ГО «Центр просвітництва та розвитку людини»

Логістика підприємницької діяльності

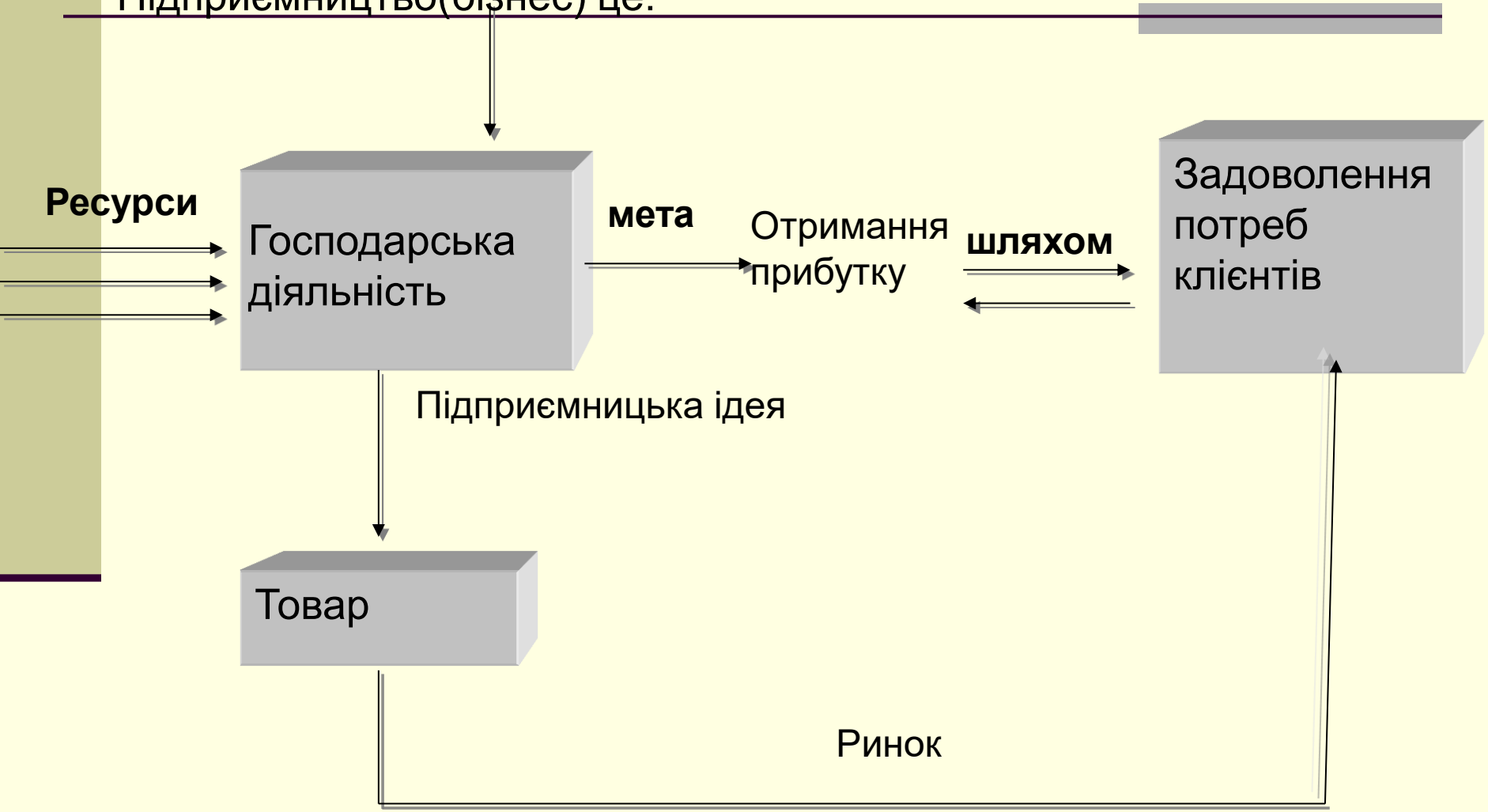
Господарський Кодекс України дає наступне визначення:

- Стаття 42.

  Підприємництво - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Логістика підприємницької діяльності

Підприємництво(бізнес) це:



Процес створення власної справи складається з трьох стадій:

- Підготовчої,
- Установчої,
- Організаційної

Стадії	*Етапи*
1. Підготовча	Прийняття рішення про підприємницьку діяльність
	Визначення цілей та розробка стратегії підприємницької діяльності
	Вибір організаційно-правової форми підприємництва
2. Установча	Визначення складу засновників
	Визначення величини та джерел формування початкового капіталу
	Розробка назви підприємства
	Підготовка установчих (засновницьких) документів
	Державна реєстрація
	Оформлення атрибутів підприємства (печатка, бланки, рахунок у банку, вивіска, куток споживача, сайт)
	Ліцензування, патентування деяких видів діяльності (при необхідності)
3. Організаційна	Організація управління підприємством (див. розділ 6)
	Формування мереж постачання ресурсів і реалізації продукції
	Підбір персоналу
	Організація виробничого (операційного) процесу

Підприємницька ідея

- конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності,продукуючи певний товар,
- а також чітке усвідомлення мети цієї діяльності, шляхів та засобів її досягнення, розуміння про необхідні ресурси.

Як виникає бізнес-ідея?

БАЧЕННЯ

ОСМИСЛЕННЯ

ЗБІР ТА АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЇ

БІЗНЕС ІДЕЯ

Генерування бізнес-ідей

Ідеї генеруються на базі двох підходів:

1. Я вмію це робити, маю необхідні ресурси.

2. Я можу запропонувати людям те, що їм потрібно.

Критерії для аналізу бізнес-ідеї

- Наявність ресурсів для її реалізації.
- Попит на ринку.
- Термін для впровадження.
- Чи задовольняється потреба клієнтів?
- Чи можна фінансувати проект? Чи можна отримати державну підтримку.
- Наявність навичок
- Чи справиться команда?

Класифікація ресурсів

В залежності від походження ресурси класифікують:

- людські (особисті якості, знання та навички, бізнес-ідея…)
- природні (земля, вода, повітря…)
- капітал (технічні засоби, матеріальні засоби, технології, фінанси…)

В залежності від приналежності розрізняють:

- ресурси особисті (внутрішні)
- зовнішні ресурси (можливості).

Навики і ресурси

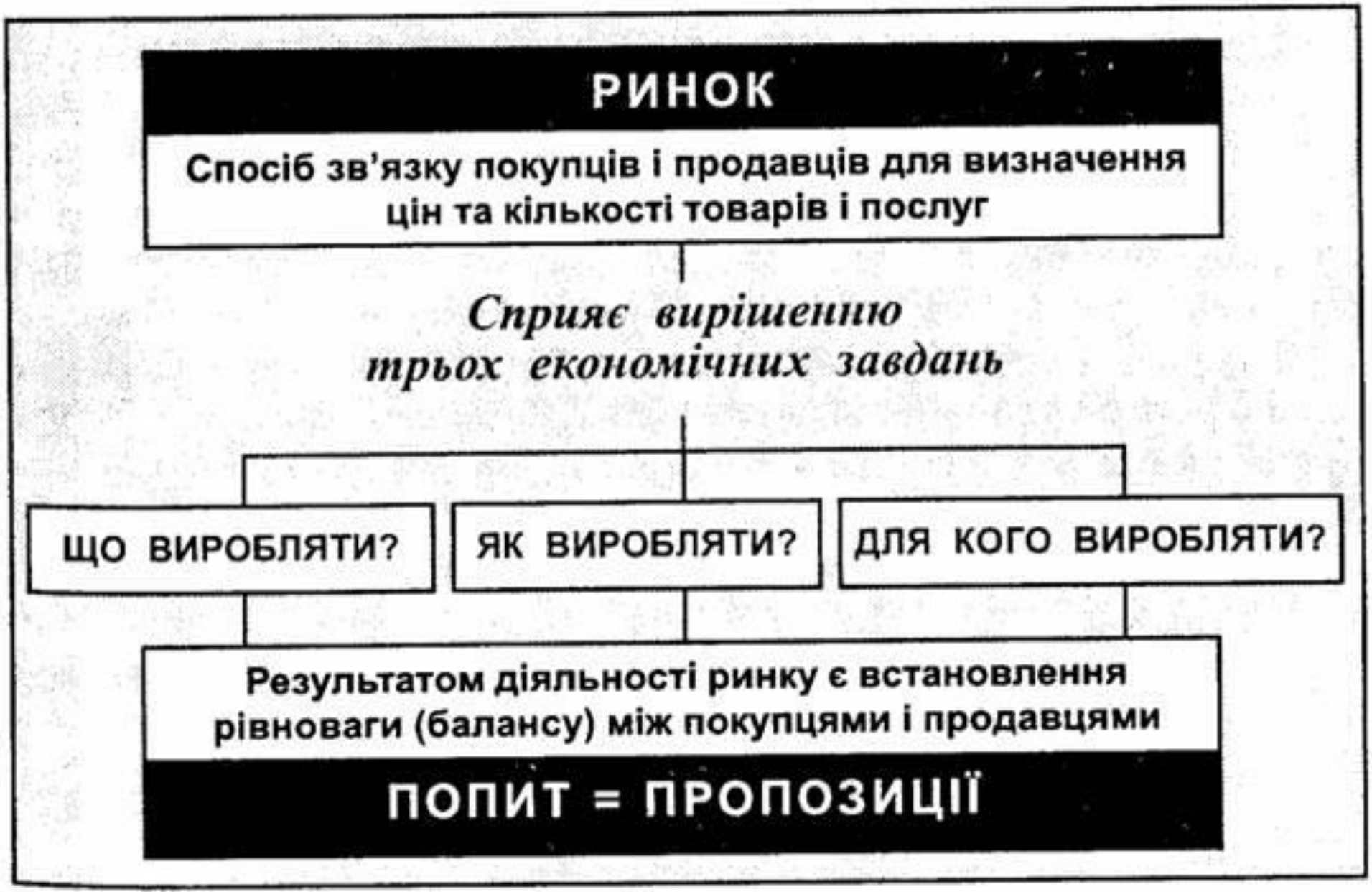
- Необхідно дати відповідь на 3 важливих запитання: «Що я вмію?» (вміння виробляти щось власними руками, вміння користуватись чимось, практичні навички), «Що я знаю?» (знання та навички, які можна передати), «Що я маю?» (будь-які ресурси: матеріальні, технічні, фінансові, людські, інтелектуальні тощо)

Що я вмію?	**Яким чином це можна використати**
1_____	1._____
2 _____	2._____
3 _____	3._____
4 _____	4._____
5 _____	5._____

Що я знаю?	**Яким чином це можна використати**
1_____	1._____
2 _____	2._____
3 _____	3._____
4 _____	4._____
5 _____	5._____

Що я маю?	**Яким чином це можна використати**
1_____	1._____
2 _____	2._____
3 _____	3._____
4 _____	4._____
5 _____	5._____

Схема функціонування ринку



Потреби

- це різні види «нестачі» чого-небудь, що відчуває особа у визначений проміжок часу.
- Потреба виникає тоді, коли людина відчуває фізіологічно або психологічно нестачу (відсутність) чогось, тобто знаходиться в стані внутрішнього дискомфорту.
- Про існування потреб можна дізнатися на підставі поведінки людей.

Потреби служать мотивом до дії.

Сегментація ринку

- Щоб бути успішними в конкурентному середовищі, потрібно орієнтувати свій товар на задоволення потреб чітко визначеного покупця (сегменту).
- Цільовий ринок (сегмент) складається із сукупності людей з схожими потребами по відношенню до конкретного товару, вони складають *сегмент ринку для даного товару*.

Аналіз клієнтів

1.Хто Ваші Клієнти(споживачі)?

- - Фізичні особи:
- - Вік----------
- - Рівень доходів----------
- - Сімейний стан----------
- - Спосіб життя----------
- --Місце проживання ----------
- --Стать----------
- -- Суб'єкти підприємництва:

2.Для чого Вони роблять покупки?

- - Для задоволення нагальних потреб?
- - Для подарунку?
- - Для себе в якості предмету розкоші?
- - В зв'язку з екстремальною ситуацією?
- - Для дозвілля, чи як предмет задоволення ?
- - Щоб продемонструвати свій достаток чи смак?
- - Інше
- - Для підприємницької діяльності

3.Які блага (вигоди) одержують клієнти, купуючи Ваш товар?

- - Зручність
- - Якість
- - Надійність
- - Підвищення продуктивності праці
- - Сервіс
- - Інше
- ----------

4.Коли Ваші клієнти роблять ці покупки?

- - Регулярно, протягом цілого року
- - Сезонно
- - В особливих випадках
- - В певний час
- - Інше
- ----------

5.Де Ваші клієнти роблять ці покупки?

- - Де їм зручно
- - Вони готові їхати кудись, щоб зробити цю покупку?
- - Тільки у вас
- - Інше

Маркетинг

- це управлінський процес, який відповідає за визначення та прогнозування потреб споживачів з прибутком для підприємств
- це процес визначення попиту та потреб покупця і їх задоволення - з метою одержання прибутку.
- маркетинг можна уявити собі у вигляді кола, що починається з вашої бізнес-ідеї і замикається в момент продажу товару та отримання прибутку.

Завдання маркетингу

Визначити потенційних клієнтів

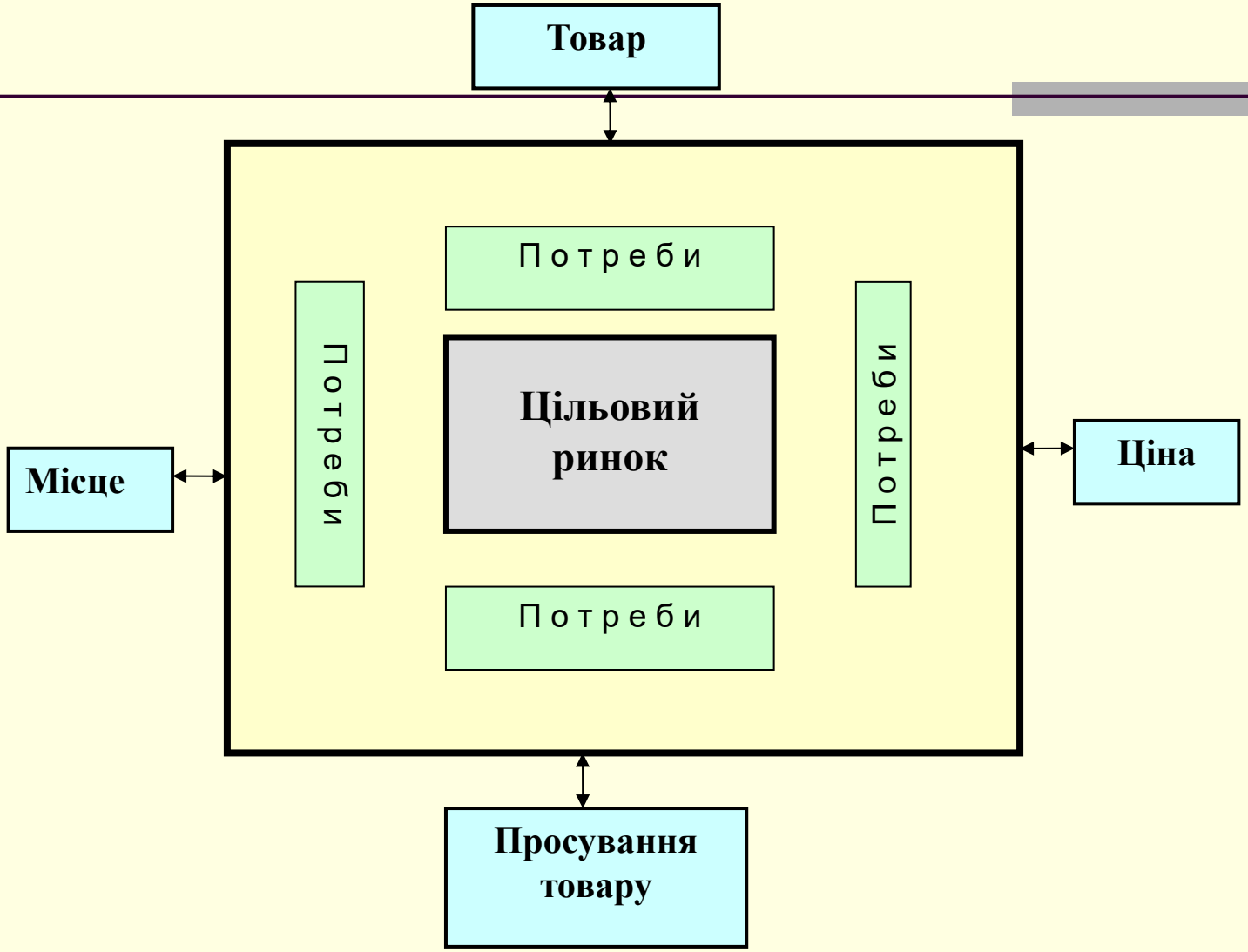
Визначити їх потреби

Направити маркетингову діяльність на задоволення цих потреб та їх відновлення

Маркетинг стосується двох речей: **товарів та ринків**

Ринок	Існуючий товар на існуючому ринку	Новий товар на існуючому ринку
	Існуючий товар на новому ринку	Новий товар на новому ринку

Товар


Товар
Потреби
Потреби
Цільовий ринок
Потреби
Потреби
Місце
Ціна
Просування товару

Компоненти маркетингової стратегії – це 4 "P" (Маркетингові комунікації):

- **P**roduct (товар) – виробництво, продаж товарів або надання послуг, необхідних споживачам
- **P**rice (ціна) – розробка правильної стратегії ціноутворення
- **P**romotion (просування) – інформування споживачів про запропоновані товари та послуги
- **P**lace (місце) - вибір шляхів та методів збуту.

Організаційно-правові форми підприємництва

Види підприємств:

- Товариство з обмеженою відповідальністю;
- Акціонерне товариство;
- Повне товариство;
- Командитне товариство.

Вибір!?

- фізична особа підприємець тов;
- повне товариство;
- командитне товариство;
- акціонерне товариство

Перелік документів для державної реєстрації

- ф.10 - на проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця;
- паспорт громадянина України (вклеєні фотографії);
- копію довідки про включення заявника до Державного реєстру фізичних осіб-платників податків та інших обов'язкових платежів (ідентифікаційний код);
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації ФО (34 грн.)

Перелік документів для державної реєстрації

- ф.1 - на проведення державної реєстрації;
- Статут
- Засновницький договір
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації ФО (170 грн.)

Формування початкового капіталу

- Організація нового підприємства будь-якого типу неминуче пов'язана з наявністю капіталу.
- Початковим називають капітал, який вкладають у будь-яку власну справу від самого початку реалізації підприємницького проекту.
- Розмір початкового капіталу визначається на основі економічних розрахунків у залежності від потреб (витрат) для реалізації підприємницької ідеї.

Основні види початкових витрат

- Плата за реєстрацію.
- Статутний фонд.
- Ліцензії та патенти.
- Приміщення (купівля ремонт оренда).
- Обладнання.
- Транспортні засоби.
- Реклама.
- Сировина та матеріали.
- Непередбачені витрати.

Основні джерела формування фінансових ресурсів :

Джерела формування фінансових ресурсів		
Власні	Позичкові	Притягнуті
Власні кошти (особисті і засновників)	Довгострокові кредити банків і інші кредитні ресурси. Цільовий державний кредит, спрямований на конкретний вид інвестування. Лізинг.	Внесок сторонніх вітчизняних і закордонних інвесторів (грант, безповоротна фінансова допомога).

Типи виробничих витрат

Початкові витрати	Змінні витрати	Постійні витрати
Плата за реєстрацію фірми Статутний фонд Ліцензії та патенти Приміщення (купівля, ремонт) Оформлення приміщення Обладнання Машини Початкові запаси сировини Оплата бухгалтерських послуг Реклама Резерв для непередбачуваних витрат	Сировина та матеріали Податки з продаж (ПДВ) Зміни запасів Заробітна плата продавця (якщо сплачується відсоток від реалізації) Витрати на транспортні засоби Погодинна оплата праці Інші змінні витрати	Плата за комунальні послуги Амортизація Зарплата персоналу Оренда Витрати на страхування Судові, реєстраційні та професійні витрати Реклама Витрати на сплату процентних ставок Податки (за виключенням податку на прибуток)

Точка беззбитковості (нульової рентабельності)

визначає момент появи прибутку, виражений в одиницях продажу товару, тобто ту мінімальну кількість товарів, яку потрібно продати, щоб покрити витрати.

- Точка беззбитковості визначається з рівності Доходи = Витратам

Точка беззбитковості (нульової рентабельності)

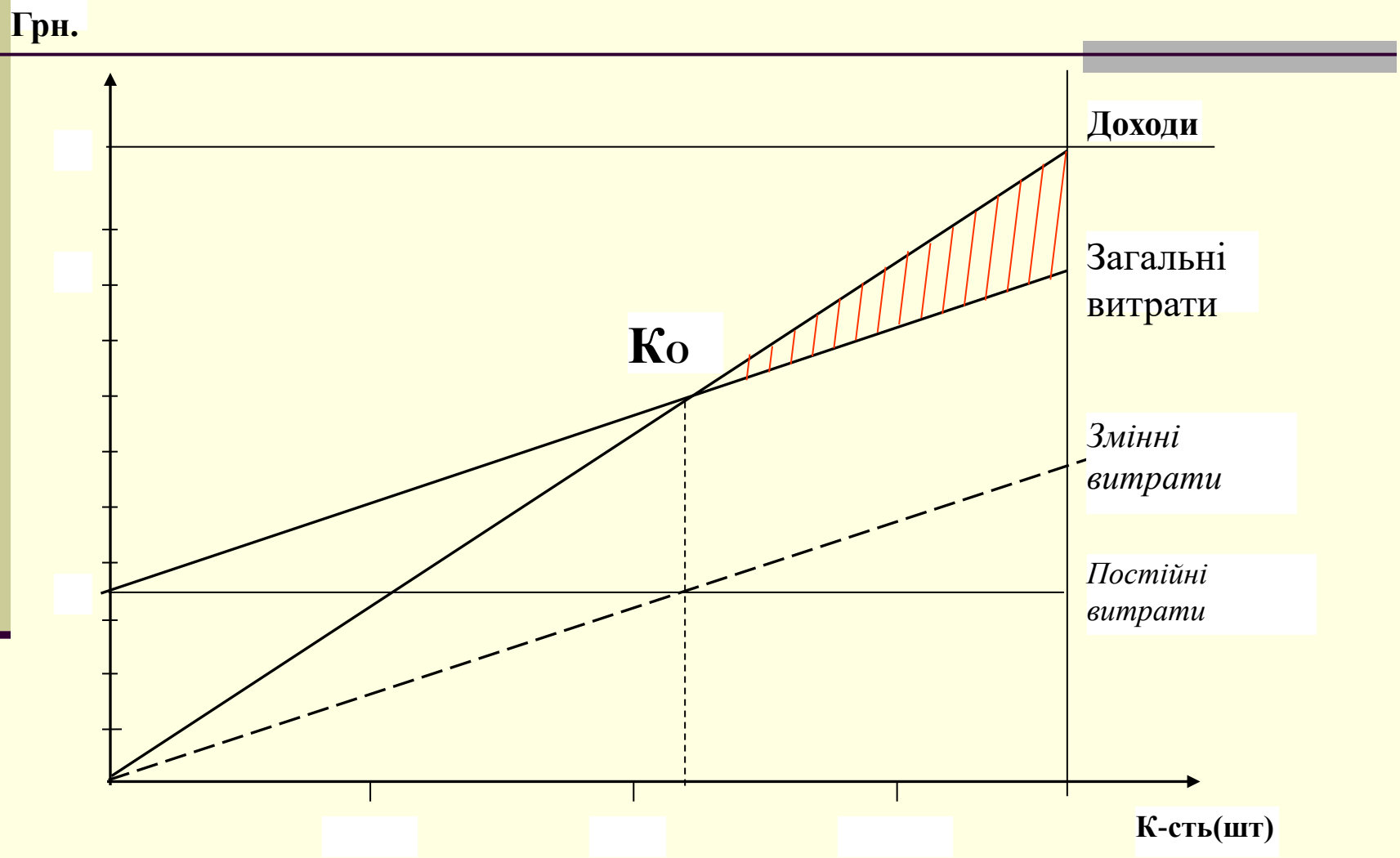
$$Цр \times Ко = ПВ + ЗВ_1 \times Ко$$

$$Ко = \frac{ПВ}{Цр - ЗВ_1}$$

Ко – кількість одиниць товару, яку необхідно продати, щоб отримати прибуток;

- **Цр** - ринкова ціна;
- **ПВ** – сукупні постійні витрати за період;
- **$ЗВ_1$** – змінні витрати на одиницю товару.

Точка беззбитковості



Бізнес-план

- ***Бізнес-план*** - це план розвитку підприємства, необхідний для реалізації бізнес-ідеї, для освоєння нових сфер діяльності, створення нових видів бізнесу.
- Бізнес-план дає можливість оцінити життєздатність підприємства в умовах конкуренції, дає орієнтири для діяльності, є аргументом для одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.
- Вдало розробивши бізнес-план, можна знайти надійний інструмент у змаганні з конкурентами й у розширенні свого власного справи.
- Правильно складений бізнес-план має аргументовано відповісти на питання: чи варто вкладати кошти в задуману справу й чи дасть вона прибуток, який виправдає затрачені зусилля та кошти?

Бізнес -план

- Незалежно від сфери діяльності й особливостей компанії, що готовить бізнес-план, можна відзначити кілька стандартних етапів, які необхідно послідовно пройти при його розробці:
- *1. Визначення мети написання бізнес-плану*
  Як правило, ціль бізнес-плану визначається переліком проблем, які покликаний вирішити бізнес-план.
- *2. Чітке визначення кола читачів бізнес-плану*
  Варто чітко представляти, чи готується бізнес-план для внутрішнього використання персоналом підприємства або ж він призначений для вивчення іншими особами, яких фірма хотіла би бачити як своїх інвесторів - майбутні акціонери, комерційні банки, венчурні капіталісти й ін.
- *3. Збір інформації, необхідної для написання бізнес-плану*
  На цьому етапі необхідно виявити джерела необхідної для розробки бізнес-плану інформації й нагромадити певний стартовий масив інформації для початку роботи над бізнес-планом.
- *4. Вибір структури бізнес-плану й безпосереднє написання тексту пояснювальної записки*

Етапи бізнес-планування:

1. Підготовка бізнес – плану;
2. Написання бізнес - плану
3. Затвердження бізнес – плану
4. Виконання бізнес – плану
5. Контроль за виконанням
6. Внесення змін в бізнес - план

Структура бізнес-плану

Універсальною основою будь-якого бізнес-плану, на яку можуть накладатися різні додаткові аспекти, є наступні розділи:

1. *Резюме. (мета та короткий узагальнюючий опис всіх розділів бізнес - плану).*
2. *Опис компанії (підприємства).*
3. *Продукт або послуга.*
4. *Аналіз ринку.*
5. *Маркетинговий план.*
6. *Виробництво.*
7. *Організаційно – управлінська структура та персонал*
8. *Фінансові прогнози та фінансові плани.*
9. *Аналіз можливих ризиків*
10. *SWOT – аналіз*
11. *План впровадження проекту*
12. *Додатки.*