

Лимар В.П.

TICIT-2013

Що таке бізнес-план та функції які він виконує?

Чому я повинен розробляти бізнес-план ?

На будь-якій стадії існування Вашого підприємства необхідно виділяти час на планування Вашої майбутньої діяльності.

- Бізнес-план - це проект вашого майбутнього бізнесу.

Первинна мета бізнес-плану полягає в тому, щоб допомогти Вам більш ефективно керувати й будувати ваш бізнес. У той же час він може використовуватися для переконання потенційних інвесторів у тому, що Ви маєте життєздатну пропозицію для фінансування. Бізнес план веде Вас до ділового успіху.

Зміст бізнес-плану

- Виділяють шість ключових елементів, характерних для всіх бізнес-планів. Ці шість елементів змінюються відповідно до основної мети плану. Наприклад, план, що використовується для залучення інвестора, буде в деталях відрізнятися від плану, для здійснення якого необхідно \$100000. Різні джерела фінансування - банки, венчурні компанії, родина - також будуть диктувати ступінь необхідної деталізації.

Ключові елементи бізнес-плану

- Вид діяльності
- Управління і форма власності
- Ринок ваших виробів і послуг
- Пропоновані Вами товари й послуги
- Діяльність
- Коротка історична довідка і фінансовий прогноз

Вид діяльності

- Коли і яким чином ви почали займатися підприємницькою діяльністю?
- Які вироби й послуги ви пропонуєте?
- Яка правова структура вашого бізнесу: приватна власність товариство, корпорація?

Управління і форма власності

- Основні власники підприємства
- Частки власників у статутному фонді підприємства
- Який досвід кожний зі співвласників приносить бізнесу?
- Опис досвіду, здібностей у керуванні, рівень зобов'язань усіх важливих гравців вашої команди

Ринок ваших виробів і послуг

Опис галузі

- Розміри вашої галузі та її основні учасники
- Опис ключових тенденцій і очікувані зміни у вашій галузі
- Фактори успіху у вашій галузі
- Істотні бар'єри при починанні власної справи: інвестиції, технології, [персонал, патенти, торгові марки, торгові знаки.

Цільовий ринок

- Покупці продуктів і послуг
- Розміри цільового ринку
- Географічне розташування цільового ринку
- Сегментації бази споживачів
- Основні напрямки й очікувані зміни в рамках цільового ринку

Конкуренція

- Ваші конкуренти
- Слабкі та сильні сторони конкурентів
- Ваші переваги перед конкурентами

Маркетинг і планування продажів

- Проведені вами дослідження ринку
- Способи залучення клієнтів
- Реклама продуктів і послуг
- Розподіл продуктів і послуг

Пропоновані Вами товари й послуги

- Які товари й послуги Ви пропонуєте?
- Специфічні особливості Ваших товарів і послуг
- Яким чином ваші товари й послуги будуть задовольняти потреби цільового ринку?
- Чи є торгові марки, авторські права, ліцензії і гарантії, пов'язані з вашими товарами й послугами?

Діяльність

- Де буде здійснюватись діяльність Вашого підприємства
- Розміри вашого офісу (заводу)
- Терміни договорів, пов'язаних із вашою діяльністю
- Дійсні й майбутні можливості вашої діяльності
- Ваші накладні втрати й шляхи їхнього покриття
- Ваші основні постачальники й терміни платежів, обговорені при переговорах
- Облік витрат і методи контролю
- Вартість товарів і послуг
- Опис нормативних вимог до вашого виду діяльності
- Кількість робітників, їхні оклади й розмір заробітної плати

Коротка історична довідка і фінансовий прогноз

Історична довідка:

- Баланси попередніх періодів
- Звіт по доходах і звіт по витратах за попередні періоди
- Важливі зміни фінансового стану
- Завірені звіти щодо рівня узгодженості роботи вашої фірми з бухгалтерією: ревізії, перевірки й компіляції.

Фінансові прогнози:

- Прогноз прибутків і збитків, заснований на вашому прогнозованому звіті про прибутки та збитки
- Прогноз потоку грошових коштів
- Прогноз балансу
- Прогноз капіталовкладень

Структура бізнес-плану

- *Зміст*
- *Резюме*
- *Характеристика підприємства*
- *Опис продукту*
- *Опис ринку. Прогноз збуту*
- *Конкуренція*
- *План маркетингу*
- *План виробництва*
- *Прогноз витрат*
- *Організаційний план*
- *Фінансовий план*
- *Стратегія фінансування*
- *Оцінка ризику і страхування*

РЕЗЮМЕ

- Яка саме продукція буде вироблятися?
- Що передбачає даний проект: підтримку і розширення існуючого бізнесу, чи започаткування нового?
- Яка загальна вартість проекту та за рахунок яких коштів передбачається його реалізація?
- Які обсяги збуту прогножуються на найближчі 3 роки та які фінансові результати очікується отримати?
- Який термін окупності даного проекту та строк його реалізації?

ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА

- Загальна інформація про підприємство.
- Оцінка фінансового стану підприємства та основних показників його фінансово-господарської діяльності.
- Резюме власника.
- Кредитна історія підприємства.

ОПИС ПРОДУКТУ

- Які потреби покликаний задовольнити даний продукт?
- Які його основні якісні характеристики?
- Які особливості та відмінні якості дозволять надавати перевагу Вашій продукції порівняно з продукцією конкурентів? Завдяки чому покупець вибере саме Ваш товар?
- Як будуть впливати на Ваш бізнес зовнішні фактори (зміни в технології, соціальні тенденції, основні економічні або політичні зміни)?

ОПИС РИНКУ. ПРОГНОЗ ЗБУТУ

- Хто Ваші потенційні клієнти? Охарактеризуйте Ваш ринок з географічної та демографічної точки зору.
- Які тенденції спостерігаються на тих сегментах ринку, які планується охопити (потенціал росту, купівельні тенденції клієнтів тощо)?
- На чому базуються Ваші прогнози обсягів збуту? Якими методами Ви користувались при їх розрахунках? Які первинні або вторинні маркетингові дослідження Вами використовувались?
- Яким буде Ваш середньомісячний обсяг збуту, виходячи із конкретних ринкових умов і потенційних можливостей підприємства?
- Чи враховані Вами при розрахунках річного обсягу збуту сезонні коливання?

•

Чи визначені Ваші майбутні споживачі і чи є у Вас попередні домовленості про збут?

КОНКУРЕНЦІЯ

- Хто є основними виробниками аналогічного товару?
- Які основні характеристики продукції Ваших конкурентів?
- Який рівень сервісного обслуговування та ціни на продукцію у конкурентів?
- Які сильні та слабкі сторони діяльності Ваших конкурентів?
- Які дії конкурентів можуть вплинути на функціонування Вашого бізнесу?

ПЛАН МАРКЕТИНГУ

- Канали збуту. Яка Ваша ринкова стратегія? Яким чином Ви плануєте реалізовувати продукцію: безпосередньо споживачам, через роздрібні торгові точки, через гуртові організації, тощо? Якою буде Ваша кредитна політика, які види оплати передбачається використовувати при розрахунках з клієнтами ?
- Ціноутворення. Якою буде ціна Вашої продукції? Які скидки передбачається надавати клієнтам? Чи потребує дана продукція післяпродажного обслуговування або надання додаткових послуг і скільки це буде коштувати?
- Реклама. Який тип реклами є найбільш ефективним для Вашого бізнесу? Як часто Ви будете здійснювати рекламні заходи і скільки коштів планується на це витратити?

ПЛАН ВИРОБНИЦТВА

- Вимоги по функціонуванню. Які дозволи або ліцензії потрібні для функціонування запланованого виду бізнесу?
- Вимоги до приміщення. Опишіть місце розташування Вашого бізнесу з точки зору його переваг і недоліків. Наскільки воно відповідає вимогам даного бізнесу?
- Вимоги до обладнання. Яке обладнання необхідне для реалізації проекту? Чому Ви вибрали власне цей тип обладнання? Де і за яку ціну планується його придбати?
- Вимоги до постачання. Хто є Вашими основними постачальниками та де вони розташовані? На яких умовах (попередня оплата, оплата з відстрочкою платежу, тощо) будуть закуповуватись необхідні матеріальні ресурси? За чий рахунок буде здійснюватись їх доставка?
- Екологічний контроль. Який вплив на навколишнє середовище буде мати реалізація даного проекту? Чи відповідає проект вимогам чинного законодавства і положенням про охорону навколишнього середовища?

ПРОГНОЗ ВИТРАТ

- Якими будуть Ваші передпочаткові витрати, пов'язані із створенням бізнесу та отриманням дозволів і ліцензій (для новостворюваних підприємств)?
- Які Ваші загальні передпочаткові витрати?
- Із яких статей будуть складатись Ваші операційні (поточні) виробничі витрати? Якими будуть змінні (прямі) та постійні (накладні) витрати?
- Чи включили Ви в обсяг необхідного початкового фінансування можливість “фінансувати ризик”?
- При яких обсягах виробництва і коли буде досягнута межа беззбитковості (точка гарантованого успіху)?

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН

- Для новостворюваних підприємств. Якими будуть форма власності, організаційно-юридичне оформлення запланованого бізнесу та кількість працюючих?

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

- План прибутку (На три роки: перший рік-помісячно, другий - поквартально, третій - в цілому за рік).
- План руху грошових коштів (баланс грошових надходжень та видатків).
- За який період часу окупляться інвестиційні вкладення?

СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ

- Яка загальна вартість і структура капіталовкладень даного проекту?
- Які джерела фінансових ресурсів використовуватимуться (власні кошти, кредити банків, комерційний кредит постачальника, залучення коштів партнерів, тощо) та яка форма їх одержання?
- Яке співвідношення між власними і залученими джерелами фінансування при реалізації даного проекту?

ОЦІНКА РИЗИКУ І СТРАХУВАННЯ

- Які фактори і несприятливі обставини можуть спричинити Вам збитки та якими можуть бути наслідки від них?
- Які проблеми можуть виникнути в процесі виробництва і реалізації продукції та які запобіжні заходи передбачені на цей випадок?
- Що пропонується в заставу?

Перелік інформації, яка необхідна перед написанням бізнес-плану

- *Інформація про фірму-заявника (Свідоцтво про реєстрацію, Статут, баланс)*
- *Назва, поштові та банківські реквізити фірми.*
- *Час роботи (існування), організаційно-правова форма.*
- *Прізвища та ініціали засновників, директора, їх повноваження.*
- *Основні напрямки діяльності фірми.*
- *Кількість працівників (штатний розпис), наявність робочих приміщень, наявність основних засобів, результати роботи за останній звітний період - в натуральному виразі.*

Необхідні документи

- *Свідоцтво про реєстрацію підприємства*
- *Статут*
- *Балансові звіти за останні 3 роки, Звіти про фінансову діяльність (ф.2) за той же період, декларація про прибутки підприємства*
- *Договір оренди приміщення (документи, що засвідчують право власності)*
- *Діючий штатний розпис*
- *Кредитна історія (підприємства, директора, власників)*
- *Технічні характеристики обладнання - рекламні проспекти, буклети*
- *Пропозиції з застави майна*
- *Резюме: досвід роботи, освіта, інші вміння та навички керівника*
- *Рух коштів на розрахунковому рахунку*

Інформація про проект

- *Яке обладнання (інші основні засоби чи матеріальні цінності) Ви плануєте придбати за рахунок одержаної позики*
- *Основні техніко-економічні показники обладнання, ціна, продавець, місце та умови придбання (нове/вживане, гарантійний термін, післяпродажне обслуговування, хто виконує роботи по встановленню та налагоджуванню, доставка).*

- *Які додаткові можливості дасть придбане обладнання: впровадження нової технології, збільшення обсягу виробництва продукції, випуск на ринок нового товару*
- *Скільки робочих місць буде створено в результаті впровадження проекту, кваліфікація та посадові оклади працівників*
- *Прогноз обсягу ринку для планованого товару (послуг)*
- *Список закладів, що надають аналогічні послуги (конкуренти): ціни, переваги, недоліки, перспективи*
- *Схема рекламування послуг, додаткові заходи з сприяння збуту*
- *Деталі впровадження проекту:*
 - *чи потрібні додаткові ліцензії, дозволи на дані послуги*
 - *яке додаткове дообладнання приміщення*
 - *як здійснюється охорона*
 - *які кошти передбачено витратити для цього*
 - *які є альтернативи*
 - *які, скільки, за якою ціною, на яку суму в місяць, квартал, рік потрібні витратні матеріали*
 - *ким, звідки, на яких умовах, якими партіями поставлятимуться*
 - *За рахунок яких коштів буде фінансуватися проект*
 - *позичка Бізнес-центру*
 - *власні кошти*

Тема 2. Підготовчий етап розробки бізнес-плану.

ЗНАЧЕННЯ ІДЕЇ

- Характеристики вигідної ділової пропозиції можна сформулювати в такий спосіб:

ЛЮДИНА + ІДЕЯ + ІНВЕСТИЦІЇ = ПРИБУТОК

- Кінцевий успіх будь-якого підприємства залежить від навичок
- людини або команди, які працюють на його досягнення, і від якості ділової ідеї. У багатьох випадках недолік засобів називають самою великою перешкодою на шляху створення підприємства або приводять як пояснення невдачі. Наявність необмежених фінансових можливостей, однак, ніколи не замінить засновникам підприємства ні необхідних навичок, ні гарних ідей.

ГАРНІ ПІДПРИЄМЦІ, ЩО МАЮТЬ ГАРНІ ІДЕЇ, ОБОВ'ЯЗКОВО ЗАЛУЧАТЬ ІНВЕСТИЦІЇ В НЕОБХІДНИХ ОБСЯГАХ.

Майбутні засновники фірм, що мають необхідні навички для створення підприємства, ресурсів. Ідеї необхідні не тільки для того, щоб почати свою справу, але і на всіх інших етапах

функціонування підприємства. Це обумовлено наступними причинами:

- ідеї потрібні для розробки нових видів продукції, послуг і диверсифікованості
- існуючого виробництва;
- ідеї потрібні для завоювання нових ринків і клієнтів;
- ідеї потрібні для скорочення рівня витрат;
- ідеї потрібні для підвищення прибутку.

ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ Основними проблемами при виявленні нових ідей звичайно є:

- недостатність нестандартного мислення в потенційного підприємця;
- "убивці ідей".

Відсутність проникливості

- Майбутні власники і керівники підприємств часто обмежують свою здатність виявляти нові ідеї, оскільки дотримують одного з наступних підходів:
- Підхід Суть
- Одержати субсидію **"Я** почну свою справу тільки для того, щоб
- одержати субсидію, незалежно від ринку і від можливої рентабельності справи"
- "І я теж" "Я займуся тільки тим бізнесом, у якому
- процвітали інші"
- **"Убивці ідей"**
- Ідеї виявляти важко, але легко убити ідею ще до того, як буде проведена її оцінка на потенційну віддачу в плані прибутковості.
- Убивцями ідей є наступні заяви:
- ЦЕ ПРАЦЮВАТИ НЕ БУДЕ
- ЦЕ ВЖЕ ПРОБУВАЛИ
- ХТО БУДЕ ЗА ЦЕ ПЛАТИТИ?
- ЦЕ НЕРОЗУМНО!
- ЦЕ ЗАНАДТО ПРОСТО
- ЧОМУ ЦЕ НЕ ЗРОБИВ ХТОСЬ ІНШИЙ?

МЕТОДИ ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ

- Загальноприйнято, що найкращий спосіб виявлення ефективних ідей складається в розробці максимально більшого числа ідей з наступним просіюванням їх для виявлення тих, які мають найвищий потенціал. Наголос робиться на КІЛЬКОСТІ, а не на ЯКОСТІ.
- Основними методами генерації ідей є:
- мозковий штурм
- карти ідей.

Мозковий штурм

Цей метод стимулює групи людей на пошук можливо більшого числа ідей на дану тему в заданому інтервалі часу (як правило, 20 хвилин).

Учасники мозкового штурму повинні дотримувати наступних принципів:

- ні одну ідею не можна ігнорувати;
- негативна реакція (як словесна, так і несловесна) не допускається;
- свій внесок повинні вносити всі учасники, незважаючи на можливу безглуздість коментарів;
- голови на таких зборах не повинно бути, але один член групи повинен записувати всі ідеї;
- у мозкової атаки повинно бути погоджений час початку і закінчення.

ДЖЕРЕЛА ПОТЕНЦІЙНИХ ІДЕЙ

Методи генерації ідей потрібні для пошуку величезної кількості ідей, з яких потім витягаються ті, котрі мають високий потенціал. Ідеї, що в остаточному підсумку формують основу рентабельного бізнесу, як правило, відносяться до однієї з наступних категорій:

- ідея вирішує проблему;
- ідея задовольняє потребу клієнта, купівельну тенденцію або конкретний сектор ринку;
- ідея додає вартість;
- ідея пов'язана з законодавчими змінами;
- ідея як результат удосконалювання підприємцем своїх навичок і ресурсів.

ОЦІНКА ІДЕЇ

Після видачі максимально можливого числа ідей їх необхідно перевірити і визначити, які з них можна покласти в основу бізнесу-проекту. Кожну ідею варто оцінити щодо наступних факторів:

- Наявність навичок:
- які практичні навички потрібні?
- які комерційні навички потрібні?
- який дефіцит навичок має місце в даній команді?
- Наявність матеріалів:
- чи маються в наявності необхідні матеріали?
- чи представляє проблему сезонність постачань?
- Чи задовольняється потреба?
- хто буде купувати товар або послугу?
- скільки вони будуть платити?
- чи має місце конкуренція?
- Чи справиться група з проектом?
- чи досить у групи часу для реалізації проекту?
- чи можуть вони одержати професійну допомогу?
- Чи практична ідея?
- чи життєздатний проект?
- чи принесе проект економічну вигоду засновникам підприємства?
- Чи можна фінансувати проект?
- чи можна одержати субсидії?
- чи вкладуть банки засобу в проект?
- скільки грошей Ви вкложите (якщо зможете) у проект?

Тема 3. Ринкові аспекти бізнесу.

Підприємець повинен показати, що він добре розуміє ринок і вимоги ринку до своєї продукції. У цьому розділі буде оцінюватися передбачуваний дохід вашого бізнесу.

Розділ складається з:

- **аналізу сектора промисловості**
- структура даного сектора має великий вплив на успіх бізнесу
- **аналізу нестатків споживачів**
- ваш бізнес повинний задовольняти сподівання споживачів (роздрібні або гуртові торговці або **кінцеві споживачі, що є власниками магазинів чи переробниками вашої продукції**)
- **аналізу конкурентів**
- ринкова економіка - це конкуренція. Щоб вижити і мати успіх, вам необхідно знати, хто є вашими конкурентами, як вони ведуть бізнес, по можливості - ключові фактори їхнього успіху,

Щоб правильно заповнити цей розбіг ви повинні дати відповідь собі на такі ключові питання!!!

Аналіз сектору промисловості.

- Який загальний обсяг продажу у даному секторі?
- Який загальний обсяг продажу продукції, розглянутий в бізнес-плані?
- Яку частину продукції необхідно продавати на регіональному, національному і міжнародному ринках?
- Які тенденції (прогнози) продаж продукції на внутрішньому і міжнародному ринках?
- Яка звичайна величина **валового прибутку**?
- Які **сегменти** ринку (географічні, промислові, оптові торговці, і т.д.) у секторі промисловості, що представляє даний бізнес?
- Опишіть усі відповідні сегменти ринку і тенденції їхнього росту ? Яка середня прибутковість відповідної продукції?
- Які обмеження по продажах продукції даного бізнесу, і як передбачається їх долати?
- Опишіть обсяг і місце розташування бізнесу, подібного до даного.

Оцінка потреб споживачів Посередник:

- Яка необхідне упакування продукції?
- Який термін збереження продукції?
- Як часто можуть здійснюватися поставки?
- Які умови оплати (кредитування)?
- Які необхідні гарантії?

Контрольний список питань для аналізу ринку

Кінцевий споживач:

- Хто є кінцевими споживачами?
- Де вони знаходяться?
- Як часто купують продукцію?
- Як реагують на ціну продукції?
- Як визначають якість продукції?
- Яких спеціальних якостей продукції бажають мати?
- Скільки хотіли б заплатити за обслуговування?
- Наскільки задоволені існуючою продукцією?

Споживачі:

- Типи людей, що купують продукцію?
- На основі яких факторів вони приймають рішення про покупку?
- Який рівень їхнього доходу чи до якої категорії споживачів вони відносяться?
- Які магазини відвідують, щоб купити продукцію?
- Чи роблять порівняльні покупки?
- Який тип **просування товару** на ринок буде стимулювати їхні покупки?

Аналіз конкурентів

- Яка якість продукції і послуг?
- Яка репутація?
- Чи лояльні до них їхні покупці?
- Який розмір бізнесу (кількісна оцінка) ?
- Який тип гарантій пропонують?
- Як розподіляють свою продукцію?
- Наскільки ефективні?
- Чи мають в наявності надійні фінансові ресурси?
- Чи добре здійснюється керівництво бізнесом?

- **Контрольний список питань для проведення аналізу ринку. Продукція-мікс**
- Які спеціальні характеристики **чи унікальність** продукції?
- Яка потрібна якість продукції по сегментах ринку, на які націлений даний бізнес?
- Яка потрібна кількість продукції по сегментах ринку?
- Який асортимент продукції?
- Є вона марочною чи ні? Чому?
- Який вид обслуговування пропонується разом із продукцією?
- Який тип упакування? Чому?
- Яким повинний бути **термін зберігання** продукції?
- Які пропонуються гарантії якості чи терміну зберігання продукції? **Місце/розподіл-микс**
- Які канали розподілу продукції по ринкових сегментах, і через яку кількість точок роздрібної торгівлі воно здійснюється?
- Які засоби транспортування продукції?
- Використовуються власні чи інші засоби транспортування?
- Як перевозяться товари?
- Які використовуються можливості для збереження продукції?
- Як використовується система управління запасами продукції і збереження її в хорошому стані?
- Як поширюється інформація про продукцію?
- Як зв'язане обслуговування з вибором каналів розподілу?
- **Просування-мікс Особисті продажі**
- Яка кількість продавців у штаті?
- Спеціалізовані продажі по географічному чи місцевому розташуванні або по типу продукції?
- Чи практикуються **комісійні** продажі?
- Яка частота візитів до покупців?
- Наскільки часто складаються звіти про продажі?
- Як часто аналізуються результати продажів?
- Наскільки часто проводяться зустрічні-продажі?
- Як відбирається і наймається торговий персонал?
- Чи навчений персонал техніці переговорів (етичній поведінці)?
- Чи використовується **нав'язування товару**?
- Дайте статистику про продажам, якщо її можна зібрати.

- **Реклама**
- Який використовується/передбачається використовувати вид реклами?
- Як визначається бюджет на рекламу?
- Як здійснюється вибір засобів масової інформації (газета, радіо -місцеве, загальне, телебачення і т.д.)?
- Які рекламні повідомлення і яке зовнішнє оформлення реклами використовується?
- Який складається графік рекламної кампанії?
- Як вимірюється ефект від реклами?
- Як відбираються рекламні агенти?
- **Просування на ринок**
- Чи здійснюються покупки подарунків для встановлення ділових відносин?
- Чи пропонуються спеціальні ціни? Протягом якого терміну вони діють?
- Чи організуються вікторини, конкурси й ігри, що сприяють просуванню товару на ринок?
- Наскільки **посередник** пристосований до цих форм просування товару на ринок?
- Чи існують певні юридичні вимоги для проведення подібних заходів? Чи дотримуються вони?
- **Зв'язки з громадськістю**
- Як підтримуються контакти з пресою (прес-релізи, конференції)?
- Організуються які-небудь інформаційні зустрічі, дні відкритих дверей, екскурсії і т.д.?
- Чи бере участь хто-небудь із членів правління в заходах щодо зв'язків із громадськістю?
- Чи існують які-небудь контакти з місцевими органами влади чи іншими урядовими організаціями?
- Чи здійснюється публікація річних звітів фінансової діяльності?
- **Ціна-мікс**
- Який рівень цін?
- Яка ціна з урахуванням проведення маркетингових заходів, згаданих раніше?
- Який рівень цін у порівнянні з конкурентами?
- Чи існують рівні інтервенції цін?
- Чи проводяться які-небудь спеціальні заходи, зв'язані з ціноутворенням?
- Чи пропонується спеціальна ціна для посередника (роздрібна знижка чи фіксована ціна)?
- Чи існує яка-небудь система **знижок** (наприклад, по кількості чи сезонності покупок)?
- Чи використовуються бонуси, надані клієнтам для досягнення визначеного рівня річного обороту?
- Яка політика **диференціації цін**?
- Які спеціальні умови оплати?
- Яка конкуренція серед посередників?

МЕХАНІЗМ УТВОРЕННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Крок за кроком

- Вибір організаційно-правової форми підприємства.
- Розроблення бізнес-плану.
- Вибір назви майбутнього підприємства і її погодження /фактично — затвердження/ в Реєстраційній палаті.
- Розроблення установчих документів /договору і статуту/.
- Звернення в державну нотаріальну контору або до приватного нотаріуса для нотаріального засвідчення установчого договору і підписів на статуті.
- Звернення в банк для відкриття тимчасового рахунку і внесення на нього не менше 30% статутного фонду /у випадку, якщо статутний фонд формується грошовими коштами).
- Оплата збору за державну реєстрацію підприємства /119 гривень за створення юридичної особи (7 неоподаткованих мінімумів доходів громадян), 25,50 грн за підприємця (1,5 н.м.д.г.)/.
- Здача документів у Реєстраційну палату або в районні держадміністрації Львівської області..
- Не пізніше 5-ти робочих днів — отримання з Реєстраційної палати документів: свідоцтва про держреєстрацію, статуту і установчого договору.
- Звернення в статуправління для присвоєння кодів ЄРДОП новоствореному підприємству.
- Копіювання установчих документів, свідоцтва про реєстрацію і нотаріальне завірення цих копій.
- Розроблення ескізу печатки і штампу та отримання дозволу міліції на виготовлення печатки і штампу.
- Замовлення печатки і штампу в спеціалізованих фірмах.
- Постанова підприємства на облік у Пенсійний фонд, фонд соціального страхування та фонд зайнятості.
- Постанова підприємства на облік у Державну податкову адміністрацію.
- Відкриття розрахункового рахунку в банку, отримання довідки про відкриття розрахункового рахунку

Отримання спеціальних дозволів /ліцензій/ на заняття окремими видами підприємництва. Наприклад, на міжнародні транспортні перевезення; реалізацію медикаментів; будівельні роботи; юридичні послуги і т.п.

- *Тема 8. Практичні ситуації та рекомендації щодо оформлення бізнес-плану.*
- РОЗРОБКА БІЗЕС-ПЛАНУ
- Титульна сторінка бізнес-плану
- Підприємство —
- Адреса
- Телекс, Факс, Телефон
- Строго конфіденційно
- Прохання повернути, якщо вас не зацікавив проект
- Кому
- Коротка назва проекту (20-30 знаків)
- Повна назва проекту
- Керівник підприємства _
- тел.
- Проект підготував
- тел.
- Дата початку реалізації проекту
- Тривалість проекту

- Період часу від дати, на яку актуальні вихідні дані від дати початку проекту міс.
- Дата складання 200 р.
- Зміст бізнес-плану
- Резюме
- Опис фірми
- Опис проекту
- Маркетинговий план
- План виробництва
- У правління та організаційний план
- Фінансовий план
- Оцінка проекту
- Додатки
- Резюме

Обсяг - 1 -3 стор.

Призначення: привернути увагу потенційного читача

Зміст:

- Суть проекту
- Ефективність проекту
- Відомості про фірму
- Команда управління
- План дій
- Фінансування
- Плани повернення позичених коштів
- Гарантії повернення інвестицій
- Опис фірми

Ціль: переконати в перспективності фірми

Зміст:

- 1.1 .Основні дані про підприємство
- 1.2.Засновники
- 1.3.Ділова історія
- 1.4.Діяльність на даний момент
- 1.5.Стратегія на довгострокову і короткострокову перспективу
- 1.6.Резюме керівників

Опис проекту

Зміст:

- Детальна характеристика товару (послуг, робіт)
- Шляхи, методи, графік реалізації проекту
- Повна вартість проекту і джерела його фінансування
- Основні статті витрат
 - Економічний ефект від здійснення проекту
 - Відповідність проекту діючому законодавству
 - Додаткова інформація

План маркетингу

- ***Зміст:***
- Загальна стратегія маркетингу (споживачі, продукт, ринки)
- Ціноутворення
- Тактика реалізації продукції
- Політика післяпродажного обслуговування і надання гарантій
- Реклама і просування товару на ринок
- **Реалізація продукції**
- **Загальна стратегія маркетингу Зовнішній аналіз**

