

Как написать «правильный» ,
проект, выиграть грант

Источники информации

Порталы

- www.unova.ru

Сайты фондов

- инновационныйцентр.рф
- www.fasie.ru

Сайты конкурсов

- www.bit-konkurs.ru
- www.web-ready.ru

Источники информации

Сайты стартовых площадок

www.greenfield-project.ru

www.startuppoint.ru

ЧАСТЬ 1

**Выиграть грант – не сложнее чем
написать и защитить диплом на оценку
«5»**

**Выиграть грант – не сложнее чем
написать и защитить диплом на оценку
«5»**

многие из присутствующих имеют опыт

Выиграть грант – не сложнее чем написать и защитить диплом на оценку «5»

многие из присутствующих имеют опыт

Факторы успеха:

1. Тема
2. Консультант
3. Полгода работы

Особенности грантовой поддержки

Основные факторы

- Научная новизна
- Наличие рынка

Следствия

- Научный руководитель
- Проект начинается с конкурентного анализа

Научная часть

- Публикации
- Доклады на научных конференциях
- Схемы, таблицы
- Регистрация программы для ЭВМ

Научная часть

- Публикации
- Доклады на научных конференциях
- Схемы, таблицы
- Регистрация программы для ЭВМ

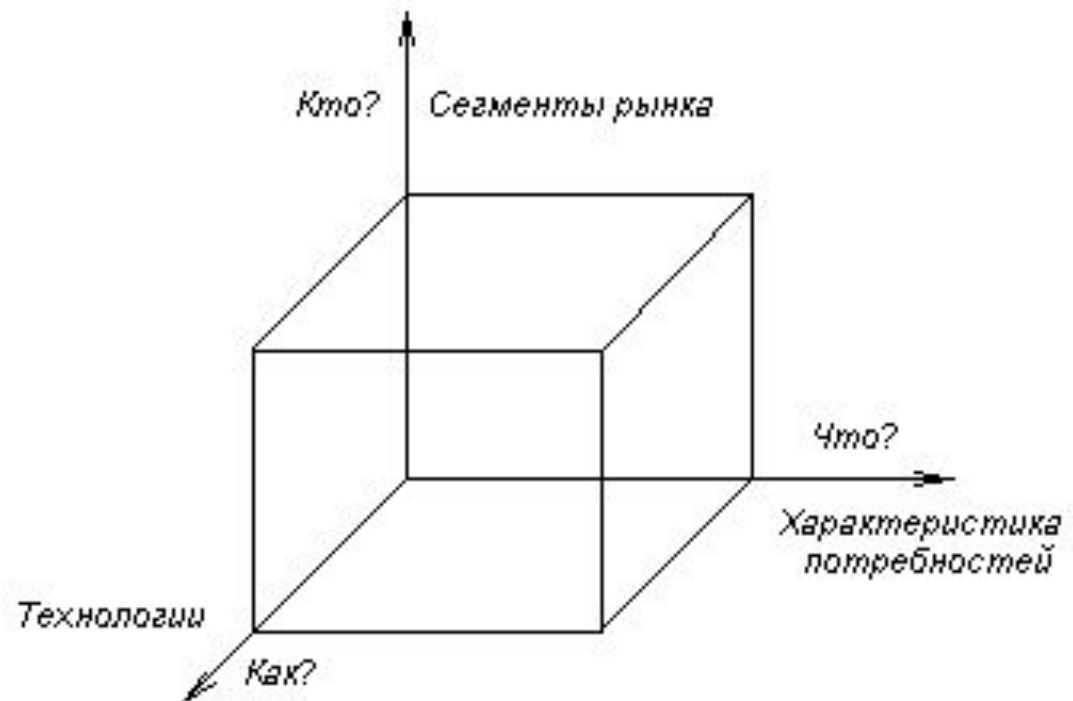
+ регалии
команды

Маркетинг

- Рынок и сегменты потребителей
- Конкурентный анализ
- Каналы дистрибуции и потенциальные партнеры
- Ценообразование
- Бизнес-модель
- Методы продвижения
- Слияния и поглощения

Рынок и сегменты потребителей

- Матрица Ансоффа
- Матрица Абеля



Конкурентный анализ

привлекательность рынка

высокая

средняя

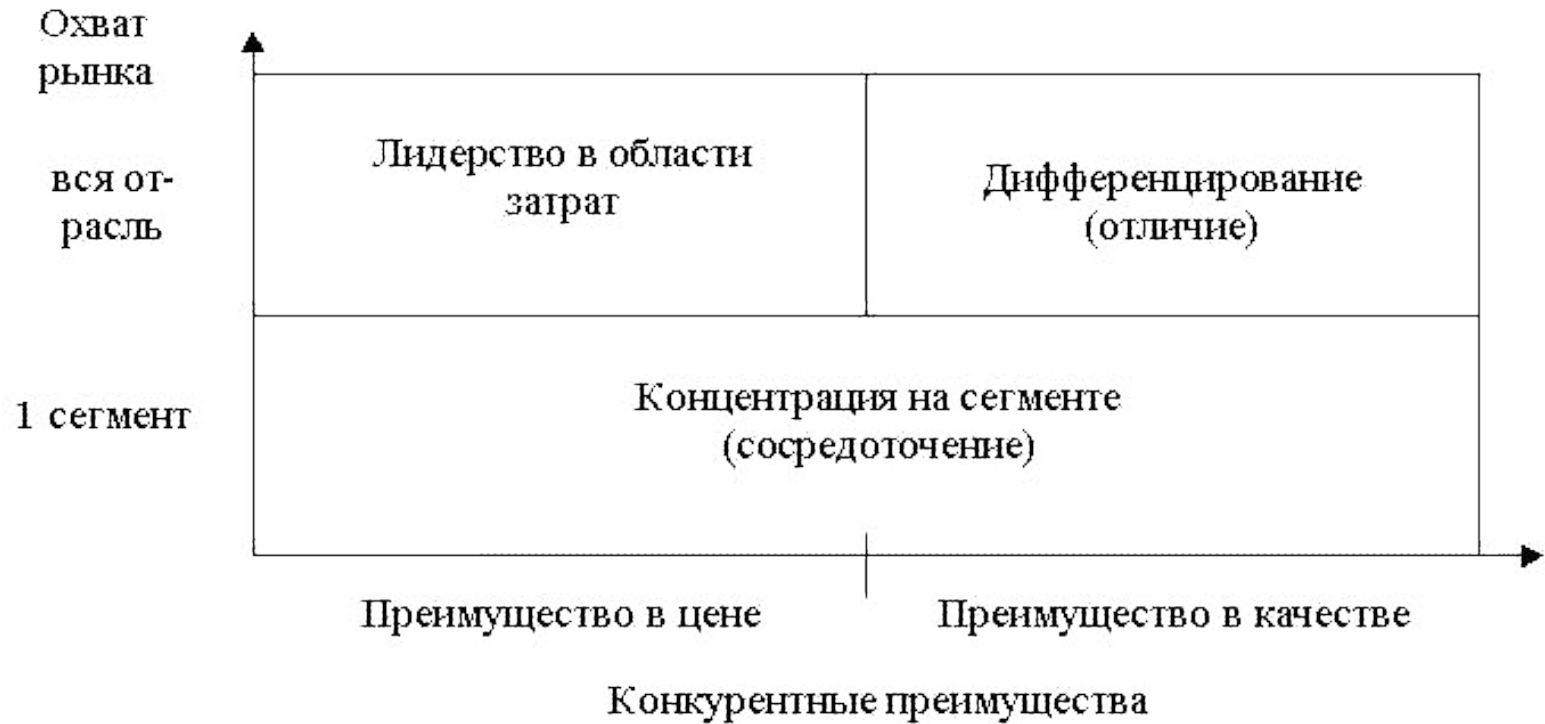
низкая

сила бизнеса

высокая
средняя
низкая

<i>Удержание и упрочнение позиций</i>	<i>Выборочный сбор урожая или инвестирование</i>	<i>Сбор урожая</i>
<i>Инвестиции в рост</i>	<i>Сегментирование и выборочные инвестиции</i>	<i>Сбор урожая под присмотром</i>
<i>Выборочные инвестиции или уход с рынка</i>	<i>Уход или сворачивание инвестиций</i>	<i>Бегство или нападение</i>

Конкурентный анализ



Стратегия

Матрица Ансоффа + SWOT = Стратегия

	Выпускаемые продукты	Новые продукты
Имеющиеся рынки	СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА	СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА
Новые рынки	СТРАТЕГИЯ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ	СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

+



Каналы дистрибуции

- Партнеры
- Маркеты vs Прямые продажи
- Издатели

Каналы дистрибуции

- Партнеры
- Маркеты vs Прямые продажи
- Издатели

Создавая список конкурентов, не забудьте
про:

- Ключевых клиентов
- Потенциальных партнеров

Каналы дистрибуции

- Партнеры
- Маркеты vs Прямые продажи
- Издатели

Создавая список конкурентов, не забудьте
про:

- Ключевых клиентов
- Потенциальных партнеров
+ комфортные
письма!!!

**Комфортное письмо - это
письмо, выдаваемое
организацией или лицом, которое
выражает поддержку другому
лицу**

Например, такое:

Департамент образования и науки
Кемеровской области



Государственное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
(повышения квалификации) специалистов
«Кузбасский региональный институт
повышения квалификации
и переподготовки работников образования»
(КРИПКПРО)

Зузелкова ул., д. 3, Кемерово, 650070
телефон: (3842) 31-15-86, факс: (3842) 31-16-06
E-mail: ipk@kem-edu.ru; Http://ipk.kem-edu.ru

Генеральному директору
ООО «P2P Технологии»
М.Савину

№ 02.04.11 № 180
На № _____ от _____

Кузбасский региональный институт повышения квалификации и переподготовки работников образования (далее «Институт») в лице ректора Красношлыковой Ольги Геннадьевны, действующего на основании устава, настоящим выражает свою заинтересованность в реализации сервиса гибридных конференций и выражает следующие намерения:

1. Институт исходит из того, что проект сервиса гибридных конференций, разрабатываемый ООО «P2P Технологии», соответствует интересам Института.
2. При условии завершения разработки и в случае, если конечный продукт будет отвечать заявленным характеристикам, Институт будет готов использовать сервис гибридных конференций.
3. Настоящее письмо не налагает на подписавших его участников никаких финансовых и юридических обязательств

Подпись:

«18» апреля 2011 г.

Ректор КРИПКПРО О. Г. Красношлыкова
(должность, фамилия, имя, отчество)



от имени:

КРИПКПРО
(наименование организации)

М.П.

Ценообразование












Рис. 5. Зависимость цен от целей предприятия.

Бизнес-модель

http://en.wikipedia.org/wiki/Business_model

The Business Model Canvas Designed for: _____ Designed by: _____ On: _____ Iteration: _____

Key Partners  Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Who in our Network are we depending from customers? Which Key Activities do partners perform? _____	Key Activities  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? _____	Value Propositions  What value do we deliver to the customer? What type of customer problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? _____	Customer Relationships  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which types are we building? How are they interacting with the rest of our business model? How costly are they? _____	Customer Segments  For whom are we creating value? Who are our most important customers? _____
	Key Resources  What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? _____		Channels  Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How do we plan to change this? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating Channels with customer segments? _____	
Cost Structure  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? _____		Revenue Streams  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? _____		

www.businessmodelgeneration.com

© 2009-2010 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Business Model Generation, Inc. All rights reserved. This document is the property of Business Model Generation, Inc. and is not to be distributed, copied, or reproduced in any form without the prior written permission of Business Model Generation, Inc.

Методы продвижения

- Может ли продукт продвигать сам себя?

Слияния и поглощения*

Будьте профессиональны – покажите инвестору путь!

* ищите информацию на techcrunch.com

ЧАСТЬ 2

Стандарты бизнес-планирования

- TACIS (ТАСИС)
- UNIDO
- EBRD (ЕБРР)
- KPMG

www.cfin.ru

www.probp.ru

Финансовая модель

1. Начните с расчета затрат
 - Прямые (ФОТ)
 - Накладные (в фикс. Σ и % от выручки)
 - Налоги
2. Инвестиционные расходы (ОС и ПО)
учитывайте отдельно

Накладные статьи расходов

ОПИСАНИЕ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ	База начисления
Общепроизводственные расходы	
Веб-хостинг	Выручка
Обучение персонала	Зарплата
Общехозяйственные расходы	
Аренда и офисные расходы	Выручка
Командировочные и представит. расходы	Выручка
Бухгалтерские, банковские, юридич. расходы	Выручка
Премияльный фонд	Выручка
Прочие расходы	Выручка
Сбытовые расходы	
Расходы на звонки	Выручка
Прямые рассылки и рекламные издания, включая контекстную рекламу	Выручка
Вознаграждения сбытовому персоналу	Выручка
Стимулирование посредников	Выручка
Маркетинговые исследования	Выручка
Спонсирование выставок, конференций	Выручка

Финансовая модель

3. Составьте обоснованную модель доходов
4. Используйте программы для расчета
 - Альт-Инвест
 - Project Expert
 - Мастерская бизнес-планирования

Финансовая модель

4. Если считаете вручную, разделите на:

- Операционную
- Инвестиционную
- Финансовую деятельность

5. Основные показатели:

- EBITDA
- Чистая прибыль
- IRR (внутренняя норма доходности)
- NPV (чистая текущая стоимость)
- DPP (дисконтированный срок окупаемости)

Как считать

- EBITDA = прибыль до вычета расходов по процентам, налогов и амортизационных отчислений
- IRR = ВСД()
- NPV = ЧПС()
- Ставка дисконтирования 40-50%

ЕБИТДА

- (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации, показывает финансовый результат, исключая влияние эффекта структуры капитала (т.е. процентов, уплаченных по заемным средствам), налоговых ставок и амортизационной политики организации, позволяет грубо оценить денежный поток, исключив такую "не денежную" статью расходов как амортизация.
- $ЕБИТДА = \text{Прибыль (убыток) до налогообложения} + (\text{Проценты к уплате} + \text{Амортизация основных средств и нематериальных активов})$
- Существует заблуждение, что данный показатель рассчитывают по балансу организации. На самом деле показатель ЕБИТДА можно рассчитать по данным "Отчета о прибылях и убытках" ("Отчета о финансовых результатах"), однако дополнительно нужна сумма амортизации основных средств и нематериальных активов, которая не содержится в указанной форме отчетности.
- Отрицательный ЕБИТДА говорит о том, что деятельность организации убыточна уже на операционной стадии, еще до оплаты пользования заимствованным капиталом, налогов, амортизации.

Рентабельность по ЕБИТДА

- $ЕБИТДА \text{ margin} = \text{ЕБИТДА} / \text{Выручка от продаж}$
- Данный коэффициент отражает прибыльность компании до уплаты процентов, налогов и амортизации, и является, в отличие от самого ЕБИТДА, не абсолютным, а относительным показателем.

ЧАСТЬ 3

Специфика венчурных фондов

- Большинство российских фондов ориентируются на ФПИ РВК (фонд посевных инвестиций РВК)
www.rusventure.ru/ru/investments/fpi/
- ФПИ РВК принимает проекты только через партнеров
- Формула частных партнеров: 5%+5%
- Формула инвестиций: 25%+75%

Независимые венчура

- Almaz Capital
- Runa Capital
- АВРТ
- Финам
- и др., см. www.unova.ru

Бизнес-ангелы

- Российские: www.napartner.ru
- Международные: www.angel.co

Бизнес-инкубаторы

- Российские: www.unova.ru
- Международные:
<http://blog.shedd.us/321987608/>

СКОЛКОВО

- Сначала найдите зарубежного инвестора
- И научного руководителя
- Подготовка заявки прокачает skills
- <http://www.i-gorod.com/faq/>