

«Bala business» конкурс қатысушыларына арналған бизнес-жобаны рәсімдеуі бойынша әдістемелік кепілдемелер

Бизнес-жоспар деген не және не үшін керек

Бизнес-жоспар – бұл болашақ кәсіпорынның барлық аспектілерін сипаттайтын, алда кездесетін барлық мәселелерді талдайтын және осы мәселелерді шешетін жолдарды анықтайтын құжат. Сондықтан дұрыс құрылған бизнес-жоспар ең соңында мына сауалға жауап береді: бұл іске ақша салуға қажет пе және барлық жұмсаған күш пен қаражаттың кіріс есесін қайтара ала ма?

Қазақстанда бизнес-жоспар дәстүрлі түрде сыртқы қаржыландыруды тарту мақсатында пайдаланады (субсидиялар, несиелер, гранттар және т.б.) және мына жағдайда қажет болады:

- Жаңа кәсіпорын, ұйым құруда;
- Әрекеттенуші кәсіпорынды қайта құрғанда, мүліктің түрін өзгерткенде;
- Банкрот-кәсіпорынның қаржылай сауықтыруында;
- Кейбір ірі жобаларды іске асыруда (аймақтық өкілдіктің ашылуы, жаңа өнімдерді шығару, өндірісті кеңейту және т.б.).

Жоспарлау мерзімі

Жоспарлаудың стандартты мерзімі болмайды. Нақты айтса, қызметтің әртүрі жоспарлауы әртүрлі мерзімін талап етеді. Кейбір бизнестер 4-5 одан да көп жылда, басқалары – бір жылдың ішінде есесін қайтарады. Заманауи жағдайда бізді қоршаған орта тез өзгеріп, бүгінгі алған ақпарат ертең ескі болып қалады. Төлем қабілеті және сұраныс сипаты өзгереді, бәсекелестер жоқшылыққа ұшырайды және жаңалары пайда болады, сенімді макроэкономикалық болжаулар жоқ. Осының бәрі ұзақ мерзімге жоспарлауға күмән келтіреді.

Бизнес-жоспар құрғанда келесі ұстанымды басшылыққа алуға болады: бизнес-жоспар жобаның кіріс есесін қайтаратын мерзімнен бір жылдан артық мерзімге әзірленеді. Кез келген жағдайда, егер де сіздерде ұзақ мерзімді жоба болса, сізге маркетинг және қаржы жоспарын құру күрделілеу болады және өз жобаңыздың қажеттілігін комиссияға дәлелдеу қиынға түседі.

Бизнес-жоспар құрудың кейбір ұстанымдары

№1 ұстаным: Негіздеу және құжаттандыру.

Сіздің бизнес-жоспарыңызда негізделген және қажетті растайтын ақпарат болу керек:

- Жоба дайындау барысында пайдаланған дерекнамалар;
- Қорытынды есеп беруге енгізілген кесте және диаграмма тізімі (егер де олар болса);
- Сарапшылар тізімі (олардың қызметін атап өту), егер де олардың пікірі жобада көрсетілсе;
- Қатысушының қалауымен басқа да ақпарат.

Деректі материалды қосымшада орналастыру, негізгі мәтіннің сәйкес тарауын көрсете отырып, негізгі мәтінде құжаттың қосымшада екенін белгілеу.

№2ұстаным: Теңбе-теңдік және түсініктілік.

Қарапайым және түсінікті тілмен сөйлесуге тырысыңыз және артық ақпараттан аулақ болыңыз, нақты және мәнді жазыңыз. Егер де арнайы терминдер енгізсеңіз, олардың түсініктемесін беріңіз.

№3 ұстаным: Шынайылық.

Әзірлеушінің шамадан тыс оптимизмі, сату көлемінің жоғары болжауы, өзіндік құнының және қаражаттандыру көлемінің төмендігі, қаржы есеп айырысуының дәлсіздігі, нарықтың жалаң талдауы – сіздің барлық жұмысыңызды жоққа шығарады.

№4ұстаным: Кәсіби рәсімдеу.

Сіздің бизнес-жоспарыңыз лайықты әсер қалдыру керек.

Бизнес-жоспардың құрылымы.

Бизнес-жоспарды құруда стандарт жоқ, себебі бизнестің мақсаты әртүрлі боғандықтан ол әрекет ететін ортаның шексіз нұсқасында. Қызмет көрсететін ұйымның бизнес-жоспары жекелеген компанияның немесе өндіріс кәсіпорының бизнес-жоспарынан айырмашылығы бар. Одан басқа бизнес-жоспардың әртүрлі ұсынылатын стандарттары бар, бірақ ең бастысы сіздің әзірлемеңіздің мазмұны неге байланысты – сіз бизнес-жоспар жазғанда, алдыңызға қойған мақсаттарыңыз.

Бұл бизнес-жоспарды жазу мақсатын екі маңызды тармақтармен белгілеуге болады:

Өзін үшін.

Өз жобанды жақсы білуге, өз қызметінді жоспарлауға және күтілетін нәтижелерді нақты білуге және оған қажетті қадамдар жасауға. Көптеген бизнес – идеялар бар, оларды жете қарағанда олар залалды болып шықты. Мұндай қателер шынайы өмірде емес, қағаз жүзінде жасалғаны қандай жақсы.

Конкурстың сараптау кеңесінің бағалауы.

Сараптау кеңесі ең бірінші мына тармақтарға назар аударады:

- 1) Ұсынылған жобаның өзектілігі;
- 2) Тақырыптың меншікті қорытынды қалыптастыруды болжайтын аналитикалық әзірлемесі, (ерекше зерттеулерді пайдалануы мүмкін (бастапқы деректер), сонымен қатар рейтингілік агентілерінің, социологиялық және экономикалық зерттеулердің және басқаларының екінші рет алынған деректері;
- 3) Заманауи ресейлік жағдайда іске асыру мүмкіндігі (практикалық іске асыруылық);
- 4) Нақты қателердің болмауы (жобаның мемлекеттік үкімет органдарының

заманауи құрылымдарына, қаржы-экономикалық жағдайына, терминологияны ұқыпты пайдалану және басқаларына сәйкестігі);

5) Тұсау кесерлік құрамы (жоба мазмұнын мамандарға және көпшілік аудиторияға жеткізу мүмкіндігі).

Бұл деген сіз өзіңіздің бизнес-жоспарды белгілі бір көрсеткіштерге келістіруге деген сөз емес, сізге өз жобаңызды дайындау кезеңінде мұқият әзірлеу керек, бірақ өзіңіздің бизнес-жоспарының тұсау кесері мерзімінде неге назар аудару керегіне көңіл бөлгеніңіз жөн.

Бизнес-жоспардың бөлімдері

- 1. Түйіндеме**
- 2. Кәсіпорынды сипаттау**
- 3. Өнімді (тауарды/ қызметті) сипаттау**
- 4. Нарықты талдау**
- 5. Өндіріс жоспары**
- 6. Қаржы жоспары**

Түйіндеме

Бұл бөлімнің мақсаты – оқырманды қызықтыру, сіздің жобаңызға назар аудару.

Түйіндеме қысқа және мазмұнды болуға тиіс.

Түйіндеме бизнес-жоспардың қалқасы, оның негізі болады. Ол қорытындылардан басталуы керек. Оларды жобаңыз әрбір бөлімін зерделегеннен кейін ғана жазаласыз.

Түйіндеме бизнес-жоспардың қысқаша шолуы болып саналады және оған төмендегідей ақпарат енгізілген:

- Бизнесің және оның мақсатты клиентінің қысқаша сипаттамасы;
- Қаржыға қажеттілік, олардың бағытталуы және қандай мақсатқа қажеттілігі;
- Команда және өзіңіздің құзыретіңіз жайлы айтып кету;
- Сіздің бизнесіңіздің бәсекелестің бизнесіне ұқсастығы болмауы;
- Негізгі қаржы ұсыныстарынан үзінді;
- Ойларды талдау;
- Негізгі бағыттар және қызмет мақсаттары.

Кәсіпорынды сипаттау

Бұл бөлімнің мақсаты – оқырманды бизнес-жоспарды ұсынатын болашақ ұйыммен таныстыру.

Бұл бөлімде сізге сәйкес салада өзіңіздің және командаңыздың құзыретіңізді ұсыну керек:

- Сіздің (және команда мүшелерінің) таңдаған салада кәсіби тәжірибеңіз;
- Сіздің және команда мүшелерінің кәсіби жетістіктеріңіз.

Өнімді сипаттау

Бұл бөлімнің мақсаты – ұйымның өніміне (тауар немесе қызмет) толық мінездемесін ұсыну керек.

Бұл бөлімде келесі ақпараттық тараулар сипатталуы мүмкін:

1) Ұсынылатын тауар мен қызметтің мінездемесі:

1.1) Тауар жинағы;

1.2) Өнімнің қызметі, қандай мақсатпен пайдаланады;

1.3) Өнімнің пайдалану мысалдары

1.4) Сіздің бизнесіңізге қажет технология және біліктілік

1.5) Мұнда бизнеске қажетті барлық сертификаттар, лицензиялар сипатталады.

1.6) Айырмашылық қасиеттері немесе бірегейлігі.

1.7) Өнімді әрі қарай дамытуға мүмкіндік бар ма.

2) Бәсекелестің аналогтарымен салыстыру;

Нарықты талдау

Сізге қажетті ең бірінші мәлімет: сізден тауарды/қызметті кім сатып алады, нарықта қандай орынға ие боласыз?

Жалпақ сөзбен айтқанда, компания немен айналысатын таңдау ретінде қызмет орнын анықтау:

- Не шығару;
- Қандай клиенттерге бет ұстау;
- Қандай баға диапазонында тауарды сату;
- қай географиялық аймақта.

Орынды анықтау өте маңызды. Орын жіңішке болған сайын, бизнеске мүмкіндік көбейеді. Мысалы, бар:

Аяқ киім дүкені.

Бұл үлкен нарық, мұнда өндіруші өте көп. Бірақ мұнда да өз орнынды табуға болады. Мысалы, егер қандай клиенттерге бағытталу керек екеніне таңдау жасаса.

ӨТЕ үлкен өлшемді аяқ киім дүкені.

Дүкендерде 45-тен асатын өлшемді аяқ киім сатып алу өте қиын. Арнайы дүкендер көп емес және дамытуға мүмкіндік бар.

Орындарды қиыстыруға болады:

- *Студенттерге арналған арзан аяқ киім;*
- *Ақсүйек мырзаларға таңдаулы аяқ киім ;*
- *Қолжетімді аяқ киім (баға диапазоны) болашақ аналарға (клиенттерге бағыт)*

Реутовта(географиялық аймақ).

Орынды нақты белгілегенде тауар сату оңайлыққа түседі.

Аталмыш тараудың құрылымы келесі бөлімдерден тұруы мүмкін.

- Сатып алушылар;
- Бәсекелестер (олардың күшті және әлсіз жақтары).

Өндіріс жоспары

Бұл бөлімнің мақсаты – технологиялық үдерісті ұсыну. Кәсіпорын өнімді немесе қызметті тиімді шығаруын жоспарлайтын және тұтынушыға жеткізетін жолды сипаттау.

Мысалы, сіз кептелісте ыстық шай сатумен айналысасыз. Сіз басынан аяғына дейін бұл үдірісті сипаттау керексіз: кептеліс жанында суды қалай қайнатасыз, оған шай саласыз және сатып алушыға қалай апарасыз.

Өндірісті ұйымдастыру

Су қайнататын құрылғы қай жерде орналасады, суды қалай толықтырып отырсыз, электр қуаты қай жерден келеді.

- Технологиясы

Соңғы өнім - стақан шайы- қалай пайда болады? Стақанға қанша су қую керек, шайды шығаруға қанша уақыт қажет.

- Жабдықтау

Қандай жабдықтау қажет?

- Ресурстік база

Осы «бизнес» жүріп кету үшін неше адам керек? Қандай материал қажет?

Қаржы жоспары

Бұл бөлімде ең басынан бастап қандай кіріс жоспарланғанын көрсету керек.

Қаражат (егер де олар болса) қалай пайдаланады, қандай көлемдер қажет.

Төменде интернет-дүкенге қаржы жоспарын құрудың қарапайым нұсқасы берілген. Бағалары шындыққа жақын алынған. Бастапқы инвестициялар (бір жолғы шығыстар)

Технология немесе әзірleme жаңалығы.

Мұнда аймақ және ел көлемінде Сіз өзіңіздің жобаңызды жаңа деп санайтыңызды көрсету керек. Түсініктемеде олай ойлаудың қандай дәлелдеріңіз барын айта кету.

Жобаның электронды мекенжайы: bala.biznes@inbox.ru__