

УДК 336.15.338.26

**Г.А. Семенов**

доктор економічних наук, професор,  
академік АЕНУ

**А.Г. Семенов**

доктор економічних наук, професор,  
академік АЕНУ

**А.В. Єлькін**

аспірант  
Класичний приватний університет

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*У статті розглянуто особливості методики розробки бізнес-плану металургійного підприємства на прикладі ПАТ "Дніпроспецсталь". Мета розробки бізнес-плану – дати обґрунтовану, сучасну систему оцінювання перспектив розвитку металургійного підприємства, тобто спрогнозувати та спланувати його діяльність на найближчий період і перспективу, виходячи з потреб ринку й можливостей компанії з їх задоволення.*

**Ключові слова:** бізнес-план, методика, витрати, прибуток, окупність.

### I. Вступ

Бізнес-план – короткий, точний, доступний і зрозумілий опис передбачуваного бізнесу, найважливіший інструмент при розгляді великої кількості різних ситуацій, що дає змогу вибрати найбільш перспективні рішення й визначити засоби для їх досягнення.

Бізнес-план є документом, що дає можливість управляти бізнесом, тому його можна представити як невід'ємний елемент стратегічного планування і як керівництво для виконання та контролю. Важливо розглядати бізнес-план як сам процес планування та інструмент внутрішньофірмового управління. Бізнес-план є своєрідним документом, що страхує успіх передбачуваного бізнесу, тоді як бізнес-план – інструмент самонавчання.

Основний центр бізнес-плану – концентрування фінансових ресурсів для вирішення стратегічних завдань, тобто він покликаний допомогти підприємцю вирішити такі основні завдання, пов'язані з функціонуванням фірми [1]:

- визначити конкретні напрями діяльності, перспективні ринки збуту й місце фірми на цих ринках;
- оцінити витрати, необхідні для виготовлення і збуту продукції, порівняти їх з цінами, за якими будуть продаватися товари, щоб визначити потенційну прибутковість проекту;

- виявити відповідність кадрів фірми й умов для мотивації їхньої праці вимогам з досягнення поставлених цілей;
- проаналізувати матеріальне й фінансове становище фірми і визначити, чи відповідають матеріальні та фінансові ресурси досягненню намічених цілей;
- прорахувати ризики й передбачити труднощі, які можуть перешкодити виконанню бізнес-плану.

Бізнес-план допомагає вирішити такі основні завдання:

- 1) визначити конкретний напрям діяльності фірми, цільові ринки і місце фірми на цих ринках;
- 2) сформулювати довготривалі й короткострокові цілі фірми, стратегії і тактики їх досягнення;
- 3) вибрати номенклатуру й визначити показники товарів і послуг, які будуть пропонуватися фірмою споживачам, а також оцінити витрати з їх створення та реалізації;
- 4) оцінити відповідність кадрів фірми та умов мотивації їх праці вимогам з досягнення поставлених цілей;
- 5) визначити склад маркетингових заходів фірми з вивчення ринку, організації реклами, стимулювання продажів, ціноутворення, каналів збуту тощо;
- 6) забезпечити життєздатність своєї фірми в умовах жорстокої конкуренції;
- 7) домогтися максимізації прибутку в конкретних умовах;
- 8) оцінити матеріальне й фінансове становище фірми.

Нехтуючи складанням бізнес-плану, підприємець може виявитися неготовим до тих труднощів, які можуть виникнути на його шляху до успіху, і буде гарячково імпровізувати, що часто закінчується плачевно як для нього, так і для справи, якою він займається.

## II. Постановка завдання

Мета статті – дати обґрунтовану, цілісну, системну оцінку перспектив розвитку фірми, тобто спрогнозувати та спланувати її діяльність на найближчий період і перспективу, виходячи з потреб ринку та можливостей фірми з їх задоволення.

Поряд з головною, визначальною метою складання бізнес-плану мають відобразити інші цілі:

1) соціальні цілі – подолання дефіциту товарів і послуг, оздоровлення екологічної ситуації, поліпшення психологічного клімату в країні, створення нових духовних і культурних цінностей, розвиток науково-технічного й творчого потенціалу, розширення ділових контактів, міжнародних зв'язків;

2) підвищення статусу підприємця – розвиток і зміцнення економічного потенціалу підприємця (включаючи виробничий потенціал, фінансовий, техніко-технологічний, науковий, освітній, а також духовний). Це служить умовою і запорукою можливості успішного проведення подальших угод, підвищення престижу підприємця, породжуваного його популярністю, гарною репутацією, гарантіями високої якості товарів і послуг;

3) інші, спеціальні цілі й завдання – розвиток контактів, зарубіжні поїздки, входження в різноманітні асоціації тощо.

## III. Результати

За допомогою інтернет-забезпечення була зібрана вихідна інформація з баз даних, які надають публічну інформацію ([www.smida.gov.ua](http://www.smida.gov.ua)).

Маючи вихідні дані, можна перейти до розробки бізнес-плану. В основу бізнес-плану потрібно покласти такі принципи й обмеження:

1) будується укрупнений бізнес-план, який є сигналом для дій керівництва підприємства, але збудований бізнес-план не є конкретною рекомендацією щодо дій;

2) використаний обсяг інформації, хоча й великий, але не має внутрішньої інформації щодо дослідженого підприємства – це є недоліком і доводиться робити припущення щодо розробки бізнес-плану;

3) у рамках розробки бізнес-плану запускається програма щодо модернізації підприємства та залучення додаткового інвестування в основні фонди.

Основна мета – попередити керівництво підприємства ПАТ “Дніпроспецсталь” відносно неправильно обраної стратегії розвитку. Тому деякі розділи пропущені та суттєво скорочені.

Спочатку розберемо структуру й особливості майбутнього бізнес-плану з модерні-

зації, цілі, завдання та масштабність бізнес-плану.

Структура розроблювального нами бізнес-плану така:

Розділ 1. Призначення і мета проекту.

Розділ 2. Масштаб і сфера діяльності фірми.

Розділ 3. Завдання фірми.

Розділ 4. Стратегії фірми.

Розділ 5. Галузь.

Розділ 6. Маркетинг-план.

Розділ 7. Фінансовий план.

Розділ 1. Призначення і мета проекту. Сформулюємо основну мету проекту: “Зберегти та збільшити обсяги виробництва залежно від зміни кон'юнктури зовнішніх ринків”.

Розділ 2. Масштаб і сфера діяльності фірми. ПАТ “Дніпроспецсталь” буде виробляти той самий асортимент продукції.

Продукція, що виробляється на підприємстві:

- сталь конструкційна легована;
- сталь підшипникова;
- сталь інструментальна;
- сталь нержавіюча безнікелева;
- сталь нержавіюча нікелевмісна;
- сталь жаростійка.

Розділ 3. Завдання фірми. Відповідно з цілями, масштабом і сферами діяльності наше підприємство ставить перед собою такі завдання:

- збільшити обсяги виробництва;
- зберегти та досягнути лідируючих позицій фірми в галузі на ринку конкурентів за рахунок зміни економічної політики фірми.

Розділ 4. Стратегії фірми. Коли сформульовані мета, масштаб, сфера діяльності та завдання, повинні бути отримані відповіді на запитання стратегії фірми, щоб допомогти їй досягти вирішення поставлених завдань. Стратегії фірми – “надавати споживачам високоякісну сталь на внутрішньому та зовнішньому ринку за справедливими цінами, які завжди нижче порівняно з конкурентами галузі”.

Розділ 5. Галузь. Аналіз галузі – це специфічний розділ бізнес-плану, якому приділялось досить таки багато часу. У рамках розробки бізнес-плану для ПАТ “Дніпроспецсталь” ми будемо використовувати вже підготовлені дані і в рамках цієї статті не будемо зупинятись на тому, як вони були отримані.

Хоча зазначимо, що оцінювання ринку проводилась по 19 підприємствах в Україні з 33 первинних інтегрованих факторів та 30 вторинних інтегрованих факторів. Було виведено “ідеальне” підприємство на ринку виробництва сталі. Розрахунок проводився за допомогою розрахунку регресійного рівняння (табл.1).

## Розрахунок регресійного рівняня

Шаг 01	$X'X$
Шаг 02	$X'Y$
Шаг 03	$(X'X)^{-1}$
Шаг 04	$B = 1/X \times Y = (X'X)^{-1} X'Y$
Контроль	$B_1 = Y/X$
Error	$B - B_1$

Розрахунок середньогалузевих показників проводився в залежності: Активи = f (Дохід). За цією функцією проводились розрахунки по ПАТ “Дніпроспецсталь”. Так сфор-

мована матриця усієї галузі. Результати наведено в табл. 2).

Таблиця 2

## Середньогалузеві показники

Показники	Середньогалузева $Y = f(x)$	ПАТ “Дніпроспецсталь” (за 2011)	ПАТ “Дніпроспецсталь” (середні показники за 2007– 2011 р.)
Загальна собівартість	0,871	0,948	0,907
Собівартість	0,817	0,903	0,854
Відсотки до сплати	0,096	0,04	0,083
Комерційно- управлінські витрати	0,054	0,045	0,053
Прибуток	0,33	0,012	0,01
Податок на прибуток	0,008	0,011	0,009
Чистий прибуток	0,025	0,001	0,001
Матеріальні витрати	0,683	0,829	0,779
Витрати на оплату праці	0,085	0,061	0,07
Відрахування на соціа- льні потреби	0,02	0,023	0,026
Амортизація	0,023	0,008	0,016
Інші витрати	0,047	0,056	0,069
Зміна залишків	-0,004	0,029	0,044
Грошові кошти	0,034	0,059	0,114
Дебіторська заборго- ваність	0,335	0,102	0,132
Запаси	0,102	0,119	0,15
Оборотні кошти	0,471	0,281	0,396
Основні засоби	0,274	0,062	0,112
Інші основні засоби	0,132	0,044	0,063
Інвестиції	0,072	0,012	0,035
Не суттєві основні фо- нди	0,06	0,032	0,025
Необоротні активи	0,406	0,106	0,175
Активи	0,877	0,387	0,571
Будинки, споруди та передаточні засоби	0,118	0,035	0,06
Машини й обладнання	0,12	0,023	0,042
Транспортні засоби	0,03	0,002	0,004
Виробничий та госпо- дарський інвентар	0,005	0,003	0,006
Кредиторська заборго- ваність	0,202	0,158	0,138
Заробітна плата й по- датки	0,013	0,008	0,012
Короткострокові зо- бов'язання	0,215	0,166	0,151
Довгострокові зо- бов'язання	0,156	0,176	0,322
Капітал та резерви	0,506	0,045	0,098

Загальна собівартість = “Собівартість” + “Комерційно-управлінські витрати”.

Собівартість = форма № 2 код 40.

Відсотки до сплати = форма № 2 код 60 + форма №2 код 90 + форма № 2 код 110-165 + форма № 2 код 200-215 + форма № 2 код 226.

Комерційно-управлінські витрати = форма №2 код 70 + форма № 2 код 80.

Прибуток = “Дохід” – “Собівартість” – “Відсотки до сплати” – “Комерційно-управлінські витрати”.

Податок на прибуток = форма № 2 код 180 + форма № 2 код 185 + форма № 2 код 210.

Чистий прибуток = “Прибуток” – “Податок на прибуток”.

Матеріальні витрати = форма № 2 код 230.

Витрати на оплату праці = форма № 2 код 240.

Відрахування на соціальні потреби = форма № 2 код 250.

Амортизація = форма № 2 код 260.

Інші витрати = форма № 2 код 270.

Зміна залишків = форма № 2 код 280 – “Собівартість” – “Комерційно-управлінські витрати”.

Грошові кошти = форма № 1 код 220 + форма № 1 код 230 + форма № 1 код 240 + форма № 1 код 250.

Дебіторська заборгованість = форма № 1 код 150 + форма № 1 код 160 + форма № 1 код 170-210.

Запаси = форма 1 код 100-140.

Оборотні кошти = “Грошові кошти” + “Дебіторська заборгованість” + “Запаси”.

Основні засоби = “Будинки, споруди та передаточні засоби” + “Машини та обладнання” + “Транспортні засоби” + “Виробничий та господарчий інвентар”.

Інші основні засоби = “Інвестиції” + “Не суттєві основні фонди”.

Інвестиції = форма № 1 код 10 + форма № 1 код 40 + форма № 1 код 45 + форма № 1 код 50 + форма № 1 код 60-75.

Не суттєві основні фонди = форма № 1 код 20 + форма № 5 код 160 – 250 + форма № 5 код 100 + форма № 5 код 105 + форма № 5 код 110.

Необоротні активи = “Основні засоби” + “Інші основні засоби”.

Активи = “Оборотні кошти” + “Необоротні активи”.

Будинки, споруди та передаточні засоби = форма № 5 код 120.

Машини й обладнання = форма № 5 код 130.

Транспортні засоби = форма № 5 код 140.

Виробничий та господарський інвентар = форма № 5 код 150.

Кредиторська заборгованість = форма № 1 код 510-540.

Заробітна плата і податки = форма № 1 код 550 -600 + форма № 1 код 630.

Короткострокові зобов'язання = “Кредиторська заборгованість” + “Заробітна плата і податки”.

Довгострокові зобов'язання = форма № 1 код 440 -470 + форма № 1 код 500 + форма № 1 код 610 + форма №1 код 605.

Капітал та резерви = форма № 1 код 300-370 + форма № 1 код 400-420.

Тобто, виходячи з даних табл. 2, можна зробити висновок, що при примірюванні середньоеталонних моделей можливе зниження собівартості на 0,076% порівняно з конкурентами.

Один із способів визначення потенціалу ринку – це порівняння тенденції за провідними країнами світу і країнами, у яких ми працюємо чи будемо працювати. Загалом на зміну кон'юнктури ринку впливає три фактори: ціна, обсяг виробництва, потреба у товарі. Для цього ми будемо використовувати бази даних World Steel Association (<http://www.Worldsteel.org/>) та динаміку цін на міжнародні біржі металу London Exchange Metal (<http://www.Lme.com/>). Спочатку розпочнемо з аналізу виробництва сталі у світі та подамо статистичні дані у вигляді таблиці (за 2011 р.) (табл. 3).

Вихідних даних з цієї таблиці недостатньо, тому виникає необхідність в аналізі даних за поточний рік задля об'єктивності подачі інформації. Дані взяті також з WSA і подані у таблиці нижче помісячно, але немає даних за останні місяці, оскільки станом на 2012 р. вони були прогнозними. На основі цих даних і буде будуватись укрупнений бізнес-план. Наведемо дані динаміки за січень – жовтень 2012 р. (табл. 4).

Оскільки нас цікавить тільки розвиток українських підприємств, то для висновків цих таблиць буде достатньо. Виходячи з таблиць, можна зробити висновок про падіння виробництва сталі в українських товаровиробників за 2012 р. порівняно з 2011 р.

Перейдемо до аналізу наступного фактора – “ціни”. Для цього звернемося до статистичних даних міжнародної біржі металу та роздивимося графік ціни на сталь (рис.) на Лондонській біржі металів (London Metal Exchange, LME) (дол / т).

Після розгляду графіка ціни можна зробити висновок, що підприємство ПАТ “Дніпроспецсталь” показало суттєвий результат за 2010–2011 рр. і зростання доходу завдяки збільшенню ціни на метал, а це означає, що більша частина доходів підприємства складається з експорту сталі. Також потрібно відзначити суттєвий спад виробництва та доходів ПАТ “Дніпроспецсталь” у 2012 р. за рахунок зниження ціни на метал. Також, спираючись на графік ціни, можна сказати, що ринок сталі досяг “дна”, тобто на 2013–2014 рр. можна очікувати спекуляції на ринку.

Таблиця 3

## Статистичні дані з виробництва сталі за 2011р. (за даними WSA)

Name country	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total	%
European Union (27)	14 744	14 627	16 301	15 705	16 199	15 605	14 964	12 730	14 666	15 193	14 193	12 541	177 431	11,91
Other Europe	3040	2745	3055	3038	3164	3060	3070	3037	3214	3325	3084	3345	37 181	2,5
Byelorussia	223	196	228	225	229	218	225	211	221	230	191	216	2614	0,18
Kazakhstan	414	374	442	399	426	412	424	381	361	363	376	328	4699	0,32
Moldova	0	0	0	0	0	48	58	43	63	38	33	30	313	0,02
Russia	5927	5552	6014	5694	5792	5762	5696	5684	5416	5752	5567	5886	68 743	4,61
Ukraine	2918	2722	3154	3063	3068	2776	2811	3079	2954	3059	2923	2804	35 332	2,37
Uzbekistan	58	57	62	66	68	67	64	65	66	53	54	54	733	0,05
CIS (6)	9541	8902	9900	9447	9584	9282	9278	9463	9081	9495	9144	9318	112 434	7,55
United States	7191	6690	7368	7051	7141	7246	7368	7438	7233	7156	7032	7334	86 247	5,79
North America	9859	9100	10 243	9877	10 007	9925	10 093	10 131	9910	9893	9745	10 134	118 927	7,98
South America	3746	3760	4223	4176	4435	4129	4269	4143	3900	3959	3814	3795	48 357	3,25
Africa	1234	1048	1193	1100	1193	1191	1207	1200	1103	1206	1090	1202	13 966	0,94
Middle East	1802	1730	1723	1726	1711	1665	1587	1677	1661	1681	1641	1718	20 325	1,36
China	59 871	54 307	59 416	59 032	60 245	59 932	59 300	58732	56 700	54 673	49 883	52 164	683 265	45,85
India	6145	5734	6124	5731	5942	5960	6160	6160	5950	6150	6000	6150	72 200	4,85
Japan	9655	8936	9113	8433	9049	8886	9152	8909	8889	9478	8697	8397	107 595	7,22
South Korea	5664	5063	5834	5887	5856	5665	5660	5519	5503	6087	5783	5950	68 471	4,60
Taiwan China	2026	1790	2007	1834	1948	1803	1905	1911	1738	1920	1860	1920	22 660	1,52
Asia	83 361	75 830	82494	80 916	83 040	82 246	82 177	81 251	78 780	78 308	72 223	74 581	954 190	64,04
Oceania	733	631	725	709	638	571	616	668	626	473	434	424	7248	0,49
Total 64 countries	128 059	118 372	129 858	126 694	129 971	127 674	127 259	124 301	122 939	123 533	115 368	117 058	1 490 060	100

Джерело: <http://www.worldsteel.org/statistics/statistics-archive/2011-steel-production.html>.

Таблиця 4

## Динаміка з виробництва сталі за 2012 р. за січень – жовтень (за даними WSA)

Name country	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct
European Union (27)	14 148	14 171	15 739	14 949	15 406	14 715	14 249	12 058	14 288	14 224
Other Europe	3334	2899	3335	3081	3282	3151	3264	3176	3187	2996
Byelorussia	215	197	234	235	231	225	232	232	225	235
Kazakhstan	319	295	379	371	272	317	350	345	335	345
Moldova	0	0	54	54	0	47	33	29	30	30
Russia	6049	5857	6181	5844	6072	5743	5889	5909	6234	6440
Ukraine	2873	2513	2955	3000	2965	2840	2600	2671	2708	2800
Uzbekistan	47	56	62	66	75	72	68	64	65	65
CIS (6)	9503	8918	9865	9 570	9615	9243	9172	9250	9597	9915
United States	7707	7544	7961	7829	7913	7239	7325	7622	6809	6918
North America	10 451	10 191	10 852	10 684	10 772	9780	10 014	10 380	9565	9763
South America	3730	3780	4302	4075	3972	3835	3939	3840	3854	4183
Africa/Middle East	2909	2874	2920	2959	2965	2883	2610	2789	2803	2834
China	56 733	55 883	61 581	60 575	61 234	60 213	61 693	58 703	57 946	59 096
India	6357	60 039	6253	6360	6593	6375	6359	6487	6299	6510
Japan	8630	8612	9324	9077	9224	9198	9251	9207	8802	8841
South Korea	5774	5439	6095	5915	6032	5764	5907	5632	5602	5790
Taiwan China	1679	1714	1855	1783	1804	1781	1761	1730	1440	1490
Asia	79 173	77 688	86 108	83 710	84 887	83 330	84 971	81 758	80 088	81 727
Oceania	490	454	463	485	477	485	494	519	511	504
Total 62 countrits	123 738	120 976	132 584	129 512	131 376	127 422	128 713	123 771	123 893	126 145

Джерело: <http://www.worldsteel.org/statistics/crude-steel-production.html>.

Рис. Динаміка ціни на сталь за 2008–2012 рр. ([http://www.lme.com/steel/steel\\_price\\_graphs.asp](http://www.lme.com/steel/steel_price_graphs.asp))

У рамках такої ситуації для збереження обсягів виробництва керівництву ПАТ “Дніпрспецсталь” потрібно утриматись від нарощування обсягів виробництва на найближчі два роки. Також у зв’язку зі спадом обсягів збуту на зовнішніх ринках виникає потреба оцінити обсяги внутрішнього ринку України та інші динамічно розвинуті ринки. У разі неспроможності продажу товару на експорт можна сконцентрувати обсяги продажів на внутрішній ринок.

За даними WSA, споживання сталі в Україні в 2012 р. впаде на 2% (до 6,2 млн т), а в 2013 р. не перевищить 6,7 млн т.

У ПАТ “Дніпрспецсталь” загальний обсяг виробництва сталі та прокату за 2011 р. буде становити 700 тис. т, а за 2012 р. приблизно 600 тис. т, тобто незначна частка серед усіх виробників сталі в Україні. Тому у ПАТ “Дніпрспецсталь” також можливе переорієнтування ринків збуту України при збереженні обсягів виробництва.

Таким чином, можна подати ціни та обсяг виробництва у відсотковому співвідношенні в таблиці та зробити припущення щодо розвитку ціни й обсягів виробництва на заплановані роки (табл. 5).

Таблиця 5

#### Прогнозний план розвитку виробництва

Показники	Роки								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ціна (LME), %	100	110	90	70	70	70	70	70	70
Обсяг виробництва, %	100	127	107	107	107	133	159	184	210
Оцінювання обсягу доходу залежно від ціни та обсягу виробництва, %	100	140	96	75	75	93	111	129	147
Зростання порівняно з минулим роком, %	100	140	69	78	100	124	119	116	114

Ціну на метал спрогнозувати неможливо, тому в плановий період ціна враховується сталою і береться дещо заниженою, ніж зараз.

Також на ціну в майбутньому періоді буде впливати переорієнтація ринку збуту, якщо буде прийняте подібне рішення, то, відповідно до цього, відбудеться зміна обсягів реалізації в бік збільшення. На період 2012–2014 рр. потрібно утриматись від нарощування виробництва. Подібна помилка керівництвом заводу була допущена у 2009–2011 рр., тому 2012 р. закінчиться зниженням доходу для підприємства, оскільки була помилково обрана стратегія роботи підприємства на цей період.

Також у рамках маркетингової стратегії потрібно оцінити та розробити заходи щодо

ринків збуту. Тобто оцінити потенціал внутрішнього ринку. Потенціал ринку можна оцінити за рахунок ринкового закону “попиту та пропозиції”. Якщо вище було зазначено, що нарощувати обсяги виробництва не будуть і продукція буде продаватись на внутрішній ринок, то потрібно оцінити динаміку зростання або зниження ціни та вплив ціни на попит продукції на ринку.

#### IV. Висновки

1. Наведено структуру бізнес-плану для ПАТ “Дніпрспецсталь”, оцінювання ринку проводилось на 19 підприємствах в Україні з 33 первинних інтегрованих факторів та 30 вторинних інтегрованих факторів.

2. Показано динаміку виробництва сталі за 2012 р., за даними WSA, що дає змогу зробити висновок про падіння виробництва

сталі в українських товаровиробників за 2012 р. порівняно з 2011 р.

3. Наведено прогнозний план розвитку підприємства до 2018 р. На період 2013–2014 рр. потрібно утриматися від нарощування виробництва.

**Список використаної літератури**

1. Самарина Г.П. Бизнес-планирование / Г.П. Самарин, С.Е. Дорошко. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 384 с.

2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lme.com/>.

3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/statistics/statistics-archive/2011-steel-production.html>.

4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.Worldsteel.org/statistics/c/steel-production.html>.

Стаття надійшла до редакції 18.02.2013.

**Семенов Г.А., Семенов А.Г., Елькин А.В. Особенности разработки бизнес-плана для металлургического предприятия**

*В статье рассмотрены особенности методики разработки бизнес-плана металлургического предприятия на примере ПАО “Днепропетсталь”. Цель разработки бизнес-плана – дать обоснованную, целостную системную оценку перспектив развития металлургического предприятий, то есть спрогнозировать и спланировать его деятельность на краткосрочный период и перспективу, исходя из потребностей рынка и возможностей политики по их достижению.*

**Ключевые слова:** бизнес-план, методика, затраты, прибыль, окупаемость.

**Semenov G., Semenov A., Elkin A. Features of development of the business plan for the metallurgical enterprise**

*In article features of a technique of development of the business plan of the metallurgical enterprise on the example of PAO “Dnepropetsstal” are considered. Purpose of development of the business plan: to give a reasonable, complete system assessment of prospects of development metallurgical the enterprises, i. e. to predict and plan its activity for the short-term period and prospect, proceeding from requirements of the market and opportunities of policy for their achievement.*

**Key words:** business plan, technique, expenses, profit, payback.