**«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**

№1ұстаным: 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-тендік 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: Шынайлылық.

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 өзініздің 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 жобаңың әрбір бөлімін зерделегеннен кейін ғана жазаласыз.

Түйіндеме бизнес-жоспардың қысқаша шолуы болып саналады және оған

төмендегідей ақпарат енгізілген:

• Бизнecтің және оның мақсатты клиентінің қысқаша сипаттамасы;

• Қаржыға қажеттілік, олардың бағытталуы және қандай мақсатқа қажеттілігі;

• Команда және өзініздің 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 міңездемесін ұсыну керек.

Бұл бөлімде келесі ақпараттық тараулар сипатталуы мүмкін:

1) Ұсынылатын тауар мен қызметтін міңездемесі:

1.1) Тауар жинағы;

1.2) Өнімнің қызметі,қандай мақсатпен пайдаланады;

1.3) Өнімнің пайдалану мысалдары

1.4) Сіздің бизнесіңізге қажет тexнoлoгия 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

отырасыз, 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 жоспарланғаның 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 әзірлеме 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](mailto:bala.biznes@inbox.ru__)**[\_\_](mailto:bala.biznes@inbox.ru__)

**Методические рекомендации по оформлению бизнес проекта для**

**участников конкурса «Bala business»**

**Что такое бизнес-план и для чего он нужен**

Бизнес-план - это документ, который описывает все основные аспекты будущего предприятия, анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем. Поэтому правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос: стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно доходы, которые окупят все затраты сил и средств?

В Казахстане бизнес-план традиционно используется для привлечения внешнего финансирования (в виде субсидий, кредитов, грантов и т.д.) и может понадобиться при:

• создании нового предприятия, организации;

• реорганизации, изменении формы собственности действующего предприятия;

• финансовом оздоровлении предприятия – банкрота;

• осуществлении некоторых крупных проектов (открытие региональных представительств, выпуск новой продукции, расширение производства и др.).

**Период планирования**

Не существует стандартного периода планирования. Фактически, различные виды деятельности требуют различного периода планирования. Некоторые бизнесы окупаются в течение 4-5 и более лет, другие – окупят себя в течение года. В современных условиях окружающая нас реальность меняется так стремительно, что зачастую, информация, полученная сегодня, устаревает уже завтра. Меняется платежеспособность и характер спроса, разоряются конкуренты и появляются новые, нет надежных макроэкономических прогнозов. Все это ставит под сомнение реалистичность планирования на длительные сроки. При разработке бизнес-плана вы можете руководствоваться следующим принципом: бизнес-план разрабатывается на период, превышающий срок окупаемости проекта на один год.

В любом случае, если у вас долгосрочный проект, вам будет сложнее проработать маркетинг и финансовый план и сложнее убедить комиссию в привлекательности своего проекта.

**Некоторые принципы составления бизнес-плана**

Принцип №1: Обоснованность и документированность.

Ваш бизнес-план должен быть обоснован и содержать необходимую подтверждающую информацию:

• источники, использованные в ходе подготовки проекта;

• список таблиц и диаграмм, включенных в итоговый отчет (если они имеются);

• перечень экспертов (с указанием должностей), если мнения таковых отражены в проекте;

• другая информация на усмотрение участника

Документальный материал лучше разместить в приложениях, с указанием соответствующего номера раздела основного текста, в основном тексте отметьте, что документ приведен в приложении.

Принцип №2: Адекватность и понятность.

Старайтесь говорить простым и понятным языком и избегайте избыточной

информации, пишите конкретно и по – существу. Если приводите специальные термины, то давайте их расшифровку.

Принцип №3: Реалистичность.

Чрезмерный оптимизм разработчиков, выражающийся в завышенном прогнозе объема продаж, заниженной себестоимости и объеме финансирования, неточностях финансовых расчетов, поверхностном анализе рынка - может перечеркнуть всю вашу работу.

Принцип №4: Профессиональное оформление.

Ваш бизнес-план должен производить достойное впечатление.

**Структура бизнес-плана.**

Не существует стандарта на разработку бизнес-плана из-за различия целей бизнеса и бесконечного множества вариаций среды, в которой он действует.

Бизнес-план организации, оказывающей услуги, будет отличаться от бизнес-плана розничной компании или производственного предприятия. Кроме этого, существуют разные предлагаемые стандарты бизнес-плана, но главное, от чего зависит содержание вашей разработки, - цели, которые вы ставите перед собой при написании бизнес-плана.

Цель написания непосредственно этого бизнес-плана можно обозначить двумя важными пунктами:

Для себя.

Чтобы лучше разобраться в своем проекте, спланировать свою деятельность и четко представлять ожидаемые результаты и необходимые шаги. Есть множество бизнес -идей, которые после детальной проработки оказывались убыточными. Хорошо, что эти ошибки были сделаны на бумаге, а не в реальной жизни.

Для оценки экспертного совета конкурса.

Экспертная комиссия будет главным образом смотреть на следующие пункты:

1) Актуальность представляемого проекта;

2) Аналитическая проработка тематики, предполагающая формулирование

собственных заключений (возможно использование результатов оригинальных исследований (первичных данных), а также работу с вторичными данными рейтинговых агентств, социологических и экономических исследований и прочее;

3) Возможность реализации в современных российских условиях (практическая реализуемость);

4) Отсутствие фактических ошибок (соответствие проекта современной структуре органов государственной власти, финансово-экономической ситуации, корректное употребление терминологии и проч.);

5) Презентационная составляющая (возможность донесения содержания проекта специалистам и широкой аудитории).

При этом, не значит, что вы должны подгонять свой бизнес-план под определенные показатели, вам необходимо тщательно и исчерпывающе проработать свой проект на стадии подготовки, но расставить соответствующие акценты при презентации своего бизнес-плана.

**Разделы бизнес-плана**

**1. Резюме**

**2. Описание предприятия**

**3. Описание продуктов (товаров/ услуг)**

**4. Анализ рынка**

**5. Производственный план**

**6. Финансовый план**

**Резюме**

Цель этого раздела – заинтересовать читающего, привлечь внимание к вашему проекту. Резюме должно быть коротким и содержательным.

Резюме, является скелетом бизнес-плана, его основой. Он должен начинаться с выводов. Вы сможете их написать, только после того как детально проработаете каждый раздел вашего проекта.

Резюме представляет собой краткий обзор бизнес-плана и может включать

следующую информацию:

• Кpaткoe oпиcaниe бизнeca и eгo цeлeвoгo клиeнтa;

• Пoтpeбнocть в финaнcax, иx пpeднaзнaчeниe и для для кaкиx цeлeй oни

нeoбxoдимы;

• Упоминание о команде и своих компетенциях;

• Чтo дeлaeт Вaш бизнec нeпoxoжим нa бизнec вaшиx кoнкypeнтoв;

• Выдepжки из ocнoвныx финaнcoвыx пpeдлoжeний;

• Анaлиз идeи;

• Оcнoвныe нaпpaвлeния и цeли дeятeльнocти.

**Описание предприятия**

Цель этого раздела – познакомить читающего с будущей организацией,

представляющей бизнес-план.

В этом разделе вам необходимо представить компетенции свои и вашей команды в соответствующей сфере:

• Ваш (и членов команды) профессиональный опыт в избранной отрасли;

• Профессиональные достижения ваши и членов вашей команды.

**Описание продуктов**

Цель этого раздела – представить подробную характеристику продуктов

организации (товаров или услуг).

В этом разделе могут описываться следующие информационные блоки:

1) Характеристика предлагаемых товаров и услуг:

1.1) ассортимент;

1.2) функциональное назначение продукции, для каких целей она

предназначена;

1.3) примеры использования продукции

1.4) тexнoлoгия и квaлификaция, нeoбxoдимыe в вaшeм бизнece

1.5) здесь описываются все необходимые сертификаты, лицензии для

бизнеса.

1.6) отличитeльныe кaчecтвa или yникaльнocть.

1.7) имеются ли возможности для дальнейшего развития продукта.

2) Сравнение с аналогами конкурентов;

**Анализ рынка**

Самые первые сведения, которые вам потребуются: кто будет покупать у вас

товары/услуги, где ваша ниша на рынке?

Говоря простым языком, можно определить нишу деятельности, как обычный выбор того, чем будет заниматься компания:

• что производить;

• на каких клиентов ориентироваться;

• в каком ценовом диапазоне продавать товар;

• в каком географическом регионе.

Определение ниши очень важно. Чем уже ниша, тем больше возможностей для бизнеса. Например, есть:

*Магазин обуви.*

Это огромный рынок, на котором много производителей. Но и здесь можно найти свою нишу. Например, если сделать выбор, на каких клиентов ориентироваться.

*Магазин обуви ОЧЕНЬ большого размера.*

Чаще всего, в магазинах сложно купить обувь размера больше 45-го. Существует не так много специальных магазинов и есть возможность для развития.

Можно комбинировать ниши:

• *Недорогая обувь для студентов;*

• *Изысканная обувь для знатных господ;*

• *Доступная обувь (ценовой диапазон) для будущих мам (ориентация на клиента) в Реутове (географический регион).*

*Чем чётче определена ниша, тем легче продать товар.*

*Структура данного блока может состоять из следующих частей.*

*• Пoкyпaтeли;*

*• Кoнкypeнты (иx cильныe и cлaбыe cтopoны).*

***Производственный план***

*Цель этого раздела – представить технологический процесс. Описать путь,*

*посредством которого предприятие планирует эффективно производить продукцию или услуги и поставлять их потребителю.*

*Например, вы занимаетесь продажей горячего чая в пробках. Вы должны описать полностью весь процесс того, каким образом можно будет вскипятить воду рядом с пробкой, налить туда чай и отнести покупателю.*

*Организация производства*

*Где будет установлена устройство по кипячению воды, каким образом будет происходить, долив воды, откуда будет поступать электричество.*

*• Технология*

*Как будет создаваться конечный продукт: стакан чая? Сколько воды наливать в стакан, как долго заваривать.*

*• Оборудование*

*Какое оборудование необходимо?*

*• Ресурсная база*

*Сколько людей нужно, что бы этот «бизнес» работал? Какой материал необходим?*

***Финансовый план***

*В этом разделе необходимо показать, какая планируется прибыль от начала запуска.*

*Каким образом будут использованы средства (если они есть), какие объёмы*

*необходимы.*

*Ниже представлен упрощенный вариант составления финансового плана для интернет-магазина. Цены взяты приближенные к реальности.*

*Начальные инвестиции (разовые расходы)*

***Новизна технологии или разработки.***

*Здесь Вам необходимо указать, считаете ли вы свой проект новым в масштабах региона и страны. В комментариях необходимо указать аргументы, почему Вы так считаете.*

*Электронный адрес проекта:* ***bala.biznes@inbox.ru***