Міністерство освіти і науки України

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Кафедра інженерно-технічних дисциплін

Розробка бізнес-планів

Методичні рекомендації до самостійної роботи

з дисципліни «Економіка в дизайні та мистецтві»

Для студентів всіх спеціальностей ХДАДМ

денної та заочної форм навчання

Харків 2018

Звоник А.А., Бондарчук І.Г. “Розробка бізнес-планів”. Методичні

рекомендації до самостійної роботи з дисципліни:

«Економіка в дизайні та мистецтві» Для студентів всіх

спеціальностей ХДАДМ денної та заочної форм навчання. —

Харків, ХДАДМ, 2013. — 81 с.

Укладач: Звоник А.А., к.е.н., доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін Харківської державної академії дизайну і мистецтв

Бондарчук І.Г., к.т.н., завідувач кафедри інженерно-технічних дисциплін Харківської державної академії дизайну і мистецтв

Рецензенти: Гребеннікова О.В.., к.е.н., доцент каф. Фінансів Національного аерокосмічного університету ім.. Н.Е.Жуковського (ХАІ)

Снісаренко О.Б., к.е.н., доцент каф. Фінансів Національного аерокосмічного університету ім.. Н.Е.Жуковського (ХАІ)

Методичні рекомендації призначені для допомоги студентам під час написання самостійної роботи з дисципліни " Економіка в дизайні та мистецтві ", яка викладається студентам ХДАДМ 3-го курсу у 1-му семестрі всіх спеціальностей денної та заочної форм навчання. Наведені вимоги і методичні рекомендації по виконанню самостійної контрольної роботи, надано список літератури.

Рекомендовано до друку на засіданні кафедри інженерно-технічних

дисциплін (Протокол № 9 від 26.06.2013 р.) та схвалено Методичною

радою ХДАДМ (Протокол №6 від 09.07.2013 р.).

Зміст

Вступ

І. Методичні рекомендації

1. Розділ. Вступна частина (резюме проекту)

2. Розділ. Інформація про претендента

3. Розділ. Ринки збуту та маркетинг

4. Розділ. Виробництво

5. Розділ. Інвестиції

6. Розділ. Керівництво персоналом

7. Розділ. Зведений фінансовий, календарний план реалізації проекту

8. Розділ. Аналіз основних видів ризиків

ІІ. Вимоги до написання самостійної роботи

ІІІ. Післямова

ІV. Список рекомендованої літератури

Вступ

# Розбудова громадянського суспільства, важливою умовою існування якого є наявність грамотного активного підприємця і споживача, неможлива без організації в масштабі всієї країни системного і комплексного впровадження економічного виховання і навчання у всіх формах і на всіх рівнях освіти. Економічна освіта в Україні є однією з головних форм адаптації людей до нових і швидко змінних умов життя, заснованого на принципах ринкової економіки.

# Зміни в житті сучасного суспільства пов'язані з особливим періодом його розвитку - епохою інформатизації та глобалізацією. Це постійне збільшення інформації, поява нових технологій у науці і виробництві, збільшення ролі всесвітніх економічних, політичних, правових, соціокультурних та інших форм відносин які проникають в усі сфери діяльності людини у тому числі у мистецтво і дизайн. Прагнення країн до стійкого соціально-економічного розвитку підвищують суспільну значущість економічних знань для кожної людини.

# Вивчення  курсу “Економіка в дизайні та мистецтві”  дозволяє зрозуміти закономірності та перспективи розвитку галузі, наукові  основи планування, стимулювання, економічні проблеми технічного прогресу, методи визначення та шляхи зростання економічної ефективності виробництва, нової техніки, капітальних вкладень, використання виробничих фондів та ін.

У ринковій економіці бізнес-план є робочим інструментом, що використовується у всіх сферах підприємництва. Бізнес-план описує процес функціонування фірми, яким чином її керівники збираються вирішити наступні задачі: підвищення прибутковості фірми, визначення конкретних напрямків і області діяльності фірми, цільових ринків; вибір складу і визначення якісних показників товарів і послуг, що будуть пропонуватися споживачам; оцінка виробничих і торгових витрат, оцінка відповідності кадрів фірми й умов мотивації їхньої праці вимогам по досягненню намічених цілей; визначення складу маркетингових заходів щодо вивчення ринку, ціноутворення, стимулювання продажів, реклами і каналам збуту; оцінка фінансового і матеріального становища фірми і відповідності матеріальних і фінансових ресурсів досягненню намічених цілей.

Бізнес-план (англ. Business plan) — це техніко-економічне обгрунтування діяльності підприємств в ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому. Він складається для діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства. Він потрібен керівникові фірми, акціонерам, інвесторам. Бізнес-план частіше складається на рік, два роки, зрідка на більший період.

**І.Методичні рекомендації**

Складання бізнес-плану – справа не проста, але й не така безкінечна, як може здатися. Переваги за його наявності виправдовують час і сили, витрачені на його створення, занесення коректив і завершальне доопрацювання. Важливо тільки поставитись до написання з граничною увагою. Бізнес-план дозволяє заздалегідь обміркувати майбутні дії щодо реалізації вашого проекту. І, незважаючи на те, що в цьому матеріалі для вашої зручності процес створення бізнес-плану розглядається максимально детально, особливість будь-якого бізнес-плану насамперед полягає в його зовнішній простості! Як цієї простоти досягти, ви частково дізнаєтесь, прочитавши далі «Перші розділи бізнес-плану». Якщо охарактеризувати бізнес-план зовсім просто, то за суттю – це відповіді на три головні питання: ***що я хочу, як це зробити, що саме для цього необхідно***. При цьому жоден підприємець, що принаймні раз здійснив спробу скласти бізнес-план, не скаже вам, що це просто. Оскільки бізнес-план пов'язаний з нашим реальним життям, що повне складностей та сюрпризів, які подекуди зовсім непередбачені.

При цьому, створюючи бізнес-план, важливо тверезо оцінювати власні ресурси, потреби ринку та прогнозований попит на вашу пропозицію. Змальовуючи прибуток та необхідні кошти для досягнення ваших цілей, краще поділити власні очікування «на два», ніж уявити все занадто оптимістично! Будьте перед собою гранично відвертими: продумайте та зазначте слабкі місця та ризики проекту. Тобто зазначте, наприклад, вартість ймовірної оренди офісу значно вище, а розміри податку на ввезення товару з-за кордону збільшіть не менше, ніж на 10-20% від теперішнього.

Перші розділи бізнес-плану

Відразу підкреслимо, що перші два розділи – «Резюме» (головна вижимка) та «Інформація про претендента» – це за суттю, найважливіша частина бізнес-плану! Зумовлено це тим, що ваші потенційні інвестори та партнери саме ці дві часини читають у першу чергу. Резюме, якщо воно написано грамотно, чітко й доступно, дає можливість відразу зрозуміти мету проекту, що створюється, а у випадку цікавості перейти до більш детального вивчення інших розділів вашого бізнес-плану.

При цьому важливо відзначити, що розділ «Резюме» складається наостанок та вбирає в себе стислий виклад мети, завдань та головних показників проекту.

1. **Розділ. Вступна частина (резюме проекту)**

Розділ не повинен перебільшувати одної сторінки та містить у стислій формі головну інформацію щодо проекту:

***– Що зміниться у результаті реалізації проекту?***

***– Які знадобляться фінансові ресурси і на який строк?***

***– Як ці ресурси розподіляються на власні та залучені кошти?***

***– За рахунок яких джерел і в які строки буде отримано прибуток для повернення та сплачування інвестицій?***

***– Які необхідні юридичні та інші нормативні документи для реалізації проекту (затверджена проектно-кошторисна документація, узгодження контролюючих органів та висновки державної відомчої та екологічної експертизи)?***

***– На яких ринках та за рахунок яких конкурентних переваг буде досягнуто запланований обсяг реалізації продукції та послуг?***

***– Чи існує можливість експорту продукції (послуг) чи заміщення імпорту?***

***– Які соціальні та екологічні наслідки буде мати реалізація проекту?***

Список головних параметрів:

– Здійсненням яких послуг (виробництвом чи реалізацію якого товару) буде займатися ваш проект?

– Хто цільова аудиторія проекту – майбутні клієнти?

– Який буде необхідний обсяг фінансування для реалізації проекту?

– Якими є джерела фінансування проекту?

– Яким буде обсяг продаж та виручка від реалізації за перший рік роботи?

– Розмір суми всіх витрат, необхідних для реалізації проекту?

– Яка організаційно-правова форма проекту?

– Скільки буде залучено співробітників?

– Головні показники проекту: загальний прибуток (дохід) за певний період, розмір коштів наприкінці першого року роботи, рентабельність.

Зручність наявності вищезазначених розділів також зумовлена тим, що надає вам можливість розсилати своїм партнерам та інвесторам ще на попередньому етапі перемовин не весь бізнес-план повністю, а лише його головну частину, але вже у вигляді короткої інвестиційної пропозиції. Також додамо, що обсяг бізнес-плану для будь-якого проекту не повинен бути більше одної сторінки Word.

**2. Розділ. Інформація про претендента**

Претендент – компанія чи група осіб, що розраховує отримати фінансування. Для цього необхідно дати відповіді на такі питання:

***– Який досвід має претендент у цьому чи іншому бізнесі?***

***– Який поточний стан справ претендента?***

***– У якій організаційно-правовій формі буде реалізовуватися проект?***

***– Хто виступає засновниками?***

***– Яке місце посідає компанія на ринку?***

***– Чому претендент вирішив реалізувати цей проект?***

Нормативно-правові нюанси

У розділі вам необхідно надати всю інформацію щодо правового забезпечення господарської діяльності, а також обґрунтувати вибір його організаційно-правової форми.

2.1. Організаційно-правова форма вашого бізнес-проекту

Тут необхідно висвітлити такі аспекти:

– Юридичний статус, що найбільше підходить вашому бізнесу,

– Коротке обґрунтування вашого вибору,

– Можливість зміни форми проекту в майбутньому,

– Дозвіл та узгодження, необхідні для здійснення вашої діяльності,

– ліцензія,

– дозвіл на торгівлю,

– здійснення послуг,

– сертифікат відповідності,

– гігієнічний висновок,

– узгодження інспекцій тощо.

Окрім того, необхідно зазначити порядок їх отримання та вказати орієнтовний розмір витрат.

– Першочергові витрати, необхідні для реєстрації проекту,

– Опис оформлення трудових відносин у випадку, якщо ви будете залучати до спільної діяльності найманий персонал,

– Спосіб оформлення угод з вашими постачальниками та клієнтами.

2.2. Організаційний план

У цій частині важливо зазначити такі моменти:

– Відомості про склад керівництва проекту (зокрема розподіл обов’язків та міра відповідальності)

– Досвід роботи у цій галузі бізнесу

– Ймовірні джерела професійної підтримки

2.2.1. Відомості про склад керівництва проекту

Тут є важливі нюанси. Подекуди можна спостерігати таку ситуацію, коли на початковому етапі керівник проекту зосереджує у своїх руках всі керівничі функції:

– Бухгалтерський облік та облік фінансів

– Керівництво постачанням та збутом

– Контроль за цінами та маркетинговою діяльністю та ін.

У майбутньому, зі зростанням компанії, керівник проекту може вирішити розподілити обов’язки між іншими людьми. Відповідно, треба визначити, які саме фахівці вам необхідні для успішного ведення справи. Задля зручності можна зробити схему, де чітко зазначено, хто і що робить, хто перед ким звітує, хто приймає кінцеве рішення.

2.2.2. Ваш досвід ведення бізнесу у цій галузі

Тут важливо відобразити ваш досвід роботи саме в тій галузі, де ви плануєте, і про досвід роботи керівником тощо. Важливо зазначити й досвід, який ви набули, коли були керівником чи організатором різноманітних суспільних заходів.

2.2.3. Ймовірні джерела професійної підтримки

Переважній кількості керівників проектів на початковому етапі необхідно буде звернутися за послугами до бухгалтера, страхової компанії та ін. рентабельніше за все, заздалегідь зібрати відомості про цих фахівців та обрати найкращих із тих, хто вам по кишені. Надалі встановити контакти та залучити себе до числа потенційних клієнтів цих організацій/приватних осіб. Коротко вкажіть, як ви будете діяти в цьому напрямку.

Окрім зазначеного, також буде корисно в організаційному плані зазначити дані про керівництво проекту, підтверджені анкетами про кожну особу, що окремо додаватимуться. Зокрема, буде ефективним додати анкети з інформацією про базову й додаткову освіту, а також про досвід роботи у визначеній галузі бізнесу й джерелах професійної підтримки. Рекомендований обсяг розділу – не більше 2-3 сторінок.

**3. Розділ. Ринки збуту та маркетинг**

Раніше вже відзначалося велике значення маркетингової підготовки (дослідження, прогнозування, ціноутворення та ін.) бізнес-плану. Наразі детальніше про маркетингову частину.

3.1. Види товарів та послуг

Тут необхідно визначити для себе та виявити у бізнес-плані ту унікальну перевагу своєї продукції та послуг, які відповідають бажанням та потребам покупців, але які не задовольняються аналогічним товаром та послугами конкурентів. Інакше кажучи, головне завдання цього розділу – довести, що ваші товари (послуги) мають цінність для клієнтів та користуватимуться попитом.

Список головних параметрів:

– Який саме товар (чи послугу) ви пропонуєте клієнтам?

– Які потреби клієнтів буде задовольняти ваш товар чи послуга?

– Наскільки ретельно розроблена ваша продукція чи послуга? Чи є у вас патент на цю продукцію чи послугу? Чи маєте ви вже досвід виробництва та реалізації цієї продукції чи надання цієї послуги?

– У яких сферах вашу продукцію чи послугу можна використовувати?

– У чому полягає унікальна торгівельна пропозиція (УТП) вашого товару (послуги) з точки зору потенційного покупця?

– Які характеристики надають вашій продукції унікальності?

– Як ваші товари чи послуги будуть потрапляти до клієнта?

– Які недоліки може мати ваш товар (послуга) і як ви будете долати?

3.2. Ринок збуту

Мета цього розділу – продемонструвати, як ви зможете реалізувати ваш товар чи послугу, довести їх до кінцевого споживача.

Безперечно, для цього необхідним є вивчення ринку збуту й виявлення ваших потенційних покупців, а також прогнозування їхнього попиту на ваші товари та послуги при ваших цінах.

Тут вам необхідно унаочнити, що для вашого товару (послуги) ринок збуту дійсно існує, і що вам по силах використати ті канали збуту, які він надає. Відразу зазначимо, вам як бізнесмену-початківцю, що не має досвіду попередніх продаж та отримання прибутку, буде важко провести повний аналіз ринку, і звичайно, доведеться діяти на підставі розумних пропозицій, особистих спостережень та досвіду схожих проектів.

Безперечно необхідно проаналізувати ваш сегмент ринку, на якому ви будете продавати свій товар, надавати вашу послугу.

Ринок можна сегментувати за:

– географічним розташуванням,

– типом покупців,

– типом товарів та послуг.

Джерела для вивчення ринку можна використовувати такі:

– Відомості довідкового характеру в галузевих та професійних ЗМІ,

– Звіти в періодиці,

– Інформаційні джерела, що надані в мережі Інтернет,

– Особисті спостереження, досвід,

– Опитування майбутніх клієнтів чи навіть ваших конкурентів

Для того, щоб прорахувати приблизну кількість своїх клієнтів та очікуваний попит на ваш товар чи послугу,, необхідно відповісти на такі питання:

– Де (в якому регіоні, місті, районі) живуть ваші майбутні клієнти?

– Хто майбутній споживач ваших товарів чи послуг (вік, стать, соціальний стан, вид занять, рівень доходів тощо)?

– За якою ціною зараз купують аналогічний товар чи послугу?

– Наскільки мінливий попит на ці товари (послуги)?

3.3. Конкуренти

Тут треба схарактеризувати ваших потенційних конкурентів.

Аналіз слабких та сильних боків ваших конкурентів:

– Які з компаній-конкурентів працюють у вашому ринковому сегменті?

– Хто з них реалізує товари та послуги, аналогічні вашим?

– Що являє собою їхня продукція чи послуги – її характерні особливості?

– Який рівень цін на товари (послуги) ваших конкурентів?

– Яким чином конкуренти знаходять своїх покупців: реклама, шляхи збуту, інші форми просування?

– Яка з фірм-конкурентів найбільш близько до вас розташована?

– Як розвивається бізнес у ваших конкурентів? У чому полягають причини змін, що відбуваються: зростання чи зменшення обсягів, розширення чи звуження асортименту, збільшення чи скорочення персоналу?

– Які товари (послуги) будуть мати конкурентні переваги перед іншими виробниками аналогічних товарів (послуг)?

Також важливо зрозуміти, що якісний аналіз діяльності ваших конкурентів допоможе вам уникнути подібних невдач та застосувати у вашій роботі їхній позитивний досвід.

3.4. Прогнозований обсяг продаж

Вивчивши ринок збуту, спробуйте скласти прогноз обсягу продаж свого товару чи послуги на перший рік роботи. Прогноз необхідно скласти з щомісячною розбивкою. При цьому необхідно враховувати фактор сезонності (якщо такий є на вашому сегменті ринку), вашу частку на ринку з урахуванням конкуренції, ваші потужності та інші фактори, які можуть мати суттєве значення.

Прогноз продаж необхідно скласти для трьох сценаріїв (песимістичного, оптимістичного та реалістичного).тут необхідно відобразити:

– Як клієнти дізнаються про запуск продукції чи послуги?

– Скільки коштів ви пропонуєте виділити на зростання?

– Як саме ви будете продавати свій товар чи послугу?

3.5. Маркетингова підтримка.

Ваш план просуненя товарів (послуг) або маркетингової підтримки повинен дати опис програм ваших дій по доведенню товарів (послуг) до покупців й розрахувати скільки це потребує фінансових вкладень.

Необхідно відобразити:

- Як покупці отримають інформацію про запуск продукції чи послуг?

- Скільки коштів може бути використано на просунення товарів (послуг)?

- Як саме ви будете продавати свій товар(послугу)?

3.5.1. Установлення рівня цін

Ціна товару чи послуги може визначатися, виходячи з параметрів:

– ціна ваших конкурентів на аналогічний товар чи послугу,

– ціни, визначені попитом клієнтів на цей товар чи послугу,

– собівартість продукції чи послуги – прибуток,

– націнка на унікальність якості ваших товарів чи послуг.

Декілька коментарів. Вищезазначений спосіб ціноутворення «собівартість+цільовий прибуток» полягає у визначенні всіх витрат вашого бізнесу, а, відповідно, мінімального рівня прибутку для їхнього покриття, враховуючи ту норму прибутку, яку ви хочете отримати на вкладені кошти. Аналіз цін ваших конкурентів дає змогу визначити середній рівень цін на товар чи послугу. Максимально вірогідна ціна установлюється на товар (послугу), що характеризується високою якістю та унікальними властивостями.

Щодо ціни, що визначається попитом, вона може коливатися в усьому діапазоні: від мінімальних до максимальних позначок. У будь-якому випадку необхідно установлювати на свої товари чи послуги такі ціни і так змінювати їх залежно від ситуації на ринку, щоб зайняти певну частку ринку й отримати цільовий прибуток. Це не так просто, але життєво необхідно.

3.5.2. План збуту

У цьому розділі необхідно схарактеризувати, як саме ви збираєтесь продавати товари чи послуги (які способи та шляхи реалізації ви будете використовувати):

– власними силами або через посередників,

– оптом чи в роздріб,

– за попереднім замовлення (по телефону, через сайт і под.) або іншим чином.

Тут насамперед необхідно максимально полегшити споживачеві процес купівлі у вас товару чи послуги.

3.5.3. План комплексу просування

Тут необхідно відобразити, як саме ви збираєтесь доводити інформацію про ваші товари (послуги) до потенційних покупців.

Зазначте відповіді на такі питання:

– Чи ви збираєтесь взагалі рекламувати свій товар чи послугу?

– Яку конкретно інформацію ви повідомите про ваші товари чи послуги?

– Де саме ви збираєтесь розміщувати інформацію про ваші товари чи послуги?

– Яким буде обсяг фінансових вкладень, який ви збираєтесь інвестувати в рекламу?

Варто відзначити такий момент. Загальний обсяг усіх підрозділів, що стосуються комплексу маркетингу, зазвичай не перебільшує 8-15 сторінок.

Обсяг підрозділів принципово залежить від особливостей вашого підприємства:

– Різноманіття видів діяльності,

– Широта асортименту товарів (послуг),

– Кількість конкурентів.

У розділі вашого бізнес-плану, присвяченому маркетингу, рекомендується надати таблиці з прогнозом продаж і бюджетом маркетингу, подаючи до наведених даних посилання на джерела інформації. Також необхідно використовувати ту розбивку на періоди (зазвичай одиниця виміру – місяць), яка надалі буде задіяна у розділах, присвячених витратам. В іншому разі скласти фінансовий бюджет проекту та розрахувати його показники буде проблематично.

**4. Розділ. Виробництво**

4.1. План виробництва

– Чим обґрунтований вибір виробничого (науково-технічного) процесу?

– Які види продукції і в якій кількості буде вироблено?

– Які види ресурсів і в якій кількості будуть необхідні для запускання виробничого процесу?

– Які можливості є у претендента, щоб виробити необхідну кількість продукту належної якості в замовлені строки?

– Як будуть використані потужності протягом реалізації проекту?

– Які види обладнання (технічні характеристики, вік) будуть використовуватися у виробництві?

– Хто є постачальником обладнання?

– Який правовий статус використання обладнання (власність, оренда, лізинг)?

– Якими є термін дії обладнання та річна величина амортизаційних відрахувань?

– Яким буде обсяг відходів і як вони будуть використані?

– Яким буде обсяг постійних витрат?

– Які витрати будуть постійно зростати пропорційно зростанню обсягів виробництва?

– Коли і як будуть проводитися ремонтно-профілактичні роботи?

– Як буде контролюватися якість продукту, що виробляється?

– Яким стандартам повинен відповідати продукт?

– Як буде здійснюватися перевірка якості сировини, матеріалів, технологічний контроль?

– Хто буде постачати сировину для виробництва?

– Як будуть проводитися поставки (способи, строки, обсяги, ціни, умови оплати)?

– Які будуть використовуватися необхідні складські потужності для обробки та зберігання сировини?

– Які складські потужності будуть використовуватися для зберігання готової продукції?

– Як буде здійснюватися постачання готової продукції споживачам?

Обґрунтування необхідних засобів

Мета цього розділу – довести, що ваш проект буде спроможний виробляти та реалізовувати необхідну кількість товарів, надавати необхідну кількість послуг у визначені строки, з необхідною якістю і що для забезпечення цього дійсно необхідні запитувані кошти.

4.1.1. Характеристика виробничих потужностей

Відзначимо, що для бізнес-проектів, що реалізують товари, ідеться про торгівельні майданчики та обладнання (прилавки, стелажі, касові апарати тощо). Для сфери послуг – про офісні приміщення, зону обслуговування та інші головні засоби залежно від вашого виду діяльності.

Тут важливо враховувати такі параметри:

– Правильність вибору розташування вашої компанії, виходячи з близькості до покупців, постачальників сировини, доступності робочої сили, транспорту тощо

– Розмір виробництва потужностей: приміщення, обладнання, сировина, енергоносії, тобто:

– де, у кого і на яких умовах буде закупатися обладнання?

– яка репутація цих постачальників, і чи є досвід роботи з ними?

– чи передбачена виробнича кооперація, з ким і в якій галузі?

– яким буде режим роботи вашого підприємства?

Розкриваючи питання, пов’язані з приміщенням, подається інформація про виробника, відомості про умови оренди. Говорячи про обладнання, необхідно продемонструвати ваші вимоги до обладнання у грошовому еквіваленті, розповісти про плани його отримання.

Важливо враховувати, що обладнання, що використовується під час виробництва ваших товарів чи наданні послуг, втрачає свою вартість через фізичний знос та моральне старіння.

4.2. Характеристика виробничих потужностей

Завдання цієї частини – обґрунтувати фінансові витрати на товари, що випускаються, чи послуги, що надаються.

Тут важливо знати таке:

– Надати перелік необхідних видів сировини (комплектувальних виробів, головних та допоміжних матеріалів, запасних частин) і нормативи їхніх витрат на розрахункову одиницю товару, наданої послуги.

– Схарактеризувати альтернативні варіанти вибору ймовірних постачальників і вибрати оптимальний варіант, для якого навести дані за умовами постачання (ціна, комплект поставки, графік та фінансові умови постачання, заходи зі зберігання та складування).

– Зазначити так звані накладні видатки вашого проекту.

**5. Розділ. Інвестиції**

5.1. План інвестицій

– Чим обґрунтований вибір місця реалізації проекту та будівельного майданчика, їхні особливості (клімат; забезпеченість транспортною, інженерною, соціальною інфраструктурою; наявність будівельно-монтажних та допоміжних ремонтних організацій; наявність та стан виробничих площ тощо)?

– Яка кошторисна вартість та план робіт щодо проекту (строки будівництва, монтажу, введення до експлуатації та досягнення проектної потужності обладнання)?

– Які ймовірні екологічні наслідки реалізації проекту?

– Які попередні заходи із забезпечення екологічної та технічної безпеки?

**6. Розділ. Керівництво персоналом**

– Яка чисельність персоналу буде необхідна для реалізації бізнес-плану?

– Які фахівці і якої кваліфікації (освіта, досвід роботи) необхідні для реалізації бізнес-плану?

– Яка буде система оплати праці персоналу?

– Як буде здійснюватися підготовка та навчання персоналу?

– Чи будуть запрошуватися зовнішні консультанти?

– Хто є головний фахівець для реалізації проекту (біографічні дані із зазначенням кваліфікації, досвіду роботи, телефонів)?

6.1. Добір персоналу та оплата праці

Мета цього підрозділу – обґрунтування потреби в персоналі для вашого проекту.

Рекомендуємо вам зрозуміти, чи потрібно вам наймати співробітників на старті.

У випадку, якщо наймати співробітників необхідно, обґрунтуйте:

– потреба у співробітниках на сьогодні,

– ступінь професійного досвіду, в якому буде потреба у вашому проекті,

– де саме ви зможете знайти таких співробітників,

– необхідний режим праці на вашому проекті,

– система оплати праці: погодинна, відрядна, сталий оклад, їхня компіляція,

– необхідність використання системи премій та пільг.

Важливо врахувати, що індивідуальний підприємець як такої фіксованої оплати не має. Пов’язане це з тим, що заробітна платня індивідуального підприємця – це головним чином дохід від його проекту. На противагу цьому заробітна платня найманого персоналу індивідуального підприємця також належить собівартості продукції.

Окрім оплати праці, до собівартості продукції належать соціальні нарахування (єдиний соціальний податок) на заробітну платню найманого персоналу. Обсяг розділу 4-5 сторінок.

**7. Розділ. Зведений фінансовий, календарний план реалізації проекту**

– Яким є поточний фінансовий стан претендента (баланс, звіт про прибутки та збитки, звіт про рух коштів)?

– Кому і скільки винен претендент (кредиторська заборгованість)?

– Хто і скільки винен претенденту (дебіторська заборгованість)?

– Які заходи вжито для погашення дебіторської та кредиторської заборгованості?

– Яким буде рух коштів претендента у процесі реалізації бізнес-плану?

– Який буде плановий баланс претендента?

– Якими будуть планові показники прибутку та збитків?

– Який обсяг інвестицій буде необхідним для реалізації бізнес-плану?

– За якою граничною ціною необхідно відмовитися від інвестицій?

– Якими будуть показники прибутковості, ліквідності та фінансової стабільності бізнес-плану?

– Якими будуть строк окупності та рівень внутрішньої дохідності інвестицій, передбачених у бізнес-плані?

Головне завдання цього розділу – поєднати воєдино головні заходи зі створення вашого бізнес-проекту.

Обсяг виробничого розділу бізнес-плану для підприємців-початківців дуже відрізняється для проектів різної галузевої приналежності (для виробничих підприємств він більше, а для сфери послуг і торгівлі – менше).

Тут необхідно дати відповіді на питання з обов’язкового переліку: про технології, способи, строки та особливості реалізації проекту. Для цього необхідно надати дані про виробничі потужності та капітальні витрати, накладі витрати та зведений календарний графік проекту. Найкраще всі таблиці скласти на перший рік із щомісячною розбивкою та забезпечити роз’ясненнями про джерела інформації, а також надати детальний кошторис видатків.

7.1. Кошторис має таку розбивку за статтями витрат:

– Сировина та головні матеріали,

– Фонд оплати праці,

– Придбання допоміжних витратних матеріалів,

– Відрядження,

– Послуги зв’язку,

– Комунальні послуги,

– Інші поточні витрати,

– Оплата послуг сторонніх організацій,

– Головні кошти та НМА,

– Оренда приміщень,

7.2. Складання фінансового бюджету

Для якісного наповнення цього розділу вам необхідно буде поєднати всі відомості про фінансовий бік питання.

Уся ця інформація уже надана вами у попередніх розділах бізнес-плану. Фінансовий план проекту допоможе визначити, коли і які кошти будуть вам необхідні при створенні та розвитку прибуткового проекту.

7.3. Визначення джерел фінансування

У цьому підрозділі ви повинні надати детальне обґрунтування фінансування вашого проекту:

– Державні субсидії,

– Залучення особистих коштів (інвестицій),

– Займані кошти,

– Кредити фінансових організацій,

– Лізинг,

7.4. Зведений кошторис витрат для отримання перших прибутків

У цьому підрозділі необхідно обґрунтувати залучення додаткових фінансових коштів.

Важливо підтвердити дані про головні очікувані витрати копіями угод про наміри, про оренду, про купівлю обладнання тощо. Копії зазначених документів необхідно надати у додатках.

Наприклад, при заповненні відомостей про витрати на реєстрацію підприємства, необхідно буде довідатися про орієнтовні витрати за окремими статтями. У розрахунку формування статутного капіталу (для юридичних осіб), необхідно врахувати, що формування статутного капіталу може проводитися як у вигляді головних коштів і нематеріальних активів засновників, якщо вони будуть використовуватися для цілей бізнесу, так і у вигляді грошових внесків.

Тут під нематеріальними активами розуміємо належним чином оформлені права на окремі види активів (наприклад, нерухомість, машина, обладнання і т.п.), а також права на технологію, патенти, ліцензії, програмне забезпечення тощо

7.5. Графік початкового етапу реалізації проекту

Головне завдання складання робочого графіка – узгодження строків, розмірів фінансування та витрат на етапі створення бізнесу.

Тут важливо врахувати такі моменти:

– Спрогнозуйте загальну тривалість організаційного періоду вашого бізнесу,

– Сконкретизуйте строки та розміри фінансування з різноманітних джерел, зазначте їхній розмір у відповідному інтервалі,

– Дізнайтеся в органах реєстрації строки отримання документа про реєстрацію.

7.6. Розрахунок кредитів

Ця частина бізнес-плану потребує проробки, якщо ви збираєтесь взяти кошти в борг у ваших знайомих чи кредит у фінансовій організації. У будь-якому випадку вам доведеться виплачувати проценти і повертати кошти. При цьому важливо підготувати дані для занесення у подальші форми фінансового бюджету.

7.7. Система оподаткування та розрахунок податків

Цей підрозділ потребує від вас обрати варіант оподаткування і грамотно визначити кількість податків, які буде сплачувати ваша компанія. Їхній перелік залежить від обраних вами організаційно-правової форми підприємства та системи оподаткування.

7.8. План очікуваних прибутків та збитків проекту

План прибутків та збитків вашого підприємства (план економічних результатів діяльності) для першого року роботи компанії зазвичай складається щомісяця. Цей документ повинен продемонструвати ваші очікувані видатки та доходи за певний період часу і також прибуток (чи збиток), які вибудете мати у відповідний період. Форма плану прибутків та збитків залежить як від організаційно-правової форми, так і від системи оподаткування.

Зазначимо декілька важливих моментів:

– Прибуток від реалізації товарів та послуг є головним джерелом доходу і заздалегідь визначаються прогнозом обсягу продаж,

– Чистий прибуток проекту демонструє, що залишається безпосередньо на руках у власника бізнесу,

– Постійні витрати – це витрати, що не змінюються залежно від змін обсягу виробництва. Стандартно до них відносять витрати на оплату праці адміністративного персоналу, вартість оренди,

– Змінні витрати – це витрати, що змінюють прямо пропорційно зміні обсягу виробництва. Зазвичай це витрати на сировину та оплату праці співробітників.

7.9. План руху коштів

У цьому підрозділі бізнес-плану ви визначаєте, коли, скільки і з яких джерел будуть отримані фінансові кошти на ваш розрахунковий рахунок чи іншим чином.

Також у цьому плані визначається:

– Коли і скільки коштів нами буде сплачено постачальникам сировини,

– Який розмір оплати праці співробітникам,

– Яким буде процент, наданий вашим кредиторам,

– Який обсяг податків, відрахованих у бюджет тощо.

Отримані прогнозовані дані складаються на рік з обов’язковою розбивкою по місяцям, починаючи з нульового періоду – періоду, який передує моменту державної реєстрації вашої компанії.

Цей план потребує занесення тільки реальних надходжень і видатків (що отримали також назви притоки та відтоки коштів), запланованих на кожний конкретний часовий період.

7.10. Розрахунок показників проекту

Безперечно найважливішою ознакою фінансової стійкості вашого проекту при складанні його бізнес-плану є невід’ємність кінцевого грошового потоку у формі «План руху коштів» наприкінці кожного періоду планування. Без виконання цієї життєво необхідної умови розрахунок усіх інших показників проекту втрачає будь-який сенс, оскільки працювати з «від’ємним розрахунковим рахунком», по суті, неможливо!

Тому необхідно постійно аналізувати ефективність проекту.

Рентабельність проекту можна оцінити такими показниками:

– Загальна сума чистого прибутку за один рік роботи

* Рентабельність вкладів ваших особистих коштів, яка визначається за такою формулою, деР ок = ЧП/ОК\*100%, де:

– Рок – рентабельність вкладених особистих коштів, %

– ЧП – сума чистого прибутку за 1 рік діяльності, грн.

– ОК – обсяг вкладених особистих коштів, грн.

 Строк окупності вкладів особистих коштів, який визначається як період часу (у місяцях), протягом якого накопичення сума чистого прибутку повністю покриє загальну суму початкових особистих фінансових вкладень.

Окрім зазначених показників, у бізнес-плані можна розрахувати, скільки ви повинні виробити продукції чи надати послуг, щоб ваш проект був незбитковим. Роз’яснимо, що так звана «точка незбитковості» – це та кількість реалізованого товару чи той мінімальний обсяг продажу послуг на рік, якого необхідно досягти для того, щоб підприємство покрило всі витрати, але ще не отримало б прибутку. Як правило, розділ не перебільшує 5 сторінок.

**8. Розділ. Аналіз основних видів ризиків**

8.1. Оцінка ймовірних ризиків підприємства

Цей розділ потребує аналізу та характеристики ризиків, на які може натрапити керівництво бізнес-проекту.

Найрозповсюдженіші ризики:

– Майнові збитки в результаті пошкодження (пожежа, стихійне лихо, аварія тощо),

– Спадання продаж, пов’язаних з різким спаданням попиту,

– Невиконання зобов’язань постачальникам сировини,

– Інфляція,

* Дії адміністрації району чи міста, а також контролюючих органів,

– Різке подорожчання обладнання тощо.

Які ризики можуть виникнути протягом реалізації бізнес-плану?

– Які загальноекономічні ризики (макроекономічна ситуація, курси валют, зміни цін і тарифів податкових режимів, зміни платежездатного попиту, режиму експорту та імпорту, правил обертання товарів) можуть найбільш вплинути на реалізацію бізнес-плану?

– Які технологічні ризики (надійність технології, справність обладнання, наявність запчастин, оснащення інструменту кваліфікованих фахівців) необхідно врахувати під час реалізації бізнес-плану?

– Як можуть вплинути фінансові ризики (неплатежі, кредитний процентний ризики) на реалізацію бізнес-плану?

– Які можуть виникнути ризики керівництва персоналом (підтвердження кваліфікації персоналу, умови контракту, прозора система стимулювання)?

– Які можливі правові та екологічні ризики (штрафні санкції, арбітражні позови з контрагентів і контролюючих органів)?

Необхідно хоча б приблизно проаналізувати, які ризики для вашого бізнесу найбільш вірогідні, а також продумати заходи щодо їхнього запобігання чи ваші дії, спрямовані на зменшення втрат, викликаних цими ризиками.

Це найкраще зробити у вигляді таблиці, що складається з двох колонок «Фактор ризику» (так звана «страхова подія») та «Заходи з мінімалізації ризику».

Також буде корисно, якщо ви зможете прорахувати економічні наслідки виникнення цих обставин. Рекомендований обсяг розділу «Оцінка ймовірних ризиків підприємства» у пояснювальній записці – 2-4 сторінки.

Ще одним методом аналізу ризиків може бути вже згаданий раніше розрахунок найважливіших показників вашого проекту за песимістичним сценарієм. Тут ми можемо говорити про 5 сторінок на роздруківку таблиць фінансового бюджету проекту за песимістичним сценарієм.

**2. Вимоги до написання самостійної роботи**

***Форма виконання:***

Робота може виконуватися у писаному чи друкованому вигляді (у форматі Word, або іншому текстовому редакторі).

***Обсяг:***

Для робіт писаних від руки:не менше 5-ти повних сторінок формату А-4 *(не включаючи титульної і колажу або плакату)*, для друкованих — 7-мь повних сторінок (шрифт Times New Roman, розмір 14, інтервал — одинарний).

*Оформлення:*

*Титульний лист повинен мати:*

Зверху назву міністерства, нижче через інтервал назву навчального закладу і далі назву кафедри.

Через 10 інтервалів посередині сторінки — назву теми (шрифт Times New Roman, розмір 26, інтервал — одинарний).

Далі через 6 інтервалів з правою виключкою вказується прізвище та ініціали студента, що виконав роботу, нижче факультет, курс, група **(вчений ступень і прізвище викладача вказувати не потрібно але бажано знати).**

***Текст:***

Поля: верхнє та нижнє — 2 см, ліве — 3 см, праве — 1,5 см.

*Орієнтовний план роботи:*

**Вступ** — розкривається важливість проблеми та її місце економічному просторі.

**Основна частина —** Оформлення бізнес-плану

Це один із найважливіших складових бізнес-плану! Усім відомі випадки, коли відмінно виконана робота з додаванням достовірних даних і якісною аналітикою ущент провалюється на етапі оцінки чи презентації її результатів. Як правило, це відбувається через недостатню увагу, що приділена текстовому оформленню візуального ряду, що супроводжує роботу тощо.

**Висновки —** тут можна надати (і необхідно) ставлення самого студента до проблеми, а також практичне значення висновків.

**Додатки** (при необхідності, а така необхідність завжди є).

**Список використаної літератури (**дуже необхідно, бо це показник обсягу роботи**)**

**3.Післямова**

Післямовою додамо таке. Якщо ви складаєте бізнес-план уперше, зверніться до досвіду ваших колег, можливо навіть конкурентів, певно багато з них уже зіткались з нюансами, що наразі постали перед вами.

Ознайомтесь із взірцями бізнес-планів, що вже кимось написані і можливо навіть реалізовані.

Ще раз зазначимо, що помилка, яку доволі часто припускають початківці – побачити, скільки всього необхідно розробити, підготувати і надати щодо бізнес-плану, і твердо вирішити, що… це занадто велика робота, краще тоді вже обійтися без нього. Рекомендуємо складати бізнес-план поступово, починаючи з найменшого. Від зустрічі до зустрічі, від інвестора до інвестора ви будете покращувати і доповнювати новими даними свій бізнес-план. Погодьтесь, краще починати хоча б з чогось, ніж не починати взагалі!

І останній момент. Важливо розуміти, що у вашій подальшій роботі над створюваним підприємством бізнес-план знадобиться не менше, ніж на старті вашого проекту. Але саме він систематизує найважливіші процеси вашої компанії. Також перевага наявності бізнес-плану полягає і в тому, що дає вам усі підстави заявляти, що ви почали керувати своїм бізнес-проектом ще до його запуску!

Додатки:

1. Договір купівлі-продажу
2. Договір оренди
3. Договір найму (трудовий)
4. Договір кредиту (банк)
5. Стаття

4.Рекомендована література

Базова

1. Вальтух К.К. Информационная теория стоимости. - «Янус-К», 2001.
2. Выгорчук А.Н. Информациологические аспекты мироздания. / Акад. сб. Информациология распределенной обработки информации. М., 1998.
3. Глазьев СЮ. Экономическая теория технического развития. - М., 1990.
4. Дятлов С.А. Экономические отношения: основные риски и формы проявления. // Основы теории человеческого капитала. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура - М.:ГУ ВШЕ, 2000. - 608 с.
6. Комаров И. Інтелектуальний капіталізм // Персонал. - 2000. - № 5. - С. 54-62.
7. Коуз Рональд. Фирма рынок и право. М. Дело ЛТД, 1993.
8. Кругман П., Оберфельд М. Международная экономика. Теория и политика. -М., 1997.
9. Маркс К. Теория дополнительной стоимости. - М., 1978.
10. Минаев С. В. Глобальная экономика: 2000 год: Научно-аналитический обзор / РАН; Институт научной информации по общественным наукам. - М., 2001.
11. Прокушева А.П. Экономика информатики: Практикум. — М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2001. — 88с.
12. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. - М.: "Инфра-М", 1999. - 260с.

13.Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства

предприятий. - Нова постиндустриальная волна на Западе. Антология. –

М.: Асасіетіа, 1999. - С. 372-400.

1. Хейне П. Экономический образ мышления. - Пер. с англ. - М.: «Новости» при участии изд-ва «Catallaxy», 1991. - 704с.
2. Экономическая энциклопедия. - М.: ОАО «Издательство «Экономика»,

1999.-1056с.

1. Закон України «Про підприємництво», «Про власність», «Про банкрутство», «Про господарські товариства». Відомості Верховної Ради України. - 1991 — 2011.
2. Экономика предприятия, (под ред. проф. И.О. Волкова). - М.:Инфра-М,

2000.

1. Економіка підприємств. Навчальний посібник І.М. Бойгіна та ін. - Львів, 1999.
2. СамуельсонП. Экономика. - М.: Прогресе, 1964.
3. Фишер С. и др. Экономика. - М.: Экономика, 1995
4. Райзберг Б.А. и др. Курс экономики. - М.: Инфра-М, 2008.
5. Слоним Дж. Экономикс. - М: Питер, 2007.
6. Лісовицький В.М. Мікроекономіка. - X.: Основа, 2004.
7. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Финансы, 1976.
8. Долан Е. и др. Рынок, микроэкономическая модель. - СПб.: Наука, 1992.

Допоміжна

1. Воробьев Е.М., Гриценко A.A., Ким М.И., Лисовицкий В.Н. Экономическая теория. Курс лекций. - Харьков, 2006.
2. Основи економічної теорії / за ред. Акад. НАН України A.A. Чухна. - К.: Вища Школа, 2001.
3. Економічна теорія. Посібник Вищої Школи. / під ред. Проф. Є.М.

Воробйова.Харків-Київ, 2003.

1. Курс экономики. / под ред. проф. Б.А. Райзберга. - М.: Инфра-М, 1999.
2. Джеральд М. Майер, Джеймс Е. Раух, А. Філіпенко. Основні проблеми економіки розвитку. - Oxford University Press, Inc., 2000.
3. Борисов Е.Ф. Економическая теория: Учебник. - М.: Юность, 1999.
4. Основы рыночной экономики: Пособие для учащихся ПТУ и техникумов / под ред. Г.В. Задорожного. -X.: Основа, 1995.
5. Основи економічної теорії: Підручник. Книга 1. / під ред.. проф. Ю.В. Ніколенко. -К.: Либідь, 1998.
6. Основи економічної теорії: Підручник. Книга 2. / під ред.. проф. Ю.В. Ніколенко. -К.: Либідь, 1998.
7. Економічна теорія. Модульний курс: навчальний посібник. / під ред. Проф. Є.М. Воробйова. - X.: Торсінг+, 2009.

11. Економічна теорія в питаннях і відповідях. / під ред. Проф.

Є.М.Воробйова. -X.: TOB «РИФ», 2002.