

Тема 1: «Поняття, сутність та задачі бізнес-плану»

«Бізнес – це гра, у якій є максимум азарту та мінімум правил» (Б.Гейтс).



- Кожен підприємець планує такі параметри майбутньої діяльності:
- сфера і масштаби бізнесу;
 - місце розташування підприємства;
 - форма підприємницької діяльності і назва фірми;
 - джерела фінансування бізнесу.





Бізнес-планування - специфічний вид планової діяльності. Воно задовольняє потреби будь-якого підприємства або організації щодо визначення цілей свого розвитку, а також програми їхнього досягнення в ринковому середовищі.



Бізнес-план – це документ, який описує аспекти майбутнього підприємства, аналізує проблеми, з якими воно може зіштовхнутися, а також встановлює способи їх вирішення

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

- 1) Підготовчий період. На даному етапі відбувається підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану виконання робіт, збір вихідної інформації.
- 2) Розробка бізнес-плану.
- 3) Презентація бізнес-плану, тобто доведення основних положень бізнес-плану до потенційних інвесторів.

- Бізнес-план – це документ, який описує аспекти майбутнього підприємства, аналізує проблеми, з якими воно може зіштовхнутися, а також встановлює способи їх вирішення
- Головна мета бізнес-планування полягає в тому, щоб спланувати господарську діяльність підприємства відповідно до потреб ринку та власних можливостей.



Бізнес-планування допомагає підприємцям розв'язати такі завдання:

- - визначити найбільш ефективні напрямки діяльності підприємства, цільові ринки та місце підприємства на цих ринках;
- - сформулювати стратегічні та короткострокові цілі підприємства та шляхи їх досягнення;
- - визначити осіб, відповідальних за реалізацію стратегії;
- - сформулювати асортимент товарів і послуг, які будуть запропоновані споживачам;
- - оцінити виробничі і торговельні витрати;
- - визначити склад маркетингових заходів;
- - оцінити фінансове становище підприємства;
- - передбачити труднощі, які можуть перешкодити реалізації бізнес-плану.

Існують два підходи до розробки бізнес-плану.

- 1) автори ідеї самостійно розробляють бізнес-план, залучаючи до цієї роботи менеджерів, маркетингологів, юристів, фінансистів та інших спеціалістів, і зокрема можливих інвесторів.
- 2) ініціатори бізнес-плану самі його не розробляють, а залучають для цього консалтингові фірми і експертів.

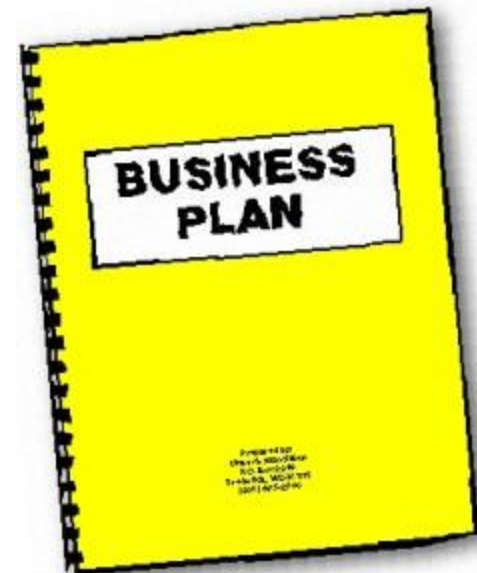


Функції бізнес-плану:

- Формування концепції розвитку, тобто стратегії бізнесу.
- Економічна оцінка обраного напрямку діяльності.
- Залучення позик.
- Залучення до будь-якої нової справи потенційних партнерів.



- Бізнес-план має бути простим та стислим, проте адекватно розкривати сутність підприємницького проекту (для більшості проектів оптимальний обсяг бізнес-плану не перевищує 30 стор.). Всю додаткову, пояснювальну інформацію необхідно виносити в додатки.

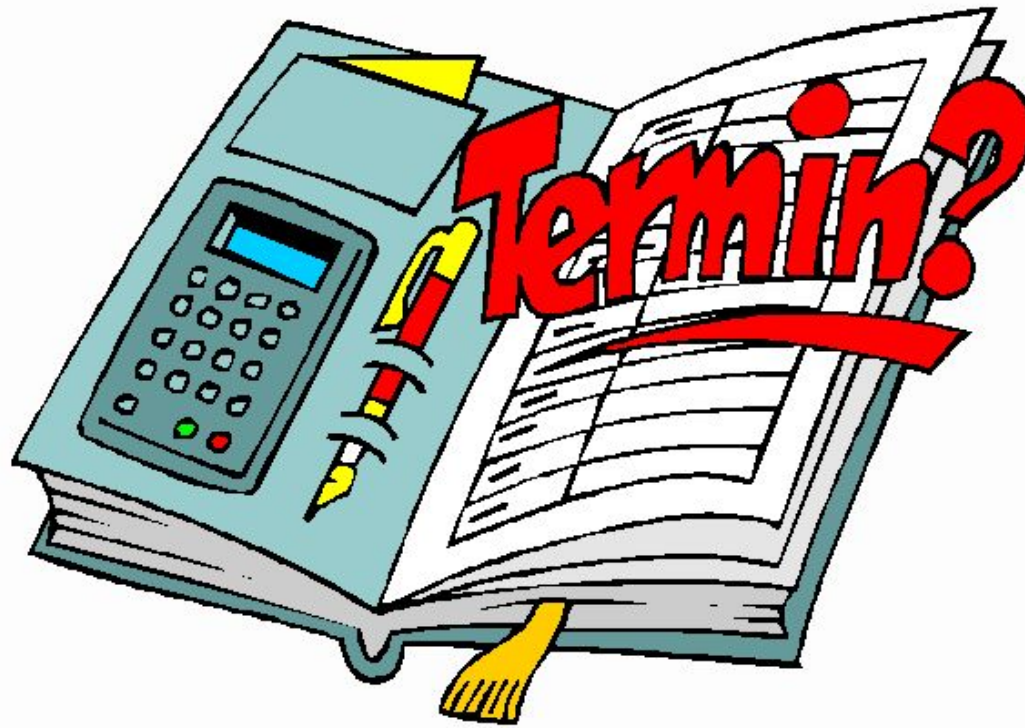




Зміст бізнес-плану має ґрунтуватися лише на реалістичних припущеннях. Всі прогнози підкріплювати посиланнями на тенденції розвитку галузі, кон'юнктурні дослідження, досвід конкурентів тощо.



Всі прогнози у бізнес-плані повинні бути песимістичними, тобто відштовхуватись потрібно від найгірших варіантів розвитку ситуації. В такий спосіб створюється певний «запас міцності» бізнесу. Тому доцільно використовувати такі фрази як: «не менш ніж», «як мінімум» тощо.



У бізнес-плані рекомендується уникати професійних жаргонізмів, суто технічних описів продукції, операцій, процесів. Треба користуватись лише загальновідомими термінами.



У бізнес-плані не потрібно даремно витрачати слова, щоб писати «красиво». Фрази на кшталт «ціни впали, як листя восени» навряд сподобаються інвесторам. Також не варто вкладати в текст занадто багато емоцій.

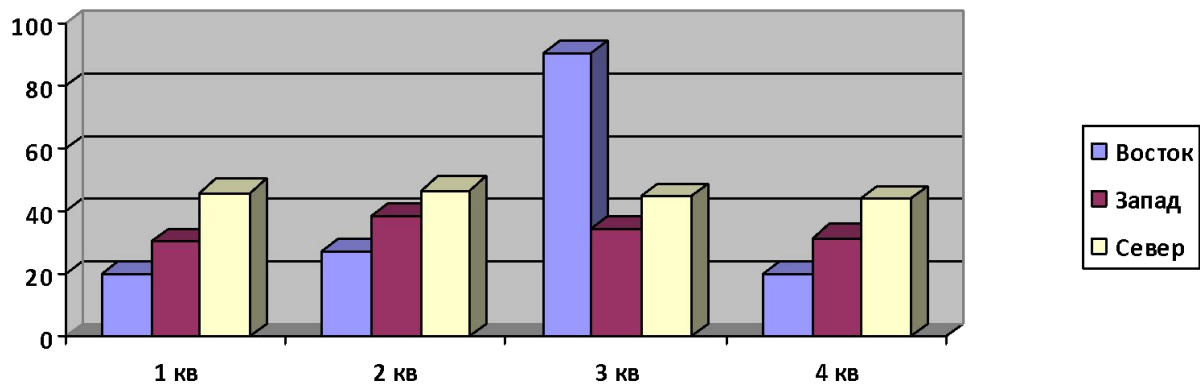
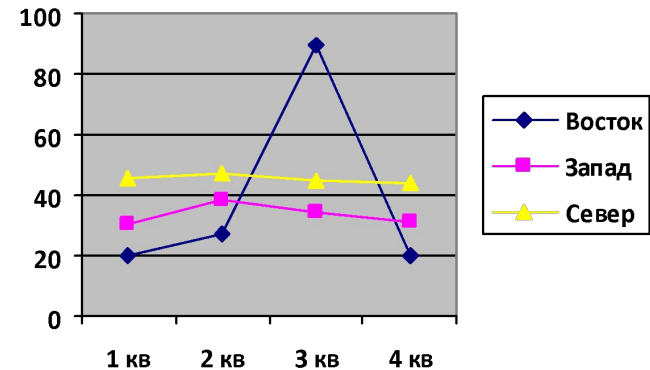
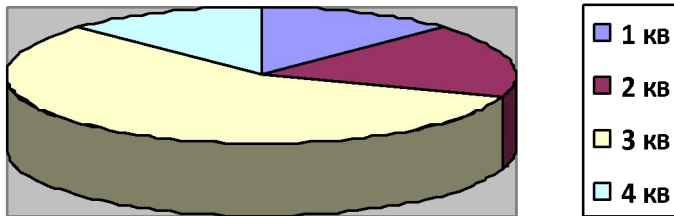
Багатозначні та розпливчасті вираження у бізнес-плані бажано не вживати. Вашим покупцем є не «хтось», а конкурентом – не «фірма Х». Бізнес-план потребує максимальної конкретики. Не варто захоплюватися загальними міркуваннями, екскурсами в теорію або історію.





Ідеї, що представлено в бізнес-плані, не повинні бути надмірно амбіційними. Не потрібно завищувати планку майбутніх досягнень без врахування реальних можливостей бізнесу. Особливо це стосується перспектив збуту.

- Для бізнес-плану дуже важливою є наочність. Для цього слід використовувати діаграми, гістограми, графіки





Пропозиції, що викладено в бізнес-плані, повинні бути короткими , ясними та чіткими. Задля їхнього виокремлення доцільно використовувати різні кольори, зразки шрифту, курсив тощо.



Бізнес-плани можна класифікувати за такими ознаками:

- 1) за сферою бізнесу (виробництво, фінансова сфера, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, сфера послуг, посередницька діяльність тощо);
- 2) за масштабами бізнесу (великий, середній, малий);
- 3) за характеристиками продукту бізнесу (традиційний, інноваційний, принципово новий);
- 4) за призначенням (бізнес-план всього підприємства, його структурних підрозділів, окремої продукції, робіт, технічних рішень);
- 5) за станом підприємства (бізнес-план створення підприємства, розвитку підприємства, санаційний бізнес-план);
- 6) за тривалістю здійснення проекту (короткострокові (до 3 років), середньострокові (до 3-5 років), довгострокові (понад 5 років));
- 7) з огляду на завдання бізнес-планування (для залучення інвесторів, для одержання кредиту, для продажу діючого бізнесу тощо).

Бізнес-планування допомагає дати відповіді на такі запитання:

- Який саме вид продукції або послуг обрати для виходу на вітчизняний і міжнародний ринок, яким буде ринковий попит на нього?
- Які ресурси та у якій кількості потрібні для організації бізнесу, скільки вони будуть коштувати і де знайти надійних постачальників?
- Які будуть витрати на організацію виробництва і реалізацію продукції та послуг на відповідних ринках?
- Яка може бути ринкова ціна на продукцію, як на неї можуть вплинути конкуренти?
- Які заплановано показники ефективності діяльності та як їх можна підвищити?



Спасибо за внимание!