

FEATURES OF DEVELOPMENT AND PRESENTATION OF BUSINESS PROJECTS

H. PENCHUK, L. ZAKREVSKA
National University of Food Technologies

Key words:

*Business project
Presentation
Investment
Marketing plan
Confidentiality*

Article history:

Received 27.03.2020
Received in revised form
10.04.2020
Accepted 24.04.2020

Corresponding author:

H. PENCHUK
E-mail:
npnuht@ukr.net

ABSTRACT

The article is devoted to the study of the features of the development and presentation of business projects. The article reveals the essence of the concept of a business project as a complex document that fully reflects all aspects of an entrepreneurial idea and represents a formal proposal aimed at practical implementation. The existing classifications and methods for developing business projects are presented. The main stages of the business project life cycle are defined and its typical structure is presented. It is stated that the business project must necessarily cover the existing risks and insurance methods, as well as evaluate its effectiveness. Groups of indicators that are used to evaluate the effectiveness of a business project are highlighted.

The main and most common mistakes that companies make when developing a business project presentation are identified: too long speech, when listening to which investors lose interest in the project; monotony of the speaker's voice, as well as typical templates for speaking without emotion and using gestures; speech with errors or not rehearsing the text of the presentation; using too much visual material or text slides in the text; ignoring the rules of the business style of communication; presenting conclusions in sections of the presentation that meet the needs of the speaker only and ignore the interests of the audience; lack of information about the project team, their ability in the field of Analytics and marketing, etc. Its standard structure and stages of submission of the material are provided.

The rules for developing the presentation of business projects are highlighted. It is proved that the correct development of the project and its presentation provides opportunities for the company: to modernize production; to take new and expand its positions at the market, to make long-term plans for its development, to open new areas of activity; to develop goals and achieve them, to level business risks; to get access to a credit line; to participate in a joint venture; to convey business ideas and entrepreneurial solutions to the investor, to attract his attention and attract external resources.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЄКТІВ

Г. С. Пенчук, Л. М. Закревська

Національний університет харчових технологій

Стаття присвячена дослідженню особливостей розроблення та презентації бізнес-проектів. Розкрито сутність поняття бізнес-проекту як комплексного документа, який максимально повно відображає всі аспекти підприємницької ідеї і являє собою оформлену пропозицію, спрямовану на її практичне впровадження. Представлено існуючі класифікації та методики розроблення бізнес-проектів. Визначено основні етапи життєвого циклу бізнес-проекту та подано його типову структуру. Зазначено, що у бізнес-проекті обов'язково необхідно висвітлювати наявні ризики і шляхи страхування, а також надавати оцінку його ефективності. Виділено групи показників, за якими оцінюють ефективність бізнес-проекту.

Виявлено основні та найпоширеніші помилки, яких допускаються підприємства під час розроблення презентації бізнес-проектів: занадто тривалий виступ, при прослуховуванні якого інвестори втрачають інтерес до проекту; монотонність голосу оратора, а також типові шаблони для виступу без емоційності і використання жестів; мова з помилками або невідрепетитований текст презентації; використання в тексті занадто великої кількості наочного матеріалу або текстових слайдів; ігнорування правил ділового стилю спілкування; викладення в розділах презентації висновків, що задовольняють потреби виключно виступаючої сторони та ігнорують інтереси слухачів; відсутність у презентації відомостей про команду проекту, їхні здібності у сфері аналітики та маркетингу тощо. Надано її стандартну структуру та етапи подачі матеріалу.

Виокремлено правила розробки презентації бізнес-проектів. Доведено, що правильне розроблення проекту та його презентації надає можливості підприємству модернізувати виробництво; займати нові і розширювати свої позиції на ринку, складати перспективні плани свого розвитку, відкривати нові напрями діяльності; розробляти цілі організації та досягати їх, нівелювати ризики бізнесу; дістати доступ до кредитної лінії; брати участь в спільному підприємстві; донести до інвестора бізнес-ідеї та підприємницькі рішення, привернути його увагу та залучити зовнішні ресурси.

Ключові слова: бізнес-проект, презентація, інвестиції, план маркетингу, конфіденційність.

Постановка проблеми. В ринковій економіці бізнес-проект є документом, який використовується в усіх сферах роботи підприємства. Загалом, правильне розроблення проекту та його презентації надає можливості підприємству модернізувати виробництво; займати нові і розширювати свої позиції на ринку, складати перспективні плани свого розвитку, відкривати нові напрями діяльності; розробляти цілі організації та досягати їх, нівелювати ризики бізнесу; мати доступ до кредитної лінії; брати участь в спільному підприємстві; донести до

інвестора бізнес-ідеї та підприємницькі рішення, привернути його увагу та залучити зовнішні ресурси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розроблення та презентації бізнес-проектів висвітлено у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких: В. Н. Беседіна, А. Ю. Беліков, Н. А. Волгіна, І. З. Должанський, Т. О. Загорна, С. А. Карташова, Н. Я. Коваленко, О. В. Короткова, О. М. Левченко, А. А. Нікіфорова, В. М. Попов, В. А. Савченко та ін. Незважаючи на різноплановість і глибину проведених досліджень, у вітчизняній науці недостатньо приділяється уваги визначенню сутності, значенню та функцій бізнес-проектів, вимог до його змісту та структури; розробленню методики розрахунку ключових показників, що свідчать про доцільність реалізації бізнес-ідеї, обґрунтуванню доцільності реалізації розробленого бізнес-проектів підприємства тощо.

Метою статті є дослідження особливостей розроблення та презентації бізнес-проектів.

Викладення основних результатів дослідження. Бізнес-проект — це комплексний документ, який максимально повно відображає всі аспекти підприємницької ідеї і являє собою оформлену пропозицію, спрямовану на її практичне впровадження [2].

Розроблення бізнес-проектів — це складний процес, який передбачає вибір відповідної методики що передусім залежить від його виду.

Нині існує велика кількість видів бізнес-проектів, які класифікують за різними ознаками (рис.).

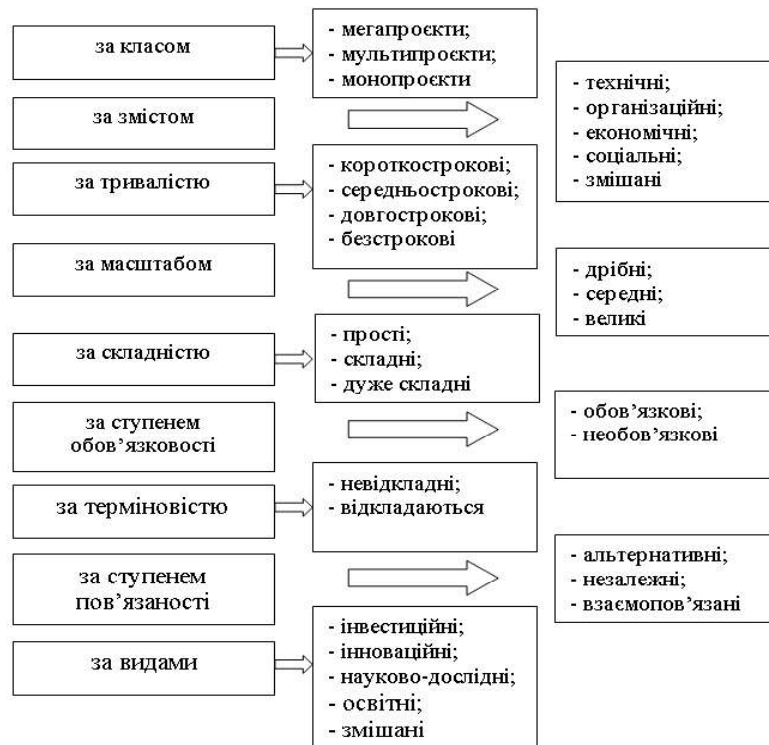


Рис. Класифікація бізнес-проектів, [2]

Дані рисунка свідчать, що розглянуті бізнес-проекти мають велику кількість відмінностей, але це тільки на перший погляд. Їх об'єднує послідовне проходження основних етапів життєвого циклу бізнес-проекту, що характеризуються різною тривалістю і витратами на їх проходження:

1. Виникнення підприємницької ідеї та складання бізнес-плану.
2. Розробка бізнес-проекту та подання його на впровадження.
3. Впровадження бізнес-проекту і вихід на ринок.
4. Розвиток запропонованої в бізнес-проекті справи.
5. Вихід з ринку у зв'язку із зростанням ризику визнання підприємства банкрутом.
6. Впровадження нового бізнес-проекту, перехід до якого було передбачено, що і є початком першого етапу життєвого циклу нового бізнес-проекту.

Якщо розглядати життєвий цикл бізнес-проекту з точки зору інвестора, то сукупність другого, третього і четвертого етапів можна назвати етапом реалізації проекту, яка складається з трьох фаз:

1. Передінвестиційної, під час якої визначаються інвестиційні можливості, надається агрегована оцінка існуючим альтернативним проектам, аналізуються загальні (макропідхід) і приватні (мікропідхід) можливості обраного проекту, проводиться попереднє і детальне обґрунтування доцільності інвестування в даний проект.

2. Інвестиційної, під час якої готуються установчі документи, відбувається узгодження організаційної структури управління і контролю за реалізацією проекту, придбання технології, детальне планування і проектування реалізації проекту, підписання необхідних контрактів і договорів, будівництво будівель, споруд та встановлення обладнання, навчання персоналу, введення в експлуатацію потужностей підприємства, проведення передвиробничого маркетингу для підготовки споживача до нововведення.

3. Виробничої, під час якої розпочинається ведення господарської діяльності підприємства, повернення кредитів і виплата дивідендів [2].

Нині існує досить широкий вибір вітчизняних та зарубіжних методик розроблення бізнес-проекту, серед яких найбільшу популярність на ринку України отримали:

- методика «UNIDO» і її електронна версія «COMFAR», яка розроблена ООН з промислового розвитку для країн з підготовки промислових техніко-економічних обґрунтувань;

- методика фірми «Goldman, Sachs&Co», яка є лідером інвестиційного бізнесу;

- методика інтернаціонально консультативно-аудиторської фірми «Ernst&Young»;

- методика Всесвітнього банку реконструкції та розвитку.

Окрім вище зазначених, інвестори використовують і власні методики та правила розроблення бізнес-проектів, але, незважаючи на таку різноманітність, всі вони мають певні принципи побудови, які несуттєво відрізняються один від одного.

Загалом, бізнес-проект складається з восьми розділів, які тісно пов'язані між собою:

1. Титульний аркуш, на якому зазначається:

- найменування підприємства, посада та прізвище особи, до якої направляється бізнес-проект;
- найменування, адреса та засоби зв'язку з підприємством, що впроваджує проект;
- повне найменування проекту;
- коротке найменування проекту;
- прізвище та засоби зв'язку з автором ідеї і розробником проекту;
- дата початку реалізації проекту;
- тривалість проекту;
- актуальність даних проекту;
- дата складання.

2. Меморандум про конфіденційність. На практиці вказівка на конфіденційність бізнес-проекту оформляється так: «Цей бізнес-проект є конфіденційним. Він є власністю поименованих у ньому осіб і призначений для використання лише тими особами, яким передається. Копіювання й використання іншими способами будь-яких елементів його змісту забороняється без попереднього погодження з фірмою» [3].

3. Анотація та резюме. Анотація — це максимально коротка інформація про пропонований бізнес-проект і основні його результати. Максимальний її обсяг — одна сторінка, яка містить таку інформацію:

- суть пропонованого проекту та місце реалізації;
- результати реалізації;
- необхідні ресурси;
- основні фінансово-економічні показники;
- пропонована форма та умови участі інвестора;
- гарантії з повернення інвестицій.

Резюме — це короткий (3 сторінки) огляд підприємницького проекту, його ключових, найбільш важливих і значущих аспектів, здатних привернути увагу потенційного інвестора та зацікавити його в подальшому детальнішому вивченні бізнес-проекту [3]. У ньому наводиться така інформація:

- суть проекту;
- ефективність проекту;
- відомості про підприємство, що реалізує проект;
- механізм управління проектом;
- фінансування проекту;
- план та гарантії повернення інвестицій.

Зазначені розділи повинні бути розташовані на початку бізнес-проекту хоча розробляються вони в останню чергу після написання й оформлення всіх інших.

Розроблення й оцінка бізнес-проекту розпочинається з плану маркетингу, який є найбільш складним і трудомістким розділом виконуваної роботи.

4. План маркетингу. У нього включаються відомості про стан галузі на міжнародному ринку, її експортні можливості, а також виробничо-господарські зв'язки з іншими галузями народного господарства, які будуть зацікавлені в

пропонованій продукції. Задля зручності написання цей розділ можна розбити на декілька підрозділів, а саме:

4.1. Опис товару. У цьому підрозділі необхідно подати наочне і переконливе уявлення про товар. Це може бути фотографія, малюнок або просто його опис, який включає:

- найменування товару;
- короткий опис і основні його характеристики;
- призначення, сфера застосування, перспективність випуску та конкурентоспроможність;
- ступінь готовності до виробництва;
- наявність і необхідність ліцензій, сертифіката якості та інших документів;
- безпеку й екологічність;
- опис упаковки;
- гарантії на товар;
- особливості оподаткування та наявність різних пільг у процесі його виробництва і реалізації.

4.2. Ринок споживача, який передбачає надання інформації про споживчі характеристики товару задля переконання інвестора в існуванні реального ринку збуту товару і у здатності його реалізувати.

4.3. Ринок виробника (конкурентів). Аналіз ринку конкурентів можна розділити на дві частини: загальний аналіз і детальний аналіз. Загальний аналіз включає визначення потенційних конкурентів і оцінку рівня конкуренції на ньому. Детальний аналіз включає визначення та оцінку конкурентоспроможності основних конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони і розробку основних напрямів реалізації товару на цьому ринку.

4.4. Ринок цін. Аналіз ринку цін починається з аналізу вже сформованих цін на ідентичні, подібні товари або товари замітники (субституту) у конкурентів. Визначаються основні межі коливання цін, на підставі чого розраховуються мінімальні, максимальні і середні ціни на реалізацію пропонованого товару. Потім проводиться опитування потенційних споживачів, в результаті якого визначаються мінімальна, максимальна і середня ціна товару. У результаті зіставлення отриманої інформації робляться попередні висновки про рівень і гранично допустимі коливання оптимальних цін на пропонований товар.

4.5. Просування товару на ринку. Описуються шляхи та методи просування товару на ринок.

5. Виробничий план. У цьому розділі бізнес-проекту необхідно надати наступну інформацію:

- місце розташування підприємства і розвиток інфраструктури регіону;
- забезпеченість земельними площами;
- альтернативні варіанти розміщення підприємства;
- забезпеченість виробничими площами та приміщеннями;
- забезпеченість транспортом, зв'язком, енергетичним та інженерним обладнанням;
- технологія, якість і сертифікація виробництва;
- необхідне обладнання, оснащення, інструмент;

- необхідні ресурси;
- постачальники сировини та матеріалів;
- циклограма виробництва і реалізації продукції;
- екологічність і безпеку виробництва.

Якщо є можливість, вся інформація заноситься в таблиці.

6. Організаційний план. У цьому розділі бізнес-проекту необхідно надати таку інформацію:

- підтримка і різного виду пільги в організації бізнесу;
- команда управління і провідні спеціалісти;
- основні партнери по реалізації проекту;
- штатний розклад підприємства;
- режим роботи;
- оплата праці і стимулювання працівників підприємства;
- контракти, договори та посадові інструкції з працівниками.

Розробка організаційного плану базується на юридичних документах, основний з яких Кодекс законів про працю.

7. Юридичний план, у якому вказуються законодавчі, нормативні та інші документи, що мають правову силу і ставлення до даного проекту, в тому числі:

- установчі документи підприємства;
- ліцензії;
- патенти, авторські права;
- сертифікати;
- особливості оподаткування підприємства;
- договори та гарантійні листи.

8. Фінансовий план. Це останній розділ розробки бізнес-проекту, який дає кількісну оцінку всієї проведеної роботи. Обов'язково необхідно висвітлити наявні ризики і шляхи страхування проекту, а також надати оцінку його ефективності.

Загалом розрізняють чотири основні групи показників, за якими оцінюють ефективність бізнес-проекту [1]:

1. Показники комерційної ефективності, що враховують фінансові наслідки реалізації проекту для його безпосередніх учасників (фінансова спроможність проекту, економічна ефективність інвестицій).

2. Показники бюджетної ефективності, що відображають фінансові наслідки здійснення проекту для федерального, регіонального та місцевого бюджету (бюджетний ефект).

3. Показники економічної ефективності, що враховують витрати й результати, пов'язані з реалізацією проекту, що виходять за межі прямих фінансових інтересів учасників інвестиційного проекту й допускають вартісне вимірювання.

4. Показники оцінки соціальних та екологічних наслідків проекту, а також витрат, пов'язаних із соціальними заходами та охороною навколишнього середовища.

Однак, незважаючи на таку складну і ємну структуру, бізнес-проект не повинен бути дуже переповнений складними термінами, бо це навряд зацікавить інвестора, який, можливо не розбирається у них досконало. Такі ж самі принципи

покладені і в основу презентації бізнес-проекту, яка також часто буває наповнена великою кількістю інформації, що абсолютно не стосується проекту. Досить непрофесійно для інвестора виглядає бізнес-проект, в якому половина інформації являє особисті досягнення авторів, тридцять відсотків інформації представлена професійними термінами, а на безпосередній опис самого бізнесу відводиться лише двадцять відсотків [5].

Також до основних помилок презентації бізнес-проекту можна віднести такі моменти [4]:

1. Занадто тривалий виступ, при прослуховуванні якого інвестори втрачають інтерес до проекту.
2. Монотонність голосу оратора, а також типові шаблони для виступу без емоційності і використання жестів. Або навпаки, прояв зайвих емоцій, що відлякують аудиторію.
3. Мова з помилками або невідрепетирований текст презентації.
4. Використання в тексті занадто великої кількості наочного матеріалу або текстових слайдів. Ідентична ситуація і при занадто низькій кількості ілюстрацій.
5. Ігнорування правил ділового стилю спілкування.
6. Викладення в розділах презентації висновків, що задовольняють потреби виключно виступаючої сторони та ігнорують інтереси слухачів.
7. Відсутність у презентації відомостей про команду проекту, їх здібності у сфері аналітики та маркетингу.

Інвестиційні компанії звикли вкладати кошти тільки в ті проекти, керівники яких готові розкрити свої лідерські якості. Приховування ж інформації про об'єкт субсидування, неясно поставлені цілі і завдання проекту відлякують інвесторів. Тому презентацію бізнес-проекту варто створювати так, щоб задовольнити обидві сторони.

У стандартну структуру презентації входять такі складові:

1. Опис продукції або послуги.
2. Ринковий сегмент, в якому обов'язково необхідно надати інформацію про конкурентів і зазначити кількість потенційних клієнтів.
3. Маркетингова політика компанії.
4. Першочергові завдання у фінансовому плані.
5. Представлення співробітників, що займаються реалізацією стратегії бізнес-ідеї.
6. Розмір необхідного субсидування та цілі його застосування.
7. Дії, спрямовані на захист інвестицій.

Оптимальним часом презентації прийнято вважати проміжок часу, який не перевищує 20 хвилин. При цьому варто враховувати такі етапи подачі матеріалу [4]:

1. Коротке ознайомлення слухачів з позицією компанії і основними розділами проекту. Цей етап повинен привернути увагу інвесторів. Його тривалість не перевищує однієї хвилини.
2. Аргументування вибору цього проекту. Підприємцю варто наводити незаперечні аргументи, що дають змогу інвестору зрозуміти, що саме цей проект і

ця компанія є ідеальним варіантом для плідної і довгострокової співпраці. Акцент варто зробити на ознайомленні з конкретним результатом, наявними напрацюваннями, демонстрації професіоналізму співробітників компанії. Максимальна тривалість етапу становить 5 хвилин.

3. Представлення ідеї. Цей етап презентації є найтривалішим — 10 хвилин. Бізнесмен повинен оголосити суть проекту і підкріпити її конкретним матеріалом, що містить покрокові пропозиції, які забезпечують реалізацію ідеї. Важливо приділити увагу докладним характеристикам проекту, зробити акцент на унікальності ідеї. Крім того, в цей етап входить і розбір фінансової складової. Оратор озвучує прибуток і терміни виплати доходу з інвестицій.

4. Підсумки. Цей етап триває не більше 4 хвилин. За цей час доповідач повинен донести до інвесторів, чого вдасться досягти за їх участю. Важливо розвіяти всі сумніви субсидуючої сторони в актуальності проекту.

Наприкінці підприємець зобов'язаний подякувати слухачам за надану можливість ознайомити їх з матеріалом.

Окрім зазначеного, при підготовці презентації необхідно дотримуватися таких правил: для її оформлення використовувати спеціальне програмне забезпечення; готова презентація повинна бути проста і зрозуміла слухачам; доповідачу варто сфокусуватися на основах ідеї і прибрати з текстового представлення багаторівневі поняття; доповідач повинен бути готовим до можливих запитань з боку слухачів, на які важливо дати вичерпну і компетентну відповідь; під час доповіді варто згадати про особисті досягнення тощо.

Перед початком виступу гостям заходу варто вручити невеликі брошури, що містять інформацію про бізнес-ідею, характеристики продукції, статті доходів і витрат підприємства, ймовірний рівень прибутку готового бізнесу і супутні ризики.

Висновки

Отже, розроблення бізнес-проекту та його презентація є найважливішими ланками у ході оцінки стратегії розвитку підприємницької ідеї. Цей творчий процес вимагає великої кількості різного роду ресурсів: фінансових, трудових і інтелектуальних. Крім цього, необхідно знати загальні правила оформлення та подання бізнес-проекту інвестору. Фахівці зауважують, що правильно розроблені бізнес-проект та його презентація повинні вказати на ключові його переваги та причини, за яких споживачі повинні будуть платити за певну послугу або товар. При цьому для інвесторів потрібно зазначити суму фінансових коштів, які необхідні підприємству для старту, розширення або підтримки його поточної діяльності. Не варто забувати й про перспективи та можливості зростання, ризики та способи їх нівелювання, список членів команди, партнерів, конкурентів, а також діючих та потенційних клієнтів підприємства. Ця інформація сформує повну картину та допоможе інвесторам прийняти більш зважене рішення щодо фінансування того чи іншого проекту.

Перспективним напрямом досліджень є технології розроблення інноваційних бізнес-проектів, які б забезпечували поінформованість потенційних реалізаторів

проєкту про ймовірність прибутковості проєкту, безпечність його виконання, адаптивність до змін ринкової кон'юнктури.

Література

1. Аналіз капітальних вкладень. Методи відбору та реалізації інвестиційних проєктів. URL: https://stud.com.ua/45529/ekonomika/analiz_kapitalnih_vkladen_metodi_vidboru_realizatsiyi_investitsiynih_proektiv.
2. Беликов А. Ю. Разработка и оценка типового бизнес-проекта: уч. пособ. Иркутск: ФДСЗН, 2011. 90 с.
3. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану. URL: https://studopedia.su/16_62648_vimogi-do-stilyu-napisannya-ta-oformlennya-biznes-planu.html.
4. Как составить презентацию бизнес-проекта. URL: <https://tvoeip.ru/biznes/plan-prezentatsiya>.
5. Короткова О. В. Особливості розроблення та презентації бізнес-планів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 14. С. 34—37.