской деятельности, так как он позволяет определить идею и пути реализации бизнеса, необходимые вложения и показатели рентабельности.



Бизнес-план

Несмотря на индивидуальный процесс написания, есть стандартная структура составления документа, которая содержит следующие основные моменты*:

1. Лицевой (титульный) оборот документа, на котором указаны данные учредителей, назван автор проекта, стоимость и его суть

2. Резюме проекта, подчеркивающее инвестиционную привлекательность

3. Аналитика рынка

4. Основная идея проекта и краткое видение реализации

5. Детальный маркетинговый план

6. Разработанный производственный план

7. Полный финансовый план на 3-5 лет

8. Административно-организационный план

9. Точный расчет рентабельности проекта

10. Перечень рисков и гарантий

11. Список необходимой нормативной документации

12. Приложения



Бизнес-план

Сам бизнес-план необходимо писать емко, сжато, но при этом максимально подробно останавливаясь на основных моментах: финансы и прогнозы.

Объем: от 25 до 35 страниц.



Для облегчения восприятия следует использовать графики, схемы, таблицы. Именно так тяжелая экономическая информация лучше усваивается потенциальными инвесторами проекта. Недопустимо в бизнес-планировании использование эмоционального окраса и непроверенных данных.

Чтобы произвести наилучшее впечатление, бизнес-план стоит перевести в презентационный материал.



«Говори и показывай»

Простые советы о том, как создать эффектную презентацию.
Приводим 10 самых полезных из них.



ПРАВДА

Сила в правде

Самый быстрый путь к установлению доверительных отношений с аудиторией — это правдивое повествование. Самый быстрый способ потерять аудиторию — вешать ей лапшу на уши. Помните об этом, готовя свое выступление.



Все презентации состоят из 3-х элементов

Идея или правило, которым делится автор презентации.
Спикер, которому есть чем поделиться.
Аудитория — люди, с которыми автор делится своими мыслями.



Хорошая презентация — это ясное повествование

Хорошая презентация не бесконечна. Она не запутывает. В ней нет случайностей. Ясное повествование — лучшая защита против замешательства. Оно позволяет «приручить» сложность, обычно присущую представлению своих идей другим людям.



«Говори и показывай»

Простые советы о том, как создать эффектную презентацию.
Приводим 10 самых полезных из них.



На чём держится презентация



У повествования есть стержень, направляющий презентацию вперед, и поддерживающие истории, которые обогащают её деталями и красками. Это форма вашего повествования: вы начинаете с главной идеи, создаете стержень основного повествования, нанизываете на этот стержень детали, а затем завершаете работу последним, финальным поворотом.

Один слайд — одна идея



Идеальный слайд содержит заголовок, картинку, короткий текст и ничего больше. Любой другой слайд — это плохой слайд. Если идея слишком сложна, чтобы объяснить ее на одном слайде — используйте несколько.

Используйте картинки



В нашем мозгу значительно больше участков, предназначенных для восприятия и переработки визуальных образов, чем для любой другой функции, включая речь. Чтобы проиллюстрировать любую историю, достаточно шести картинок.



«Говори и показывай»

Простые советы о том, как создать эффектную презентацию.
Приводим 10 самых полезных из них.



Репетируйте, но делайте это правильно

Не сидите в дальнем углу комнаты, пролистывая слайды и бурча под нос: «Здесь я поговорю о технологии, а здесь немного поболтаю о всякой ерунде...». Вы же не будете произносить все эти слова во время презентации, поэтому не стоит расслабляться и говорить все это во время практики.



Избавьтесь от заминок

Самая важная часть любой презентации — первые две минуты. Поэтому нужно исключить из первых нескольких минут презентации все, что ее замедляет. Лучший способ начать — история. Подготовьте такую, которую легко рассказывать и которая способна вас расслабить.



Не торопитесь и найдите свой стиль

Время на сцене течет по-другому, вам необходимо замедлять его. То, что кажется вам естественным темпом, представляется аудитории бешеной гонкой. Вы должны всегда напоминать себе об этом (главное — говорить не больше, а, напротив, меньше и медленнее).



«Говори и показывай»

Простые советы о том, как создать эффектную презентацию.
Приводим 10 самых полезных из них.



Никогда не забывайте, что у вас всегда есть немного магии.

Время на сцене течет по-другому, вам необходимо замедлять его. То, что кажется вам естественным темпом, представляется аудитории бешеной гонкой. Вы должны всегда напоминать себе об этом (главное — говорить не больше, а, напротив, меньше и медленнее).

! На первом выступлении и на последующих встречах потенциальные инвесторы легко обескуражат молодого предпринимателя множеством вопросов, особенно если они ищут слабые места в элементах бизнес-плана. Поэтому к ответам стоит готовиться заранее.

! Предпринимателю полезно развить в себе выдержку. Запомните, что инвесторы, задавая вопросы, просто выполняют свою работу.



Пришло время заняться реализацией своей идеи

Перед открытием своего бизнеса, предприниматель должен осуществить государственную регистрацию в органах Федеральной налоговой службы Российской Федерации. Важно, перед регистрацией своей фирмы и открытием бизнеса, определиться с конкретным видом предпринимательской деятельности, который будет основополагающим для выбора формы регистрации – индивидуальное предпринимательство или юридическое лицо. Коды основных видов деятельности можно найти в специальном классификаторе (ОКВЭД) и в дальнейшем указать при регистрации фирмы.

Для регистрации ИП, гражданину нужно предоставить в отделение ФНС документы:



Копия паспорта

заявление о государственной регистрации

**Государственная
пошлина**

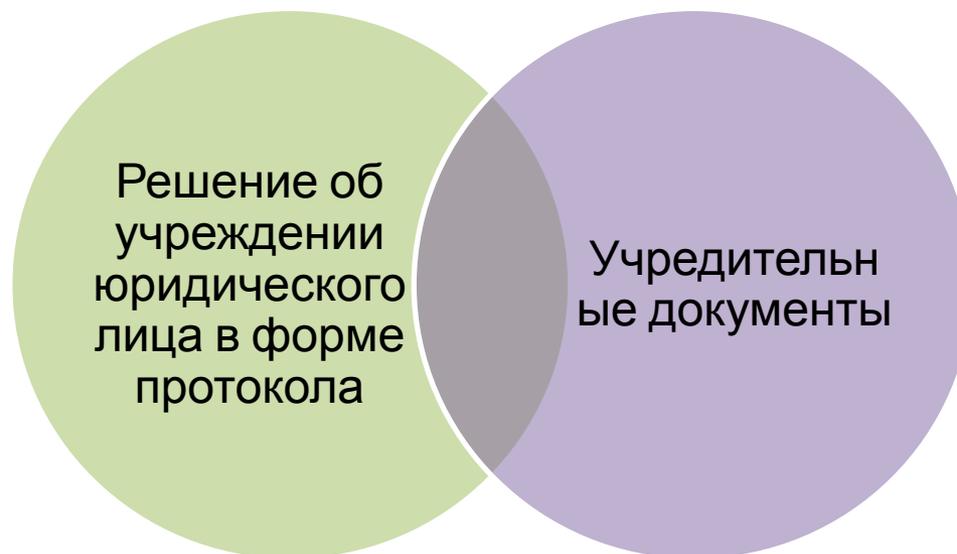
справку специальной формы
об уплате госпошлины



Пришло время заняться реализацией своей идеи



Чтобы произвести регистрацию юридического лица, необходимо:



Также, при регистрировании юридического лица, необходимо правильно остановить свой выбор на одной из организационно-правовых форм. Оптимальная форма для начинающего бизнесмена - общество с ограниченной ответственностью, сокращенно (ООО).





Выбор подходящей системы налогообложения



Для начинающего предпринимателя нужно и важно знать, что от правильного выбора системы налогообложения зависит дальнейшее ведение бизнеса.

Всего существует четыре системы:

ЕНВД (Единый налог на вмененный доход);

ОСН (Общая (стандартная) система налогообложения);

УСН (Упрощённая система налогообложения);

ЕСХН (Единый сельскохозяйственный налог).





ЕНВД

Единый налог на вменённый доход – это специальный налоговый режим, который могут применять индивидуальные предприниматели и организации в отношении определённых видов деятельности*.

Единый налог на вменённый доход за один месяц рассчитывается по следующей формуле:

ЕНВД = Базовая доходность x Физический показатель x K1 x K2 x 15%,

где базовая доходность устанавливается государством в расчёте на единицу физического показателя и зависит от вида предпринимательской деятельности; физический показатель у каждого вида деятельности свой (как правило, это количество работников, квадратных метров и т.д.); K1 – коэффициент-дефлятор. Его значение, на каждый календарный год устанавливает Министерство экономического развития России. В 2016 году коэффициент остался таким же, как и в 2015 году $K1 = 1,798$; K2 – корректирующий коэффициент. Его устанавливают власти муниципальных образований с целью уменьшения размера налога ЕНВД, для тех или иных видов деятельности.

*Примечание: в отличие от УСН для ЕНВД фактически полученный доход значения не имеет. Налог рассчитывается, исходя из размера предполагаемого дохода, который устанавливает (вменяет) государство.



ЕНВД

Самостоятельно изучите материал по данному налоговому режиму*.
Заполните таблицу.

Кто имеет право применять ЕНВД?	Кто не может применять ЕНВД?

*<https://www.malyi-biznes.ru>





ОСН



Общая (стандартная) система налогообложения – это самый сложный режим налогообложения из всех существующих в России, характеризующийся большим количеством налогов, обязанностью ведения полного бухгалтерского и налогового учета.

На ОСНО по умолчанию переводятся все предприниматели и организации, не определившиеся с выбором системы налогообложения при регистрации, а также те, которые больше не вправе применять ни один из специальных налоговых режимов: УСН, ПСН, ЕНВД и ЕСХН.



ОСН

Самостоятельно изучите материал по данному налоговому режиму*.

Заполните таблицу.

Вид налога	Налоговая ставка	Срок уплаты	Кто платит
Налог на прибыль организации			
НДФЛ			
НДС			
Налог на имущество организации			
Налог на имущество физических лиц			

*<https://www.malyi-biznes.ru>



УСН (упрощенка)

Упрощенная система налогообложения — один из наиболее экономически целесообразных налоговых режимов, позволяющим минимизировать налоговые платежи и сократить объем представляемой отчетности*.

Особенностью УСН, как и любого другого специального режима, является замена основных налогов общей системы налогообложения, одним – единым. На упрощенке не подлежат уплате:

- ✓ НДФЛ (для ИП).
- ✓ Налог на прибыль (для организаций).
- ✓ НДС (кроме экспорта).
- ✓ Налог на имущество (за исключением объектов, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость).

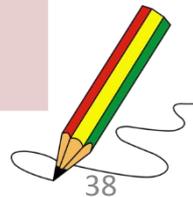


УСН (упрощенка)

Самостоятельно изучите материал по данному налоговому режиму*.
Заполните таблицу.

Кто имеет право применять УСН?	Кто не может применять УСН?

*<https://www.malyi-biznes.ru>





ЕСХН

Единый сельскохозяйственный налог – это налоговый режим, созданный специально для предпринимателей и организаций, которые занимаются производством сельскохозяйственной продукции.

Единый сельскохозяйственный налог рассчитывается по следующей формуле:

$$ЕСХН = \text{Налоговая база} \times 6\%$$

где Налоговая база – это денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов (расходы на которые можно уменьшить налоговую базу, перечислены в п.2-4.1, 5 ст. 346.5 НК РФ)

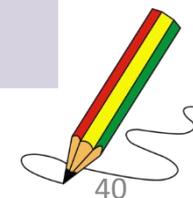


ЕСХН

Самостоятельно изучите материал по данному налоговому режиму*.
Заполните таблицу.

Какая продукция считается сельскохозяйственной?	Кто может применять ЕСХН в 2016 году?

*<https://www.malyi-biznes.ru>





**Пришло время заняться маркетингом.
Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными
и креативными замыслами маркетологов для продвижения
товара на рынок.**



**Для успеха два яблока
лучше, чем одно.
Попробуйте рекламным
роликом или хотя бы
плакатом
продемонстрировать, что
двойная порция действует
гораздо эффективнее.**





**Пришло время заняться маркетингом.
Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными
и креативными замыслами маркетологов для продвижения
товара на рынок.**



**У нас петушок на палочке – а у них
чупа-чупс.**

В чем отличие, спросите вы, а долго гадать не надо. Может, петушок из жженого сахара вкуснее и полезнее, но припомните свое детство: внутри он пустой, тает неравномерно, кончик быстро ломается – и петушок заканчивается. А вот равномерно круглым и плотным чупа-чупсом можно наслаждаться дольше.





Пришло время заняться маркетингом. Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными и креативными замыслами маркетологов для продвижения товара на рынок.

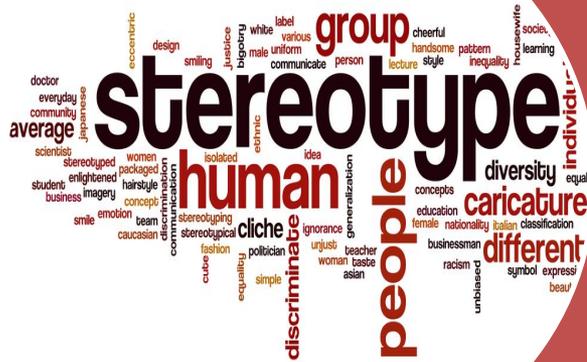


То, что Red Bull окрыляет, знает каждый. Но далеко не каждый знает, что изначально идея выпуска энергетического напитка, соперничающего с мастодонтами Coca Cola и Pepsi, всем, кроме самого создателя Дитриха Матеша, казалась абсолютно провальной. Дитрих заразился идеей энергетика во время своей командировки в Таиланд по продвижению зубной пасты. Там он попробовал бодрящий напиток – и решил, что бросает карьеру наемного менеджера для своей собственной компании. Он выбрал сам форму банки и логотип с быками, а приятель подсказал слоган «окрыляет».





Пришло время заняться маркетингом. Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными и креативными замыслами маркетологов для продвижения товара на рынок.



Американцы живут в больших частных домах, насколько мы можем судить по сериалам и фильмам. А шведы – в мансардах, в так называемом скандинавском интерьере. Все это, конечно, стереотипы, но оказывается, они имеют под собой реальную основу. Мебель компании IKEA плохо продавалась в США, хотя в принципе ее дешевизна и позитивный дизайн устраивали покупателей, но вот размеры казались игрушечными. Иногда доверяйте стереотипам.





**Пришло время заняться маркетингом.
Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными
и креативными замыслами маркетологов для продвижения
товара на рынок.**



Тизерная реклама.

Тизер – это завлекалочка для потребителя. Распространить буклеты, красочные, но непонятные, с каким-либо изображением и подписью, лишенной всякого смысла. Покупатель думает, о чем же это речь? Думает до тех пор, пока не узнает, допустим, что речь идет о старом стиральном порошке, но на этот раз с запахом черничного пирога





**Пришло время заняться маркетингом.
Для начала познакомим Вас с шестью самыми интересными
и креативными замыслами маркетологов для продвижения
товара на рынок.**



Замечали, что стандартная полулитровая бутылка газировки «Pepsico» (pepsi, mirinda, 7-up) составляет 0,66 литра, вместо ровно 0,5 у кока-кола, а цена одинаковая? Когда напиток впервые появился на рынке, разница была еще больше – 1х2. Песенка, сопровождающая выпуск pepsi, так и гласила «платишь, как обычно, получаешь вдвое». Выгодно – вот первая из мотиваций покупателя, тем более если ему внушают: «Pepsi – наш напиток», то есть для нас, умных и экономных.



Памятка студенту для «Зачтено»



Задание 1. Заполните таблицу (см. стр. 5-9).

Задание 2. Проанализируйте внешние тенденции, позволяющие выявить ниши возможностей (см. стр. 17).

Задание 3. Заполните таблицу (см. стр. 18-19).

Задание 4. Напишите бизнес-план своей идеи (см. стр. 23).

Задание 5. Изучите материал по основам налогообложению предпринимателей. Заполните таблицы (см. стр. 32-39).





Поздравляем!

**Вам удалось пройти
основную часть пути к
реализации
своей идеи.**

**Дело осталось за малым -
начать действовать!**



