

ТЕМА:

***Бізнес-планування
у ринкових умовах господарювання***

ЗМІСТ ЛЕКЦІЇ:

- *Призначення бізнес-плану*
- *Основні цілі бізнес-плану*
- *Методика складання бізнес-плану*
- *Вимоги до складання бізнес-плану*
- *Інформаційне поле бізнес-плану*
- *Комп'ютерні програмні продукти, що використовуються в бізнес-плануванні*

1. Призначення бізнес-плану

План – намічена на певний період робота з вказанням її цілей, змісту, об'єму, методів, послідовності, строків виконання

Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних у часі й просторі, узгоджених з метою і ресурсами заходів та дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди).

Бізнес – ініціативна економічна діяльність, що здійснюється за рахунок власних чи позичених коштів на свій ризик і під свою відповідальність, головною метою якої є отримання прибутку і розвиток власної справи

1. Призначення бізнес-плану

Отже,

бізнес-план дає можливість визначити перспективи розвитку майбутнього ринку збуту, оцінити витрати на виготовлення і реалізацію потрібної цьому ринку продукції, визначити її потенційну прибутковість

1. Призначення бізнес-плану

Бізнес-план не є різновидом стратегічного чи тактичного плану, оскільки:

- На відміну від тактичного плану він охоплює досить тривалий період (3-5 років)**

- На відміну від стратегічного плану:**
 - включає не всі цілі підприємницької діяльності, а лише одну з них;**
 - має чітко виражені часові межі.**

1. Призначення бізнес-плану

Причини виникнення потреби в бізнес-планах:

- 1.** З розвитком ринкових відносин в економіку постійно приходять та змінюється велика кількість людей, які раніше не керували підприємницькими структурами і які не мають спеціальної підготовки і до кінця не усвідомлюють всього кола проблем, які доведеться розв'язувати
- 2.** Економічне середовище, в якому функціонують підприємницькі структури, надзвичайно швидко змінюється, зокрема зростає конкуренція. Це ставить керівників підприємств перед необхідністю якомога повніше і оперативніше враховувати ці зміни в своїй діяльності.
- 3.** Для активізації підприємницької діяльності необхідні кошти, які за допомогою бізнес-плану можна отримати за умови переконання інвесторів, у тому числі й іноземних, в доцільності їх вкладання саме в цей проект.

ТЕМА: Бізнес-планування у ринкових умовах господарювання

1. Призначення бізнес-плану

Коло користувачів бізнес-планом:

РОЗРОБНИКИ

СПІВРОБІТНИКИ

**Бізнес-
план**

**ДІЛОВІ
ПАРТНЕРИ**

БАНКИ

**ПОТЕНЦІЙНІ
ІНВЕСТОРИ**

2. Основні цілі бізнес-плану:

- 1. Формування чіткої мети щодо здійснення підприємницького задуму, визначення конкретних кількісних показників його реалізації і строків їх досягнення**
- 2. Розробка взаємопов'язаних виробничих, маркетингових і організаційних програм, що забезпечують досягнення поставленої мети**
- 3. Визначення необхідних обсягів фінансування і пошуку його джерел**
- 4. Виявлення складнощів і проблем, що зустрічатимуться у ході реалізації проекту**
- 5. Організація системи контролю за ходом здійснення проекту**
- 6. Підготовка розгорнутого обґрунтування, необхідного для залучення інвесторів до фінансування проекту**

3. Методика складання бізнес-плану

Етапи розробки бізнес-плану:

1. **Підготовчий** – підбір виконавців, консультантів, експертів, постановка завдання та розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного графіка виконання робіт, збір вихідної інформації
2. **Безпосередня розробка** – творчий, взаємоузгоджений процес, який передбачає багатоваріантність розрахунків, узгодження окремих розділів, уточнення вихідної інформації
3. **Презентація** – процес доведення основних положень бізнес-плану до потенційних інвесторів, зацікавлених сторін, працівників підприємства

3. Методика складання бізнес-плану

Типова структура бізнес-плану:

Титульний листок

Резюме

1. Аналіз положення справ у галузі

2. Сутність проекту

3. План маркетингу

4. Виробничий план

5. Організаційний план

6. Оцінка ризиків

7. Фінансовий план

Додатки

3. Вимоги до складання бізнес-плану:

1. Має бути написаним простою і зрозумілою мовою з використанням коротких і чітких формулювань
2. Його обсяги не повинні перевищувати 20-25 сторінок машинописного тексту
3. Повинен мати всеохоплюючий характер, тобто включати всю інформацію щодо проекту, що є цікавою для зацікавлених осіб, інвестора
4. Ґрунтуватись на реальних фактах і обґрунтованих пропозиціях
5. Повинен мати завершений характер, тобто містити стратегію досягнення поставлених цілей
6. Повинен бути комплексним, тобто містити виробниче, маркетингове, організаційне, фінансове забезпечення
7. Повинен мати перспективний характер, тобто забезпечувати можливість розробки на його основі подальших планів із збереженням спадковості розвитку
8. Має бути гнучким, тобто має забезпечуватись можливість внесення коригувань у розроблені програми
9. Повинен мати контрольований характер, пов'язаний з чітким формулюванням графіків робіт, контрольних строків і показників.

4. Інформаційне поле бізнес-плану

Інформаційне поле бізнес-плану – це сукупність документів чи даних правового, політичного, економічного, комерційного, науково-технічного, зовнішньоекономічного та соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану

4. Інформаційне поле бізнес-плану

Інформація, необхідна для розробки бізнес-плану

Маркетингова

- Споживачі
- Продукти-аналоги
- Ціни
- Конкуренти
- Особливості просування продукту на ринок

Виробнича

- Технологія машин та устаткування
- Сировина та матеріали
- Трудові ресурси
- Виробничі площі тощо

Фінансова

- Рентабельність
- Потреби в кредитах
- Особливості руху готівки
- Оподаткування
- Страхування тощо

Загально-економічна й галузева

- Економічна ситуація
- Соціальні та політичні умови
- Законодавство
- Тенденції розвитку галузі тощо

Передбачення та припущення щодо

- обсягів продажу
- частки ринку
- можливих цін
- темпів зростання бізнесу тощо

4. Інформаційне поле бізнес-плану

Джерела отримання інформації:

1. Законодавчі акти
2. Власний досвід практичної діяльності у виробничій сфері
3. Безпосередні контакти з майбутніми споживачами, постачальниками, торговими агентами
4. Публікації (з питань підприємництва, відомості про конкурентів)
5. Статистична інформація про стан і тенденції розвитку галузі (сфери майбутньої діяльності)
6. Поточні аналітичні огляди економічної та ринкової ситуації у ЗМІ
7. Рекламні матеріали, матеріали виставок, ярмарок, науково-практичних конференцій (семінарів)

**5. Комп'ютерні програмні продукти,
що використовуються в бізнес-плануванні**

- 1. COMFAR** (Computer Model for Reporting)
- 2. PROSPIN** (Project Profile Screening and Reappraisal Information System)
- 3. Microsoft Project**
- 4. Альт-інвест** (Санкт-Петербург)
- 5. “Project Expert for Windows” 5.0** (*Business plan guide*)
- 6. Project Expert** (*Biz planner*)