

2011

Бизнес-план микрофинансовой организации



ITAR-TASS

Питер-Консалт

Питер-Консалт

12.11.2011

Оглавление

1. Резюме бизнес-плана микрофинансовой организации.....	3
1.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации.....	3
1.2. Эффективность реализации проекта.....	3
1.3. Предполагаемая форма и условия участия инвестора.....	3
1.4. Сопутствующие эффекты от реализации проекта.....	4
2. Инициатор проекта.....	4
3. Анализ рынка и концепция маркетинга.....	4
3.1. Определение основной идеи проекта.....	4
3.2. Спрос и рынок.....	4
3.2.1. Структура и характеристика рынка.....	4
3.2.2. Важнейшие проблемы и перспективы.....	5
3.2.3. Рынок и законодательство кредитных кооперативов.....	5
3.3. Маркетинг.....	7
3.3.1. Концепция маркетинга, цели и стратегия.....	7
3.3.2. Ожидаемая конкуренция.....	7
3.3.3. Клиентская целевая группа.....	8
3.3.4. Стратегические партнёры и контрагенты.....	8
3.3.5. Маркетинговые цели.....	8
3.3.6. Тактика маркетинга.....	9
4. Материальные ресурсы.....	10
4.1. Источники финансирования.....	10
4.2. Помещения.....	11
4.3. Оборудование.....	11
4.4. Расходные материалы.....	11
5. Организация.....	11
5.1. Организационная структура.....	11
5.2. Штатное расписание.....	12
5.3. Календарное осуществление проекта.....	12
6. Финансовый план.....	12
6.1. Бюджет доходов и расходов.....	12
6.2. Бюджет движения денежных средств.....	12
6.3. Прогнозный баланс.....	12
6.4. Объем инвестиций, источники финансирования.....	13
7. Оценка эффективности проекта.....	13
7.1. Расчет финансовых показателей.....	13
7.2. Расчет показателей эффективности.....	13
7.3. Определение точки безубыточности.....	13
8. Анализ основных видов рисков.....	13
8.1. Организационный и управленческий риск.....	13
8.2. Финансовый риск.....	14
8.3. Экономические риски.....	14
Приложение 1. Мониторинг рынка за 2 квартал 2011 года.....	14
Приложение 2. Данные по сайтам конкурентов.....	14

1. Резюме бизнес-плана микрофинансовой организации

1.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации

Инициатор проекта планирует создать сеть микрофинансовых организаций, предоставляющих небольшие займы частным лицам на короткие и средние сроки заимствования.

В качестве источника финансирования предполагается использовать средства микроинвесторов кредитного кооператива.

Первую МФО и кредитный кооператив планируется зарегистрировать в г., следующие МФО – в гг. В дальнейшем планируется развить сеть МФО по городам РФ, выбирая их по критериям потенциала и конкурентности обстановки.

1.2. Эффективность реализации проекта

Показатель	Рубли	Доллар США
Ставка дисконтирования, %		
Период окупаемости - РВ, мес.		
Дисконтированный период окупаемости - ДРВ, мес.		
Средняя норма рентабельности - ARR, %		
Чистый приведенный доход - NPV		
Индекс прибыльности - PI		
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %		
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %		

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- Достижение окупаемости (с учётом дисконтирования) за месяца,
- Положительное большое значение чистого приведенного дохода к концу периода расчёта,
- Значение Индекса прибыльности гораздо больше 1,
- Значение показателя Внутренняя норма рентабельности существенно превышает действующую на рынке процентную ставку по долгосрочным кредитам.

1.3. Предполагаемая форма и условия участия инвестора

Изначально сеть будет финансироваться Во второй год деятельности планируется зарегистрировать кредитный кооператив, привлекающий займы населения под проценты. Этот кооператив будет источником финансирования проекта.

1.4. Сопутствующие эффекты от реализации проекта

Деятельность планируемой организации будет способствовать росту накоплений микроинвесторов кооператива и помогать наименее обеспеченным слоям населения в тяжёлой финансовой ситуации.

2. Инициатор проекта

.....

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

3.1. Определение основной идеи проекта

Инициатор проекта планирует создать сеть микрофинансовых организаций, предоставляющих небольшие займы частным лицам на короткие и средние сроки заимствования. Изначально сеть будет организована и финансироваться Во второй год деятельности планируется зарегистрировать кредитный кооператив, привлекающий займы населения под проценты. Этот кооператив будет источником финансирования проекта.

Первую МФО и кредитный кооператив планируется зарегистрировать в г., следующие МФО – в гг. В дальнейшем планируется развить сеть МФО по городам РФ, выбирая их по критериям потенциала и конкурентности обстановки.

3.2. Спрос и рынок

3.2.1. Структура и характеристика рынка

3.2.1.1. Мировой рынок микрофинансирования

Изначально идея микрофинансирования состояла

В мире существует положительный опыт развития кредитной кооперации. Например, в Канаде

В странах с переходными экономиками, такими как Россия, Китай, Бразилия или Индия, клиенты микрофинансирования – это

Таким образом, базовая бизнес-модель микрокредитования довольно проста –

За прошедшие с момента появления первых программ 30 лет микрофинансирование прочно заняло свою нишу в мировой финансовой инфраструктуре. В последние годы началось активное

Отметим, что мировой микрофинансовый рынок растет быстрыми темпами. В настоящее время совокупный портфель микрокредитов составляет около

3.2.1.2. Потенциал российского рынка микрофинансирования

По экспертным данным, можно говорить о том, что индустрия микрофинансирования в России находится на этапе

За последние годы, на территории Российской Федерации наблюдается устойчивый рост интереса к индустрии микрофинансирования как со стороны

Ситуацию с развитием микрофинансирования и вообще доступностью финансовых услуг в России можно охарактеризовать следующими показателями.

На начало 2009 г. около

Стоит отметить, что все организации, работающие в сфере микрофинансирования, обслуживают в совокупности пока менее 1% процента

Микрофинансирование включено в число антикризисных мер

7 июля в «Российской газете» был опубликован Федеральный закон от 02.07.2010 N 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях". Он призван

В ст. 1 Закона N 151-ФЗ установлены правовые основы микрофинансовой деятельности.....

Данный Закон позволяет коммерческим и некоммерческим организациям (за исключением бюджетных) выдавать микрозаймы. Микрозаем -

В пояснительной записке к проекту Закона подчеркивалась его социальная направленность.....

Микрофинансовая организация, согласно Закону N 151-ФЗ

Благодаря реализуемой в последние несколько лет политике, в России формируется модель микрофинансового рынка

Согласно прогнозам специалистов Министерства Финансов, рынок микрофинансирования через 3 года вырастет в

3.2.2. Важнейшие проблемы и перспективы

Среди ориентиров будущего развития микрофинансового сектора можно назвать следующие:

.....

Важнейшей проблемой является отсутствие инфраструктуры, способной организовать выдачу микрозаймов за счёт средств частных микроинвесторов в масштабах страны.

Деятельность МФО регулируется

3.2.3. Рынок и законодательство кредитных кооперативов

Среди характерных черт, присущих современному кредитному кооперативному движению, можно выделить следующие:

- рост количественных параметров
- достаточно высокая возвратность займов
- расширение схем обслуживания кредитными кооперативами своих пайщиков.;
- стабильный рост привлекаемых кредитными кооперативами сбережений пайщиков

Практика показала, что наибольших успехов в своей деятельности кредитные кооперативы достигли

Наиболее весомым социальным фактором развития кредитных кооперативов является

Для России характерен большой разрыв в уровне и качестве жизни между

Совокупность социальных факторов, определяющих условия жизни людей и состояние общества, определяет личную мотивацию вступления в кооператив и возможности его эффективного развития.

Политические факторы характеризуют отношение властных структур к системе кредитной кооперации.....

Правовое регулирование деятельности кредитных кооперативов осуществляется следующими актами:

- Конституция РФ
- Федеральный закон «О некоммерческих организациях»
- Гражданский Кодекс РФ
- Федеральный закон «О кредитной кооперации»
- Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации»

определяет

- Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» рассматривает

- ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» Кредитный кооператив признаётся

- ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц» Регулирует

- ФЗ «О бухгалтерском учёте» Определяет

- ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»

Деятельность кредитных кооперативов

- ФЗ «Об аудиторской деятельности» Определяет правовые основы

Для кредитных кооперативов как кредитных структур характерно то,

Организационно-правовая регламентация деятельности кредитных кооперативов как субъектов налоговых отношений заключается в том, что

В 2009 г. число КПКГ составило

В то же время нельзя не отметить, что значительный прирост числа кооперативов связан с, В качестве основных причин роста членской базы кредитных кооперативов можно выделить:

- активную роль международных проектов.....;
- активную поддержку со стороны Канадского
- помощь администраций целого ряда субъектов РФ;

- возможность вновь создаваемым кредитным кооперативам использовать документацию, опыт, накопленный успешно функционирующими кооперативами.

Постепенный рост кредитного движения в стране привёл к росту суммы сбережений пайщиков в

Основные причины недостаточного развития кооперации в стране:

.....

И, тем не менее, несмотря на существенные недостатки в развитии кооперативов, кооперативное движение успешно развивается в ряде регионов страны, в которых имеет место стабильное финансовое обеспечение и поддержка региональных властей. Таким образом, анализ внешней среды показал, что в России созданы предпосылки для развития кредитной кооперации. Анализ

деятельности КПКГ позволяет сделать вывод о том, что динамика развития КПКГ в России имеет ярко выраженную положительную тенденцию, что связано с поддержкой международных организаций и региональных властей.

3.3. Маркетинг

3.3.1. Концепция маркетинга, цели и стратегия

В настоящий момент предприятие включает в себя управляющую компанию

Планируется ребрендинг бренда

Отдельное направление составляет продажа

Цель проекта – создание на территории РФ за 5 лет

Прогнозируемые ...% неплатежей

Маркетинговая стратегия компании базируется на

Концепция маркетинга заключается в

-

3.3.2. Ожидаемая конкуренция

«Займы до получки. Без волокиты и комиссий» - такие объявления сейчас можно встретить

Но в последнее время на этом рынке появились и легальные игроки - так называемые «микрофинансовые организации».

«Причин появления таких организаций несколько, - говорит

Действительно, если верить статистике, в России более

«Если вы возьмете у нас в долг

С одной стороны, сумма небольшая. Да и платеж вполне подъемный. Но если посчитать, то окажется, что реальная ставка - почти

Ещё больше проценты на так называемые «займы до получки».

Экспресс-кредиты (или «кредиты за час») - это самый быстрый способ получить деньги в долг.

««Кредит за час» означает, что кредитор физически не успевает ничего проверить, поэтому все риски будут заложены в ставку, - говорит

Почему же тогда люди берут деньги под такие высокие проценты? Эксперты считают, что все дело в

Занимать друзьям и родственникам у нас принято без процентов. Но что делать тем, у кого деньги есть, и он хочет заработать на них? Конечно, можно

«Наша идея заключалась в том, чтобы создать народный проект, где люди могут как взять деньги в долг, так и дать займы, - говорит

Как уверяют в компании, они выступают лишь посредником, тщательно проверяют потенциальных заемщиков, а кредиторы сами выбирают, какому конкретному человеку они отправят деньги. Средняя доходность -

«Не ясно, как тщательно проверяются заемщики, - говорит» Поскольку на этом рынке действует много мошенников, потребители стараются проверить МФО по некоторым признакам. Вот некоторые из них:

-

Рассмотрим подробнее деятельность основных конкурентов.

1. «АктивДеньги»

.....

2. «Займы населению»

.....

3. «Мастер деньги»

.....

4. «Домашние деньги»

.....

3.3.3. Клиентская целевая группа

Клиентами предприятия являются физические лица с доходом

Клиентами направления «франшиза» являются

В определённом смысле клиентами компании будут и

3.3.4. Стратегические партнёры и контрагенты

В первую очередь стратегическими партнёрами являются

Партнёрами проекта будут также являться

В перспективе партнёрами проекта нужно рассматривать франчайзи,
.....

.....

3.3.5. Маркетинговые цели

Основой проекта послужили

Этап 1. На данном этапе производятся основные подготовительные
работы

На этом этапе будет изучаться возможность привлечения средств через
.....

Выполняются следующие действия:

-
-

Основная цель этапа – следующие финансовые показатели:

.....

Маркетинговые цели Этапа 1:

.....

Этап 2. Включает в себя основные изменения. Основным фактором для начала
реализации данного этапа

Основными направлениями для существенного увеличения общего портфеля займов выбраны:

-

Основная цель этапа – следующие финансовые показатели:

Маркетинговые цели Этапа 2:

Этап 3. Развитие сети по РФ.

Цель: создание

Таким образом, на Этапе 3 будут открыты

В тот же период будут открыты

Выбор городов будет производиться на основе 2-х критериев:

Доходы в каждом городе планируются по аналогии с развитием бизнеса в, то есть за год каждый город 1-ой степени должен выйти на результаты:

.....

Выход на целевые результаты планируется по S-образной кривой:

На Этапе 3..... проекту понадобятся оборотные средства в размере

Для финансирования проекта в этот период планируется зарегистрировать

В модели предполагается продать за весь период планирования

3.3.6. Тактика маркетинга

3.3.6.1. Позиционирование

Компания сознательно ориентируется на сегмент потребителей микрозаймов с уровнем дохода

Потенциальные микроинвесторы компании относятся к слою общества с

Потенциальные покупатели франшизы – это

Потребительский кооператив и МФО будут иметь разные бренды, но в глазах потребителя позиционироваться как единый холдинг.

3.3.6.2. Конкурентные преимущества

Учитывая конкурентную обстановку (см. п. 3.3.2), компания должна развивать следующие конкурентные преимущества:

-

3.3.6.3. Развитие продукта

На Этапе 2 предполагается развить 4 кредитных направления:

1. Микрозайм,
.....
2. Микрозаймы «До зарплаты» (20 %, до 30 дней)
.....
3. Займ Семейный.
.....

Перспектива развития продукта:

-

В экономической модели будут использоваться продукты

3.3.6.4. Каналы сбыта

Для потребителей основным каналом продаж будут являться

Для продажи франшизы наиболее эффективный канал продаж –

Привлечение микроинвесторов может производиться как в

3.3.6.5. Ценообразование

Ценообразование для потребителей –

3.3.6.6. Программа продвижения

В настоящий момент компания использует следующие средства рекламы для привлечения клиентов Расценки и рейтинг эффективности следующие:

.....

Для продвижения направления франшизы используется

В перспективе предполагается:

.....

6. Для информирования потенциальных франчайзи....., использовать

-

7. Для продвижения на рынке микроинвесторов предполагается

С учётом вышеизложенного стандартная квартальная программа продвижения МФО для одного города будет иметь вид:

.....

4. Материальные ресурсы

4.1. Источники финансирования

Изначально в компанию были вложены Источники финансирования на момент создания экономической модели представлены в балансе компании:

.....

Стоимость привлечённых средств на сегодняшний день составляет: банки по 18% годовых, инвесторы 5% в месяц.

Компания планирует полностью заместить сегодняшние источники финансирования

Вклады участники осуществляют по «депозитной» схеме с двумя вариантами выплат:

1.

Планируются следующие варианты вкладов:

1. Вклад «Учебный», выплаты ежемесячно, ставка – 24%.

.....

2. Вклад «Деньги из воздуха», выплаты ежемесячно, ставка – 24%.

.....

3. Вклад «Накопительный», выплаты раз в год, ставка – 30%.

.....

4. Вклад «Платное отделение», выплаты два раза в год, ставка – 27%.

.....

В экономической модели используется

4.2. Помещения

Для размещения МФО и кооператива потребуется

4.3. Оборудование

Каждый из офисов будет оборудован

Каждое рабочее место

4.4. Расходные материалы

Картридж для МФУ

5. Организация

5.1. Организационная структура

Учитывая неоднозначное трактование банковского законодательства, необходимо будет внести кардинальные изменения в структуру предприятия.

В первую очередь необходима оптимизация работы в

Для соблюдения условий ФЗ «О МФО»

Вместе с тем, подразумевается создание новых юридических лиц для

..... Таким образом, структура на местах будет выглядеть так:

.....

..... предусматривается вывести за рамки заключения договоров займа с физическими лицами, исходя из соображений о

Разрешением сложившейся ситуации может стать

Решение скорее неизбежное, учитывая, что объем задолженности и количество взысканий

Кроме того, на сегодняшний день, существуют следующие проблемы:

.....

Исходя из вышеизложенного, необходимо:

-

Благодаря этим мерам, существующая задолженность физических лиц

Что касается вновь образующихся задолженностей в пользу всех пунктов выдачи займов компании, то отношения выстроить следующим образом:

.....

По завершению вышеуказанных действий, предприятие примет следующую структуру:

.....

В экономической модели предполагается, что

5.2. Штатное расписание

В настоящий момент штатное расписание и обязанности сотрудников Управляющей компании следующие:

.....

Штатное расписание офиса продаж:

.....

В результате реорганизации штатное расписание приобретёт вид:

.....

5.3. Календарное осуществление проекта

6. Финансовый план

6.1. Бюджет доходов и расходов

.....

Как видим из расчёта,

6.2. Бюджет движения денежных средств

.....

На втором году деятельности компании требуется кредитование в размере

6.3. Прогнозный баланс

.....

Мы видим, что собственный капитал планируемого бизнеса

6.4. Объем инвестиций, источники финансирования

На первых двух Этапах деятельности компании На Этапе 3 потребуется кредит:

.....

7. Оценка эффективности проекта

7.1. Расчет финансовых показателей

.....

Показатели ликвидности характеризуют способность компании

Чистый оборотный капитал к концу периода планирования

Показатели структуры капитала отражают

Планируемый бизнес демонстрирует вполне приемлемую рентабельность активов и инвестиций.

Коэффициенты деловой активности позволяют проанализировать,

7.2. Расчет показателей эффективности

.....

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что Об этом свидетельствуют:

-
-

7.3. Определение точки безубыточности

Анализ безубыточности доказывает

.....

Запас прочности велик как в абсолютном выражении

.....

так и в относительном:

.....

Это означает, что

С другой стороны, проект очень чувствителен к

.....

8. Анализ основных видов рисков

8.1. Организационный и управленческий риск

Вероятные организационные риски и меры их компенсации:

-

8.2. Финансовый риск

Основной финансовый риск составляют

8.3. Экономические риски

Нужно сказать, что планируемый бизнес будет иметь устойчивость даже в случае

Приложение 1. Мониторинг рынка за 2 квартал 2011 года

.....

Приложение 2. Данные по сайтам конкурентов

.....