**Міністерство освіти і науки України**

**Національний університет харчових технологій**

Кафедра інформаційних технологій, штучного інтелекту та кібербезпеки

**ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 6**

з дисципліни «Менеджмент розробки інноваційних проектів»

на тему: «БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ»

Виконав: Студент I курсу  
групи КН-1-3М

Кучерявий М. В.

Перевірив:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Київ — 2025**

**Призначення бізнес-планування, цілі і зміст концептуального та інвестиційного бізнес-планів інноваційного проекту**

Бізнес-планування покликане системно розробити стратегію реалізації інноваційного проекту, оцінити його життєздатність та залучити інвесторів. Воно допомагає чітко сформулювати ідею, спрогнозувати фінансові результати й організувати ефективне управління проектом.

Концептуальний бізнес-план має на меті описати основну ідею, оцінити ринок і визначити ключові цілі проекту. Він слугує для попередньої оцінки доцільності та залучення зацікавлених сторін.

Інвестиційний бізнес-план — це деталізований документ, спрямований на залучення капіталу, який містить глибокий аналіз ринку, фінансові прогнози і опис команди. Він переконує інвесторів у вигідності та реалістичності проекту, визначаючи умови інвестицій і ризики.

**Загальні критерії оцінки эффективності инноваційного проекту**

**Фінансово-економічні критерії** полягають у визначенні дохідності, прибутковості та окупності проекту. Сюди належать показники, як-от чиста приведена вартість (NPV), внутрішня норма прибутковості (IRR), індекс прибутковості (PI), термін окупності інвестицій, прогнозовані грошові потоки та рівень рентабельності. Вони дозволяють оцінити доцільність вкладень і потенційну вигоду інвесторів.

**Науково-технічні критерії** відображають рівень інноваційності, новизни та технологічної реалізованості проекту. Вони враховують ступінь готовності технології до впровадження (TRL), технічну складність розробки, можливість її вдосконалення або масштабування, а також потенціал комерціалізації наукових результатів.

**Ринкові критерії** оцінюють здатність інноваційного продукту задовольнити потреби споживачів, його конкурентоспроможність та потенціал для виходу на нові ринки. Також враховується ефективність маркетингової стратегії, обґрунтованість ціноутворення та розподіл каналів збуту.

**Соціальні критерії** визначають вплив проекту на суспільство. Це може бути створення нових робочих місць, покращення умов праці, зростання доступності послуг, підвищення якості життя населення або вирішення актуальних соціальних проблем. Висока соціальна значущість підвищує загальну привабливість проекту.

**Екологічні критерії** пов’язані з впливом проекту на довкілля. Вони включають рівень екологічної безпеки, обсяг викидів, використання ресурсів, відповідність екологічним стандартам, а також застосування «зелених» технологій. Проекти з позитивним або нейтральним екологічним впливом мають вищу ймовірність підтримки.

**Стратегічні критерії** враховують відповідність проекту довгостроковим цілям підприємства, галузі чи державної політики. До них належать перспективи розвитку, можливість створення нових напрямків діяльності, вплив на імідж організації та внесок у національні або регіональні програми інноваційного розвитку.

**Критерії оцінки ризиків** передбачають виявлення потенційних загроз для реалізації проекту. Аналізується ризик інвестиційних втрат, ринкова нестабільність, технічні труднощі, юридичні обмеження та інші фактори. Важливо також оцінити здатність проекту адаптуватися до змін і наявність механізмів управління ризиками.

**Методи DCF (Discounted Cash Flow) оцінки экономичної эффективності інноваційних проектів (показники NPV, PI, IRR, PP)**

Методи DCF (Discounted Cash Flow), або методи дисконтування грошових потоків, є ключовими для оцінки економічної ефективності інноваційних проєктів. Вони базуються на тому, що майбутні грошові надходження мають бути приведені до теперішньої вартості, оскільки гроші з часом знецінюються. Це дозволяє об'єктивно оцінити прибутковість проекту з урахуванням вартості капіталу та ризиків.

Першим і основним показником DCF-методу є **NPV (Net Present Value)** – чиста приведена вартість. Цей показник показує, скільки прибутку або збитку принесе інноваційний проект у теперішній вартості. Якщо значення NPV позитивне, проект вважається фінансово вигідним і рекомендується до реалізації. Якщо ж NPV від’ємне – інвестиції не окупляться, і проект неефективний.

Другий важливий показник – **IRR (Internal Rate of Return)** або внутрішня норма прибутковості. Це така процентна ставка, при якій доходи від проекту зрівнюються з витратами, тобто NPV дорівнює нулю. Якщо IRR перевищує ставку дисконту (вартість залученого капіталу), проект вважається ефективним. Цей показник часто використовується інвесторами для порівняння проектів з різними рівнями ризику.

Третій показник – **PI (Profitability Index)** або індекс прибутковості. Він демонструє, скільки гривень прибутку в теперішній вартості отримує інвестор на кожну інвестовану гривню. Якщо PI більше одиниці, це свідчить про ефективність проекту. Якщо менше – проект приносить збитки.

Четвертий критерій – **PP (Payback Period)** або період окупності. Він показує, за який час інвестор зможе повернути вкладені кошти. Чим коротший цей період, тим менш ризикованим вважається проект. Можна розраховувати як простий період окупності (без урахування часу), так і дисконтований – з урахуванням знецінення грошей у часі.

Ці показники зазвичай застосовуються в комплексі, щоб дати повну картину економічної доцільності інноваційного проєкту. Вони дозволяють врахувати як прибутковість, так і ризики, окупність, фінансову стійкість проекту та його здатність залучати інвестиції.

**Стартапи (сутність, этапи розвитку, приклади успішних стартапів, особливості бізнес-плану стартапа і його фінансування)**

**Стартап** — це новостворене підприємство, яке працює в умовах високої невизначеності та ґрунтується на інноваційній ідеї. Головною метою стартапу є створення унікального продукту або послуги, що здатні швидко масштабуватися на ринку. Особливість стартапу полягає не стільки в отриманні прибутку на початковому етапі, скільки в пошуку життєздатної бізнес-моделі, що забезпечить довгостроковий розвиток і конкурентні переваги.

Розвиток стартапу зазвичай проходить кілька етапів. Перший — **етап ідеї**, коли формується концепція продукту та аналізуються потреби потенційних споживачів. Другий — **етап створення MVP (мінімально життєздатного продукту)**, який дозволяє протестувати основну гіпотезу на ринку з мінімальними витратами. Третій — **етап старту** — охоплює пошук перших клієнтів, корекцію бізнес-моделі та початок зростання. Четвертий — **масштабування**, коли бізнес розширюється, залучає додаткові інвестиції та виходить на нові ринки. Завершальний етап — **зрілість або екзит (вихід з проєкту)**, коли стартап продається стратегічному інвестору або виходить на біржу (IPO).

Серед відомих прикладів успішних стартапів можна назвати **Airbnb**, який трансформував ринок короткострокової оренди житла; **Uber**, що змінив модель транспортних послуг; **Grammarly** — український стартап з перевірки англійської мови, який став міжнародним гравцем; **Figma** — платформа для дизайнерів, яку купила компанія Adobe; **GitLab** — український стартап з відкритим кодом у сфері DevOps.

Бізнес-план стартапу має свої особливості. Він, перш за все, зосереджується на проблемі, яку вирішує продукт, унікальній ціннісній пропозиції (UVP), аналізі цільової аудиторії та стратегії виведення продукту на ринок. Важливу роль відіграє опис команди, конкурентного середовища, плану розробки MVP та гіпотез, які стартап має перевірити. Крім того, бізнес-план включає фінансову модель, оцінку ринку (TAM/SAM/SOM), опис каналів монетизації та прогноз росту.

Фінансування стартапів може здійснюватися різними способами. На ранніх етапах часто використовуються **власні кошти (bootstrapping)**, а також підтримка друзів і родичів (**3F: Friends, Family, Fools**). Далі проєкт може залучити **бізнес-ангелів** — приватних інвесторів, які вкладають кошти в обмін на частку в компанії. На етапі зростання можливо залучення **венчурного капіталу (VC-фондів)**. Крім того, стартапи мають можливість брати участь у конкурсах, акселераторах і отримувати **гранти**, що не потребують повернення. Ще одним способом є **краудфандинг** — залучення коштів від широкого кола людей через спеціальні платформи (наприклад, Kickstarter або IndieGoGo).

****Висновок****

Бізнес-планування є критично важливим етапом реалізації інноваційного проєкту, адже воно забезпечує стратегічне бачення, обґрунтовує доцільність і життєздатність ідеї, а також слугує основою для прийняття управлінських та інвестиційних рішень. Правильно розроблений бізнес-план дозволяє виявити потенційні ризики, визначити фінансові потреби, структурувати процеси розробки та впровадження інновації, а також оцінити її економічну ефективність за допомогою DCF-методів (NPV, IRR, PI, PP).

Особливої ваги бізнес-план набуває для стартапів, де ключовими є не лише технічна новизна, а й здатність команди перетворити ідею на конкурентоспроможний продукт із чіткою бізнес-моделлю. Завдяки якісному бізнес-плануванню інноваційний проєкт отримує більше шансів на успішне фінансування, розвиток і масштабування на ринку.

Отже, бізнес-планування — це не лише формальний документ, а дієвий інструмент перетворення інноваційної ідеї в реальний та прибутковий проєкт.