

ТОО/ИП "Название"

(то что отмечено желтым нужно поменять под ваш бизнес или удалить)

Бизнес-План

Название вашего проекта

вебсайт если есть

Место для картинки

- скрин вашего сайта,

- фото продукта,

- фото с Гугла,

которое относится к продукту

Например, если это кондитерская,

то фото тортов или

интерьера кондитерской

г. Нур-Султан

2020 г.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

1. Название проекта: «Название»
2. Наименование юр лица: ТОО/ИП "Название"
3. Наименование заявителя (полное и сокращенное): Имя Фамилия
4. Сведения о месте нахождения, юридический адрес: г. Нур-Султан, ул. Кенесары, дом 74, кв. 54.
5. Сайт (при наличии): www.google.kz
6. Предполагаемая к выпуску продукция (товар, услуга) или бизнес-процесс: Маркетплейс идей
7. Предполагаемый срок запуска проекта с момента получения гранта: запущен 15 мая 2020 г.

2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА:

2.1. Основные характеристики продукта, создаваемого в рамках реализации проекта (функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукта).

Название — что это

Для клиентов — это что

Преимущества:

Например*

- Самая быстрая на рынке – 20 минут
- Самый широкий ассортимент
- Ценовое лидерство
- Еженедельные акции от партнёров
- Продуманная платформа для заказа, с встроенными накладными, историей заказов, круглосуточной операторской поддержкой

Для партнеров/бизнеса — это “что

Проблемы, существующие на рынке:

- Проблема 1
 - Здесь детально если есть
- Проблема 2

Решение существующих проблем:

- Решение – краткое описание решение вашей идеей
- Что решаете и как 1
- Что решаете и как 2
 - Подробно 1
 - Подробно 2

Характеристики продукта/услуги на сегодняшний день:

- Характеристика 1
- Характеристика 2

2. Новизна предлагаемых в проекте решений (в том числе информация об актуальности и уникальности проекта; новизна предлагаемых решений реализации бизнес-проекта, т.е. каналы сбыта, построение маркетинговой стратегии, материал/способ производства продукции и т.п.; технологический уровень проекта).

Актуальность идеи/проекта: почему это актуально в вашем городе и на этом рынке (Например, в городе Шымкент нет компаний, которые занимаются автоматизацией)

Уникальность проекта «название» - тут пишем, что уникального, чем проект отличается.

Новизна идеи: расписать какая есть инновация (это может быть сама идея, новизна в бизнес модели, в подходе рынка сбыта, в подходе

Также конкурентным преимуществом проекта название является продуктовый подход. То есть стратегические и маркетинговые планы компании строятся основе изучения нашей ЦА (Целевой Аудитории). Получение обратной связи от аудитории дает нам сразу два преимущества: мы слышим, что ждет клиент от рынка и выстраиваем компанию по принципу “слышащий бизнес”. Любые решения внутри компании принимаются на основе фидбэка от клиентов.

Маркетинговая стратегия компании будет выстроена на следующих трех каналах по привлечению аудитории:

1. **Цифровые каналы.** Продвижение платформы в социальных сетях и поисковых системах через таргетированную рекламу с акционными и/или уникальными товарами. Это включает в себя продвижения уже знакомых аудитории магазинов-партнеров и еженедельными акциями.
2. **Реферальная система привлечения клиентов.** Уникальным решением наравление в маркетинговом продвижении будет выстраивание реферальная система с мини-амбассадорами компании. Каждый клиент получит уникальный промокод, по которому ему будут начисляться бонусы за приглашенных друзей/подписчиков.
3. **Оффлайн каналы.** В офлайн проект будет продвигаться за счет брендинга курьеров (футболка, кепка, боксы в фирменном стиле) и также планируется промо кампания с брендированным двухэтажным автобусом доставляющим продукты до клиентов в режиме реального времени.

Каналы сбыта: какие есть каналы сбыта, являются ли они уникальными.

2.3. Наличие патентов и иных правоохранных документов по тематике проекта.

Если есть патенты, расписать. Если нет, то расписать про авторское право или то что планируется сделать.

2.4. **Описание бизнес-процесса проекта либо создания продукта** (в том числе информация о сроке окупаемости бизнес-проекта; конкурентоспособность бизнес-проекта; информация о поставщиках и потребителях; наличие договоров/контрактов на поставку товара/основных средств/сырья и материалов/оказание услуг/работ/приобретение технологий /франшизы/патента и т.д.).

Создаваемая платформа/услуга/продукция предоставляет расписать что представляет из себя. Цель – какая цели услуги/продукта.

Основной потребитель/клиент – магазины, люди, женщины. Есть ли договора с клиентами?

Основной поставщик – магазины продукции. Есть ли договора с поставщиками?

Здесь нужно нарисовать диаграмму бизнес модели: какие есть пользователи, как зарабатывается/монетизируется продукт.(Внизу примеры, можно сделать диаграмму в SmartArt)

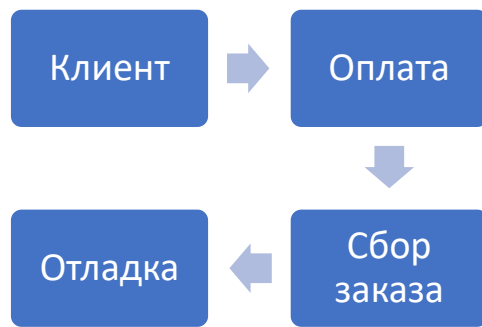


Рис. 2.1 Описание бизнес процесса

Проект преследует главные задачи:

1. Зачем нужен проект
2. Зачем нужен проект

Конкурентоспособность проекта заключается в быстрой, ценовом лидерстве и высоком стандарте сервиса.

Целевой аудиторией являются женщины, мужчины в возрасте, магазины, школы, гос учреждения, мамы. Целевая аудитория была выбрана, отталкиваясь от множественных исследований по структуре затрат средней семьи в Казахстане. Приведите статистику.

Компания Название на сегодня работает с 3-мя магазинами и 1-м супермаркетом. Соглашения имеются с перечислите. Сотрудничество происходит на основе как происходит сотрудничество опишите.

Проект будет выведен на операционную прибыльность в течении N-ти месяцев. Окупаемость проекта составляет N месяцев. Подробные расчеты описаны в разделе 6.

Мобильная и веб версия платформы разработаны казахстанской IT компанией – название. Все официальные, подписанные договора имеются. В данный момент планируется разработка мобильного приложения.

Построением digital-стратегии и продвижением занимается отечественная маркетинговая компания – Название. Договора на оказание услуг также имеются. Смотрите в приложении.

Продукцию планируется реализовывать через онлайн платформу ссылка на вебсайт если есть

На данном этапе имеется полноценный сайт, договоренности с партнерами о размещении их продукции на сайте. Уже было сделано N продаж.

Оборудование, в том числе, перечислите, планируется заказывать у кого, название.

2.5. Обеспечение ресурсами (в том числе: наличие помещения и инфраструктуры для реализации бизнес-проекта; наличие рынка сбыта и возможность коммерциализации предлагаемых результатов бизнес-проекта).

На сегодня у проекта выстроена инфраструктура:

- Собственная онлайн платформа (мобильная и веб версии)
- Отдел продаж
-

Помимо выстроенной инфраструктуры название предлагает рынку сразу два уникальных технических предложения решающие основные “боли” потребителя:

- Доставка

Коммерциализация проекта основа на проценте от продаж, покупке. Средний чек составляет XXX. Главной задачей по монетизации проекта является выход на ежемесячную выручку в 15,000,000 тенге до Января 2021-го года.

3. ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ:

3.1. Объем и емкость рынка продукта, анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, в которой будет реализован проект, перспектива расширения бизнеса.

Здесь сделать количественный анализ рынка. Прогуглить каков объем рынка. Если это например онлайн магазин, то посмотреть объем рынка в тенге и количеству покупок. Показать цифры от стат отдела можно.

Если нет данных по КЗ, можно раскрыть рынок России, Украины, и мировой.

Данные еще можно взять с сайта stat.gov.kz

3.2. Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение технико-экономических характеристик с аналогами (Таблица 1.)

Сегмент e-grocery/инфо продуктов/салонов красоты стремительно растет. В Казахстане появляются новые игроки, перечислить. Также существуют Российские аналоги.

Тут подробно можно расписать про косвенным, не прямых конкурентов если есть.

Каждый из конкурентов имеет свои преимущества и недостатки. На основе сильных сторон каждой из моделей была составлена Таблица 1 для сравнения с **нашим проектом**.

Таблица 1. Сравнение Бизнес Моделей

Наименование показателей	Значение показателей (от 1 до 5)			
	Название нашего проекта	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
Цена	5	5	5	3
Удобство	5	2	3	5
Время	5	3	5	4
Качество	5	3	2	5
Критерий 1	4	5	2	3
Масштабируемость	5	2	5	2
Итого	Сумма выше цифр	Сумма выше цифр	Сумма выше цифр	Сумма выше цифр

Цена. Почему наш проект лучше

Удобство . Почему наш проект лучше

Время. Почему наш проект лучше

Расписать по каждому критерию.

3.4. Стратегия продвижения продукта на рынок.

- *Описание рынков сбыта (экспортный и внутренний), в том числе описание основных компаний, работающих в данном сегменте рынка; описание продукции, предлагаемой компаниями-конкурентами.*

Основным рынком для компании **название** является рынок

Здесь можно в кратце написать все то что писали в пункте 3.2

- *Количественные характеристики рынка (годовые объемы в натуральном и денежном выражении, тенденции к росту или падению спроса).*

По данным КС МНЭ РК объем **название рынка** (с нарастающим итогом) в **2019** году составил **11,3 трлн.** Тенге. **Тут можно еще подробно расписать рынок.**

«напишите почему есть тенденции к росту рынка»

- Обоснование потенциальной доли рынка, которую способна занять продукция компании.

В сравнении с существующими конкурентами на рынке, торговое предложение от **Название** и продуманная до деталей маркетинговая кампания позволяют говорить о быстром росте на рынке Казахстана. «Посчитать долю на рынке исходя из количества конкурентов или клиентов, которые могут купить ваш продукт.».

- Наличие договоренностей с потенциальными потребителями продукции и документы, подтверждающие готовность приобрести продукцию (протоколы намерений, предварительные договоры поставки, договоры поставки).

Компания **Название** на сегодня работает с кем?. Какие договора есть?

- Наличие факторов, обеспечивающих существенное влияние на успешную реализацию продукции на данном рынке (ценовая политика, превосходство продукции по техническим характеристикам, репутация на рынке, отношения с контрагентами, трудовой коллектив, нерядовые качества продукции, географические и Перспективы карьерного роста.

Относительно конкурентов **Название** имеет 2 УТП (Уникальных Технических Предложения):

1. Цена

описание

2. Критерий 2

описание

Подумать над репутацией, расположением, как это влияет на продукт.

Маркетинговая стратегия компании будет выстроена на следующих **трех каналах** по привлечению аудитории:

4. **Цифровые каналы.** Продвижение платформы в социальных сетях и поисковых системах через таргетированную рекламу **с акционными и/или уникальными товарами.** Это включает в себя продвижения **уже знакомых аудитории магазинов-партнеров и еженедельными акциями.**

5. **Реферальная система привлечения клиентов.** Уникальным решением **название** в маркетинговом продвижении будет **выстраивание реферальная система с мини-амбассадорами компании.** **Каждый клиент получит уникальный промокод, по которому ему будут начисляться бонусы за приглашенных друзей/подписчиков.**

- 6. Оффлайн каналы.** В офлайн проект будет продвигаться за счет брендинга курьеров (футболка, кепка, боксы в фирменном стиле) и также планируется промо кампания с брендированным двухэтажным автобусом доставляющим продукты до клиентов в режиме реального времени.

Каналы сбыта: какие есть каналы сбыта, являются ли они уникальными.

4. КОМАНДА ПРОЕКТА:

4.1. Количество сотрудников, направление их деятельности и их квалификация с приложением резюме и документов, подтверждающих квалификацию (диплом, сертификаты).

Компания состоит из группы специалистов с опытом в различных областях (какие области – финансы, IT, производство и т.д.).

Директор – Имя Фамилия, биография, достижения, роль в проекте.

Позиция 1 – Имя Фамилия, биография, достижения, роль в проекте..

Позиция 2 – Имя Фамилия, биография, достижения, роль в проекте..

4.2. Организационная структура управления. Схема привлечения новых специалистов.

Структура управления в компании название строится на двух основополагающих принципах: за каждой задачей закрепляется один человек и несет за нее полную ответственность. Задачи делятся так, чтобы сотрудник мог выбрать то чему у него имеется интерес, за счет чего мы видим нужные нам результаты.

За стратегические вопросы, выстраивание финансовой и бизнес модели отвечает директор компании Имя Фамилия. Вопросы маркетинга, переговоры с бизнес партнерами и операционное управление бизнеса покрывает Имя Фамилия.. Также планируется за каждым городом закрепить операционного менеджера, отвечающего за ежедневные задачи, контроль за стандартами качества сервиса и решением вопросов логистики. В городе Нур-султан данную позицию занимает Имя Фамилия.

Также в штате имеется 1 оператор и 3 курьера. С увеличением продаж и выходом на новые города планируется планомерное увеличение штата сотрудников. Первым делом, это будет касаться штата операторов, курьеров и IT-специалистов для поддержки платформы.

На данный момент, техническая поддержка платформы и маркетинговое продвижение в социальных сетях находятся на аутсорсинге. Все сотрудники, принятые на работу проходят отбор через операционного менеджера, после чего интервью проводится непосредственно с основателями проекта.

Таблица 2.ФОТ

Фонд оплаты труда	ЗП, тг
Менеджер	150,000
Оператор	100,000
Курьер	750,000
Операционист	120,000
Итого по ФОТ	1,120,000
Налоги	123,200
Итого	1,243,200

5. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:

5.1. SWOT анализ

Сильные стороны Проекта	Возможности и перспективы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарботанная клиентская база 2. Наличие готовой платформы 3. Широкий ассортимент продукции 4. Конкурентные цены 5. Возможность возврата продукта 6. Операторская поддержка 24/7 7. Отсутствие зависимости от одного БП или сегментированной аудитории 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность быстрого масштабирования БМ 2. Быстрое подключение партнеров 3. Рост рынка онлайн продаж 4. Выход на крупные города Казахстана и СНГ 5. Дальнейшее снижение цен за счет договоренностей с производителями 6. Экспоненциальный рост за счет выстраивания реферальной системы
Слабые стороны Проекта	Угрозы внешней среды и риски
<ol style="list-style-type: none"> 1. Предубеждение аудитории к онлайн покупкам 2. Низкие комиссионные тарифы 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на рынок игрока с серьезным финансированием 2. Высокая чувствительность потребителей к ценам 3. Форс-мажор

5.2. План реализации проекта, с указанием этапов, конкретных получаемых результатов, временных интервалов и необходимых средств (план составляется как на период финансирования проекта, так и после окончания данного периода) (Таблица 2).

Реализация проекта поделена на 3 этапа:

1 этап, Запуск и привлечение первых клиентов, Май-Июнь, 2020

- Запуск сайта на базе готового конструктора для оформления заказа
- Подключение одного Бизнес Партнера
- агава

2 этап, Запуск своего сайта и активное продвижение, Июль-Август, 2020

- Запуск собственной платформы с широким функционалом:
- ывыв

3 этап - ваше

Таблица 3. План реализации.

Наименование этапа реализации проекта	Срок этапа	Стоимость этапа (тг)	Качественные и количественные результаты
Разработка клиентского мобильного приложения	Сентябрь Октябрь, 2020	1 000 000	Повышение вовлеченности аудитории за счет уведомлений, удобного интерфейса, скорости работы приложения Создание отдельных кабинетов внутри приложения для сборщиков, курьеров и операторов Увеличение скорости сборки
Техническая поддержка сайта и мобильного приложения	Октябрь, 2020 Апрель, 2021	900 000	Улучшения технических характеристик мобильного приложения и сайта Доработка и оптимизация функционала на основе обратной связи от клиентов
Подключение услуг облачных сервисов по оптимизации логистики	Сентябрь Октябрь, 2020	600 000	Оптимизацию маршрута курьера согласно по данным ГИС карт Сокращения времени доставки

			Точное определение времени доставки для клиента Сокращение затрат на курьерские службы за счет оптимизации маршрутных зон
Подписание договоров с 15-ю магазинами или сетью магазинов	Ноябрь, 2020	0 тг	Сокращения времени доставки продуктов до 20-ти минут Потенциал для роста до 500-та доставок в день
Подписание договоров с 10-ю профильными магазинами	Декабрь, 2020	0 тг	Расширение выбора для клиентов Потенциал для роста до 200-та доставок в день
Убрать строку если не нужно			

Таблица 4. План продаж.

2020 ноябрь	2021 январь	2021 май	2021 октябрь
Количество продаж			
Выручка XXXX тг/день			

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН:

6.1. Общий объем финансирования проекта, в том числе объем инвестиций или собственных средств, источники средств и формы их получения (Таблица 3.)

Сумма первоначальных инвестиций в проект составляет 6 млн тенге, из которых 1 млн являются собственными и 5 млн тенге – грантовые средства. Грантовые средства планируется потратить на приобретение целевых средств, а именно создание приложения, подключение маршрутных систем для курьера, интеграция с 1С системами, маркетинговые расходы на реферальную систему и на субсидирование доставки (Таблица 5)

Таблица 5. Сумма первоначальных инвестиций

Наименование	Кол-во	Цена, тенге	Сумма, тенге	В том числе:	
				Собственн ые средства	Грант

Ресурсы для финансирования	Процент	Totals
Денежные средства гранта		
Собственные средства		
Итого ресурсы для финансирования		

6.2. Ранее привлеченное финансирование на реализацию проекта (с указанием этих источников).

В мае 2022 года была привлечена сумма в 3 миллиона тенге от частного инвестора на запуск проекта. Средства была потрачены на что. Если нет, пишем нет.

6.3. Основные плановые экономические показатели (расходы на производство, прибыль, чистая прибыль, рентабельность выпускаемого продукта) к концу реализации проекта, приложить расчет показателей в формате Excel.

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации услуг.

Таблица 6. показатели проекта

Финансово-экономические показатели проекта	Значения
Ставка дисконтирования	
Чистая приведенная стоимость	
Внутренняя Норма Доходности	

Индекс Прибыльности	
Период окупаемости	
Дисконтируемый период окупаемости	

Показатели эффективности проекта свидетельствуют о наличии «запаса прочности» проекта, что гарантирует своевременный возврат вложенных средств даже в случае отрицательных отклонений фактических данных реализации проекта от расчетных данных. Суммарный денежный поток положителен с запуска проекта, что демонстрирует сбалансированность доходных и расходных статей проекта. Чистая приведенная стоимость проекта (NPV) положительна, что указывает на целесообразность реализации данного проекта.

6.4. Расчет плана-прогноза доходов, расходов, движения денег, в разбивке по месяцам, с приложением расчетов в табличном виде в формате Excel. Расчеты по доходам с расшифровкой по видам деятельности, по затратам с расшифровкой по статьям затрат.

Основные виды предоставляемых услуг:

Таблица: 7. Основные метрики

Основные метрики	Значение
Комиссия с партнеров	
Средний чек покупки	

Таблица 8. Производственная программа предоставляемых услуг.

Продукты и сервисы	1 год	2 год	3 год	4 год
Комиссия с партнеров				
Цена за единицу				
Переменные затраты на единицу				
Валовый доход за единицу				
Прогнозный объем реализации				
Объем продаж				
Аллокация постоянных затрат (распределение)				

Прогнозируемая выручка					
Переменные затраты					
Валовый доход					
Постоянные затраты					
Прибыль					
Точки безубыточности по продажам (выручка)					
Точки безубыточности по продажам (объем)					

Таблица 9. Операционные затраты, тенге.

Постоянные операционные затраты	В месяц, тг	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год
Затраты					
ФОТ					
Соц налог					
Аренда					
Реклама(таргет и SMM)					
Тех поддержка					
Субсидирование доставок					
Субсидирование товаров					
Итого					
Амортизация					
Итого прочие затраты					

Итого постоянные операционные затраты					
--	--	--	--	--	--

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов выручки, состав и структура затрат.

Величина дохода от реализации продукции и как финансовый результат величина прибыли. Прогнозный отчет о прибылях и убытках (ОПиУ) представлен в нижеследующей таблице.

Таблица 10 – Прогноз отчета о прибылях и убытках по годам, тенге.

	1 год	2 год	3 год	4 год
Доход (выручка)				
Расходы по продажам				
Фонд оплаты труда				
Постоянные операционные затраты				
Операционные затраты до открытия				
Капитальные затраты				
Налоги				
Денежный поток без учета инвестиционной деятельности				
Денежный поток				
Накопленный денежный поток				
Приведенная стоимость				

Таблица 11 – Подробный поток денежных средств за 4 года

	1 год	2 год	3 год	4 год

Доход (выручка)				
Комиссия с партнеров				
Итого доход				
Расходы по продажам				
Комиссия с партнеров				
Итого расходы по продажам				
Валовый доход				
Фонд оплаты труда				
Итого по ФОТ				
Постоянные операционные затраты				
Итого прочие затраты				
Прочие расходы				
Амортизация				
Налоги				
Итого Прочие расходы				
Чистая прибыль				

ВЫВОДЫ

Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего проекта позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах реализации и вложениях проект является надежным и рентабельным. Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для упрочения позиций производства на рынке по основным показателям, получения и увеличения в дальнейшем объемов чистой прибыли. Кроме того в результате правильно подготовленной и применяемой маркетинговой стратегии ожидается планомерных рост продаж по всем категориям цен.

Как показал проведенный финансово-экономический анализ настоящего проекта является рентабельным замыслом.

Участником настоящего Проекта планируется привлечь средства гранта (5 000 000 тенге) и собственные средства в размере 1 000 000 тенге.

Реализация проекта позволит:

- ☐ Обеспечить самозанятость;
- ☐ Обеспечить стабильные налоговые поступления в бюджет.
- ☐ Создание рабочих мест.