

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА” ННІ АДМІНІСТРУВАННЯ,
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ
КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

Контрольна робота
з дисципліни «Бізнес-планування та управління проектами»
Варіант № 58

Виконав:

Студент групи БПУ-УП-206

Харачко Володимир

Перевірила:

Лучко Г.Й.

Львів 2024

Зміст

ВСТУП.....	3
ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ №1.....	4
1.1. Стандарти бізнес плану UNIDO.....	7
1.2. Структура за стандартами ЄБРР.....	8
1.3. Структура бізнес плану підприємства за рекомендаціями Міністерства економіки України.....	9
ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ №2.....	11
СПИСОК СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	13

ВСТУП

Мета виконання контрольної роботи полягає в тому, щоб отримати розуміння сучасних методів і прикладів бізнес-планування та управління проектами та програмами.

Унікальність досліджуваних проблем у сфері бізнес-планування та управління проектами полягає в тому, що необхідно отримати практичні навички щодо визначення пріоритетного напрямку діяльності компанії, розрахунку показників проекту та оформлення його частин, розробки бізнес-плану, оцінки економічної ефективності проекту, налагодження, розвитку та узгодження взаємодії зі стейкхолдерами, які беруть участь у проектній діяльності, використання методів фінансового планування та проекту.

Контрольна робота складається з таких пунктів: вступ, відповідь на теоретичне питання №1, відповідь на теоретичне питання №2 та список використаних джерел. Кожна відповідь на теоретичне запитання розглядається на протязі 3-4 сторінок і ґрунтується на додатковій літературі або інформації, знайдений в мережі Інтернет.

ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ №1

Виникнення будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань: хто виступає як конкретні споживачі, яким є ринок продукту підприємства, які кошти необхідні для реалізації проекту, чи виправдовує себе проект економічно тощо. Задля отримання відповідей на ці запитання й складається бізнес-план¹.

Бізнес-план є документом, який містить систему ув'язаних в часі й просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на 11 отримання прибутку, внаслідок реалізації підприємницького проекту. Це результат планування, зафіксований у стислій та зрозумілій формі документа. Він виступає інструментом досягнення мети, що включає всі основні напрями діяльності суб'єкта бізнесу. [1]

У бізнес-плані формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні й слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту.

Бізнес-план дає можливість визначити життєздатність фірми за умов конкуренції, прогнозує процеси розвитку виробництва, конкретизує шляхи досягнення мети і подолання перешкод, є чинником, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках вкладання коштів у розвиток виробництва.

Структура бізнес плану включає такі елементи[2]:

1. Резюме проекту. У цій частині необхідно описати продукт (і в цілому, сферу діяльності) і ситуацію на ринку, перерахувати конкурентні переваги та ризики, стисло представити організаційну структуру та розподіл фінансів (інвестиційних та власних). Також можна визначити рентабельність та

очікувані показники за обсягом та якістю роботи. Тобто тут має бути викладено загалом ваш бізнес план і бажано, щоб він був максимально привабливим. Хоча резюме і стоїть на початку цього плану, складати його потрібно в останню чергу, коли всі інші розділи будуть готові.

2. Маркетингову кампанію. Тут потрібно скласти докладну стратегію просування. До неї входять: визначення цільової аудиторії, і навіть методів і вартості залучення клієнтів, аналіз ринку й конкуренції, виявлення каналів продажу, позначення етапів і термінів завоювання ринку. Важливо написати орієнтовний план вашого продажу – це допоможе виявити можливі обсяги виторгу та доходів.
3. План виробництва товарів та послуг. Цей пункт описує організацію виробництва та особливості інфраструктури, виробничі ресурси, площі та обладнання. У ньому розписують процес виробництва та методи контролю якості. Крім того, тут потрібно подати розрахунок вкладень та амортизації. Виробничий план дає можливість зрозуміти, з якою динамікою вдасться збільшити виробництво та як краще вибудувати логістику.
4. Організацію робочого процесу. Розділ присвячений організаційній структурі підприємства. Тут ви пишете покрокове керівництво для всіх співробітників із зазначенням завдань та термінів виконання, а також розподіляєте повноваження та відповідальність для кожного. Вибудовуєте систему контролю та розписуєте очікувані результати від роботи.
5. Опис товару/послуги. Це потрібно для того, щоб чітко розуміти, який товар/послугу ви випускаєте та орієнтовно уявити, як виглядають ваші потенційні клієнти, створити картину цільової аудиторії. Перед цим важливо проаналізувати ринок, щоб точно знати, що ви поставлятимете унікальний товар/послугу або ж вигідно виділятимете серед конкурентів. Тут необхідно точно позначити: чим же ви будете краще за інших і чому клієнт захоче вибрати саме вас? Очевидно, що успіх у бізнесі має на увазі

вашу конкурентоспроможність. У цій частині плану виділіть вашу унікальну торгову пропозицію (УТП) – яскраву відмінність від інших компаній або інших продуктів, за якою клієнт зможе безпомилково відрізнити вас і сказати: “Оце так!”

6. Фінансовий план. У цьому розділі структури бізнес плану має бути представлений кошторис з детальними розрахунками собівартості продукту чи послуги, а також прибутків або збитків. Це таке докладне планування бюджету підприємства. Крім того, у ньому потрібно оцінити витрати: одноразові – на приміщення та обладнання, періодичні – на зарплату, оренду та інші платежі, сировину тощо. Тут же вказується період інвестування (приблизний), точка беззбитковості та точка окупності. Усі дані для фінансового плану беруться із фінансової моделі, порядок побудови якої ми розглянули у цій статті раніше.
7. Перспективи розвитку та прогноз ризиків. Прогнозування результатів – важлива частина бізнес плану і його структури. Виходячи з попередніх пунктів та фінансових показників, потрібно дати оцінку вашому бізнесу. Сюди входить і прогноз руху фінансів та прогноз ризиків. Об’єктивний погляд на те, яким буде проєкт насправді – допоможе виправити недоліки. Ще важливо заздалегідь підготувати та написати способи мінімізації ризиків.

Стандартами бізнес-планування прийнято називати типові вимоги до структури та змісту бізнес-плану, які використовуються в діяльності впливових міжнародних чи національних інституцій, рекомендовані для практичного використання визнаними консалтинговими структурами або визначені у певному нормативному документі.

В міжнародній практиці найбільш визнаними та впливовими інституціями, які мають власне уявлення (вимоги) до змісту бізнес-плану є такі всесвітньовідомі консалтингові структури як: UNIDO, KPMG, ЄБPP, TESIS, IFC, BFM Group[3].

1.1. Стандарти бізнес плану UNIDO

Абревіатура UNIDO розшифровується як United Nations Industrial Development Organization, що в перекладі з англійської означає Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку. Таким чином, методологія складання UNIDO бізнес-плану — це перелік рекомендацій щодо складання такого типу плану для підприємств промислового сектору.

Бізнес план UNIDO включає такі розділи:

1. Резюме. Тут міститься загальна інформація про проєкт, коротка інформація про терміни кредитування, гарантії повернення, обсяги інвестицій.
2. Основна ідея проєкту. Необхідно надати повну інформацію про компанію, галузь. Складається докладний опис перспектив розвитку. Наводяться докладні розрахунки фінансових показників, описується структура компанії, напрямки її діяльності, партнерські зв'язки
3. Опис товару чи послуг. Розділ включає відомості про запропоновану підприємцем продукцію або послуги, з якими він виходить на ринок. Сюди належить найменування товару, показники, сфера його застосування, вивчається конкурентоспроможність, сертифікати, ліцензії.
4. Аналіз ринку та маркетинг. Слід докладно описати ринок збуту. У цьому блоці бізнес плану ЮНІДО наводиться аналіз конкурентів, сильні, слабкі сторони, маркетингові дослідження, перспективи розвитку.
5. План виробництва. Вказується географічне розташування компанії, наявність транспортного сполучення, комунікацій. Проводиться аналіз кадрового складу підприємства обсягу виробництва. Обов'язково слід зазначити розрахунки заробітної плати, поточних витрат на сировину та виробництво, а також надати звіт з екологічної безпеки компанії.

6. Організаційний план. Розділ містить докладну схему організації кадрів підприємства, підрозділів, керівного складу.
7. Фінансовий план. Тут зазначаються всі фінансові розрахунки витрат на підготовчий, основний період, податкові платежі, складається звіт про доходи, витрати, аналіз прибутку, рух грошових коштів та прогнозований баланс.
8. Оцінка ефективності проєкту. Наводиться розрахунок ефективності нового підприємства, і навіть аналіз чутливості до різних чинників.
9. Гарантії та ризики. У блоці необхідно вказати інформацію щодо окупності та повернення коштів. Особливе місце приділяється аналізу можливих ризиків.
10. Додатки. Бізнес план ЮНІДО слід доповнити реєстраційними документами підприємства, кресленнями, діаграмами, схемами, розрахунками. Слід додати результати маркетингових досліджень та фінансово-економічні розрахунки.

1.2. Структура за стандартами ЄБРР

ЄБРР є найбільшим світовим інвестором, вкладаючи у перспективні підприємства як власні кошти, а й залучаючи прямі західні інвестиції.

З цією метою Європейським банком було розроблено власний стандарт такого планування, прийнятий та підтриманий 61 країною, яка бере участь у цьому проєкті.

Мінімальна сума кредиту, що видає ЄБРР, становить 5 млн євро. Тому важливо правильно скласти бізнес план ЄБРР, щоб мати всі шанси на залучення такої інвестиції у свій бізнес. Корисні шаблони документів, в тому числі й плану ЄБРР, можна знайти на офіційному сайті ЄБРР.

Структура документа за стандартами Європейського банку містить такі блоки:

- титульний аркуш;
- меморандум конфіденційності;
- вступну частину;
- опис підприємства;
- опис бізнес-проєкту;
- потреби у фінансуванні;
- додатки.

1.3. Структура бізнес плану підприємства за рекомендаціями Міністерства економіки України

Бізнес-план підприємства його структура та призначення відповідно до рекомендацій українського Міністерства економіки – це “золота середина” між світовим та вітчизняним плануванням. Згідно з запропонованими Мінекономіки Методичними рекомендаціями, у бізнес-плані компанії обов’язково мусять бути присутні такі складові підрозділи:

- резюме;
- опис підприємства;
- опис продукції/послуг, які виробляються/надаються на підприємстві;
- детальне дослідження ринку збуту;
- опис конкурентного середовища та сильних сторін підприємства;
- маркетинговий план;
- виробничий план;

- організаційний план;
- план охорони природного середовища;
- фінансово-інвестиційний план;
- ризик-аналіз;
- бюджетно-економічну ефективність інвестицій;
- можливі соціально-економічні наслідки.

ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ №2

Модель маркетинг – мікс, або також званий комплекс маркетингу є основним елементом будь-якої бізнес стратегії. Модель проста і універсальна у використанні, і являє собою якийсь чек-лист для результативного розвитку продукту компанії на ринку. Саме через свою простоту модель маркетинг міксу може використовувати будь-хто – навіть людина, що не є фахівцем в області маркетингу. [4]

Комплекс маркетингу 4Р — це чотири основні компоненти, які компанія використовує, щоб впливати на ринок і досягати маркетингових цілей. Кожен з елементів має вирішальне значення для розробки ефективної стратегії. Ось короткий огляд та поради щодо застосування:

Спочатку комплекс маркетингу складався з чотирьох елементів (4Р), згодом ускладнювався і в результаті перейшов в комплекс маркетингу 5Р і 7Р. Розберемо детально кожен елемент сучасного комплексу маркетингу і дамо рекомендації по використанню моделі на практиці. Спочатку комплекс маркетингу включав тільки 4 основні елементи. Такий маркетинг мікс називається базовою моделлю 4Р.

Складові маркетинг-мікс 4Р: товар, ціна, місце, просування можуть бути використані будь-якою компанією.

1. Товар (product) – головний елемент комплексу маркетингу. Розкривається через такі категорії: упаковка, асортимент, якість, торгова марка, післяпродажне обслуговування, сервіс, можливість повернення, обміну тощо.
2. Ціна (price) розглядається з погляду підходів до ціноутворення: преїскуранти, знижки, націнка, терміни виплати, кредит, умови платежу тощо. Ціна встановлюється таким чином, щоб сприяти продажу і водночас забезпечувати певний дохід підприємству.
3. Місце (place) або дистрибуція (розповсюдження)— це дії, які здійснює підприємство для забезпечення доставки товару цільовій групі споживачів у

потрібне місце і час. Його характеризують такі категорії: канали розподілу (збуту), посередники, рівні збуту, транспортування, складський запас, розміщення, підготовка торгового персоналу та ін.

4. Просування (promotion) – створення інформаційних взаємозв'язків підприємства зі своїм цільовим ринком (споживачами). Тут мається на увазі: зв'язок з громадськістю, реклама, виставки, персональний продаж, стимулювання збуту, PR, метод прямого продажу та ін.

Концепція маркетинг-мікс 5P включає ще один елемент – люди (People) – продавці і покупці товару (маркетинг відносин) – розробка кадрової політики компанії (підбір і навчання персоналу, орієнтованого на клієнта і цілі фірми), формування потенційних клієнтів. Як напрямок маркетингової діяльності з'явилося відносно недавно в якості доповнення до німецької школи маркетингу (4P). Концепція «5P» (комплекс) на практиці реалізується в структурі функціонального маркетингу. Нові 3P, включені в модель 7P: Процес, Люди і Відчутність більш відповідають ринку B2B (бізнес для бізнесу) і підходять для комплексу маркетингу на ринку послуг.

Стандартизований маркетинговий комплекс – міжнародна маркетингова стратегія з використання в основному тієї самої продукції, реклами, каналів збуту й інших елементів маркетингового комплексу на всіх міжнародних ринках компанії.[4]

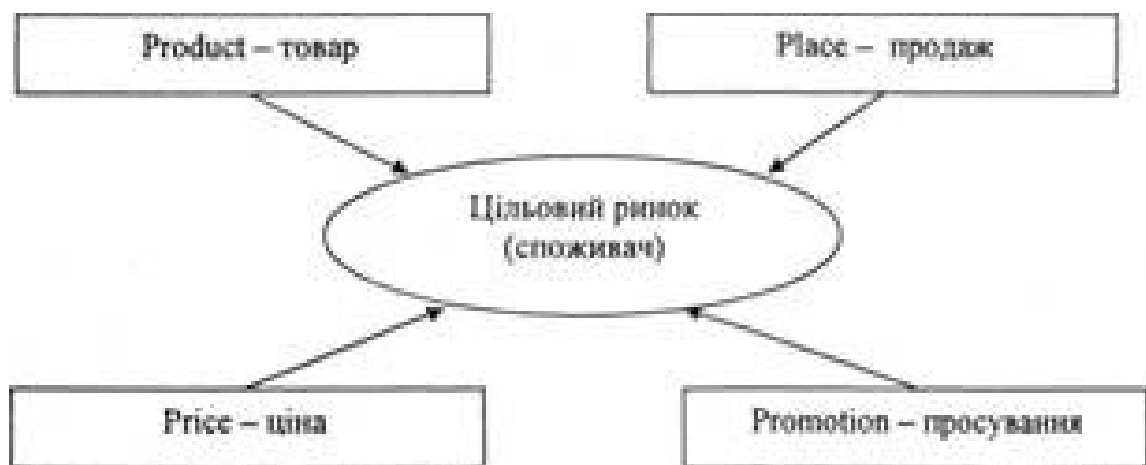


Рисунок 1. Комплекс маркетингу 4P.[5]

СПИСОК СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича [Електронний ресурс]. Одержано 3
https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/2020_Biznes-planuvannja_pidprijemnickoji_dijalnosti.pdf.
2. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара [Електронний ресурс]. Одержано 3
https://www.dnu.dp.ua/docs/vybir/fecon/program_5a4f49c14a81d.pdf.
3. Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова [Електронний ресурс]. Одержано 3
https://mmgh.kname.edu.ua/images/presentations/Bis_plan_Samoylenko.pdf.
4. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [Електронний ресурс]. Одержано 3
https://mmgh.kname.edu.ua/images/presentations/Bis_plan_Samoylenko.pdf.
5. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [Електронний ресурс]. Одержано 3
https://pidru4niki.com/82276/marketing/kompleks_marketingu.