

Biznes plan – narzędziem pozyskania środków na własną firmę

Od pomysłu do wstępnej koncepcji firmy

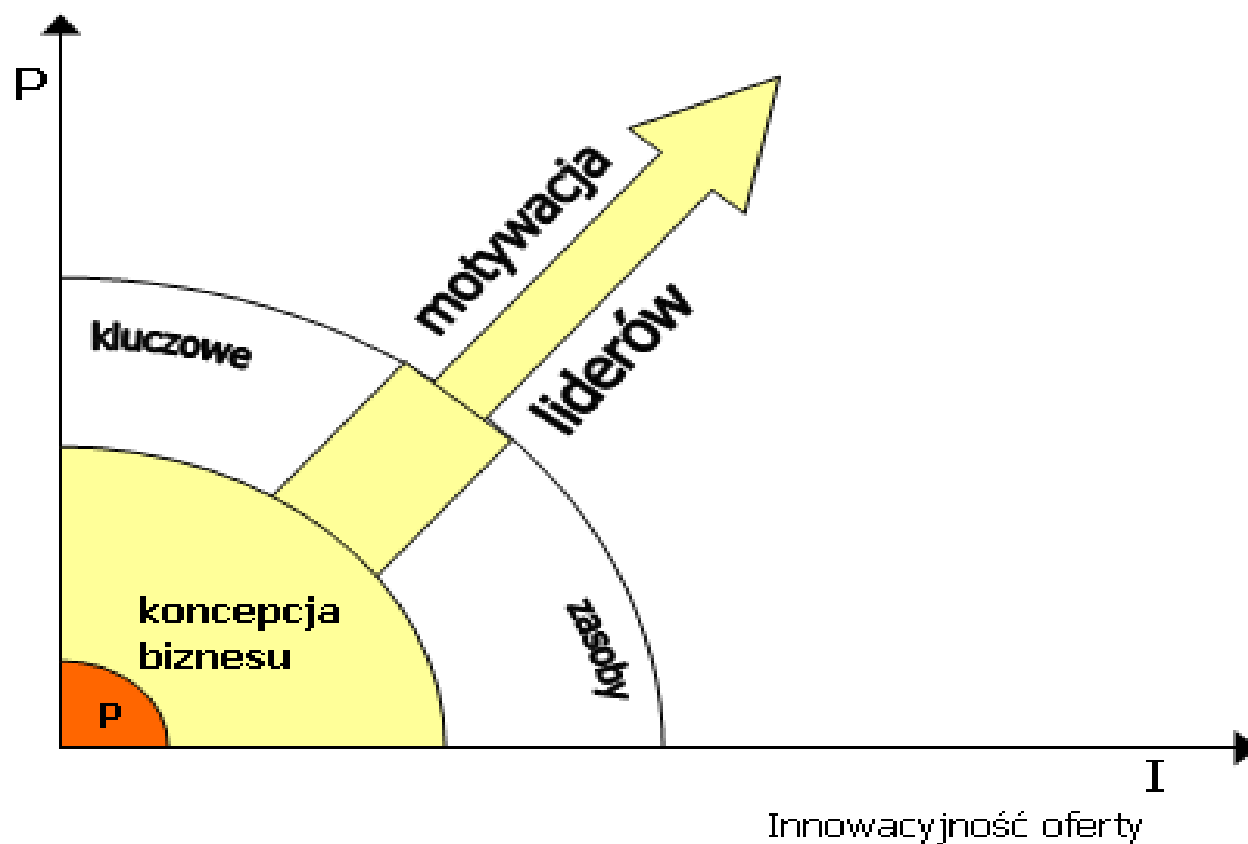
Miejsce: Strefa 1 Inkubator Technologiczny

17 listopada 2011 r.

Prowadzący: DOMINIK KRASKA

Pomysł na biznes – koncepcja biznesu – determinanty sukcesu

Rozpoznanie
potrzeb
rynku



Kreowanie atrakcyjnych pomysłów biznesowych. Jak to jest?

Pomysł zawsze początkiem biznesu?

- ▶ Nie zawsze, równie często myśl o zrobieniu biznesu jest pierwotna

Idea musi mieć przełomowy charakter?

- ▶ Wystarczy, że będzie odrobinę lepsza od innych

Idea musi być unikalna?

- ▶ Unikalny i nowatorski charakter może dotyczyć tylko pewnego elementu i/lub dotyczyć fazy wdrożenia

Kreowanie atrakcyjnych pomysłów biznesowych. Jak to jest c.d.?

Pomysły powstają najczęściej w wyniku nagłego olśnienia?

- ▶ Generowanie atrakcyjnych idei może być wynikiem zaplanowanych działań

Można od razu odróżnić atrakcyjne i nietrafione pomysły?

- ▶ Atrakcyjne pomysły często źle rokują na początku i vice versa

Skuteczne wdrożenie jest ważniejsze niż sam pomysł?

- ▶ Obydwa etapy są ważne, jednakże próba wdrożenia nietrafionego pomysłu jest stratą czasu

Nagłe olśnienie czy żmudne poszukiwania?

*Prof. Sawyer przestudiował notatki braci Wrightów, konstruktorów pierwszego samolotu, poety Thomasa Stearnsa Eliota i malarza Jacksona Pollocka. Okazało się, że ich osiągnięcia **były efektem żmudnych poszukiwań**.*

Romantyczna teoria nagłych olśnień jest nieprawdziwa. Nawet jeśli rozwiązania rodzą się niespodziewanie, zawsze są wynikiem długiego procesu myślenia

Potwierdzają to badania amerykańskiego naukowca Johna Hayesa, który przeanalizował życiorysy 76 najwybitniejszych kompozytorów, 131 wielkich malarzy i 66 sławnych poetów i obliczył, ile czasu potrzebował każdy z nich od zainteresowania się daną dziedziną sztuki do stworzenia pierwszego wybitnego dzieła. Tylko trzy wybitne dzieła muzyczne powstały przed dziesiątym rokiem pracy twórczej ich autorów. Zwykle najbardziej twórczy był okres między dziesiątym a dwudziestym piątym rokiem pracy artystycznej.

Iloraz pomysłów, Wprost, 26 marca 2006

Typowe źródła inspiracji pomysłów biznesowych

- ▶ Doświadczenie w branży, wcześniejsze zatrudnienie – **to najczęstsze źródło inspiracji**
- ▶ Obserwacja prób biznesowych podejmowanych przez innych
- ▶ Niewypełniona nisza rynkowa
- ▶ Własne negatywne doświadczenia w znalezieniu produktu bądź usługi
- ▶ Hobby, zainteresowania w czasie wolnym
- ▶ Przypadkowe odkrycie
- ▶ Wynalazek, którym nikt się nie interesuje
- ▶ Wynik zorganizowanego procesu identyfikacji pomysłów biznesowych

A co jeśli mamy silną determinację założenia biznesu a żaden atrakcyjny pomysł nie przychodzi nam do głowy?

- ▶ Staramy się uzupełnić wiedzę oraz zdobyć praktyczne doświadczenie w interesującej nas dziedzinie
- ▶ Wzmacniamy umiejętności obserwacyjne – tzw. czujność przedsiębiorcza
 - ▶ Rozszerzamy horyzont poszukiwań
- ▶ Stosujemy techniki zwiększające indywidualną i grupową kreatywność
 - ▶ Poszukiwania prowadzimy w sposób usystematyzowany
- ▶ Zdobywamy (kupujemy) pomysł na rynku – n.p. franczyza, import licencji

Rozszerzenie horyzontu poszukiwań

- ▶ Szukamy pomysłu na zrobienie czegoś co jest lepsze, różne i z tego względu bardziej wartościowe dla odbiorców (klientów).

Co to może być?:

- Nowe produkty lub usługi
 - Nowe metody wytwarzania produktów i świadczenia usług
 - Nowe sposoby docierania z produktem bądź usługą do klienta
 - Nowe sposoby przekazywania informacji klientom o produktach bądź usługach
 - Nowe sposoby budowania i utrzymywania więzi wewnątrz – i międzyorganizacyjnych

Techniki zwiększające kreatywność

- ▶ Zwiększające indywidualną kreatywność

- Relaksacyjne
- Systematyzujące
- Eliminujące bariery

- ▶ Techniki grupowej kreatywności

- Burza mózgów
- Celowe grupy kreatywne

Stosowane podejścia w ramach usystematyzowanego procesu poszukiwań

► Inspiracja wewnętrzna

- Dziedziny, w których jesteśmy dobrzy i lubimy je robić
- Dziedziny, w których jesteśmy słabi i nie lubimy ich
- Co ludzie widzą w nas pozytywnego i negatywnego
- Produkty bądź usługi, które uczyniłyby nasze życie lepszym
- Rzeczy, które chcielibyśmy zmienić w swym otoczeniu
- Nasze hobby i osobiste zainteresowania

► Inspiracja zewnętrzna

- Odpowiadając na impuls bądź kreując zapotrzebowanie rynku
- Umiejętności skanowania otoczenia
- Źródła informacji

► Przykład inspiracji zewnętrznej – Mapa użyteczności produktu

► Połączenie obydwu podejść

Mapa użyteczności produktu dla nabywcy

Sześć faz cyklu doświadczeń nabywcy z produktem

<u>Sześć sfer użyteczności</u>	Zakup	Dostawa	Użytkowanie	Produkty dodatkowe	Konserwacja	Pozbycie się
Efektywność						
Prostota						
Wygoda						
Ryzyko						
Rozrywka, image						
Przyjazny dla środowiska						

ONI:



MY:



Nisza:



WAŻNE:



Co w przypadku młodych, dynamicznych absolwentów?

- ▶ Brak doświadczenia zawodowego
- ▶ Brak szczegółowej wiedzy na temat funkcjonowania branży
- ▶ Cechy osobowe nie poddane weryfikacji w realiach działalności biznesowej

Jednocześnie

- ▶ Na ogół niezłe wykształcenie
- ▶ Znajomość języków obcych
- ▶ Umiejętność szybkiego uczenia się i przyswajania nowych idei
- ▶ Obycie z Internetem
- ▶ Inspiracja zewnętrzna (międzynarodowa)

Zalety funkcjonowania na „bliskich peryferiach świata”

- ▶ Struktura gospodarki światowej
 - Kraje Triady (Ameryka Północna, Bogata Europa, Japonia, Australia, Nowa Zelandia)
 - Bliskie peryferie (Europa Środkowo-Wschodnia, Bogatsze kraje Am. Łacińskiej, Azji)
 - Dalekie peryferie Biedne kraje Afryki i Azji)
- ▶ Większość idei powstaje i zostaje zrealizowane w USA i pozostałych krajach Triady
- ▶ Łatwy dostęp do informacji w wyniku rewolucji Internetowej
- ▶ Asymilacja i adaptacja pomysłów z krajów Triady
- ▶ Polski rynek mimo peryferyjności atrakcyjny ze względu na wielkość
- ▶ Dodatkowe korzyści z tytułu przystąpienia do UE

Wstępna selekcja pomysłów biznesowych

Ewaluator

Pierwsza – bardzo ważna faza realizacji projektu biznesowego

Generalne reguły postępowania:

- ▶ Identyfikacja dużej liczby pomysłów!
- ▶ Zasada efektywności procesu poszukiwań
- ▶ Kryteria wstępnej selekcji
 - Potencjał rynkowy, sprzedaż, klienci
 - Specyfika branży, konkurencja
 - Warunki realizacyjne
 - Poziom zaangażowania inwestycyjnego/finansowanie

Ewaluator pomysłów

- ▶ Narzędzie ułatwiające
 - Gromadzenie
 - Wstępną analizę
 - Selekcję pomysłów nadających się do dalszej obróbki
 - Przechowanie pomysłów odrzuconych

- ▶ Reguła 1 kartki na pomysł – synteza

- ▶ „Wymuszenie”
 - Biznesowego kierunku poszukiwań
 - Oceny porównawczej

- ▶ Sposób na pokonanie Syndromu JWP

Syndrom JWP

- ▶ **Syndrom**

- **J**ednego

- **W**sparciałego

- **P**omysłu

- ▶ Fascynacja jednym pomysłem

- ▶ Chęć natychmiastowego wdrożenia

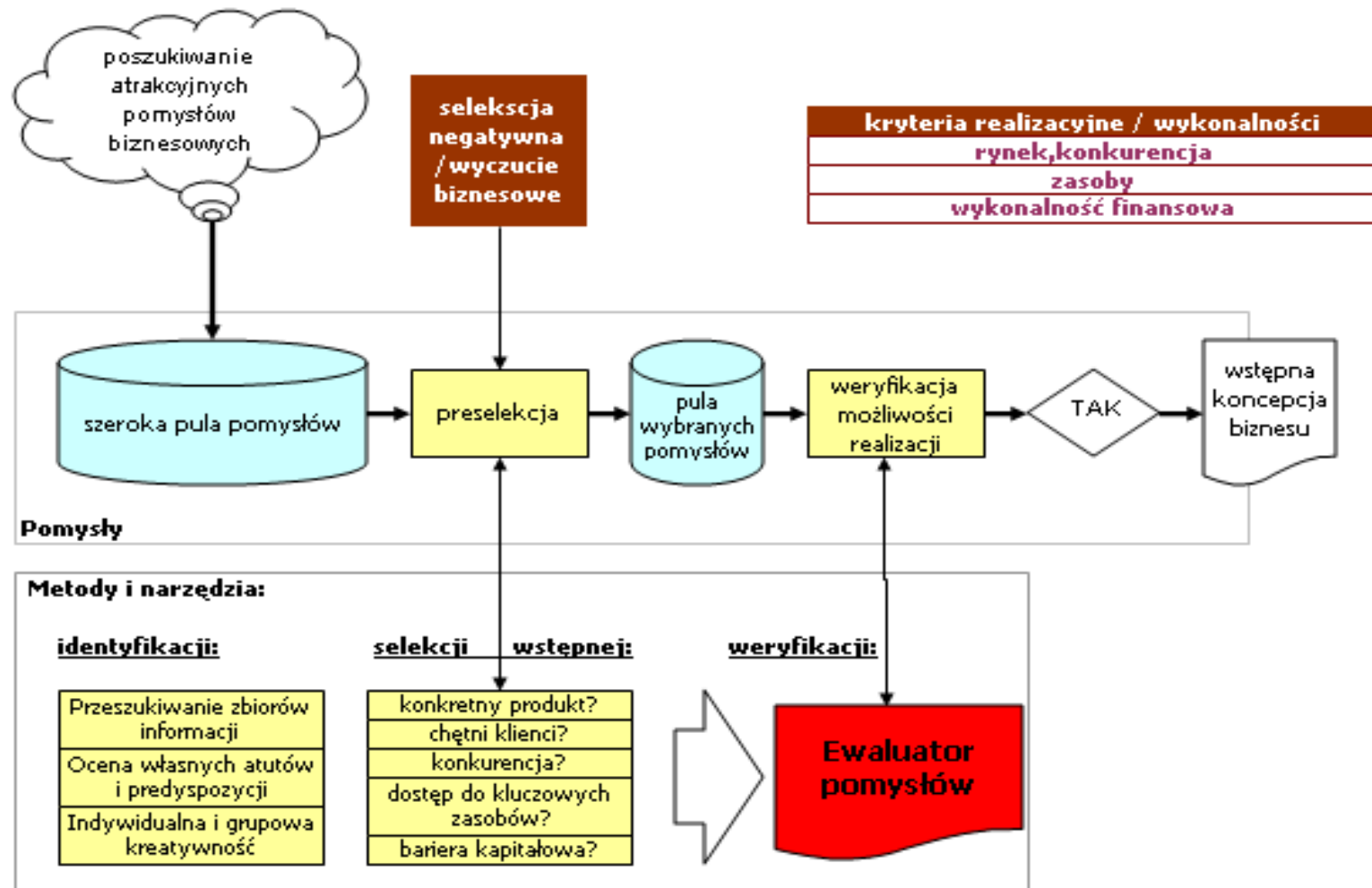
- ▶ Gdy przy pierwszej próbie poważnej weryfikacji pomysł okazuje się nietrafiony:

- Frustracja, zniechęcenie, rezygnacja z dalszych prób

- Występuje ze szczególnym nasileniem wśród młodych adeptów biznesu

Identyfikacja i wstępna selekcja pomysłów

Ewaluator



Wstępna koncepcja biznesu (WKB)

- ▶ WKB jako etap pośredni do pełnego bizne splanu:
 - konsekwencja oceny pomysłów – rozwinięcie najlepszych pomysłów
 - konieczność szerszej prezentacji założeń biznesowych
 - rozszerzone planowanie finansowe
 - jednak ograniczony nakład pracy bo jeszcze nie mamy pewności, że jest to **ten** biznes

Biznes plan – narzędziem pozyskania środków na własną firmę

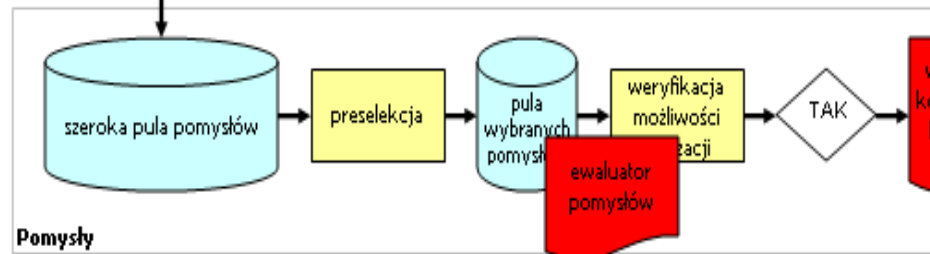
Od wstępnej koncepcji firmy do biznes planu

Uruchomienie nowego biznesu - schemat realizacyjny

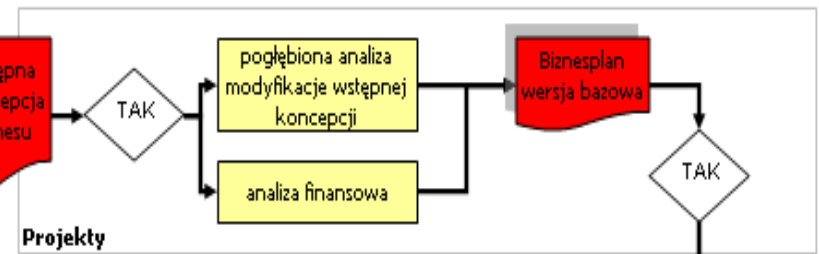


poszukiwanie
atrakcyjnych
pomysłów
biznesowych

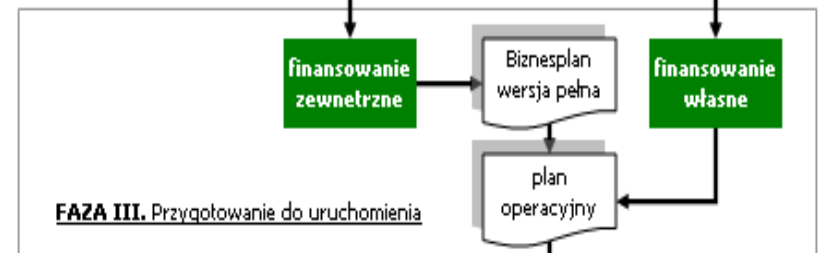
FAZA I. Identyfikacja atrakcyjnych pomysłów biznesowych



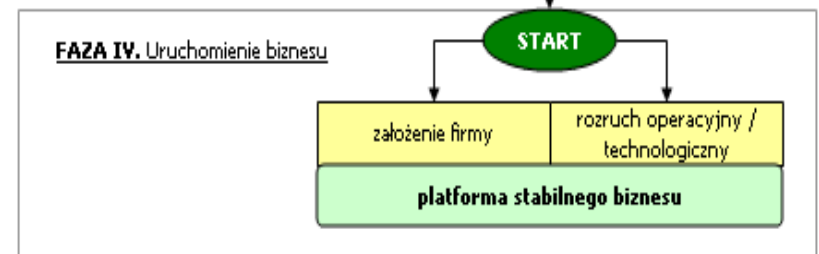
FAZA II. Konkretyzacja przedsięwzięcia - Biznesplan



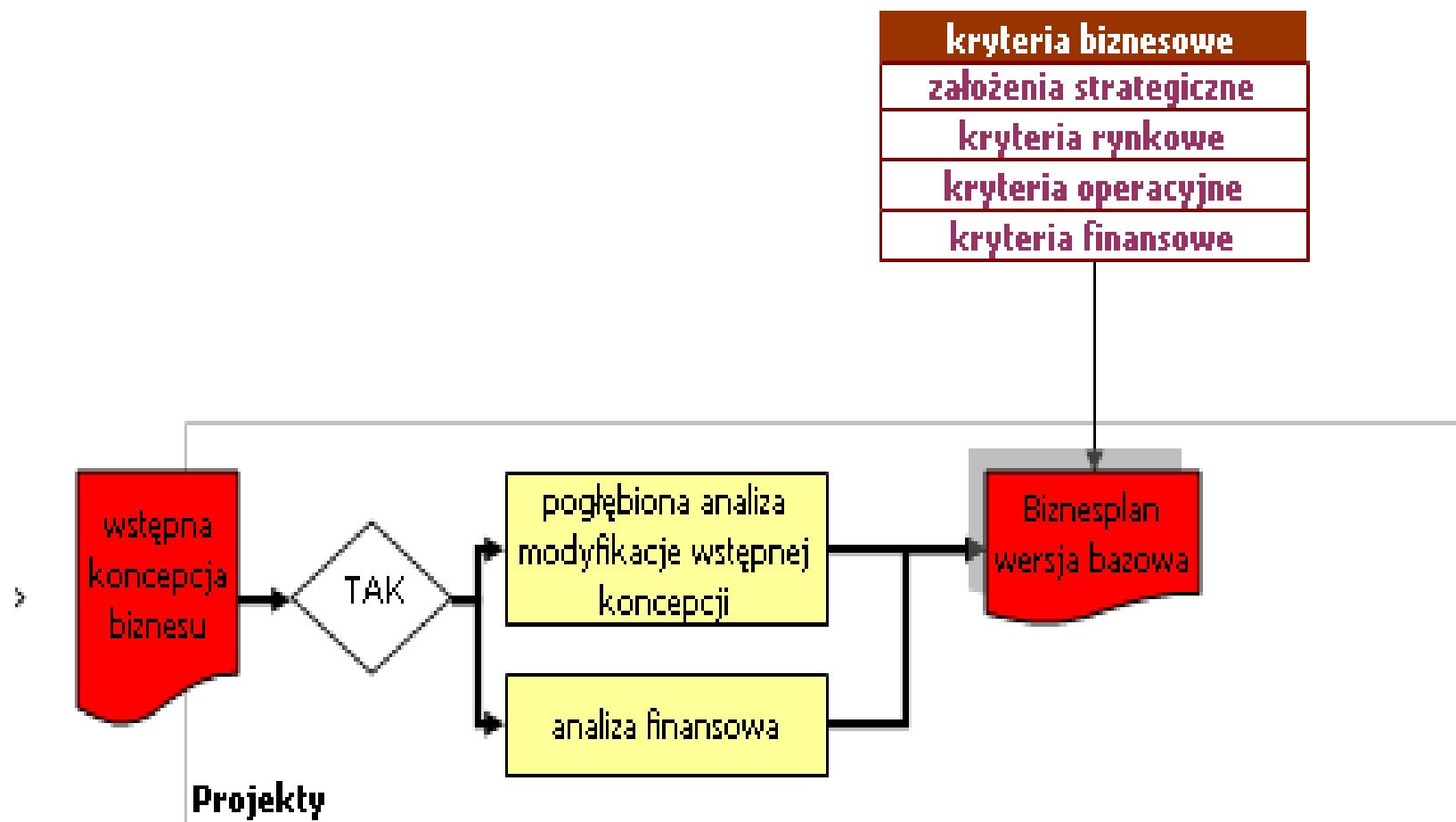
FAZA III. Przygotowanie do uruchomienia



FAZA IV. Uruchomienie biznesu



Od wstępnej koncepcji do biznes planu



Biznes plan - definicja

- ▶ **Biznes plan** będziemy definiowali jako pisemny dokument przedstawiający:
 - dokąd zmierza pomysłodawca danego przedsięwzięcia,
 - jak się tam dostanie i ...
 - jak będzie wyglądać rzeczywistość biznesowa, gdy już się tam znajdzie

- ▶ Pojęcie biznes planu jest jednym z najczęściej używanych w znaczeniu analitycznego opisu działalności gospodarczej, a zwłaszcza aspektów finansowych tej działalności

- ▶ Typowe nieporozumienia
 - Rasowemu przedsiębiorcy BP do niczego nie jest potrzebny ...
 - To raczej biurokratyczny wymóg banków i innych instytucji finansowych potrzebujących „podkładki” ...

Odbiorcy biznes planu

► **Inwestorzy** - są przede wszystkim zainteresowani wysokim zwrotem z realizowanego przedsięwzięcia, akceptują wyższy poziom ryzyka, o ile racjonalnie zostaną przedstawione narzędzia jego kontroli

► **Kredytodawcy** - ich główną troską jest bezpieczeństwo i terminowość spłaty udostępnionych przedsiębiorstwu środków

► **Kierownictwo firmy** - powinno być zainteresowane jasnym przedstawieniem zadań stawianych przed poszczególnymi działami przedsiębiorstwa

Treść biznes planu

- ▶ Opis przedsięwzięcia biznesowego
- ▶ Kalkulacje / sprawozdania finansowe
- ▶ Ocena opłacalności

Przykładowy biznes plan:

- **Bank BPH**
- **Regionalny Program Operacyjny woj. świętokrzyskiego**

Działanie 1.1.

Bezpośrednie wsparcie sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw

Schemat biznes planu

Streszczenie			
Opis firmy		Informacje finansowe	
Funkcjonowanie firmy – strategia i operacje (po co?)	Prezentacja produktów i usług (co?)	Historyczne sprawozdania finansowe	Prognozy finansowe
Zarządzanie i struktura własności (kim?)	Analiza rynku (komu?)	Rachunek wyników	
		Bilans	
Wymagane fundusze i ich wykorzystanie (czym?)	Plan marketingowy (jak?)	Przepływy finansowe (CF)	
		Ocena opłacalności (DCF)	

Kiedy biznes plan może być „dobrym”

- ▶ Test ‘windy’ ☺
- ▶ Streszczenie
- ▶ Podstawowa ocena wykonalności – biznes na solidnych podstawach
- ▶ Spójna i przekonująca prezentacja istotnych założeń biznesowych planowanego przedsięwzięcia - **szansa /konieczność pełnej prezentacji założeń biznesowych**
- ▶ Korespondująca z założeniami kalkulacja finansowa planowanego biznesu, obejmująca istotne elementy danego pomysłu - **rozszerzone planowanie finansowe – „wszystko jest ważne”**
- ▶ ‘Sensowność’ ekonomiczna (generowanie zysku, zapewnienie finansowania) oraz opłacalność biznesu dla właściciela / inwestora (dyskontowe miary opłacalności)

10 składników dobrego biznesplanu **wg Martina Zwilling'a, Forbes**

1. Zdefiniowanie problemu. Każdy plan musi się zaczynać od wyjaśniania, jaki problem ma rozwiązać firma - a nie od opisu firmy i produktu. Opisz go językiem zrozumiałym dla swoich bliskich i przelicz "koszt bólu" na złotówki lub czas. Unikaj twierdzeń w stylu "każdy klient tego potrzebuje" i bełkotu, jak choćby "platforma nowej generacji", które nic nie znaczą i podważają naszą wiarygodność.
2. Rozwiązanie i korzyści. To nie jest miejsce na szczegółową specyfikację produktu. Wyjaśnij tylko jak i dlaczego produkt działa, uwzględniając ocenę jego korzyści dla klienta. Unikaj cały czas żargonu technicznego i hiperboli.
3. Branża i rozmiar rynku. Nie rozwlekając się zbytnio, przedstaw rozwój branży, podział rynku, jego dynamikę i charakterystykę klientów. Skutecznie w tym pomogą odpowiednie tabele i wykresy z danymi pochodzącymi z akredytowanych źródeł.

4. Wyjaśnienie modelu biznesowego. W tej części należy przedstawić (jasno!), na czym chcesz zarobić - kto ci będzie płacił i ile zostanie dla ciebie po opłaceniu wydatków. Powinno wystarczyć jedno spojrzenie, by zrozumieć potencjał rozwoju firmy.

5. Konkurencja i trwała przewaga. Stwórz listę wszystkich konkurentów, w tym produktów i usług podobnych. (Prosty przykład: jeśli sprzedajesz samochód, nie zapomnij o motorach i pociągach!) Następnie opisz dokładnie swoją trwałą przewagę konkurencyjną i wymień bariery w dostępie do rynku, które pomogą ci pokonać konkurencję.

6. Strategia marketingowa i sprzedaży. Tutaj należy podsumować, jak wejdiesz na rynek z uwzględnieniem strategii cenowej i kanałów dystrybucyjnych (które mogą także obejmować partnerstwa strategiczne). Jest to dobre miejsce, by przedstawić daty najważniejszych wydarzeń.

7. Kadra menadżerska. Inwestorzy stawiają na ludzi, nie na idee.

Przekonaj inwestorów, że twój zespół ma odwagę i determinację, by założyć nową firmę i wykaż się dobrą znajomością specyficznej dla firmy dziedziny. Przedstaw doradców firmy i najważniejsze osoby w firmie.

8. Wymagania w zakresie finansowania. Wyjaśnij, jak obliczyłeś kwotę kapitału, o którą wnioskujesz, i opisz dokładnie, jak planujesz wykorzystać te środki. Wykaż kwoty, jakie zaangażowali założyciele i udziałowcy, uwzględniając własny wkład pracy (godziny przepracowane w zamian za procent udziału w firmie, a nie wypłatę wynagrodzenia w gotówce).

9. Prognozy finansowe. Uwzględnij dochody i wydatki za trzy ostatnie lata (w stosownym przypadku) i przedstaw prognozy na kolejne pięć lat. Przedstaw jasno i uzasadnij założenia na temat rozwoju. Podkreśl, jaki jest próg opłacalności.

10. Strategia wyjścia. Ta część jest wymagana, jeśli zamierzamy pozyskać inwestorów z zewnątrz, którzy będą chcieli się dowiedzieć, kiedy i jak mogą odzyskać swoje środki oraz jakich zysków mogą się spodziewać. (Pierwsze oferty publiczne - wybierane najczęściej przez wielu inwestorów - są obecnie rzadkością.) Planujesz pozostawić biznes w rękach rodziny? Pomiń tę część. Pułapka: wielu przedsiębiorców rozbudowuje firmy, tylko po to, by je sprzedać. Dla wielu jest to wykluczone. Lepiej się więc skoncentrować na stworzeniu solidnie funkcjonującej firmy. Pieniądze, sława i dzwon giełdowy przyjdą same.

Końcowa rada na temat dobrego biznesplanu:

te najdłuższe i najbardziej skomplikowane na ogół nie wygrywają. Ten dokument ma objaśniać i upewniać, a nie zabawiać. Najlepsze plany przewidują wszystkie pytania, jakie może zadać inwestor, i odpowiadają na nie. Jak choćby: - Gdzie mam podpisać?

Dziękuję za uwagę!!!

