

Як самостійно розробити бізнес-план

ДОПОМАГАЄМО

МАЛОМУ І СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСУ

- ▶ БУТИ СТІЙКИМ
- ▶ ЕКСПОРТУВАТИ
- ▶ ЗРОСТАТИ
- ▶ ВПРОВАДЖУВАТИ ІННОВАЦІЇ



Відеозапис

ОНЛАЙН

09 червня 2023, 10:00-13:00



Ксенія Шишенок - експерт стратегічного планування, співвласниця консалтингової компанії «Якість гарантовано», сертифікований оцінювач бізнесу, цінних паперів, інтелектуальної власності. Досвід, понад 720 проектів в бізнес-плануванні. Спікер, ментор, трендвотчер, автор статей в провідні бізнес-видання України.

Більше 15 років в управлінні проектами.

Один з організаторів таких подій в Києві:

- Перший ярмарок грантів для бізнесу (більше 320 гостей, 16 спікерів)
- Міжнародний ярмарок грантів, кредитів та інвестицій (захід в 3 потоки, 35 спікерів).

За 6 місяців 2022 року залучила більше 15 млн.грн для українських підприємців

Джон Ейзенхауер «План – ніщо. Планування – все»

Бізнес-план - це документ підприємця, який описує шлях досягнення поставленої бізнес-мети.

Бізнес-план розробляється **під різні цілі** і для **різного використання**.

Можна розрізнити бізнес план для внутрішнього та зовнішнього використання.

Внутрішнє використання – це варіант «для себе», для роботи з партнером та для організації стратегічного планування підприємства.

Зовнішнє використання – це залучення інвестицій, отримання кредиту, подання документів на грант тощо.

Цілі та використання бізнес-плану впливають на ступінь дотримання стандартів при розробці та підготовці самого документа.

Наприклад, якщо ви плануєте розробити бізнес-план з метою залучення інвестицій, бізнес-план повинен бути оформлений за всіма вимогами фінансової установи, мати посилання на джерела інформації, а також всі додаткові матеріали, які були зібрані під час написання бізнес-плану, винесені в Додатки.

Таким чином, ви підтверджуєте серйозне опрацювання та достовірність даних.

Якщо ж бізнес-план розробляється для внутрішнього користування, то можна менше часу приділити формалізації процесу і спростити подачу матеріалу.

Тому, окрім результату у вигляді Бізнес-плану, ще й важливим є сам **процес планування**. Складання бізнес-плану дисциплінує ваші думки, змушує опрацювати багато деталей бізнесу ще до його початку, відповідно як би готує підприємця до тих завдань, обов'язків та ризиків, які доведеться на себе взяти.

Складання бізнес-плану важливо як для підприємця-початківця, так і для вже існуючого бізнесу. Розробка кожного розділу бізнес-плану є потужним інструментом в управлінні бізнесу і допомагає:

- визначити вектор розвитку бізнесу;
- скласти стратегію успіху;
- розставити пріоритети;
- тримати фокус;
- покращити знання свого ринку та покупця;
- відстежувати тенденції ринку
- керувати грошовим потоком;
- передбачати зміни на ринку та вчасно адаптуватися до них;
- зібрати навколо свого проекту команду, потрібних людей та партнерів;
- залучити додаткові інвестиції у проект.

Бізнес-плани розробляються для різних бізнесів та під різні цілі.
Якщо ми говоримо про класичний Бізнес-план, то він складається з описової частини, розрахунків та Додатків (Додатків).

При цьому виклад бізнес-плану може бути у будь-якому порядку. Але все ж таки у **світі прийняті деякі стандарти**, за якими краще структурувати свої дані та розрахунки.

Два найпоширеніших стандарти, які ми найчастіше використовуємо, це стандарт **UNIDO** та стандарт ЄБРР.

Відмінність цих стандартів у структурі бізнес-плану.

Найпопулярніший стандарт, за яким складаються бізнес-плани, – це стандарт **UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)**. Його особливість у тому, що структура, яку пропонує цей стандарт, підходить для більшості видів бізнесу. Бізнес-план, складений за структурою стандарту UNIDO, підходить для приватного користування, для роботи з інвестором або партнером.

Структура, розроблена **Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР)**, підійде для підприємства, що вже працює, так само така структура краще підходить для підприємства, яке займається виробництвом. Більшість бізнес-плану відведено для опису самого підприємства, під обґрунтування використання інвестицій та питання екології проекту.

Але все ж таки є основні блоки, які мають бути в будь-якому бізнес-плані

- Резюме проекту
- Опис проекту/бізнес-ідеї/концепції/компанії
- Опис товарів чи послуг
- Огляд аналізу галузі та тенденції її розвитку
- Аналіз конкурентів
- Аналіз цільового ринку
- Маркетинговий план та план продажів
- План виробництва/технологічний план
- Організаційний план
- Фінансовий план
- Інвестиційний план
- Оцінка ефективності проекту
- Аналіз ризиків
- Додатки

Резюме проекту

Складається наприкінці написання бізнес-плану, сюди виносяться найголовніша інформація щодо проекту, яка може переконати інвестора в тому, що ідея актуальна та прибуткова, інвестиції окупляться у заплановані терміни.

Опис проекту/бізнес-ідеї/концепції/компанії

Опис концепції полягає в тому, які проблеми є у клієнтів і як компанія збирається їх вирішувати.

На цьому етапі описується актуальність та гострота проблеми, а також викладаються всі припущення проекту та техніка вирішення цих проблем.

Опис товарів чи послуг

Підрозділ, в якому детально описуються товари або послуги, які надаватимуться підприємством.

Огляд аналізу галузі та тенденції її розвитку

У цьому розділі необхідно зосередити увагу на таких моментах: опис галузі та тенденції розвитку галузі.

Помилка: подача матеріалу у великому обсязі, викласти всю зібрану аналітику.

Це не коректно.

Потрібно вміти з великого обсягу інформації отримати найважливіше, те, що має вплив на ваш бізнес і **зробити висновки**.

Наприклад, якщо валовий обсяг доходу у вашій галузі зростає на 3% на рік, а ВВП країни – на 5%, то галузь регресує і швидше за все така тенденція продовжиться і надалі. Але якщо компанії у вашій галузі показують зростання у 15% на рік при тому ж ВВП, то така галузь розцінюється як потенційна та вигідна для інвестицій.

Аналіз конкурентів

Є прямі конкуренти та непрямі

Прямі конкуренти – це підприємства, які надають подібні послуги чи реалізують подібні товари клієнтам, які мають схожі характеристики. Наприклад, аптеки економ-класу в одному мікрорайоні, манікюрні салони середнього класу в одному мікрорайоні чи компанії, що надають бухгалтерські послуги. Вони ділять той самий ринок.

Пряма конкуренція – це конкуренція між однотипними компаніями. Непрямі конкуренти – це компанії, які працюють у цій же галузі, але для іншої цільової аудиторії, або надають послугу чи товар, що закриває біль клієнта іншим способом чи іншим товаром. Якщо брати приклад із бухгалтерськими компаніями, то непрямим конкурентом є різні програми або бухгалтер, якого можна взяти до штату.

Аналіз цільового ринку

Ви повинні дізнатися не тільки ХТО ваші клієнти, але і розмір вашого ринку та зрозуміти мотиви вашої аудиторії.

Якщо ви плануєте реалізовувати товари або послуги не кінцевому користувачеві, а роздрібним компаніям або дистриб'юторам, то ви обслуговуватимете два ринки і повинні визначити характеристики кожного з них – ринку посередника та ринок кінцевого споживача.

Якщо ви плануєте вийти на кінцевого споживача через великі супермаркети чи аптеки, то наперед дізнайтеся, з ким і як працюють ці майданчики. Які умови у роботі їм важливі. Ці цільові ринки суттєво відрізняються один від одного і переслідують різні інтереси.

Але пам'ятати потрібно про вашого кінцевого споживача.

Результатом аналізу мають бути конкретні дані цільової аудиторії: вік, стать, дохід, рід діяльності, освіта, сімейний стан, звички тощо.

Чим конкретніше ви опишите вашу цільову аудиторію, тим легше ви зробите подальші розрахунки.

Дуже цікаво підійти до аналізу цільового ринку неформально.

Дізнатися більше про споживачів та їх потреби можна за допомогою опитування чи дегустації.

Іноді такі дослідження допомагають компанії вчасно вносити зміни в рекламу, упаковку, місцезнаходження чи ціну товару.

Маркетинговий план та план продажів

У маркетинговому плані описується стратегія завоювання ринку й розробляється план продажів.

Інвестор, вивчаючи маркетинговий план, хоче переконатися, що компанія розробила реалістичну стратегію продажів товарів чи послуг.

Для того, щоб ваш маркетинговий план був переконливим, рекомендую там вказати:

- методи, за допомогою яких ви плануєте спілкуватися з вашими клієнтами та просувати свій товар чи послугу
- унікальна торгова пропозиція, якщо вона вже розроблена
- суму грошей, яка виділятиметься для кожного з каналів просування
- лійку продажів для кожного з каналів просування
- оцінку ефективності кожного каналу продажів

Маркетингових інструментів дуже багато, тож важливо розробити свою стратегію просування.

План виробництва/технологічний план

Етап розробки технологічного плану дозволить вам виписати на папір усі ресурси та процеси, які необхідні будуть у процесі бізнесу.

Якщо ви не є експертом у бізнесі, який плануєте відкривати, найкраще поспілкуватися з підприємцями у вашій ніші. Вони зможуть більш точно описати вам цикли виробництва.

Також раджу поспілкуватися з постачальниками обладнання та технологіями у вашій сфері.

У плані виробництва описуються всі необхідні витрати підприємства для провадження діяльності.

Організаційний план

Організаційний план – це про вашу команду та про структуру підприємства.

Тут описуються посади, кваліфікація та заробітна плата ваших запланованих співробітників.

Фінансовий план

Складається з двох частин: опис припущень до доходів та витрат і все це збирається у фінансову модель

Розрахункова частина бізнес-плану зводиться до двох основних таблиць:
Звіт про прибутки та збитки (P&L)
Звіт про рух коштів (Cash-flo).

Якщо ви не сильні у фінансах та розрахунках на цю частину краще залучити профільного спеціаліста.

Інвестиційний план

Тут описуються обсяги необхідних інвестицій та напрями їх використання.

Початковими інвестиціями можуть бути:

- оренда приміщення (перший та останній місяць, плюс % ріелтору),
- ремонт приміщення,
- закупівля обладнання,
- закупівля товару,
- маркетинг,
- захист інтелектуальної власності, розробка сайту, розробка промо-матеріалів та багато іншого.

На цьому етапі важливо описати всі витрати якнай докладніше і не занижувати вартість кожної позиції.

Оцінка ефективності проекту

Це фінансова частина бізнес-плану, яка має переконати інвестора в інвестиційній привабливості вашого проекту.

Є перелік обов'язкових показників, за допомогою яких інвестор ухвалює рішення інвестувати в проект чи ні.

Такими основними показниками є:

- терміни окупності проекту;
- чиста поточна вартість проекту NPV;
- рентабельність інвестицій;
- внутрішня норма рентабельності;
- індекс прибутковості вкладень та інші.

Також проводиться аналіз беззбитковості

Аналіз ризиків

Будь-який бізнес передбачає наявність ризиків.

Оцінка ризиків – це опис різних видів ризиків (ринкового, конкурентного, технологічного, товарного, управлінського, політичного тощо.), і навіть способів їх мінімізації.

Додатки

Ця частина бізнес-плану включає:

- доповнення,
- джерела,
- відомості, які були використані в розрахунках або припущеннях.
- технічна документація
- креслення та кошториси.

Рекомендую <https://sbc.regulation.gov.ua/#casesearch>

Послідовність
відкриття бізнесу,
опис отримання
ліцензій, розбір
обмежень можна
переглянути на
Start Business
Challenge

The screenshot displays the 'START BUSINESS CHALLENGE' website. At the top, there is a navigation bar with the logo on the left and menu items: 'Види бізнесу', 'Міста', 'Партнери', 'Додатково', 'Увійти', 'Поділитись', 'Платформа Pro', and 'Помічник Підприємця'. Below the navigation is a search bar with the placeholder text 'Введіть назву бізнесу, відкриття якого Вас цікавить'. Underneath the search bar are two tabs: 'Всі види бізнесу' (selected) and 'Кластери видів бізнесу'. On the right side, it says '182 стартапи'. The main content area features four business category cards with illustrations: 'Автомийка' (car wash) with a woman cleaning, 'Антикафе' (antique cafe) with two people at a table, 'Аптека' (pharmacy) with a woman at a counter, and 'Архітектурне бюро' (architecture bureau) with a man standing next to a building model.

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

Бажаємо успіхів у ваших проєктах!

<https://www.instagram.com/kseniashyshenok/>