**Тема 1. Введение в курс «Технология построения бизнеса»**

План.

1.Бизнес.

2.Предпринимательство.

3.Деятельность предпринимателя.

4.Цели предпринимательства.

5.Преимущества и риски предпринимателя.

6.Качества человека, необходимые в бизнесе.

7.Этапы развития бизнеса.

8.Бизнес-идея.

9.Потребность.

10.Классификация человеческих потребностей.

11.Ресурсы и возможности предпринимателя.

12.Генерация бизнес-идей.

13.Модификация бизнес-идеи.

1. Предпринимательство -  это инициативная, самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность.

2. Деятельность предпринимателя -  это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое [получение прибыли](https://center-yf.ru/data/economy/Pribyl-predpriyatiya.php) от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (Гражданский Кодекс РФ статья 2).

3. Цели предпринимательства:

* Главная и постоянная задача - изучение рыночной ситуации и оценка возможностей действующих и потенциальных конкурентов.
* объем производства, источники инвестиций, активизации рекламной деятельности) или поддержание и наращивание производства (расширение рынка сбыта, увеличение ассортимента)
* поддержание ликвидности, то есть постоянного наличия денежных средств и других ликвидных активов, позволяющих осуществлять немедленные выплаты по обязательствам
* Соблюдение экологических и этико-социальных требований, которые предусматривают ответственность предпринимателя перед обществом, покупателями, партнерами по бизнесу и будущими поколениями.

4. Преимущества и риски предпринимателя.

Преимущества:

* отсутствие уставного капитала и отсутствие юридического адреса, поскольку ИП регистрируется по месту жительства.
* ИП действует исключительно от своего имени, регистрирует право собственности на себя и освобожден от обязательства проводить ежегодные собрания участников (акционеров).
* Индивидуальному предпринимателю не обязательно получать печать и открывать счет в банке для проведения хозяйственных операций.
* Индивидуальный предприниматель имеет упрощенный порядок предоставления отчетности. Находясь на упрощенной системе налогообложения, отчеты необходимо подавать раз в квартал, а на общей системе предприниматель обязан подавать годовую налоговую декларацию.

Недостатки:

* Предприниматель независимо от того ведет ли он свою деятельность, обязан уплачивать взносы в Пенсионный фонд.
* Минусом ИП является то, что предприниматель отвечает по обязательствам перед кредиторами всем своим имуществом. А вот ООО несет ответственность только в рамках уставного капитала.
* Юридическое лицо, в отличие от ИП, при составлении базы налогообложения может указать убытки, которые были понесены за прошлые годы, а ИП, к сожалению, не имеет такой возможности и базу налогообложения уменьшить практически невозможно.

5. Качества человека необходимые в бизнесе: целеустремленность, уверенность в себе, активность, умение расти над собой, трудолюбие, коммуникабельность, здравомыслие ит.д.

6. Этапы развития бизнеса

* **Первая фаза развития компании — зарабатывание денег, или стихийное предпринимательство.**
* **Вторая фаза. Выстраивание устойчивой системы на основе реализации конкурентных преимуществ.**
* **Третья фаза. Управляемое предпринимательство.**
* **Четвертая фаза. Создание империи, правящей на рынке**
* **Пятая фаза развития компании. Завоевать мир своей бизнес-идеей.**

8.Бизнес-идея - это алгоритм действий, замысел, комплекс мероприятий, направленный на создание новой компании (частного предприятия) в любом из направлений деятельности для получения стабильной прибыли.

9. Потребность - то состояние человека, который ощущает нехватку чего-то, чувство неудовлетворенности. Он заставляет человека удовлетворять свои желания. Является сильным мотиватором для изменения статуса на выполнено.

10. Классификация человеческих потребностей:

* Потребности физиологические (органические) - голод, жажда, половое влечение и др.
* Потребности в безопасности – чувствовать себя защищенным, избавиться от страха, от агрессивности.
* Потребности в принадлежности и любви - принадлежать к общности, находиться рядом с людьми, быть принятым ими.
* Потребности уважения (почитания) - компетентность, одобрение, признание, авторитет, достижение успехов.
* Познавательные потребности – знать, уметь, понимать, исследовать.
* Эстетические потребности – гармония, симметрия, порядок, красота.
* Потребности в самоактуализации - реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности.

11. Ресурсы и возможности предпринимателя

Ресурсы:

1) человеческие ресурсы, такие как управленческая команда, совет директоров, консультанты и т.д.;

 2) финансовые ресурсы;

3) активы, такие как завод, оборудование и т.д.;

 4) бизнес-план.

Как видно из представленного перечня, эти ресурсы необходимы в первую очередь для создания нового предприятия.

Возможности:

Согласно п. 2 ст. 11 НК РФ "индивидуальные предприниматели - физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица...".

* Государственная регистрация ИП осуществляется в налоговом органе по месту его жительства.
* Заявление на получение патента подается ИП в налоговый орган по месту постановки на учет не позднее чем за один месяц до начала деятельности на основе патента.
* Налоговый орган обязан в десятидневный срок выдать патент. Патент действует только на территории того субъекта РФ, на территории которого он выдан.
* ндивидуальный предприниматель в рамках упрощенной системы налогообложения (далее - УСН) вправе выбрать систему работы, в том числе на основе патента. Такая деятельность определяется ст. 346.25.1 НК РФ. В п. 2 этой статьи определены виды предпринимательской деятельности на основе патента.
* После подачи документов в налоговую службу она должна присвоить физическому лицу статус ИП, внести запись в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и выдать в течение пяти рабочих дней соответствующие документы.

12. Генерация бизнес идеи

Генерация – процесс производства, создание чего-то нового

Генерация бизнес идеи - задача непростая, но необходимая. Она связана с тем, что все течет, все меняется, в том числе и основы бизнеса. Сто лет назад они были не такими, как сейчас. Факт в том, что сейчас именно идея – основа бизнеса и назад ничего уже не вернешь. Многие, сейчас самые дорогие компании мира, еще совсем недавно были просто идеями, которые жили в головах на то время простых людей. Они остались идеями и сейчас, но только воплотились в форму и теперь стоят миллиарды, а владельцы голов, которые их когда-то сгенерировали, стали богатыми и известными.

13. Модификация бизнес-идеи – видоизменение, преобразование чего-либо, характеризующееся появлением новых свойств.

Необычный бизнес, предлагающий какие-либо уникальные услуги и товары своим клиентам, всегда выгоден. Во-первых, минимальное количество конкурентов или полное их отсутствие. Во-вторых, заинтересованность общественности в связи с необычностью предлагаемых услуг. Так что – дерзайте!

Стоит только внести лёгкое изменение в “традиционный рецепт” и вы прослывёте если не гением, то оригинальным новатором.Это может быть рецепт приготовления гастрономического – блюда, это может быть рецепт приготовления – бизнеса.

Вот только не всякое изменение, внесённое в традиционный рецепт, пойдёт на пользу здравому смыслу и хорошему вкусу.

Так, однозначно не стоит посыпать борщ – тёртым шоколадом, так же и не стит предлагать, например, в бюро ритуальных услуг – стриптиз по заказу.

Мировой бизнес тренд “модифицированный бизнес” (внесение лёгкой модификации в старую модель услуги для привлечения клиента) по плечу только людям, изначально обладающим и здравым смыслом, и хорошим вкусом – помимо ещё и обязательной здесь – фантазии

**Лекция 2. Разработка бизнес-модели**

**План:**

1.Потребительские сегменты.

2.Ценностные предложения.

3.Каналы сбыта.

4.Взаимоотношения с клиентами.

5.Потоки поступления доходов.

6.Ключевые ресурсы.

7.Ключевые виды деятельности.

8.Ключевые партнёры.

9.Структура издержек.

1. Потребительские сегменты

На кого должны ориентироваться рестораторы, при открытии ресторана? Конечно же, на потребителей данного вида услуг. Успешным ресторанный бизнес будет только в том случае, если он ориентирован на определенный потребительский сегмент рынка.

Нельзя в одном ресторане пытаться собрать потребителей различных уровней. Затея это достаточно провальная. Поэтому, еще до открытия, стоит задуматься над тем, какой контингент посетителей вы будете обслуживать.

В этом значительно поможет, проведение анализа различных потребительских сегментов. В ходе такого исследования необходимо выяснить, с какой целью люди ходят в ресторан (поесть, отдохнуть, пообщаться). Какие блюда предпочитает та или иная целевая аудитория (изысканные блюда, домашнюю кухню, еду для

быстрого перекуса). Какова платежеспособность выбранной целевой аудитории (т.е. какую сумму посетитель может себе позволить оставить в ресторане за одно посещение).

Используя эту информацию, на начальных этапах разработки стратегии, поможет правильно сориентировать свой ресторан.

Анализируя потребительский сегмент, в первую очередь необходимо ориентироваться на людей по их уровню доходов. Различают людей с высоким, средним и низким уровнями доходов. В зависимости от этого и рестораны открывают – элитные, средней руки и фаст-фуды.

Соответственно и кухню ориентируют на того или иного потребителя.

Перед тем, как открыть ресторан необходимо просчитать каким будет средний чек данного заведения. Ведь от этого зависит, будет ли посещать ресторан та целевая аудитория, на которую он ориентирован.

Проанализировав доходы выбранной вами целевой аудитории, можно рассчитать какие цены можно поставить, чтобы привлечь данную публику.

1. Ценностные предложения

Когда вы начинаете новый проект или бизнес, вам нужны простые инструменты стратегического планирования, чтобы сосредоточиться на главном и осуществить задуманное наилучшим способом. Шаблон ценностного предложения — простой инструмент, который поможет быстро прояснить суть бизнеса или проекта и начать действовать.



1. Каналы сбыта

Система сбыта товара - одна из важнейших в маркетинговой политике предприятия. В сбытовой политике маркетологи затрагивают вопросы выбора наиболее оптимального канала сбыта, метода сбыта товара, что при эффективном использовании несомненно увеличит прибыль компании.

Основными задачами службы сбыта являются изучение спроса и установление тесных контактов с потребителями продукции; поиск наиболее эффективных каналов и форм реализации, отвечающих требованиям потребителей; обеспечение доставки продукции потребителю в нужное время; контроль над ходом реализации продукции в целях снижения коммерческих (внепроизводственных) издержек и ускорение оборачиваемости оборотных средств.

1. Взаимоотношение с клиентами

**Взаимоотношения с клиентом** — это совокупность взаимодействий между продавцом и клиентом на протяжение некоторого периода времени. Хорошие взаимоотношения с клиентом — это та ценность, которую нельзя просто взять и купить за деньги. Взаимоотношения не появляются из одной встречи или звонка. Они строятся на частых коммуникациях с клиентом.

1. Потоки поступления доходов

В бизнес-модели могут существовать два типа потоков доходов:

1) доход от разовых сделок;

2) регулярный доход от периодических платежей, получаемых от клиентов за ценностные предложения или постпродажное обслуживание.

За что клиенты действительно готовы платить? За что они платят в настоящее время? Каким образом платят? Как они предпочли бы платить? Какую часть общей прибыли приносит каждый поток поступления доходов?

1. Ключевые ресурсы

Ключевые ресурсы – это активы, а именно сотрудники, оборудование, технология, продукты, инфраструктура, каналы распространения и торговая марка, необходимые для создания продукта, который будет выполнять конкретную «работу» для конкретных потребителей. Подчеркнем, что надо понять, какие именно ресурсы становятся ключевыми при создании конкретного продукта (услуги) и как они взаимодействуют в этом процессе (роме них у любой компании есть неключевые ресурсы – они не обеспечивают конкурентных преимуществ).

1. Ключевые виды деятельности

Различают **три основных вида** (направления) деятельности:

* (1) **техническую** деятельность по созданию и освоению, применению в производстве прогрессивных видов материалов, техники, технологии. Главное в этом виде деятельности - умение генерировать техническую идею. Задача менеджера - искать способных людей и обеспечивать им творческие условия (создавать инновационные группы, отделы, фирмы, венчурные отделения);
* (2) **управленческую деятельность по координации действий**, обеспечению упорядоченности и согласованности производственных процессов. В управленческой деятельности успех достигается в основном умением получать результат за счет усилий подчиненных (собственно менеджмент - управление внутренними факторами производства);
* (3) **управленческую деятельность по организации действий** предприятия на рынке товаров и услуг (система стратегического управления и тактика деятельности предприятия на рынке). Она получила особое название - маркетинговая управленческая деятельность (управление предприятием с учетом внешних факторов).
1. Ключевые партнеры

Ключевые партнеры (КП) – это сторонние компании или индивидуальные предприниматели (поставщики, посредники, партнеры и т.п.), построение взаимовыгодных отношений с которыми играет ключевую роль в достижении успеха компании на рынке, необходимых для создания, поддержания, реализации и обслуживания ценностного предложения компании для конкретных потребительских сегментов.

1. Структура издержек

**Издержки производства**— это стоимостная оценка использования предприятием (фирмой) ресурсов для создания продукции и ее реализации.

**Общая структура издержек** производства фирмы включает:

* — материальные затраты;
* — затраты на оплату труда;
* — отчисления на социальные нужды;
* — амортизацию основных фондов;
* — прочие затраты.

**Лекция 3. Бизнес-план проекта**

**План:**

1.Содержание бизнес-плана.

2.Титульный лист.

3.Резюме проекта.

4.Существо предполагаемого продукта.

5. Оценка риска.

1. содержание бизнес-плана

**Бизнес план** — это документ, дающий развернутое **обоснование проекта** и возможность всесторонне оценить эффективность [принятых решений](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/resheniya-v-menedzhmente.html), планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Стандартный бизнес-план должен включать в себя следующие основные разделы:

1. Обзорный раздел (резюме)

**Резюме —**один из наиболее важных разделов бизнес-плана, так как в нем кратко отражается суть проекта. От того, как написано резюме, зависит, возникнет ли интерес у потенциальных [инвесторов](http://www.grandars.ru/student/finansy/uchastniki-rcb.html) к [предприятию](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/predpriyatie.html).

Резюме должно содержать:

* цель проекта;
* краткое описание компании;
* краткое изложение наиболее привлекательных моментов из всех остальных разделов с акцентом на положительные аспекты предлагаемой бизнес-идеи;
* объем привлекаемых инвестиций и/или кредитных ресурсов;
* основные финансовые показатели, характеризующие эффективность проекта;
* предполагаемый срок и порядок возврата заемных средств;
* номера и даты получения патентов и сертификатов;
* факты, подтверждающие надежность деятельности предприятия, юридические и экономические гарантии.

2. Описание предприятия:

* основные виды деятельности и характер компании; профиль компании (производство, торговля или сфера услуг);
* стадия развития данного бизнеса;
* цели предприятия и его организационно-правовая форма;
* что и как компания намерена предлагать своим клиентам;
* основные технико-экономические показатели предприятия за прошлые пять лет;
* нынешние и перспективные географические рамки деятельности компании;
* показатели конкурентоспособности товаров и предприятий по конкретным рынкам и периодам;
* отличия данного предприятия от других компаний.

3. Описание продукции или услуг:

* физическое описание продукции или услуг;
* описание возможностей их использования;
* привлекательные стороны предлагаемой продукции или услуг, их новизна;
* степень готовности продукции или услуг к выходу на рынок;
* список экспертов или потребителей, которые знакомы с товаром или услугами и могут дать о них благоприятный отзыв (при наличии такой информации).

4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия.

Цель **анализа рынка** — разъяснить, как предполагаемый бизнес намеревается воздействовать на рынок и реагировать на складывающуюся на нем обстановку, чтобы обеспечить сбыт товара

Анализ рынка содержит:

* определение спроса и емкости рынка;
* анализ [конкуренции](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/konkurenciya.html) и других факторов воздействия на развитие данного бизнеса;
* результаты исследования рынка;
* прогнозы объемов продаж;
* описание маркетинговой стратегии данной компании (стратегии сбыта, рекламы и продвижения товара, [ценообразования](http://www.grandars.ru/college/cenoobrazovanie/cenoobrazovanie.html), стимулирования продаж и т. д.).

Маркетинговая стратегия включает:

* технологии и результаты сегментации рынка;
* стратегию ценообразования, прогнозы цен на товары предприятия;
* стратегии охвата рынка;
* стратегии разработки новых товаров;
* выбор ресурсной стратегии;
* выбор методов и способов распространения товаров;
* стратегию стимулирования быта продукции;
* выбор стратегии рекламы товара;
* выбор стратегии развития предприятия на перспективу.

5. Производственный план

Основной **производственный план** содержит:

* общий подход к организации производства;
* необходимое сырье и материалы, их источники и условия поставки;
* технологические процессы на производстве;
* необходимое оборудование и его мощность.
* требования в отношении [трудовых ресурсов](http://www.grandars.ru/student/statistika/trudovye-resursy.html) (производственный, инженерно-технический и административный персонал, условия труда, структура и состав подразделений, [обучение персонала](http://www.grandars.ru/college/biznes/obuchenie-personala.html), предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития предприятия).

**План обновления выпускаемой продукции** должен содержать:

* описание научных подходов, систем, принципов, методов и технологии, которые были применены при разработке стратегии обновления выпускаемой продукции;
* технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов;
* показатели конкурентоспособности, качества и ресурсоёмкости продукции предприятия и основных конкурентов;
* план НИОКР.

**План производства и реализации продукции** должен включать следующие вопросы:

* расчет производственной мощности подразделений предприятия;
* оперативно-календарные планы;
* план реализации продукции;
* анализ использования производственной мощности предприятия;

**План развития производства** содержит планы:

* повышения технического уровня производства;
* повышения организационного уровня производства;
* социального развития коллектива;
* мероприятий по охране окружающей среды;
* инвестиционных проектов по развитию производства.

6. График выполнения работ

График выполнения (календарный план) работ в рамках проекта должен включать перечень основных этапов реализации проекта и потребности в финансовых ресурсах для их реализации, а также отражать планируемые временные рамки работ на каждом из этапов.

**План обеспечения производства** должен содержать:

* анализ эффективности использования различных видов ресурсов;
* расчет потребности в различных видах ресурсов;
* план материально-технического обеспечения производства;
* информационное обеспечение управления производством;
* нормативно-методическое обеспечение производства.

7. Управление и организация

Управление предприятием включает:

* описание основных участников предприятия (предприниматель и его партнеры, инвесторы, члены совета директоров, занимающие ключевые посты сотрудники и т. д.);
* организационная схема компании, показывающая внутренние связи и разделение ответственности в рамках организации;
* порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников.

Организация реализации бизнес-плана предусматривает:

* разработку, согласование и утверждение программы реализации стратегических планов;
* организацию учета и контроля выполнения планов;
* мотивацию выполнения планов в установленные сроки, требуемого качества и с намеченными затратами;
* регулирование процесса реализации стратегических планов при появлении изменений во внешней и внутренней среде предприятия.

8. Финансовый план

[Финансовый план](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansovyy-plan-predpriyatiya.html) должен быть согласован с материалами, представленными в остальных частях бизнес-плана, поскольку в нем обобщаются и представляются в стоимостном выражении все разделы бизнес-плана.

В финансовый план должны включаться:

* прогноз объемов реализации;
* баланс денежных расходов и поступлений;
* финансовый бюджет предприятия;
* прогнозный баланс;
* операционный бюджет предприятия;
* управление ценными бумагами, рисками, страхованием;
* основные показатели эффективности проекта (срок окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности, [рентабельность](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rentabelnost-predpriyatiya.html)).

9. Оценка рисков

В разделе **«Оценка рисков»** требуется оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись

Ответ на вопрос, как минимизировать риски и возможные потери от них, должен состоять из двух частей: описание организационных мер профилактики рисков и изложение программы самострахования или внешнего страхования.

10. Приложение

В данный раздел включаются документы, подтверждающие или дополняющие информацию, которая содержится в бизнес-плане, например, биографии управленческого персонала, результаты исследования рынка, заключения аудиторов, фотографии образцов продукции, план производственных площадей, договоры, гарантийные письма.

В разработке бизнес-плана важнейшая часть — финансовая, основанная на анализе и оценке денежных потоков, генерируемых финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, расчете основных показателей их эффективности.

2. титульный лист

**БИЗНЕС-ПЛАН**

Предприятие \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Адрес \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Телекс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, телефон \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Конфиденциально
просьба вернуть, если Вас
не заинтересовал проект

Кому \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Краткое название проекта (до 20-30 знаков)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Полное наименование проекта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель предприятия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
тел. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Проект подготовил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
тел. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата начала реализации проекта "\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_г.

Продолжительность проекта \_\_\_\_\_\_ лет

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные,
до начала проекта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ мес.

Дата составления "\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_г.

3. Резюме проекта

Резюме проекта - это самая важная часть бизнес-документа; другие люди прочитают резюме в первую очередь (а порой это и вовсе единственное, что они прочитают о вашем проекте), а вот писать его нужно в последнюю очередь. Резюме представляет собой краткую выжимку бизнес-документа, из которой должно сразу становиться ясно, какие именно действия потребуется предпринять.

**Резюме руководителя проектов (образец, пример)**

Год рождения: 1957 г.

Семейное положение: женат.

Цель: поиск нового, перспективного проекта.

Образование:

1975-1981гг. Московский авиационный институт

Специальность: инженер-механик по самолетостроению.

2001г. Школа рыночной экономики

Специальность: бухгалтерский учет.

Опыт работы:

2005 - 2006гг. Частный предприниматель, г. Москва (продажа, монтаж и модернизация элеваторного и зерносушильного оборудования).

4. существо предполагаемого продукта

Рекомендуется использовать следующую схему описания товаров (услуг) в бизнес-плане:

* наименование изделия и его спецификация;
* потребности, которые призван удовлетворить проектируемый к производству продукт (услуга);
* основные технические, эстетические и другие характеристики в составлении с имеющимися на рынке аналогами;
* назначение и области применения;
* наличие патентов или авторских свидетельств, защищающих особенности проектируемого товара (услуги), технологии;
* структура выпуска в натуральных и стоимостных показателях (если проект реализуется в несколько этапов, структура выпуска показывается после каждого этапа);
* наглядное изображение товара, изделий полученных с помощью новых технологий (фотографии, рисунки);
* примерная оценка реализационной цены товара (услуги) и затрат, которых потребует его производство;
* примерная величина прибыли, которую будет приносить каждая единица товара;
* характеристика качества товара, преимущества его дизайна, упаковки;
* организация сервиса товара (если это техническое изделие);

5. оценка риска

Типичный процесс исследования рынка включает в себя 4 этапа:

1. Определение данных, которые позволяют определить:

а) условия снабжения, производства и сбыта продукции;

б) потенциал своих возможных конкурентов:

* + их товары
	+ качество продукции
	+ примерные цены
	+ условия продаж
1. Источник получения информации:

а) собственные исследования;

б) местные (региональные, территориальные) торговые палаты (ассоциации предпринимателей) своих отраслевых и торговых ассоциаций.

1. Анализ данных:

а) кто, почему, сколько, когда будет готов купить товар (продукцию) в близлежащей и долгосрочной перспективе;

б) определение примерной реализационной цены собственной продукции в условиях конкуренции.

1. Реализация мероприятий, позволяющих использовать эти данные на пользу предприятию.

**Лекция 4. Презентация проекта инвестору**

**План:**

1. Памятка для подготовки микропрезентации проекта потенциальному инвестору.

2. Технические вопросы презентации. Типичные ошибки на презентации проекта инвестору. Примеры вопросов от инвестора.

1. Памятка для подготовки микропрезентации проекта потенциальному инвестору.

Для выступления Вам необходимо подготовить компьютерную презентацию, строго следуя приведенной ниже памятке. Презентационные слайды должна быть подготовлены в формате Power Point. Количество слайдов – не более 15.Время презентации – 4 минуты. Ответы на вопросы – 8 минут.

В презентации необходимо уделить больше внимания построению бизнеса, а не нюансам технологии, минимизировать использование специальной терминологии, исключить сленг, использовать графику и диаграммы, не перегружать слайд текстом и изысками дизайна, не применять динамику и спецэффекты.

Слайды должны включать следующую информацию:

|  |  |
| --- | --- |
| Название слайда | Содержание, отраженное на слайде |
| 1. Название проекта | Название проекта. Название организации, в рамках которой будет реализовываться проект. |
| 2. Наша команда | Кто Ваша команда. Назовите членов команды и их опыт реализации проектов. |
| 3. Проблема | Описание проблемы существующей на рынке. Как и какими методами на текущий момент она решается. |
| 4. Наше решение проблемы - описание продукта/услуги | Приведите название вашего продукта, услуги. Внешний вид продукта. Какие потребности покупателей решает Ваш продукт/услуга, какими потребительскими свойствами обладает. |
| 5. Наш рынок и наши конкуренты | Опишите рынок вашего продукта (география, емкость, динамика, особенности). Опишите потребителя вашего продукта, оцените потенциально возможный объем продаж и укажите причины, по которым он будет приобретать ваш продукт. Назовите конкурентов, их сильные и слабые стороны, продажную цену аналогов. Используйте для сравнения метафоры. |
| 6. Бизнес-модель | Как будут зарабатываться деньги на вашем решении. Конкретное описание процесса. Приведите примеры бизнес-моделей зарубежных компаний-аналогов. |
| 7. Выполненный задел и интеллектуальная собственность | Готовность проекта. Что на текущий момент сделано: чего вы уже достигли (укажите объем производства, цену и себестоимость, объем продаж). Сведения о Ваших правах на технологию, продукт, услугу (ноу-хау, патент, кому принадлежат права). Состояние защиты объекта интеллектуальной собственности. |
| 8. Что нам нужно | Перечислите, что Вам требуется для реализации проекта (помещение, оборудование, маркетинг, консалтинг и д.р.), и в каком объеме инвестиций для этого Вы нуждаетесь. Обязательно укажите объем инвестиций в численной форме. |
| 9. Что мы достигнем | Напишите, что планируете достичь за счет инвестиций: выход на рынок, увеличение объема продаж, снижение себестоимости, выходы на другие рынки т.д. |
| 10. Модель сотрудничества с инвестором | Укажите форму сотрудничества с инвестором, стратегическим партнером: вхождение в уставный капитал вновь создаваемой компании, хозяйственный договор, соглашение о сотрудничестве, иное. |
| 11. Финансовые показатели |

|  |
| --- |
| Финансовые показатели приведите в соответствие с таблицей |
| Ключевые финансовые индикаторы | 1 год | 2 год | 3 год |
| Выручка от продаж, тыс. руб. |   |   |   |
| Расходы, тыс. руб. |   |   |   |
| Налоговые отчисления, тыс. руб. |   |   |   |
| Чистая прибыль/убыток, тыс. руб. |   |   |   |
| Срок окупаемости |  |  |  |

 |
| 12. Риски | Опишите риски – прогнозируемые с определенной вероятностью события, которые могут повлиять на изменение направленности предпринимательского процесса или даже вызовут его прекращение. |
| 13. Как нас найти | Еще раз напишите название компании, местонахождение, контактных лиц и телефоны. |

2. Технические вопросы презентации. Типичные ошибки на презентации проекта инвестору. Примеры вопросов от инвестора.

**Сущность презентации.**Презентация является самостоятельной акцией, которая считается приемом, мероприятие по своей форме не что иное, как предоставление фирмы, новой продукции или услуги приглашенной аудитории. Как правило, презентация фирмы проводится по случаю открытия или создания фирмы, демонстрации новых достижений, нового имиджа компании.

# 10 ошибок при презентации проекта

#### Тайминг

Самая частая ошибка начинающего докладчика. Уложиться в отведенное время **очень сложно**. Вне зависимости от формата, будь то 7, 5, 3, 2 минуты — нужно очень активно тренироваться, чтобы не выйти за рамки.

**Было**: Добрый день. Меня зовут Алексей и сегодня я расскажу вам о проекте ЛыжиОнлайн, предназначенном для любителей экстремальных зимних видов спорта, которые хотят делиться мультимедиа контентом…… наша схема монетизации [извините, ваше время вышло]
**Стало**: Привет. Я Алексей, представляю ЛыжиОнлайн — сервис для сноубордистов…… наша схема монетизации — партнерства со спортивными брендами и контекстная реклама...

#### Простые тезисы

Не перегружайте презентацию. У людей (а особенно у инвесторов) поголовно ADD — синдром дефицита внимания. Никто не сможет (а главное, не захочет) фокусироваться на сложных конструкциях. Презентация должна состоять из простых тезисов.

#### Не читай со слайдов

Нет ничего печальнее, чем чтение со слайда. Написанное на слайде — и так на нем написано, они сами прочитают, вы на сцене не для того чтобы озвучивать текст. Слайд и рассказ должны дополнять друг друга, текст на слайде нужен чтобы вы на него посмотрели секунду, вспомнили о чем слайд, и рассказали его не глядя. А для слушателей слайд помогает зацепиться за контекст, если они отвлеклись, и только что снова сфокусировали внимание.

**Расскажи историю**

Это уже наверно из книжек, но очень важно. Вам нужно зацепить аудиторию. Нельзя просто перечислять сухие факты, это скучно. Расскажите историю. Как пришли к идее, или кому и как она уже помогла, что-нибудь из жизни проекта.

#### Не пересказывай и не исправляйся

Вряд ли вы сразу сможете импровизировать, все так или иначе заучивают текст презентации. Самое плохое при заучивании — пытаться пересказывать слово в слово. Тогда любая ошибка сбивает с линии и вы в панике пытаетесь вернуться к тексту, забыв что же нужно было сказать.

#### Будь проще

В зале такие же люди, как и ты. Особенно инвесторы — они вообще отличные ребята. Продвинутые, молодые, обычные люди. Это не защита диссертации перед профессорами, они не хотят слышать сложные логические связки, литературные вводные конструкции, и погружение в детали. Рассказывай так, как будто ты рассказываешь друзьям.

#### Люди не читают

Ваши слайды никто не читает. Картинки смотрят, а тексты никто не читает. Если они длиннее трех слов, а на слайде больше нескольких строк. Слайды презентации должны быть во много раз тезиснее, чем рассказ, иначе можно их выкинуть.

#### Расставляй акценты

Если рассказ монотонный, можно уснуть уже после второго слайда. Даже если соблюдать все другие пункты, без правильных интонаций и акцентов слушатель потеряет нить. Людям нужны паузы и акценты голосом на важной информации. Говорите громко, четко, и будьте особо выразительны там, где это важно.

#### Рассказывай людям в зале

Вы знаете о чем и зачем ваш сервис, а они нет. Вы им живете уже давно, а они даже никогда не катались на лыжах. Самые базовые и неожиданные вещи могут быть непонятны.

#### Шути и будь узнаваем

Хорошие способы привлечь внимание — шутка, непосредственность, интерактивность, провокация. Все уже освоили слайды со смешными картинками и вопросы в зал, это уже скучно (но лучше так, чем без этого). Будьте на шаг впереди.

#### Будь собой

Бонус пункт. От волнения сложно быть самим собой, но если получится — это подкупает. Когда в рассказе не чувствуется формальность — это лучшее, что поможет расположить людей к себе. Будьте собой. Больше страсти! Всем будет интересно, если вам искренне интересно, и вы верите в то, что делаете.

# Вопросы потенциального инвестора

При подготовке данных бизнес-плана претенденту на получение инвестиций следует обратить внимание на ряд вопросов, ответы на которые могут повлиять на решение о финансировании проекта. Данные вопросы могут быть заданы и самим инвестором. Существует большой список **вопросов**[инвестора](http://tvpro.org/archives/category/investor), предназначенных для организаций, находящихся на разных этапах развития. Ниже приведены только те, которые возможны на «посевном» этапе, когда организации еще не существует или она была только недавно образована.

## Общие сведения о проекте

• В чем заключается суть вашей бизнес-идеи?

• Изложите основные моменты вашего бизнес-проекта.

• В нескольких словах обрисуйте коммерческую выгоду вашего проекта и цели.

• Что непосредственно нужно вам от инвесторов?

## Команда

• Как появилась бизнес-идея?

• «Происхождение» ваших компаньонов и членов команды?

• Обладают ли ваши партнеры и члены команды определенным опытом и достижениями в научной, коммерческой или финансовой сферах деятельности? Насколько эти результаты весомы?

• Можете ли вы совместно с членами вашей команды добиться указанных целей и задач?

• Какова мотивация отдельных членов команды?

• Дайте описание ваших партнеров и членов команды, охарактеризовав каждого при помощи пяти деловых и четырех персональных качеств.

• Укажите предположительное и желаемое распределение функций среди членов вашей команды.

## Продукт

• Какую выгоду можно извлечь от производства и реализации вашего товара или услуги?

• Какие проблемы клиента способен решить ваш товар или услуга?

• Какие особенности вашего товара указывают на его уникальность?

• Какова экономика товара или услуги: стоимость, себестоимость, норма дохода?

• Каково качество предлагаемого товара или услуги?

## Отрасль

• Какую нишу способна занять продукция вашего предприятия в общей структуре отрасли?

• Какой общий объем реализации по отрасли и наблюдалось ли увеличение в последние годы?

• Владеете ли вы данными о маркетинговом анализе по отрасли?

• Какие перемены в отрасли положительно/отрицательно скажутся на реализации проекта?

• Укажите причины возможного высокого потенциала роста.

## Продвижение на рынок

• Портрет вашего потенциального клиента?

• Планируете ли вы разработку собственного бренда?

• Характерен ли для вашего товара или услуги массовый или индивидуальный спрос?

• Существуют ли возможности заблаговременного получения заказов и условия для их получения?

• Кого вы «прочите» в крупные клиенты?

• Если вы хотите занять определенную часть рынка, какими способами вы планируете достижение этой задачи?

• Наиболее существенные пункты вашей маркетинговой стратегии.

• Какова возможная ценовая политика?

• Какие изменения планируются в маркетинговой стратегии по мере насыщения рынка?

• Имеются ли среди членов вашей команды специалисты, обладающие опытом подобных продаж?

• Предоставьте разработки печатной рекламы (если таковые имеются в наличии).

## Конкуренция

• Укажите уникальные черты вашей бизнес-идеи или товара?

• Укажите конкурентные преимущества товара или услуги – стоимость, доля на рынке, рекламный потенциал, НИОКР. Существуют ли иные тактические преимущества?

• Удовлетворяет ли ваш продукт специфическим требованиям?

• Удерживать позиции монополиста на рыке долгое время не представляется возможным. Каким временем вы обладаете?

• Кто является вашим конкурентом? Укажите основных из них.

• Есть ли подобные вашей продукции товары или услуги?

• Планируется ли появление новых конкурентов?

• В чем ваши конкуренты превосходят вас?

• В чем вы превосходите своих конкурентов?

• Если возможно, предоставьте описания товаров ваших конкурентов.

• В чем будет выражаться конкуренция – в ценообразовании, сервисе, качественных характеристиках товара?

• Каким образом конкуренция скажется на вашем предприятии?

• Какой уровень цен вы планируете в сравнении с ценами конкурентов?

• Каким образом отразиться на вашем предприятии появление новых технологий?

• На чем основывается предположение о том, что вам удастся выиграть конкурентную борьбу с уже существующими организациями?

## Выход

• По истечении какого срока и на каких условиях инвестор сможет выйти из предприятия?

• Кто приобретет активы [инвестора](http://tvpro.org/archives/category/investor)?

• Какие требования нужно выполнить для «успешного» выхода из организации?

• Какие действия нужно предпринимать инвестору в том случае, если все пойдет плохо?

## Выпуск продукции

• Обладаете ли вы необходимыми производственными мощностями?

• С какими поставщиками вы сотрудничаете? Существуют ли соглашения между вами сейчас, на начальном этапе?

• Возможно ли возникновение проблем при закупке материалов и комплектующих?

• Оборудование находится в вашей собственности или вы его арендуете?

• На каких условиях вы арендуете оборудование?

• Является ли часть вашего оборудования или производственных площадей имуществом государственного предприятия? Укажите условия использования.

• Необходимо ли приобретение нового оборудования?

• В каком месте планируется размещение производства? Необходима ли аренда новых помещений в случае расширения производства?

• Объемы финансовых вложений в оборотные средства в ближайшие несколько лет?

• Владеете ли вы данными о новейших методах управления, таких как контроль качества, проектный менеджмент, способы управления затратами? Что бы вы использовали?

## Сотрудники

• Какое количество сотрудников планируется нанять на начальном этапе?

• Возможная структура персонала?

• Какие формы договоров планируется использовать: трудовые договора, временные соглашения о найме или другие формы?

• Есть ли описание каждой должности в организации? В случае наличия такого описания, необходимо предоставить его.

• Возможный уровень оплаты по каждой должности.

• Какая часть сотрудников организации являются высококвалифицированными специалистами?

• Какой штат сотрудников планируется в недалеком будущем?

• Как и где будет происходить процедура найма будущих сотрудников?

## Интеллектуальная собственность

• Обладает ли организация патентами на технологию? Планируется ли получение патентов?

• Каким образом зарегистрирована ваша интеллектуальная собственность? Какой тактики вы придерживаетесь в области международного патентования?

• Существуют ли нововведения? Каким образом они запатентованы?

• Являются ли сотрудники организации участниками государственных или частных исследовательских проектов?

• Кто является обладателем прав на интеллектуальную собственность в вашей организации?

• Если не руководитель является обладателем интеллектуальной собственности, то существуют ли договоренности между ним и владельцем патентов?

• Кто кроме вас является владельцем лицензий?

• На каких условиях была осуществлена передача лицензии третьему лицу?

• Имеются ли публикации или выступления на конференциях, которые раскрывают суть вашего технологического процесса?

• Существует ли зависимость вашей интеллектуальной собственности от других лиц? Если такая взаимосвязь существует, то укажите условия, на которых она осуществляется.

• Проводятся ли научные исследования в вашей организации? Их задачи?

• Каким образом итоги научно-исследовательской работы отразятся на деятельности вашей организации?

• Какие средства планируется выделять на проведение научно-исследовательских работ в вашей организации?

## [Финансовые](http://tvpro.org/archives/category/investor) и операционные затраты

• Существует ли разработанный финансовый план на несколько лет? Является ли он точным? Какие условия необходимы для успешного выполнения этого плана?

• Опишите модель прибыли организации.

• Насколько большими будут прибыли от [инвестиций](http://tvpro.org/archives/category/investor) в вашу организацию? Приведите доводы.

• Каким образом будет распределяться доход организации?

• Какая финансовая отчетность будет предоставляться руководителю организации и топ-менеджерам? Кто будет ответственен?

• Насколько профессиональны бухгалтеры вашей организации?

• Каким образом будет происходить финансовый контроль? Какие средства и кем, и для каких целей могут тратиться из фондов организации? Каким образом будет осуществляться контроль за соблюдением ограничений по затратам в организации?

• Возможно ли возникновение отрицательных денежных потоков, более значительных, чем это было запланировано в бизнес-проекте?

• Что вы планируете предпринять в такой ситуации?

• Какими органами и правовыми документами регулируется деятельность предприятий в вашей отрасли? Какие специфические условия они предъявляют? Соответствует ли ваша деятельность этим требованиям?

• Существует ли план действий в случае возникновения незапланированных макроэкономический ситуаций: более быстрые темпы инфляции, обесценивание валюты и т.д.

## Структура акционеров организации

• В какой организационно-правовой форме планируется регистрация организации: ЗАО, ООО, соглашение простого товарищества? Планируете вы открывать свое дело за границей или в России?

• Кто является будущими акционерами или [партнерами](http://tvpro.org/archives/category/investor), в каких отношениях вы находитесь?

• Совпадает ли ваше видение перспектив с мнением ваших партнеров или акционеров?

• На каких условиях вы сотрудничаете с инвесторами?

## [Инвестирование](http://tvpro.org/archives/category/investor)

• По какой причине инвестиции необходимы вам именно в данный момент?

• Инвестировали ли вы и ваши партнеры собственные средства в развитие компании?

• Планируется ли в организации опционный план для персонала?

• На каком уровне будет находиться заработная плата топ-менеджеров компании?

• Планируете ли вы и ваша команда реализовывать свои акции при «выходе» вместе с инвестором?

• Чем планируете заниматься в случае закрытия организации или выхода из нее?

## Итог: три положения по выбору проекта

Таким образом, при отборе бизнес-проекта [инвестор](http://tvpro.org/archives/category/investor), как правило, руководствуется следующими правилами. Бизнесмен, который предлагает свой бизнес-план [инвестору](http://tvpro.org/), также должен учитывать их.

• На рассмотрение [инвестору](http://tvpro.org/archives/category/investor) должна быть предложена не только идея, но и четкий план ее реализации.

• Инвестору должны быть предложены варианты выхода из проекта.

• Инвесторы вкладывают свои средства в специалистов и команду.

 ***Вопросы для самоконтроля***

* 1. В чем сущность бизнеса?
	2. Что такое Предпринимательство?
	3. Каковы цели предпринимательства?
	4. В чем заключаются преимущества и риски предпринимателя?
	5. Какие должны быть качества человека, необходимые в бизнесе?
	6. Перечислите этапы развития бизнеса.
	7. В чем суть бизнес-идеи?
	8. Что такое Потребность?
	9. Как классифицируются человеческие потребности?
	10. Какие ресурсы необходимы предпринимателю?
	11. Что означает термин «Генерация бизнес-идей»?
	12. В чем суть модификации бизнес-идеи?
	13. Что означает термин «Потребительские сегменты»?
	14. Перечислите ценностные предложения.
	15. Дайте определение «Каналы сбыта».
	16. Охарактеризуйте взаимоотношений с клиентами.
	17. Что такое издержки? Приведите примеры.
	18. Дайте определение «Структура издержек».
	19. В чем заключается содержание бизнес-плана?
	20. Опишите, что отражается в титульном листе бизнес-плана?
	21. Какая информация содержится в «Резюме проекта»?
	22. В чем заключается существо предполагаемого продукта?
	23. Для чего необходима оценка риска?
	24. Для чего необходима Памятка для подготовки микропрезентации проекта потенциальному инвестору? Как ее подготовить?
	25. В чем суть технических вопросов презентации?
	26. Каковы типичные ошибки на презентации проекта инвестору? Назовите их.
	27. Приведите примеры вопросов от инвестора.