

# Проект по международному инновационному менеджменту

Презентацию подготовили студентки группы ММ-17-2  
Качалкова Кристина, Фоминых Ксения, Чашкина Анастасия

Бизнес-идеи, помогающие решить существующие проблемы города,  
региона, территории



## Бизнес-идеи, помогающие решить существующие проблемы города, региона, территории

Бизнес-идея	Необходимое финансирование 1-больше, чем на другие идеи 2 – около среднего 3 – меньше, чем на другие идеи	Личный интерес к бизнес-идее 1- не нравится 2-нравится 3-очень нравится	Спрос на товар/услугу 1-минимальный 2-средний 3-максимальный	Сумма баллов
Постройка кольцевой дороги	1	2	3	6
Бесплатные уличные тренажеры	2	3	2	7
Подземные паркинги	1	2	3	6
Проведение экологических мастер-классов	3	3	2	8
Создание платформы, где сами жители города могли бы писать свои идеи и пожелания по улучшению города	3	3	1	7
Создание социального интернет-магазина, где любая покупка идет на помощь нуждающимся людям	3	3	3	9
Производство контейнеров для сортировки мусора	2	2	2	6

# Бизнес-идеи, основанные на нововведениях, изобретениях, новинках в мире



## Бизнес-идеи, основанные на нововведениях, изобретениях, новинках в мире

Бизнес-идея	Необходимое финансирование 1-больше, чем на другие идеи 2 – около среднего 3 – меньше, чем на другие идеи	Личный интерес к бизнес-идеи 1- не нравится 2-нравится 3-очень нравится	Спрос на товар/услугу 1-мин; 2 – ср; 3 – макс.	Сумма баллов
1. Установка уличных указателей с фонарями	1	3	2	6
2. Навигация транспорта, с информацией о точке с маршрутом	1	3	2	6
3. Умный прилавок – QR-код, как способ оплаты, кассы для самообслуживания, отсутствие продавцов	1	2	1	4
4. Концепт магазина готовых решений (продукты продаются наборами, сразу готовыми для определенного блюда)	3	2	3	8
5. Новые формы презентаций товаров – создание объемных моделей товаров, которые можно подробно рассмотреть	2	2	1	5
6. Переработка мусора и дальнейшее создание из него строительных материалов и бытовых вещей	3	3	3	9
7. Компьютерные школы (обучение видеоиграм)	2	2	1	5

# Бизнес-идеи, основанные на увлечениях, хобби



# Бизнес-идеи, основанные на увлечениях, хобби

Бизнес-идея	Необходимое финансирование 1-больше, чем на другие идеи 2 – около среднего 3 – меньше, чем на другие идеи	Личный интерес к бизнес-идее 1- не нравится 2-нравится 3-очень нравится	Спрос на товар/услугу 1-минимальный 2-средний 3-максимальный	Сумма баллов
Курсы выживания	3	2	2	7
Курсы каллиграфии	2	2	2	6
Роспись пряников	2	3	2	7
Вторая жизнь старых вещей	2	3	3	8
Буккарвинг — резьба по книгам	2	1	1	4
Буккроссинг — книгообмен	1	3	3	7
Посткроссинг — открытка от незнакомца	1	3	1	5

## 2. Социальная и экономическая значимость для социального онлайн-магазина

Значимость бизнес-идеи	Факторы
<b>Социальный онлайн-магазин</b>	
Социальная значимость	1. Наиболее полное удовлетворение потребностей граждан в продукции и услугах
	2. Помощь нуждающимся людям, вклад в культурное и экологическое развитие
	3. Снижение уровня безработицы, за счет создания новых рабочих мест
Экономическая значимость	1. Стимулирование национального благосостояния
	2. Создание конкурентной среды
	3. Обеспечение нуждающихся необходимыми товарами
	4. Предоставление материальной поддержки нуждающимся людям
	5. Предоставление финансовой помощи объектам природы и культуры с целью их сохранения

# Социальная и экономическая значимость идеи переработки мусора и создания строительных материалов и бытовых вещей

Значимость бизнес-идеи	Факторы
<b>Переработка мусора и создание строительных материалов и бытовых вещей</b>	
Социальная значимость	1. Содействие крупному производству путем изготовления строительных материалов
	2. Стимулирование НТП
	3. Уменьшение полигонов и сохранение окружающей среды
	4. Сокращение чрезмерного потребления, переход к разумному потреблению
Экономическая значимость	1. Сокращение расходов природных материалов
	2. Сбережение энергоресурсов
	3. Стимулирование национального благосостояния
	4. Создание потенциального предприятия для привлечения инвестиций

### 3. Правовое обеспечение социального онлайн-магазина

Вид нормативных документов	Название №, дата
ФЗ, постановления	1. Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»
	2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019) «Розничная купля-продажа»
	3. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) "О защите прав потребителей"
	4. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 «Продажи товаров дистанционным способом»
ГОСТы, СанПиНы	1. ГОСТ Р 51303-2013 Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля.
	2. ГОСТ 57489-2017 Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети интернет

### 3. Правовое обеспечение предприятия по переработке мусора и дальнейшее создание из него строительных материалов и бытовых вещей

Вид нормативных документов	Название №, дата
ФЗ, постановления	1. Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998 N 89-ФЗ (последняя редакция)
	2. Федеральный закон "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" от 30.03.1999 N 52-ФЗ
	3. Федеральный закон "О лицензировании отдельных видов деятельности" от 04.05.2011 N 99-ФЗ
	4. Постановление Правительства РФ от 03.10.2015 N 1062 (ред. от 28.12.2018) "О лицензировании деятельности по сбору, транспортированию, обработке, утилизации, обезвреживанию, размещению отходов I - IV классов опасности"
ГОСТы, СанПиНы	1. ГОСТ 30772-2001. Ресурсосбережение. Обращение с отходами.
	2. ГОСТ 30772-2001 01.04.2008 г. о регулировке правильного пользования мусора, инспектирование его утилизации.
	3. ГОСТ Р 53791-2010 01.01.2011 об изготовлении, использовании, переработке технических, промышленных предметов.

## 4. Оценка профиля шансы-риски социального онлайн-магазина

Шансы	Риски
Высокий уровень социальной ответственности	Не актуальные складские остатки у поставщиков
Оптимизация конверсий и покупателей	Не налаженная контентная поддержка
В зависимости от целей, можно настроить работу на определенную группу клиентов	Возвраты товаров
Эффективность рекламы видна сразу, по статистическим данным	Отсутствие клиентов, готовых совершить покупку
Привлечение мотивированных клиентов, готовых совершить покупку	Падение спроса в связи со снижением покупательской способности
Возможность гибко подходить к ценообразованию	Ошибки в бизнес-планировании

## 4. Оценка профиля шансы-риски переработки мусора и создания строительных материалов и бытовых вещей

<b>Шансы</b>	<b>Риски</b>
Финансовая поддержка от государства	Потеря больших стартовых капиталовложений
Практически неограниченный объём бесплатного сырья, в большом количестве доступного в любом регионе России	Нет гарантий полноценной загрузки мощностей таких высокотехнологичных заводов, так как система мусоросбора в России на сегодняшний день крайне хаотична
Низкий уровень конкуренции	Возникновение проблем со сбором, доставкой мусора
Регулярный спрос (т.к. каждый день город производит тонны мусора)	Коррупция от регистрации и до тендеров на поставку сырья
Тенденции в изменениях законодательство указывают на возможные перспективы бизнеса	Отсутствие развитого экологического законодательства
Возможность разместить заводы прямо возле свалки, избежав затрат на транспортировку	Затратный процесс сортировки из-за неразвитой системы сбора мусора.

## Меры по развитию предприятия по переработке мусора и дальнейшее создание из него строительных материалов и бытовых вещей

Вид шанса	Вероятность возникновения (R)			Влияние (V)			Оценка R×V	Меры по развитию компании
	Низкая (1-3)	Средняя (4-6)	Высокая (7-10)	Слабое (0,1-0,25)	среднее (0,3-0,65)	благоприятное (0,7-1)		
Финансовая поддержка от государства		5				0,8	4	Получение государственной помощи в виде льгот, финансирование в виде гранта, кредит под минимальный %, специальные условия налогообложения
Практически неограниченный объём бесплатного сырья			7			0,7	4,9	Наладить эффективный процесс производства, а также сформировать систему сбора, доставки и сортировки мусора для его дальнейшей переработки
Низкий уровень конкуренции			8			0,7	5,6	Заключение эксклюзивных договоров на несколько лет вперёд с жкх и тсж на вывоз мусора по сниженным тарифам

## Продолжение таблицы

			10			0,9	9	1. Создание положительного имиджа имиджа предприятия, как надежного партнера, учитывающего различные запросы потребителей 2. Формирование долгосрочных устойчивых связей с предприятиями-закупщиками строительных материалов и бытовых вещей 3. Стоит формировать справедливую цену, не завышая ее безосновательно
--	--	--	----	--	--	-----	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Меры по минимизации рисков предприятия по переработке мусора и дальнейшее создание из него строительных материалов и бытовых вещей

Вид риска	Вероятность возникновения (R)			Влияние (V)			Оценка RxV	Меры по минимизации
	Низкая (1-3)	Средняя (4-6)	Высокая (7-10)	Допустимое (0,1-0,25)	Критическое (0,3-0,65)	Катастрофическое		
Потеря стартовых вложений			7	0,25			1,75	Потеря больших стартовых капиталовложений: 1. Разработка стратегического плана, который будет предусматривать различные (даже самые маловероятные) варианты развития рынка. 2. Контроль за оборотом денежной массы 3. Квалифицированные работники, имеющие определенные знания в определенной области для принятия своевременных, качественных решений
Нет гарантий полноценной загрузки мощностей высокотехнологичных заводов		5			0,4		2	Реализация централизованной системы сбора, переработки и дальнейшего использования мусора на уровне власти
Возникновение проблем со сбором, доставкой мусора	2					0,8	1,6	Заключение договора с региональным оператором (гос. Компания осуществляющая контроль за процессом обращения мусора на всех его этапах, начиная от сбора и заканчивая ликвидацией стихийных свалок) для облегчения регулярного сбора отходов, а также сортировки

## Продолжение таблицы

Коррупция от регистрации и до тендеров на поставку сырья	3				0,3		0,9	Обратиться в государственные службы, если предприятие столкнулось с такой проблемой Участие в тендерах и прохождение регистрации на общих основаниях
Отсутствие развитого экологического законодательства		4		0,2			0,8	поднятие вопроса о введение мер способствующих развитию законодательства в сфере экологии совместно с органами власти на региональном уровне
Затратный процесс сортировки из-за неразвитой системы сбора мусора.			7		0,3		2,1	Проведение работы по популяризации сортировки и разумного потребления среди населения. Сформировать прозрачный процесс рециклинга. Каждый житель должен знать и видеть, что его труды по сортировке своего мусора не напрасен, получать моральное удовлетворение от проделанной работы. Этого можно добиться с помощью социальной рекламы. Действенными могут оказаться посты в соцсетях с отчётами об обработке разделённых отходов.
						<b>Итого</b>	<b>9,15</b>	

## Меры по развитию социального онлайн-магазина

Вид шанса	Вероятность возникновения (R)			Влияние (V)			Оценка RxV	Меры по развитию компании
	Низкая (1-3)	Средняя (4-6)	Высокая (7-10)	Слабое (0,1-0,25)	среднее (0,3-0,65)	благоприятное (0,7-1)		
Высокий уровень социальной ответственности			9			0,7	6,3	Привлечение фондов, занимающиеся социальными проектами и государственную поддержку для ведения деятельности
Оптимизация конверсий и покупателей		5			0,3		1,5	Работа с таргетированной рекламой в интернете для привлечения заинтересованной аудитории, размещение рекламы по городу в общественных местах с целью охвата большего количества различных людей и привлечения их внимания к социальным проблемам
В зависимости от целей, можно настроить работу на определенную группу клиентов		6			0,5		3	Для привлечения клиентов, использовать ресурсы сети интернет, журналы, газеты и другие источники информации о социальной проблеме, которыми пользуются люди озабоченные данной проблемой

## Продолжение таблицы

Эффективность рекламы видна сразу, по статистическим данным			7	0,25			1,75	Уделять время продвижению магазина в поисковых системах, рекламе в социальных сетях. Использование способов коммуникации с посетителями интернет-магазина. Проведение благотворительных и социально - направленных мероприятий
Привлечение мотивированных клиентов, готовых совершить покупку		6				0,7	4,2	Ознакомление людей с социальной проблемой с помощью рекламы в социальных сетях, тем самым мотивируя их помочь
Возможность гибко подходить к ценообразованию			8		0,65		5,2	Разработка системы лояльности для клиентов, понижение или повышение цены в зависимости от срочности, объема сбора денег на определенный проект
						<b>Итого</b>	<b>21,95</b>	

## Меры по минимизации рисков социального онлайн-магазина

Вид риска	Вероятность возникновения (R)			Влияние (V)			Оценка RxV	Меры по минимизации
	Низкая (1-3)	Средняя (4-6)	Высокая (7-10)	Допустимое (0,1-0,25)	Критическое (0,3-0,65)	Катастрофическое		
Не актуальные складские остатки у поставщиков			7		0,3		2,1	1. Избавиться от товарных позиций которые неликвидны; 2. Вкладывать деньги в востребованные товарные позиции для более эффективного использования оборотных средств. 3. Пополнять запасы товаров которые недостаточны, чтобы избежать пропущенных продаж.
Не налаженная контентная поддержка		5			0,5		2,5	1. Регулярное наполнение сайта новым контентом; 2. Актуализация материалов, содержащихся на сайте; 3. Обновление каталогов товаров для интернет-магазинов; 4. Подготовка и размещение графических материалов.
Возвраты товаров			7		0,5		3,5	1. Тщательный выбор поставщиков товаров; 2. Ввод входного контроля качества; 3. Читать отзывы на товары конкурентов, продающих идентичные товары. 4. Качественные фотографии товара на сайте, а также подробное описание. 5. Проверка заказов перед отправкой 6. Работа с проверенными курьерскими службами и транспортными компаниями;

## Продолжение таблицы

Отсутствие клиентов, готовых совершить покупку			8			0,7	5,6	1. Стоит формировать справедливую цену, не завышая ее безосновательно; 2. Предоставление гарантий качества, вариантов возврата бракованных изделий; 3. Продажа качественной продукции без брака; 4. Формирование постоянных клиентов (бонусы, акции и т.д) 5. Привлечение социально-ответственных клиентов
Падение спроса в связи со снижением покупательской способности		5				0,3	1,5	1. Сокращение затрат до минимально возможного уровня. 2. Упорядочение финансов, снижение числа рискованных проектов; 3. Привлечение денег в компанию (инвесторы, аренда чего-либо и т.д) 4. Пересмотр стратегии (подстроиться под новые условия) 5. Уделить особое внимание системе продаж, повышению ее эффективности.
Ошибки в бизнес-планировании		4				0,3	1,2	1. Привлечение специалистов в области планирования 2. Адекватная и реалистичная оценка и восприятие возможностей предприятия для создания долгосрочных стратегий 3. Готовность менять стратегию компании в связи с какими-либо внешними или внутренними факторами
						<b>Итого</b>	<b>16,4</b>	

# Общие выводы в сравнительном аспекте по двум инновационным бизнес-идеям

- Идея открытия социального онлайн-магазина и идея переработки мусора и создания строительных материалов и бытовых вещей имеют высокий уровень как экономической так и социальной значимости, так как способствуют улучшению как качества жизни так и благосостояния в целом.
- С точки зрения правового обеспечения идея переработки мусора требует более детального знания законов и дополнительных поручительств, то есть для реализации идеи необходимо изучить законодательство с разных сторон.
- Проанализировав профиль шансы-риски можно сказать, что идея по открытию онлайн-магазина имеет менее ударные резки, связано ли это с общим различием масштабности проектов- да. Идея переработки мусора требует изучения широкого спектра влияющих факторов, от уровня государственной поддержки до локального поведения потребителей.

# STEP (STEEP) – анализ социального онлайн-магазина



# Краткая концепция социального онлайн магазина

- Социальный онлайн-магазин – продажа товаров через интернет людям со средним и выше среднего уровнем заработка;
- 50% выручки идет на благотворительные цели, при этом 50% штата составляют люди из незащищенных слоев населения;
- Страна для выхода на рынок - Россия





1. Занимая первое место в мире по площади территории, Россия стремительно теряет свои позиции на демографическом поле. С 1991 по 2009 годы численность населения страны стремительно падала, но уже с 2010 года негативная тенденция была сломлена и наметился рост, который продолжается и по сей день. Начиная с 2015 года, численность населения страны приросла за счет жителей Крыма и Севастополя. Лишь в 2013 и в 2015 годах естественный прирост вышел в плюс. Согласно подсчетам Росстата, в 2018 году в стране проживало 146,9 млн человек. В процентном соотношении доля мужчин составляет 46%, а женщин, соответственно, 54%.
2. Миграционная ситуация в России является сложной, поскольку существует диспропорции квалификации между эмигрантами и иммигрантами. Эмигрируют в основном высококвалифицированные специалисты, востребованные в других странах, в то время как иммигранты - выходцы из бывших республик СССР, не имеющие профессиональной квалификации. В результате чего количество населения со средним и доходом выше среднего сокращается, как и ухудшается качество технологических и управленческих процессов.
3. В последние годы, как и в западных странах в крупных городах России развиваются движения по сохранению природы, памятников культуры, помощи нуждающимся
4. Повышение требований к качеству продукции и уровню сервиса.
5. Освещение в региональных и федеральных СМИ наиболее важных событий и реализаций проектов, особенно касающихся социальной сферы.
6. Наличие в России различных народов, исповедующих разные религии, формирует более толерантное общество в целом относительно стран в которых проживает преимущественно один народ, исповедующий одну религию.
7. Законодательство страны сформировано относительно недавно, но при этом характеризуется как стабильное, поправки вносятся на постоянной основе.

## S Социальные



Т Технологические



1. В России достаточно низкий уровень инновационного развития, так по данным The Global Competitiveness Index Россия занимает лишь 38 место по уровню развитости новых технологий и инноваций
2. По данным на 2019 год 75% населения России пользуется интернетом и около 95% населения пользуются телефонами или смартфонами
3. Уровень доступа к новейшим технологиям - Запоздалый запуск по сравнению с развитыми странами технологии 5G, по планам правительства РФ полноценное использование 5G в России начнется лишь в 2022 году, в то время как в некоторых странах уже начался активный процесс строительства и запуска
4. Доля россиян, делающих покупки онлайн, за последние пять лет увеличилась в два раза, до 40%. Об этом говорится в исследовании "Яндекс.Маркета" и агентства GfK Rus, которое проводилось в городах с населением от 100 тыс. человек в возрасте 16-55 лет
5. По данным Росстат в России крайне малая доля предприятий осуществляющих технологические инноваций которая равна всего 7,5%

## Факторы внешней среды

## Примеры

1. Небольшой масштаб используемых финансовых ресурсов, более высокий уровень риска и, как следствие, высокая степень неустойчивости на рынке.
2. Субъекты малого бизнеса действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности и стихийности.
3. Влияние на покупательскую способность населения, а вследствие этого и на условия развития малых предприятий оказывают такие показатели, как динамика среднедушевых доходов, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата.
4. Уровень инфляции; стабильность национальной валюты; количество налогов, сумма налоговой нагрузки и совершенство налоговой системы в целом; цены на ресурсы, необходимые малому бизнесу, уровень конкуренции на товарных рынках, степень монополизации рынка и пр.

## Е Экономические



1. Большинство россиян считают, что в мире уделяют слишком мало внимания экологическим проблемам. Согласно опросу Фонда «Общественное мнение», такой позиции придерживается 61% респондентов, а противоположную точку зрения высказывают только 7% граждан.

2. Несмотря на важность экологического образования и его необходимость декларируется в Законе «Об охране окружающей среды» до 2030 года, на практике уделяется значимое внимание. уровень развития экологического образования сильно отстает от уровня серьезности экологических проблем, с которыми сталкивается общество в России. Скорее всего, это отсутствие государственной политики в области экологического образования, воспитания и просвещения на федеральном уровне.

## Е Экологические



Так например, проекты Национальной стратегии образования для устойчивого развития в Российской Федерации и Плана действий по формированию и развитию образования для устойчивого развития в Российской Федерации так и не нашли должной поддержки со стороны исполнительной и законодательной властей страны и остались фактически вне образовательного поля Российской Федерации.

1. Несовершенство законодательной базы. Так, например, до 2019 года в российском законодательстве вообще отсутствовало понятие "социальное предпринимательство". В 2019 году появился ФЗ который устанавливал определение и порядок признания субъектов МСП социальными предпринимателями

2. Несовершенство налогообложения, финансово-кредитных механизмов.

3. Административные барьеры, особенно остро проявляющиеся при лицензировании видов деятельности, регистрации предприятий, сертификации продукции, выделении торговых и производственных помещений, земли.

4. Отсутствие механизмов, которые позволяли бы сделать поддержку социальных предпринимателей эффективной. Так, например, финансовые проблемы социального предпринимательства обусловлены сложностью получения грантовой поддержки. Это сложный процесс как для среднего и малого бизнеса, так и для крупных компаний. Для получения гранта необходимо соблюсти ряд условий: наличие от 1 до 3 лет работы, официальный стаж в социальной сфере, наличие в кадровом составе компании юриста, бухгалтера и др., объемная заявка и т.д.

5. Государственные фонды, поддерживающие значимые проекты, например, фонд АСИ. Поддержка производится в финансовой форме, в форме обучения социальных предпринимателей, помощь в привлечении инвесторов. Фонд "Наше будущее" - беспроцентные займы социальному бизнесу

6. Господдержка реализуется через центры инноваций социальной сферы в регионах. Так, например, правительство Югры в 2016 году запустило пилотный проект «Социальные инвестиции» с фондом региональных социальных программ «Наше будущее».

7. Реализация национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» предусмотрена приоритетная поддержка социального бизнеса. Предпринимателям из этой сферы стала доступна гарантийная поддержка по льготным кредитным продуктам от Корпорации МСП со страховым покрытием до 75% от общей суммы займа. Законом предполагается, в частности, содействие СП в развитии межрегионального сотрудничества, поиске деловых партнеров, проведении ярмарок, деловых конгрессов и выставок.

8. Согласно ФЗ 2019 года «О развитии малого и среднего предпринимательства» социальные предприниматели могут получить налоговые преференции, заём под минимальный годовой процент, льготные условия аренды государственного и муниципального имущества, а также информационную поддержку.

## Р Политические



№	Факторы среды	Знак влияния	Бальная оценка	Вес	Важность	Критические синтез или разработка решения
	Социальные			0,25	0,94	
1	Россия занимает первое место в мире по площади территории, население составляет 146,9 млн человек, естественный прирост в плюсе	+	6	0,03	0,18	Улучшение демографической ситуации ведет к увеличению потенциальных клиентов и территорий распространения бизнеса
2	Сложная миграционная ситуация в России	-	7	0,03	-0,21	Отток людей, являющихся целевым сегментом, ведет к путям привлечения людей другого достатка, а также повышения лояльности и стимулированию к более частым покупкам людей целевого сегмента, оставшихся в России
3	Развитие движений по сохранению природы, памятников культуры и помощи нуждающимся	+	8	0,04	0,32	Привлечение большего количества людей к имеющимся проблемам ведет к увеличению клиентов, но для их привлечения следует проводить различные мероприятия
4	Повышение требований к качеству продукции и уровню сервиса	+	5	0,035	0,175	Т.к. Нашим целевым сегментом являются люди со средним достатком и достатком выше среднего, следовательно наш бизнес является для них довольно привлекательным со стороны сохранения их времени от походов по магазинам и удобства использования в онлайн формате, а также мы предлагаем товары высокого качества, что ценно
5	Освещение в СМИ наиболее важных событий и реализаций проектов, касающихся социальной сферы	+	4	0,035	0,14	Освещение данных проблем в СМИ позволяет привлечь различные аудитории людей, что способствует увеличению покупок
6	Наличие в России различных народов, исповедующих разные религии	+	5	0,035	0,175	Учитывая это фактор, мы можем предлагать товары для людей исповедующих определенную религию, так мы выйдем на рынок с меньшей конкуренцией и более высокой ценовой категорией, например продажа халяль товаров.
7	Законодательство страны сформировано относительно недавно, поправки вносятся на постоянной основе	+	4	0,04	0,16	Совместно с региональными властями можно вносить поправки в законодательство, тем самым давая социальному бизнесу возможности для развития и поддержку со стороны государства

№	Факторы среды	Знак влияния	Бальная оценка	Вес	Важность	Критические синтез или разработка решения
	Технологические			0,2	-0,08	
1	Низкий уровень инновационного развития	-	6	0,04	-0,24	Разработка собственных технологий для повышения инновационного развития
2	Высокий уровень использование телефонов и смартфонов	+	7	0,04	0,28	Создание возможности онлайн покупки через приложение доступное на смартфонах
3	Невысокий уровень доступа к новейшим технологиям	-	7	0,04	-0,28	Перенимать опыт использования новейших технологий других более развитых стран и закупать современное оборудование
4	Рост доли населения, делающих онлайн покупки	+	9	0,04	0,36	Создания удобного интерфейса приложения как на телефоне, так и на компьютере Доставка товаров
5	Малая доля предприятий осуществляющих технологические инноваций	-	5	0,04	-0,2	Разработка и внедрение новых технологий и инноваций для более эффективного ведения деятельности по сравнению с конкурентами

№	Факторы среды	Знак влияния	Бальная оценка	Вес	Важность	Критические синтез или разработка решения
	Экономические			0,25		
1	Небольшой масштаб используемых финансовых ресурсов, более высокий уровень риска и, как следствие, высокая степень неустойчивости на рынке	–	8	0,06	-0,48	Самые популярные стратегии управления рисками сконцентрированы вокруг контроля рынка (во многих случаях и вокруг активной защиты и торговли). Другие, более активные стратегии, включают как географическое расширение (с привлечением разных групп клиентов
2	Субъекты малого бизнеса действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности и стихийности;	–	7	0,06	-0,42	Будущий успех компании зависит от такого доступа, поэтому многие компании сосредотачиваются на альтернативных способах увеличения капитала, включая продажу активов, вступление в совместные предприятия и рассмотрение возможности объединения обязательств для усиления их баланса.
3	Влияние на покупательскую способность населения, а вследствие этого и на условия развития малых предприятий оказывают такие показатели, как динамика среднедушевых доходов, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата.	–	8	0,06	-0,48	Основные стратегии компаний включают приспособление к стратегии ценообразования и использование услуг хорошо организованных финансовых служб.
4	Уровень инфляции; стабильность национальной валюты; количество налогов, сумма налоговой нагрузки и совершенство налоговой системы в целом;	–	7	0,06	-0,42	В настоящее время разработано множество методов оценки финансовых рисков. Например, Страхование является формой предварительного резервирования ресурсов, предназначенных для компенсации ущерба от ожидаемого проявления различных рисков.

№	Факторы среды	Знак влияния	Бальная оценка	Вес	Важность	Критические синтез или разработка решения
	Экологические			0,1	-0,3	
1	Низкий уровень внимания экологическим проблемам	-	3	0,05	-0,15	Проведение мероприятий и привлечение СМИ для освещения проблем экологии во всей стране. Разъяснение существующий проблемы для всех возрастов и объяснение как они могут помочь. Для помощи и существует наш бизнес, который позволяет целенаправленно помогать не прикладывая к этому большие усилия, а просто совершая покупки в магазине.
2	Неразвитое экологическое воспитание среди населения	-	3	0,05	-0,15	Проведение обучающих уроков на всех стадиях обучения детей в детских садах, школах, колледжах, вузах, для взрослого населения проводить открытые лекции, где у них будет возможность узнать подробнее о существующих проблемах и предоставить информацию о том, как они могут помочь.

№	Факторы среды	Знак влияния	Бальная оценка	Вес	Важность	Критические синтез или разработка решения
	Политические			0,2	-0,1	
1	Несовершенство законодательной базы	-	6	0,025	-0,15	Внести предложения на уровне местной власти, для дальнейшего их рассмотрения на более высоком уровне по совершенствованию законодательства, налогообложения или административных препятствия в данной сфере, поскольку изменить систему способны только кардинальные решения и шаги, которые должно принять непосредственно само государство.
2	Несовершенство налогообложения, финансово-кредитных механизмов	-	8	0,025	-0,2	
3	Административные барьеры	-	6	0,025	-0,15	
4	Отсутствие механизмов эффективной поддержки	-	8	0,025	-0,2	
5	Поддержка через государственные фонды	+	8	0,025	0,2	Участие в национальных проектах, государственных фондах, и центрах инноваций для получения поддержки бизнеса
6	Господдержка через центры инноваций социальной сферы в регионах	+	7	0,025	0,175	
7	Реализация национального проекта	+	8	0,025	0,2	
8	Льготы согласно ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства»	+	9	0,025	0,225	Реализация и соответствие всем необходимым требованиям закона для получения государственной поддержки в виде налоговых преференций, займа под минимальный годовой процент и т.д.

## Выводы по каждой группе факторов:

### Политические факторы:



Политические факторы в России на социальный бизнес влияют скорее отрицательно, чем положительно, так как по большей части низкая привлекательность к созданию социального бизнеса исходит из несовершенства и проблем в самой системе государственного регулирования и гос. поддержки этой сферы. Созданные в России на данный момент различные государственные фонды или национальные проекты на данном этапе времени мало развиты и по большей части не работают на столько эффективно как могли бы.

### Технологические факторы:



Технологические факторы влияют в большей мере отрицательно, поскольку в стране низкий уровень инновационного развития, а также затруднительный доступ к новейшим технологиям, например 5G. Положительной стороной для социального онлайн-магазина является то, что почти у каждого жителя есть смартфон или телефон, растет доля людей делающих онлайн-покупки, а также высоко развит интернет, что благоприятно повлияет на развитие инновационного бизнеса

# Выводы по каждой группе факторов:

## Социальные факторы

Социальные факторы в открытии данного бизнеса играют скорее положительную роль, поскольку людей заинтересованных социальными проблемами и имеющих средний достаток и выше среднего много и их число увеличивается, а для привлечения их к покупкам в социальном магазине необходимо проводить различные мероприятия для информирования о проблеме и показывая как они могут помочь со своей стороны.

## Экономические факторы

Экономические факторы имеют априори наибольший финансовый риск, поэтому эти факторы влияют отрицательно. Для успешной реализации идеи требуется сильная политика по оценке и предотвращению финансовых потерь. Самые популярные стратегии управления рисками сконцентрированы вокруг контроля рынка. Другие, более активные стратегии, включают как географическое расширение (с привлечением разных групп клиентов). При активной реализации описанных стратегий, проект имеет шанс на успешное существование.

## Экологические факторы

Факторы касающиеся законодательства в сфере экологии в России затрудняют развитие бизнеса, поскольку повлиять возможно только за счет просвещения населения и предложения поправок в законы, но данные меры не позволят решить имеющуюся проблему в короткий период времени.

В настоящее время наблюдается тенденция по улучшению внимания общества к проблемам экологии. Это говорит о том, что возможно в ближайшем будущем, факторы которые имеют отрицательное влияние, поменяют свой знак на положительный, и станут факторами, способствующими процветанию нашей идеи.

# Социальный онлайн магазин «БлагоБург»



# Концепция нашего социального онлайн-магазина «БлагоБург»

- **Социальный онлайн магазин** оборудован по типу супермаркета, где продаются товары из различных категорий: продукты питания, бытовая химия, товары для дома и т.д.
- **Основные принципы работы:**
- Продажа товаров онлайн;
- Доставка или самовывоз товаров;
- 50% прибыли идет на благотворительность,
- 50% штата люди из незащищенных слоев населения
- Страна для выхода на рынок: Россия



# Анализ конкурента «Вещь добра»

Денис Лекомцев — основатель проекта «Вещь добра»

Денис, по его собственным словам, работает, чтобы давать развиваться людям, которые работают в сфере НКО.

Социальный бизнес в этом смысле сложнее: нужно и оказать поддержку другим, и не «загнуться» самому. В частности, 50% заработка нужно отдавать на благотворительные цели, а 50% штата должны составлять люди из незащищенных слоев общества.

Сейчас команда за небольшие деньги устанавливает контейнеры для сбора текстиля в жилых кварталах.

Сейчас вещи, которые люди сдают в проект, идут на переработку по 8 руб./кг. Также одежду на вес продают разным организациям. Сам магазин пока не вышел в плюс, но окупает себя в ноль. В апреле, по расчетам Дениса, «Вещь добра» достигнет точки безубыточности.



Вещь  
добра

# SNW-анализ инновационной бизнес-идеи

Сравнительный критерий товара/услуги	Сильная (S)			Нейтральная (N)	Слабая (W)		
	+1	+2	+3	0	-3	-2	-1
1. Квалификация персонала				★			
2. Качество товаров		★					
3. Корпоративная культура	★						
4. Инновационность		★					
5. Социальная значимость				★			
6. Система мотивации для сотрудников			★				
7. Продвижение	★						
8. Расположение, доступность для людей		★					
9. Инвестиционные ресурсы их доступность						★	
10. Степень руководства и менеджмента						★	
<b>Общий балл: 5</b>							

## Квалификация персонала: 0

В ОБОИХ МАГАЗИНАХ 50% СОТРУДНИКОВ СОСТАВЛЯЮТ ЛЮДИ ИЗ НЕЗАЩИЩЕННЫХ, МАЛООБЕСПЕЧЕННЫХ СЛОЕВ НАСЕЛЕНИЯ, СООТВЕТСТВЕННО, ЧАЩЕ ВСЕГО ОНИ НЕ ИМЕЮТ ХОРОШЕГО УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ. БЕЗУСЛОВНО, ЧТО В МАГАЗИНАХ ПРОВОДИТСЯ БАЗОВОЕ ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ, ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ИМИ СВОИХ ФУНКЦИЙ МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО. КРОМЕ ЭТОГО, В НАШЕМ МАГАЗИНЕ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ПОСТОЯННО ПРОВОДЯТСЯ КУРСЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ.

## Качество товаров +2

Преимущество вызвано тем, что социальный магазин "Вещи добра" специализируется на том, что устанавливает по всему городу специальные контейнеры, в которые каждый желающий может отдать свои ненужные вещи. Затем вещи полученные вещи проходят сортировку, отбираются лучшие по состоянию вещи и направляются в специализированный магазин - секонд-хенд. В нашем же магазине продается качественная продукция, и наш покупатель становится первым обладателем и пользователем товара. В зависимости с данной системой и был выставлен соответствующий балл.



# Корпоративная культура +1

В обеих организациях, направление деятельности которых это в первую очередь помощь людям, мышление всех сотрудников направлено на благие и добрые намерения, поэтому обстановка в коллективе таких дружественных людей благоприятная. Кроме того, в обоих магазинах работодатель стремится обеспечить максимально возможные комфортные условия для работы. В нашем магазине, также проводится обучение, тренинги для сотрудников для повышения своих профессиональных навыков. Кроме того наш магазин предлагает различные бонусы для сотрудников.



# Инновационность +2

Сама по себе идеи нашего магазина и магазина конкурента инновационны, поскольку в России крайне мало бизнеса социальной ориентированности, при том, что наш магазин ко всему прочему осуществляет продажу товаров через интернет, а также 50% своей выручки отправляет на благотворительность. Не самый высокий балл вызван тем, что наш конкурент "вещи добра" также имеет достаточно инновационную идею бизнеса, так как в России такой процесс получения, переработки и продажи товаров используется крайне редко и поэтому имеет инновационность.



# Социальная значимость 0

По данному критерию невозможно особо выделить какую-либо организацию, поскольку проект «Вещь добра» и «Благобург» сделаны с целью помощи нуждающимся, в случае конкурента это вещи и деньги, в нашем же проекте материальная помощь и предоставление льгот работникам.



## Система мотивации для сотрудников +3

- В «Благобург» могут работать нуждающиеся люди из незащищённых слоев общества, помимо заработной платы они получают то, что им нужно из ассортимента магазина, также идет предоставление им скидок на питание. А в «Вещь добра» 50% штата составляют люди из незащищенных слоев общества.



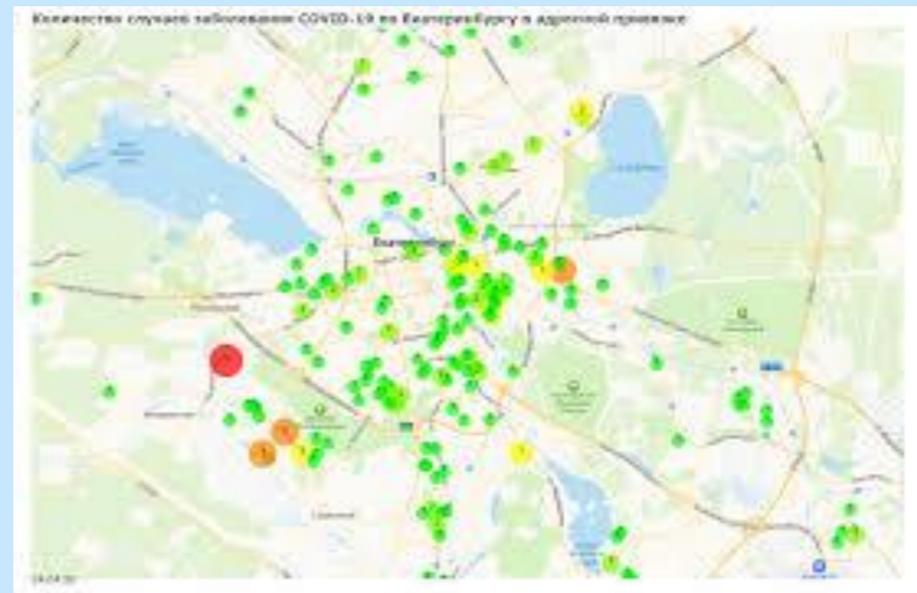
# Продвижение +1

- В «Вещь добра» идет продвижение всего проекта за счет шоу главы РМК Игоря Алтушкина, в котором данный предприниматель стал финалистом и смог открыть свой социальный бизнес. В нашем магазине «Благобург» продвижение идет через интернет ресурсы, местные СМИ и размещение объявлений в проходных местах центра города, за счет чего охват различных людей идет в большей степени.



# Расположение, доступность для людей +2

- Контейнеры «Вещь добра» расположены в основном в спальных районах города, что делает их легкодоступными только для жителей близлежащих домов, магазин «Благобург» работает в онлайн пространстве, при этом есть пункт самовывоза в центре города для удобства работающих людей в деловых кварталах. Также есть доставка домой, доставляющая заказы как рано утром, так и поздно вечером, и в выходные дни для удобства людей, в будние дни занятых на работе.



# Инвестиционные ресурсы их доступность -3

Денис Лекомцев — финалист первого сезона шоу главы РМК Игоря Алтушкина для предпринимателей. Со своим проектом «Вещь добра» Денис дошел до последнего этапа, смог открыть благотворительный магазин и расставить по Екатеринбургу продвинутые контейнеры для сбора лишней одежды. Его проект полностью создан на выигрыш от конкурса. Наш проект пока не имеет никаких инвестиционных ресурсов, также он требует большого объема инвестиций для осуществления доставки, создания склада и закупки товаров.



## Степень руководства и менеджмента -3

Наставник Дениса — сооснователь и генеральный директор компании «БиоМикроГели» Андрей Елагин — помог найти способ повысить доходность проекта.

Предпринимательство для основателей нашего проекта будет первым опытом. Поэтому наш проект обладает высокой степенью риска по данному критерию



# Вывод

- **Общий балл нашего проекта составил 5.** Наиболее сильной стороной нашего проекта является такой пункт как продвижения, а наиболее слабыми - инвестиционные ресурсы их доступность, а также эффективность управления и менеджмента. Согласно полученным баллом можно заключить, что наш проект выигрывает по многим факторам по сравнению с конкурентом. При этом идея конкурента – это уже реализованный проект, который пока не является достаточно прибыльным и успешным. Однако наш выигрыш говорит о достаточной перспективности нашего социального-онлайн магазина по сравнению с конкурентом, а также и о возможной успешности в будущем, благодаря более сильным некоторым нашим сторонам.



# ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС- ИДЕИ СОЦИАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН-МАГАЗИН



# ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

# Инвестиционные издержки

Наименование инвестиционных издержек	Цена за единицу (покупка+доставка), руб.	Кол. единиц	Сумма, руб.
Арендный платеж за помещение до начала запуска деятельности (производственной/торговой и т.д.)	42 772	2	85 544 (2 месяца)
Расходы на ремонт (строительство)	200 000	1	200 000
Комплект мебели	39 000	30	39 000
Закупка оборудования (см. табл.1.1.3)	470 000	20	470 000
Монтаж и наладка	50 000	-	50 000
Компьютерная техника	110 000	4	110 000
Затраты на подбор персонала	3 000	-	3 000
Обучение персонала	110 000	-	110 000
Гос. регистрация и получение разрешительной документации (см. табл.1.1. и табл. 1.2.)	4 250	-	4 250
Издержки на первоначальную рекламную стратегию	30 000	-	30 000
Закупка сырья и материалов (перепродаваемых товаров) для первоначального производства/продажи	150 000	-	150 000
<b>ВСЕГО</b>			<b>1 252 294</b>

# Обоснование

Помещение (склад + офис в одном) находится в г. Екатеринбург в центре города по ул. Чапаева. Общая площадь помещения составляет 125,8 м<sup>2</sup>. **Арендная плата** в месяц 42 772 руб. в месяц.

Для **обучения персонала** будет приглашен специалист по розничным продажам и общению с клиентами, тренинг займет 2 дня с теоретической и практической частью.

**Подбор персонала** будет осуществляться нами самостоятельно, поэтому больших расходов не наблюдается.

Для **ремонта** будет приглашена подрядческая строительная компания, которая проведет все необходимые работы для перестройки помещения под склад и офис компании.

**Расходы на мебель, оборудование и компьютерную технику.** Согласно идеи, предполагается помещение - склад и офис в одном. В связи с этим, основная мебель нам понадобится в офис, общая сумма которой составила 39 000 (шкафы для хранения документов, сейф, офисные столы и стулья). Компьютерная техника будет находиться также в офисе, и включает в себя компьютеры (3 шт.), а также МФУ.

Основное оборудование будет находиться на складе (холодильники, морозильники, весы и т.д.).

Согласно плану издержки на **первоначальную рекламную стратегию** составят 30 000 рублей, из них 7 000 тыс. рублей это расходы на продвижение в Instagram канале , 3 000 тыс. рублей запись рекламы для радио, 10 000 тыс. рублей оплата воспроизведения рекламы на радио канале, 8000 оплата зарплаты промоутерам + 2000 распечатка буклетов.

# Стоимость регистрации ИП

Статья расходов	Стоимость, руб.
Государственная пошлина на регистрацию	800
Нотариальное засвидетельствование подписи заявителя, представляющего документы в регистрационный орган	450
Изготовление и оснастка печати	500
Открытие банковского счета	500-2000
Засвидетельствование подлинности подписи на банковской карточке (с каждого лица)	300
Нотариальное засвидетельствование верности копий документов	
Свидетельство	100
Выписка из ЕГРИП	100
Итого	4250

# Расчет амортизационных отчислений

Вид основных средств	Кол-во, шт.	Стоимость	Годовая норма амортизационных отчислений, %	Годовая сумма амортизационных отчислений, руб.
1. Холодильные шкафы (МариХолодМаш, Модель Капри 0,5 м)	6	30 000 – 1 шт. <b>180 000</b> – 6 шт.	20%	36 000
2. Морозильная ларь (FROSTOR F 200 E)	4	18 500 – 1 шт. <b>74 000</b> – 4 шт.	20%	14 800
3. Металлический складской стеллаж	20	6 000 – 1 шт. <b>120 000</b> – 20 шт.	16,6%	19 920
4. Прилавок	1	<b>10 000</b>	16,6%	1 660
5. Весы (АСОМ РС)	1	<b>9 000</b>	20%	1 800
6. Онлайн-касса, сканер штрих-кода, денежный ящик, терминал для безналичной оплаты. марки (Эвотор)	1	<b>25 000</b>	20%	5 000
7. Термоупаковщик	1	<b>6 000</b>	20%	1 200
8. Складская платформенная тележка для транспортировки коробок с продуктами	1	<b>4 000</b>	20%	800
9. Тележка	3	2 500 – 1 шт. <b>7 500</b> – 3 шт.	20%	1 500

# Расчет амортизационных отчислений

10.Столы для фасовки	2	2 500 – 1 шт. <b>5 000</b> – 2 шт.	20%	1 000
11.Вытяжки и кондиционеры	1	<b>30 000</b>	16,6%	4 980
12.Компьютер	3	35 000 – 1 шт. <b>105 000</b> – 3 шт.	20%	21 000
13.Многофункциональное устройство (МФУ - принтер, сканер)	1	<b>5 000</b>	20%	1 000
14.Шкаф для хранения документов	2	9 000 – 1 шт. <b>18 000</b> – 2 шт.	16,6%	2 988
15.Сейф для особо важных бумаг	1	<b>3 000</b>	16,6%	498
16.Офисный стол	3	2 500 – 1 шт. <b>7 500</b> – 3 шт.	16,6%	1 245
17.Офисный стул	3	3 500 – 1 шт. <b>10500</b> – 3 шт.	20%	2 100
Итого				117491

# Выбор системы налогообложения



# Обоснование выбора системы налогообложения УСН (Доходы – расходы, ставка 15%)

Применение УСН 15% позволяет снизить трудоемкость не только учетной работы, но и налоговое бремя для налогоплательщиков с достаточно высокой долей расходов, которые учитываются при исчислении единого налога.

Работа на УСН 15% «доходы - расходы» выгодна, т. к. в сравнении с общей системой налогообложения она существенно снижает налоговое бремя, а также сокращает трудоемкость учетной и отчетной работы.

В отличие от системы ЕНВД упрощенная система позволяет платить налог по фактически полученной выручке, а не исходя из виртуального вмененного дохода. От своей «сестры» – «упрощенки» 6% она отличается тем, что дает возможность снизить налоговую нагрузку за счет расходов.

# ОБОСНОВАНИЕ ВХОДНЫХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ



# Входные денежные потоки от операционной деятельности

## Прогноз объема продаж в натуральных единицах

	Шт. в месяц в течение первого года												В течение второго года	В течение третьего года
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей со средним доходом	150	90	90	90	150	90	90	90	90	90	90	150	1890	2520
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с высоким доходом	200	150	150	150	200	150	150	150	150	150	150	200	2925	3900
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с доходом ниже среднего	90	60	60	60	90	60	60	60	60	60	60	90	1215	1620

# Выручка от реализации

	В течение первого года													В течение второго года	В течение третьего года
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого		
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей со средним доходом	150	90	90	90	150	90	90	90	90	90	90	150	1260	1890	2520
Средний чек, руб.													707	848	1018
<b>Выручка 1 = Объем*цена реализации</b>													<b>890820</b>	<b>1602720</b>	<b>2565360</b>
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с высоким доходом	200	150	150	150	200	150	150	150	150	150	150	200	1950	2925	3900
Средний чек, руб.													574	689	827
<b>Выручка 2 = Объем*цена реализации</b>													<b>1119300</b>	<b>2015325</b>	<b>3225300</b>
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с доходом ниже среднего	90	60	60	60	90	60	60	60	60	60	60	90	810	1215	1620
Средний чек, руб.													559	671	805
<b>Выручка 3 = Объем*цена реализации</b>													<b>452790</b>	<b>815265</b>	<b>1304100</b>
<b>Всего</b>													<b>2462910</b>	<b>4433310</b>	<b>7094760</b>

# Обоснование ценовой политики

Ценовая политика нашего проекта «Благобург» заключается в предоставлении товаров широкого спектра высокого качества для людей со средним достатком и выше среднего, но также мы рассматриваем дальнейшее привлечение людей с достатком ниже среднего для участия в поддержке социальных проектов, которые поддерживает наша организация, за счет продажи товаров ниже качества и соответственно ниже по стоимости.

Относительно наценок у нас будут использоваться 25% для товаров более дорогих и качественных и 14% для дешевых и ниже по качеству. Для расчетов среднего чека приобретаемых товаров в нашем магазине были использованы данные исследования среднего чека россиянина за 2019 год «Ромира».

С каждым последующим годом узнаваемость нашего магазина будет повышаться, следовательно, и количество клиентов, также учтен рост цен на продукты, что приводит к увеличению выручки от реализации.

# Вывод



Определяющим фактором при бюджетировании является оптимальности финансирования, соответствие заложенных финансовых затрат мероприятиям, запланированным в ходе реализации проекта. Исходя из финансово-экономического плана инвестиционные издержки составят 1 252 294 рублей. Из них стоимость регистрации ИП составляет 4250 рублей, амортизационные отчисления 117491 рублей.

Система налогообложения была выбрана УСН так как позволяет снизить трудоемкость не только учетной работы, но и налоговое бремя для налогоплательщиков.

По нашим прогнозам выручка от реализации в течении первого года составит 2462910 рублей, в течение второго года – 4433310 рублей, в течении третьего года 7094760 рублей.

Данные показатели говорят о том, что проект имеет перспективные результаты реализации.

# ОБОСНОВАНИЕ ВЫХОДНЫХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ



# Обоснование выходных денежных потоков от операционной деятельности

Наименование текущих (операционных) издержек	В течение первого года													В течение второго года	В течение третьего года	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого			
Текущие арендные платежи	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	42772	513264	513264	513264
На эксплуатацию помещений	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	129600	129600	129600
На эксплуатацию оборудования	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	4600	55200	55200	55200
На закупку сырья или закупку товаров/услуг	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	1800000	1800000	1800000
На транспортировку сырья (товаров)	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	26000	312000	312000	312000
На текущую рекламную стратегию	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	360000	360000	360000

# Обоснование выходящих денежных потоков от операционной деятельности

Издержки, связанные с товарными остатками	750 0				90000	90000	90000									
На устранение брака, рекламаций	750 0				90000	90000	90000									
На электроэнергию	360 0	3600	3600	3600	43200	43200	43200									
На коммунальные платежи	948 8,64	9488 ,64	9488 ,64	9488 ,64	113863,7	113863,7	113863,7									
На интернет и телефон	10 000	120 000	120 000	120 000												
На зарплату (см. табл.4.1.1.)	170 000	2040000	2040000	2040000												
Бухгалтер (аутсорсинг)	120 0	1200	1200	1200	14400	14400	14400									
На обязательные налоговые платежи и страховые взносы (см. табл. 4.1.2 + табл. 4.1.3.)														636629,1	656333,1	732184,845
Всего														7570450,8	6337860,8	6413712,545

# Издержки на заработную плату

Должность	Количество человек	Размер ежемесячной заработной платы, руб.	Размер годовой заработной платы, руб.	Всего за первый год, руб.	Всего за второй год, руб.	Всего за третий год, руб.
1. Администратор	1	30 000	360000	360000	360000	360000
1. Курьер	2	30 000	360000	720000	720000	720000
1. Работник склада	2	25 000	300000	600000	600000	600000
1. Менеджер	1	30 000	360000	360000	360000	360000
Всего	6 человек	115 000	1380000	2040000	2040000	2040000

# Размер страховых взносов

Должность	Количество человек	Тариф страхового взноса			Итого за первый год, руб.	Итого за второй год, руб.	Итого за третий год, руб.
		ПФР - 22%	ФСС – 2,9%	ФОМС – 5,1%			
1. Администратор	1	79200	10440	18360	108000	108000	108000
1. Курьер	2	158400	20880	36720	216000	216000	216000
1. Работник склада	2	132000	17400	30600	180000	180000	180000
1. Менеджер (прием заказов)	1	79200	10440	18360	108000	108000	108000
<b>Итого</b>	<b>6</b>	<b>448800</b>	<b>59160</b>	<b>104040</b>	<b>612000</b>	<b>612000</b>	<b>612000</b>

# Обоснование

**В текущие арендные платежи** включена аренда помещения (склад + офис в одном) находится в г. Екатеринбург, в центре города по ул. Чапаева. Общая площадь помещения составляет 125,8 м<sup>2</sup>. Арендная плата за месяц 42 772 руб.

На издержки связанные с **эксплуатацией помещения** нами была заложена сумма на ежемесячное обслуживание помещения, включающее в первую очередь службы клиринга для поддержания чистоты и соблюдения санитарных норм, а также привлекательного вида офиса и склада для клиентов. На **эксплуатацию оборудования** заложена сумма на необходимый ремонт и техническое обслуживание оборудования, а также на обслуживание видеоохранной системы для предотвращения краж.

Для закупки **минимального количества товара** для заполнения склада нам потребуется 150000, также для поддержания запасов на данную сумму будет производится закупка товара каждый месяц

**На транспортировку сырья (товаров).** В данный пункт включены расходы на бензин - средняя сумма около 12 т.р. на одного курьера. Кроме того, включены расходы на покрытие страховки 1000 р. в месяц и обслуживание автомобиля.

Согласно плану, издержки на **текущую рекламную стратегию** составят 30 000 рублей, из них 7 000 тыс. рублей это расходы на продвижение в Instagram канале, 3 000 тыс. рублей запись рекламы для радио, 10 000 тыс. рублей оплата воспроизведения рекламы на радио канале, 8000 оплата зарплаты промоутерам + 2000 распечатка буклетов. Сумма каждый месяц фиксированная, поскольку рекламные мероприятия будут проходить каждый месяц, для большего привлечения клиентов.

# Обоснование

Для снижения издержек, связанных с **товарными остатками** будет заключено соглашение с поставщиками товаров для возврата не востребовавшего товара обратно производителям по фиксированной стоимости в среднем потери от товарных остатков, составят 5%. На издержки, связанные с **устранением брака** был взят также средний фиксированный процент - 5% каждый месяц от суммы закупки сырья (товаров).

Для оплаты **электроэнергии** будет использоваться специальные тарифы для малых предприятий и ИП, который составляет 5,0053 руб/кВт\*ч без НДС для Свердловской области

**Коммунальные платежи.** В конце 2018 года было объявлено по России повышение тарифов на ЖКУ. И за 1 кв. м. сумма платежа составляет 75,4 р. В эту сумму входят: электроэнергия, отопление, вода, вывоз мусора.

**Интернет и телефон.** Будет заключен контракт с провайдером, который обеспечит оборудование, доступ к сети интернет и телефонии по скорости и количеству выходов для количества подходящему малому предприятию с небольшим количеством сотрудников, для этого будет заключен контракт на несколько лет.



# Обоснование

**Заработная плата.** В магазине будет работать 6 человек на постоянной основе – администратор (в том числе будет выполнять обязанности кассира), 2 курьера (с личным транспортом, при этом затраты на бензин и обслуживание автомобиля будут выплачиваться отдельно), 2 работника склада и менеджер (основная обязанность - прием заказов). На начальных этапах развития бизнеса часто имеет смысл обратиться в фирму, которая предоставляет бухгалтерские услуги на аутсорсе. Поскольку у нашего магазина небольшие обороты, бухгалтер может подключаться к работе раз в неделю или даже раз в месяц. Ему не нужно вовлекаться в процесс с утра до вечера каждый день, поэтому вариант с аутсорсингом в этом случае подходит лучше всего.

Для максимального **сохранения количества расходов на несколько лет** будут заключены соглашения с производителями, поставщиками и обслуживающим персоналом на длительный срок, что позволит им получить постоянных клиентов, а нам сохранить расходы на минимально возможном уровне.



# Расчет обязательных налоговых отчислений (бюджетные поступления)

Доходы	Расходы	Налогооблагаемая база	%	Налоговый платеж на конец первого года, руб.	Налоговый платеж на конец второго года, руб.	Налоговый платеж на конец третьего года, руб.
2462910	7545821,7	2462910	1	24629,1		
4433310	6293527,7	4433310	1		44333,1	
7094760	6293527,7	801232,3	15			120184,845

**1 год:** доходы(2462910) - инвестиционные затраты(1252294) - расходы за год, включая страховые взносы(6293527,7) = -5082911,7 следовательно налог считаем 1% от доходов  
 $2462910 * 0,01 = 24629,1$

**2 год:** доходы(4433310) - расходы за год, включая страховые взносы(6293527,7) = -1860217,7 следовательно налог считаем 1% от доходов  
 $4\ 433\ 310 * 0,01 = 44333,1$

**3 год:** доходы(7094760) - расходы за год, включая страховые взносы(6293527,7) = 801232,3  
 $801232,3 * 0,15 = 120184,845$

# Обоснование



## Система налогообложения УСН «доходы - расходы»

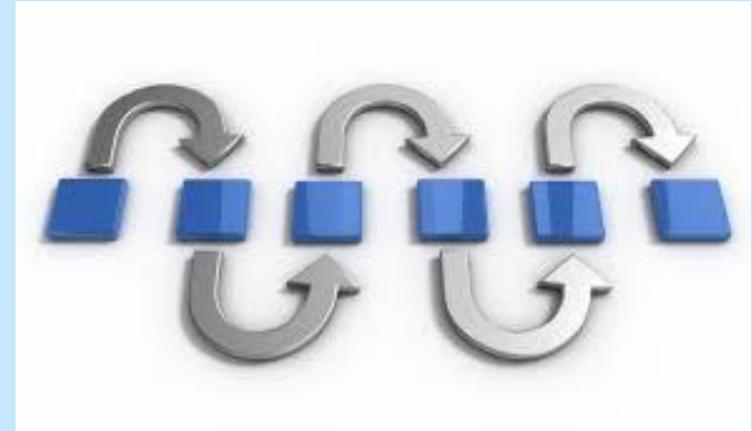
Поскольку первые два года расходы нашего магазина значительно превышают доходы, в этот период, согласно законодательстве РФ (п.6 ст. 346.18 НК РФ) УСН мы будем выплачивать не 15% налога, а 1% налога от суммы доходов. Третий год, процент будет составлять 15%, поскольку доходы будут превышать расходы.

# Заемные средства

Для финансирования нашего проекта не будут привлекаться средства банка, а в первую очередь будут использоваться деньги Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства, и других фондов по поддержке социального бизнеса, также планируется привлечение инвесторов заинтересованных в поддержке социальных проектов. Еще будет сделано размещение бизнеспроекта на платформе краудфандинга для сбора финансирования посредством пожертвований для поддержки нашего социального проекта.



# Вывод



Таким образом, произведя расчеты всех показателей операционных (текущих) издержек можно заметить, что наши расходы в первый и второй год деятельности превышают наши доходы. Прогнозируется, что наш проект социального онлайн-магазина начнет приносить прибыль на третий год деятельности, когда доходы превысят наши расходы. Кроме того, на третий год существования, половина нашего чистого дохода будет передана на благотворительность, поскольку такова задумка нашего проекта.

# Обоснование движения денежных средств в течение заданного периода



	Подготови тельный период	Периоды реализации проекта					
		Первый период	Второй период	Третий период	Четвертый период	Пятый период	Шестой период
Денежный поток от инвестиционной деятельности (IC):							
- инвестиционные издержки	1252294						
Денежный поток от операционной деятельности:							
+ Выручка		2462910	4433310	7094760	15963210	35917222,5	80813750,6 25
-Текущие издержки		6318157	6337860,8	6413712,5 45	7743980,04 5	10737081,9 2	17471561,1 39
Денежный поток от финансовой деятельности:							
+ финансы							
- финансы							
Cash-Flow = Денежный поток от операционной деятельности + Денежный поток от финансовой деятельности		-3855247	-1904551	681047,5	8219230	25180141	63342189

## Расчет базовых показателей

- **NPV (6 лет)** =  $-1252294 + (-3855247 / (1 + 0,17)^1) + (-1904551 / (1 + 0,17)^2) + (681047,5 / (1 + 0,17)^3) + (8219230 / (1 + 0,17)^4) + (25180141 / (1 + 0,17)^5) + (63342189 / (1 + 0,17)^6) = 35\ 050\ 914,2$

В связи со сложившейся экономической ситуацией, на которую в большой степени повлияла пандемия коронавируса, мировые эксперты предполагают повышение цен в первую очередь на продукты питания в западных странах, что окажет влияние и на цены в России, особенно на экспорт, в связи с чем возрастет и ставка дисконтирование от 15 до 17% предположительно, а так как наш проект связан с продажей продуктов и товаров первой необходимости, то данные изменения нас затронут в большей степени, следовательно ставку дисконтирование мы берем 17%.

Показатель NPV за период 6 лет – положительный, это означает, что проект принесет прибыль.

PI > 1 – что означает, что инвестиционный проект рентабельный и его можно принять к рассмотрению.

# Срок окупаемости

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей со средним доходом	1260	1890	2520	3780	5670
Средний чек, руб.	707	848	1018	1527	2290,5
<b>Выручка 1 = Объем*цена реализации</b>	<b>890820</b>	<b>1602720</b>	<b>2565360</b>	<b>5772060</b>	<b>12987135</b>
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с высоким доходом	1950	2925	3900	5850	8775
Средний чек, руб.	574	689	827	1240,5	1860,75
<b>Выручка 2 = Объем*цена реализации</b>	<b>1119300</b>	<b>2015325</b>	<b>3225300</b>	<b>7256925</b>	<b>16328081,25</b>
Объем продаж в месяц по среднему чеку для людей с доходом ниже среднего	810	1215	1620	2430	3645

# Срок окупаемости

Средний чек, руб.	559	671	805	1207,5	1811,25	2716,875
<b>Выручка 3 = Объем*цена реализации</b>	<b>452790</b>	<b>815265</b>	<b>1304100</b>	<b>2934225</b>	<b>6602006,25</b>	<b>14854514,063</b>
<b>Всего</b>	<b>2462910</b>	<b>4433310</b>	<b>7094760</b>	<b>15963210</b>	<b>35917222,5</b>	<b>80813750,625</b>
Расходы	7570450,8	6337860,8	6413712,545	7743980,045	10737081,92	17471561,139
<i>Расходы без налога</i>	6293527,7	6293527,7	6293527,7	6293527,7	6293527,7	6293527,7
<i>Налог</i>	24629,1	44333,1	120184,845	1450452,345	4443554,22	11178033,439
<i>Доходы-расходы</i>			801232,3	9669682,3	29623694,8	74520222,925
<i>Чистые доходы</i>	-6359834,8	-1904550,8	681047,455	8219229,955	25180140,58	63342189,486

$(-1252294)+(-5107540,8)+(-1904550,8)=-8264385,6$  минус на начало 3 года

3 год:  $-8264385,6+681047,455=-7583338,14$

4 год:  $-7583338,14+8219229,955=635891,805$

4 года 12 месяцев

За 5 год чистая прибыль составит 25180140,6

За 6 год 63342189,5

# ВЫВОДЫ ПО ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-ИДЕЕ

Расчеты базовых показателей показали, что наш проект не является прибыльным в первые 3 года, поскольку мы планируем открытие социального бизнеса - это чаще всего является нормой. Но при расчете перспектив на 6 лет, ситуация меняется и проект становится прибыльным за счет увеличения доходов по средствам привлечения большего количества покупателей. Для реализации социальной составляющей нашего бизнеса мы будем отчислять от чистой прибыли 50% на благотворительность. Но при расчете дальнейшей деятельности мы сделали вывод о том, что наш проект в 5 год принесет чистой прибыли - 25180140,6 рублей, а на 6 год - 63342189,5 рублей. Что говорит о том, что «Благобург» является долгосрочным и перспективным проектом, данный план мы и хотим показать потенциальным инвесторам, которые хотят поддержать социальный проект. Для обеспечения прогрессивных продаж в наименьшие сроки и увеличения чистой прибыли нашему бизнесу необходим хороший топ менеджер с опытом в продажах, а также маркетолог и PR-специалист для повышения узнаваемости нашего проекта и привлечения покупателей к социальным проблемам. Это позволит «Благобург» добиться успеха и выйти на стабильное повышение чистой прибыли.

# ВЫВОДЫ ПО ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-ИДЕЕ

Постоянные расходы производятся на протяжении всего времени, пока предприятие ведет свою финансово-хозяйственную деятельность. Эти затраты осуществляются организацией независимо от того, получает предприятие прибыль или нет. Основным постоянным затратам в нашем проекте является долгосрочные отношения с поставщиками, арендные платежи, затраты за оплату труда сотрудниками, коммунальные платежи, электроэнергия и т.д.

Планируется что с каждым годом доходы от проекта будут увеличиваться, связано это с тем, что с течением времени проект будет становиться более узнаваемым, будет накапливаться управленческий опыт и вовлеченность покупателей. Для этого нужно правильно идентифицировать ключевых клиентов, наладить хорошие отношения и коммуникацию с ними, регулярно получать обратную связь. Опасность состоит в том, что не исключена возможность и другого исхода событий.

# ВЫВОДЫ ПО ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-ИДЕЕ

Для поддержания работы нашего бизнеса в первые 2 года и часть 3 года, когда чистой прибыли у нас не будет, мы планируем привлечь средства финансирования из вне проекта. Источниками финансирования для нас могут выступать фонды поддержки предпринимателей, частные инвесторы, заинтересованные в идеи социального бизнеса с отчислением прибыли нуждающимся. Так инвесторами могут выступать, например, Свердловский фонд поддержки предпринимательства, Национальный фонд поддержки социальных проектов, где можно принять участие в акселерационных программах и получить финансирования своего проекта, а также познакомиться с частными инвесторами и представить свою идею общественности. Также сами инвесторы нередко проводят конкурсы и выделяют средства на реализацию проекта и в последующем поддерживают данные бизнесы, таким примером инвестора может служить глава РМК Игорь Алтушкин и его проект поддержки молодых предпринимателей.



Спасибо за внимание!