

УДК 338.2

А. Г. Семенов

доктор економічних наук, професор, академік АЕНУ

О. В. Ярошевська

кандидат економічних наук

Г. А. Семенова

Класичний приватний університет

МЕТОДИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Розглянуто метод розробки бізнес-плану для ПАТ “Дніпроспецсталь”. Висвітлено методи розрахунку основних планових показників і дані, прогнозовані до 2018 р. Наведено показник еластичності попиту до ціни ринку України за 2009–2013 рр.

Ключові слова: методи, бізнес-план, акціонерне товариство, планові показники, прогнозований план.

I. Вступ

Практична реалізація будь-якого комерційного проекту значно ускладнюється, чи навіть стає неможливою, без попередньо розробленого бізнес-плану. Цей письмовий документ є не лише важелем управління підприємством, а й засобом необхідного зовнішнього фінансування для започаткування нового або поліпшення діючого бізнесу. Бізнес-план – це документ, який детально описує всі аспекти запланованої вами діяльності, докладно аналізує проблеми, які можуть виникнути в ході реалізації запланованої ідеї, та можливі шляхи їх вирішення.

З вихідними даними можливо перейти до розробки бізнес-плану. В основу бізнес-плану потрібно покласти такі принципи й обмеження:

1. Бізнес-план має бути укрупнений, що є сигналом для дій керівництва підприємства, але не конкретною рекомендацією щодо дій [1].

2. Використаний обсяг інформації, хоча й великий, не має внутрішньої інформації за досліджуваним підприємством – це є недоліком і доводиться робити припущення щодо розробки бізнес-плану.

3. В межах розробки бізнес-плану запускається програма щодо модернізації підприємства та залучення додаткового інвестування в основні фонди.

II. Постановка завдання

Метою статті є висвітлення особливостей розробки бізнес-плану для акціонерного товариства.

III. Результати

Спочатку розберемо структуру майбутнього бізнес-плану з модернізації, 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.

Основна ціль проекту: зберегти та збільшити обсяги виробництва відповідно до зміни кон'юнктури зовнішніх ринків.

ПАТ “Дніпроспецсталь” вироблятиме незмінний асортимент продукції. Продукція підприємства: сталь конструкційна левова, сталь інструментальна, сталь нержавіюча безнікелева, сталь жаростійка.

Відповідно до цілей, масштабу і сфер діяльності підприємство ставить перед собою такі завдання: збільшити об'єми виробництва, зберегти й досягнути лідируючі позиції фірми в галузі на ринку конкурентів за рахунок зміни економічної політики 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 ринках за справедливими цінами, які завжди нижчі за ціни конкурентів галузі” [2].

Аналіз галузі – це специфічний розділ бізнес-плану, якому приділялось чимало часу. В межах розробки бізнес-плану для ПАТ “Дніпроспецсталь” ми використаємо вже підготовлені дані. Хоча зазначимо, що оцінювання ринку проводилося за 19 під-

приємствами в Україні з 33 первісних інтегрованих чинників та 30 вторинних інтегрованих факторів. Було виведено “ідеальне” підприємство на ринку виробництва сталі. Розрахунок здійснювався за допомогою розрахунку регресивного рівняння (табл. 1).

Розрахунок середньогалузевих показників здійснювався в такій залежності:

$$\text{Активи} = f(\text{Дохід}). \quad (1)$$

За цією функцією здійснено розрахунки за ПАТ “Дніпроспецсталь” та сформовано матрицю усієї галузі [3]. Результати подано у табл. 2.

Таблиця 1

Розрахунок регресивного рівняння

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

Таблиця 2

Середньогалузеві показники

	Середньогалузева $Y=f(x)$	ПАТ “Дніпроспецсталь” (за 2013 р.)	ПАТ “Дніпроспецсталь” (середні показники за 2007–2013 рр.)
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 соціальні 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 заборгованість	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
Несуттєві основні фонди	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 та обладнання	0,12	0,023	0,042
Транспортні засоби	0,03	0,002	0,004
Виробничий та господарчий інвентар	0,005	0,003	0,006
Кредиторська заборгованість	0,202	0,158	0,138
Зарплата та податки	0,013	0,008	0,012
Короткострокові зобов'язання	0,215	0,166	0,151
Довгострокові зобов'язання	0,156	0,176	0,322
Капітал і резерви	0,506	0,045	0,098

Виходячи з даних табл. 2, можливо зробити висновок, що при використанні середньоеталонних моделей можливе зниження собівартості на 0,076% порівняно з конкурентами.

Один із способів визначення потенціалу ринку – це порівняння тенденцій за провідними країнами світу і країнами, в яких ми працюємо чи будемо працювати. Загалом на зміну кон'юнктуру ринку впливає три фактори: ціна, обсяг виробництва, потреба в товарі. Для аналізу використаємо статистичні бази даних World Steel Association (<http://www.worldsteel.org/>), а щодо динаміки ціни

на міжнародній біржі металу World Exchange Metal (<http://www.lme.com/>).

Спочатку розпочнемо з аналізу виробництва сталі у світі та подано статистичні дані у вигляді табл. 3.

Вихідних даних (табл. 3) не достатньо, тому виникає необхідність в аналізі даних за поточний рік для об'єктивності подачі інформації. Дані взято з WSA та подано помісячно, але немає даних за останні місяці, оскільки вони є у 2012 р. На основі цих даних і буде будуватись укрупнений бізнес-план. Наведемо дані в табл. 4.

Статистичні дані з виробництва сталі за 2011 р. за даними WSA*

Name cauntre	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Des	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 Union	3 040	2 745	3 055	3 038	3 164	3 060	3 070	3 037	3 214	3 325	3 084	3 345	37 181	2,50
Belorussia	223	196	228	225	229	218	225	211	221	230	191	216	2 614	0,18
Kazakhstan	414	374	442	399	426	412	424	381	361	363	376	328	4 699	0,32
Moldova	0	0	0	0	0	48	58	43	63	38	33	30	313	0,02
Russia	5 927	5 552	6 014	5 694	5 792	5 762	5 696	5 684	5 416	5 752	5 567	5 886	68 743	4,61
Ukraine	2 918	2 722	3 154	3 063	3 068	2 776	2 811	3 079	2 954	3 059	2 923	2 804	35 332	2,37
Uzbekistan	58	57	62	66	68	67	64	65	66	53	54	54	733	0,05
C.I.S (6)	9 541	8 902	9 900	9 447	9 584	9 282	9 278	9 463	9 081	9 495	9 144	9 318	112 434	7,55
United States	7 191	6 690	7 368	7 051	7 141	7 246	7 368	7 438	7 233	7 156	7 032	7 334	86 247	5,79
North America	9 859	9 100	10 243	9 877	10 007	9 925	10 093	10 131	9 910	9 893	9 745	10 134	118 927	7,98
South America	3 746	3 760	4 223	4 176	4 435	4 129	4 269	4 143	3 900	3 959	3 814	3 795	48 357	3,25
Africa	1 234	1 048	1 193	1 100	1 193	1 191	1 207	1 200	1 103	1 206	1 090	1 202	13 966	0,94
Middle East	1 802	1 730	1 723	1 726	1 711	1 665	1 587	1 677	1 661	1 681	1 641	1 718	20 325	1,36
China	59 871	54 307	59 416	59 032	60 245	59 932	59 300	58 752	56 700	54 673	49 883	52 164	683 265	45,85
India	6 145	5 734	6 124	5 731	5 942	5 960	6 160	6 160	5 950	6 150	6 000	6 150	72 200	4,85
Japan	9 655	8 936	9 113	8 433	9 049	8 886	9 152	8 909	8 889	9 478	8 697	8 397	107 595	7,22
South Korea	5 664	5 063	5 834	5 887	5 856	5 665	5 660	5 519	5 503	6 087	5 783	5 950	68 471	4,60
Taiwan, China	2 026	1 790	2 007	1 834	1 948	1 803	1 905	1 911	1 738	1 920	1 860	1 920	22 660	1,52
Asia	83 361	75 830	82 494	80 916	83 040	82 246	82 177	81 251	78 780	78 308	72 223	74 581	954 190	64,04

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

Таблиця 4

Виробництво сталі за січень–жовтень 2012 р. за даними WSA*

Name cauntre	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 Union	3 334	2 899	3 335	3 081	3 282	3 151	3 264	3 176	3 187	2 996
Belorussia	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	6 049	5 857	6 181	5 844	6 072	5 743	5 889	5 909	6 234	6 440
Ukraine	2 873	2 513	2 955	3 000	2 965	2 840	2 600	2 671	2 708	2 800
Uzbekistan	47	56	62	66	75	72	68	64	65	65
C.I.S (6)	9 503	8 918	9 865	9 570	9 615	9 243	9 172	9 250	9 597	9 915
United States	7 707	7 544	7 961	7 829	7 913	7 239	7 325	7 622	6 809	6 918
North America	10 451	10 191	10 852	10 684	10 772	9 780	10 014	10 380	9 565	9 763
South America	3 730	3 780	4 302	4 075	3 972	3 835	3 939	3 840	3 854	4 183
Africa / Middle East	2 909	2 874	2 920	2 959	2 965	2 883	2 610	2 789	2 803	2 834
China	56 733	55 883	61 581	60 575	61 234	60 213	61 693	58 703	57 946	59 096
India	6 357	6 039	6 253	6 360	6 593	6 375	6 359	6 487	6 299	6 510
Japan	8 630	8 612	9 324	9 077	9 224	9 198	9 251	9 207	8 802	8 841
South Korea	5 774	5 439	6 095	5 915	6 032	5 764	5 907	5 632	5 602	5 790
Taiwan, China	1 679	1 714	1 855	1 783	1 804	1 781	1 761	1 730	1 440	1 490
Asia	79 173	77 688	85 108	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 countries 62	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>.

Оскільки нас цікавить тільки розвиток українських підприємств, то для висновків цих таблиць буде достатньо. Згідно з даними таблиць спостерігається падіння виробництва сталі українських товаровиробників за 2012 р. порівняно з 2011 р.

Проаналізуємо наступний фактор: "ціну". Для цього звернемося до статистичних даних міжнародної біржі металу та роздивимося такий графік ціни на сталь на Лондонській біржі металів (London Metal Exchange, LME), дол./т (рис. 1).

Після розгляду графіка ціни можливо зробити висновок, що підприємство ПАТ "Дніпросталь" показало такий суттєвий результат за 2010–2011 рр. і зростання доходу завдяки росту ціни на метал, а це означає, що більшість доходів підприємства становить експорт сталі. Крім того потрібно зазначити суттєвий спад виробництва та доходів ПАТ "Дніпросталь" у 2012 р. через зниження ціни на метал.

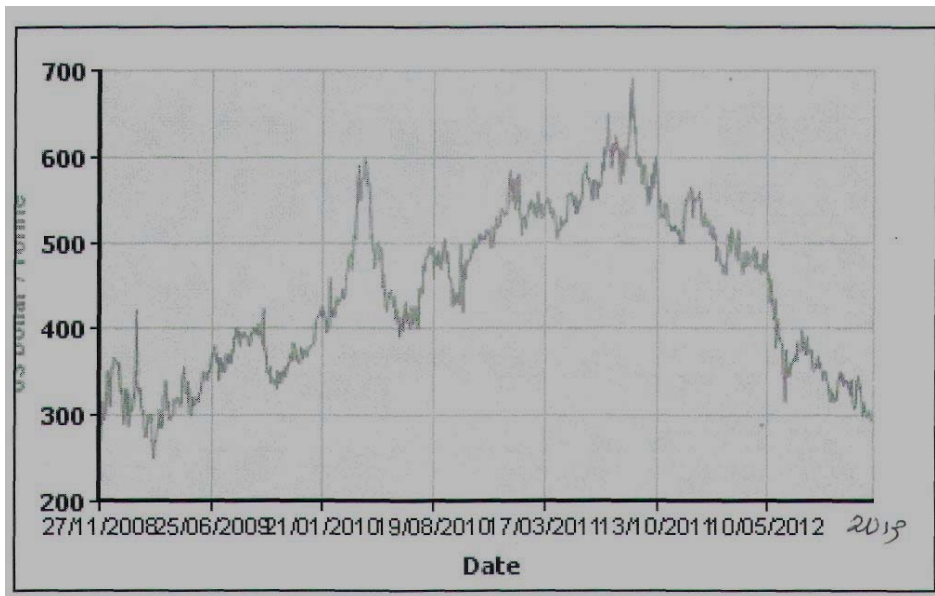


Рис. 1. Динаміка ціни на сталь за 2008–2013 рр.

Також можливо впевнено, вивчивши графік ціни, сказати, що ринок сталі досяг “дна”, тобто на 2013–2014 рр. очікувані спекуляції на ринку. В межах такої ситуації для збереження обсягів виробництва керівництву ПАТ “Дніпроспецсталь” потрібно утриматись від нарощування обсягів виробництва найближчі 2 роки. Крім того, 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 є можливість сконцентрувати обсяг продажу на внутрішній ринок.

За даними WSA споживання сталі в Україні у 2012 р. впало на 2% (до 6,2 млн т), а в

2013 р. не перевищує 6,7 млн т. У ПАТ “Дніпроспецсталь” загальний обсяг виробництва сталі та прокату становить за 2011 р. 700 тис. т, а за 2012 р. – близько 600 тис. т, тобто незначна частка серед усіх виробників сталі на Україні. Тому у ПАТ “Дніпроспецсталь” також є можливість переорієнтування ринків збуту України при збереженні обсягів виробництва.

Можемо подати ціни й обсяг виробництва у відсотковому співвідношенні в таблиці, а також розробити перспективи розвитку ціни та обсягів виробництва на заплановані роки (табл. 5).

Таблиця 5

Прогнозований план розвитку підприємства, %

Назва	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Ціна (LME)	100	110	90	70	70	70	70	70	70
Обсяг виробництва	100	127	107	107	107	133	159	184	210
Оцінка обсягу доходу в відповідно до 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, на жаль, спрогнозувати неможливо, тому у плановий період ціну враховують сталою і беруть дещо заниженою ніж зараз. Також на ціну в майбутньому періоді буде впливати переорієнтація ринку збуту, якщо буде прийняте подібне рішення, відповідно до цього буде зміна обсягів реалізації в бік збільшення. На період 2013–2014 рр. потрібно утриматись від нарощування виробництва. Подібна помилка керівництва заводу була допущена у 2009–2011 рр., тому 2012 р. закінчився зниженням виробництва та доходу для підприємства, оскільки помилковою була обрана стратегія роботи підприємства на цей період.

Крім того, в межах маркетингової стратегії потрібно оцінити й розробити заходи щодо ринків збуту – оцінити потенціал внутрішнього ринку. Потенціал ринку оцінюють за ринковим законом “попиту та пропозиції”. Якщо вище зазначено, що нарощування обсягів виробництва не буде і продукція буде продаватись на внутрішній ринок, то потрібно оцінити динаміку зростання або зниження ціни та вплив ціни на попит продукції на ринку. Для цього використовують коефіцієнт дугової еластичності:

$$Q = f(P), \quad (2)$$

де Q – обсяг попиту на цей товар;

P – ціна товару на ринку.

Отже, є можливість зобразити внутрішні загальні ціни на металопродукцію та попит на продукцію, та розрахувати еластичність за 2009–2012 рр. (дані про внутрішні ціни

отримані з аналітики щодо обсягів попиту з WSA).

Виходячи з табл. 6, побудуємо графік еластичності попиту за ціною на внутрішньому ринку за 2009–2012 рр. (рис. 2).

Таблиця 6

Статистичні дані обсягу попиту на ринку України за даними WSA

	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Обсяг попиту, млн т	4379	6244	6327	6200	6700

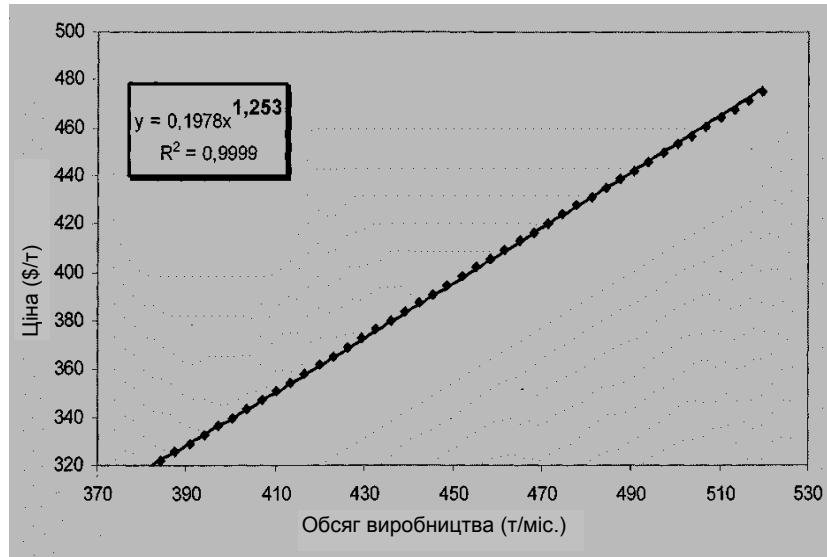


Рис. 2. Еластичність попиту за ціною ринку України за 2009–2012 рр.

З побудованого графіка можливо зробити висновок, що при падінні ціни на товар у 1% частка продукції на ринку збільшується у 1,25%. Розрахуємо величину еластичності попиту за ціною на внутрішньому ринку на 2013 р., враховуючи, що сукупний попит ринку зростає с 6200 т за рік до 6700 т (рис. 3).

Враховуючи зростання попиту на продукцію, можливо передбачити, що зростання чи падіння ціни призведе до зростання част-

ки продукції на ринку на 1,28%, але все ж таки у розрахунках беруть занижені показники для спрощення математичних дій.

Оскільки обсяги виробництва зростати не будуть, то візьмемо їх за 100% або 1. Враховуючи ці допущення оцінимо вплив ціни на продукцію на національному ринку виробників відповідно до факторів “собівартість”, “прибуток” та “дохід” (рис. 4).

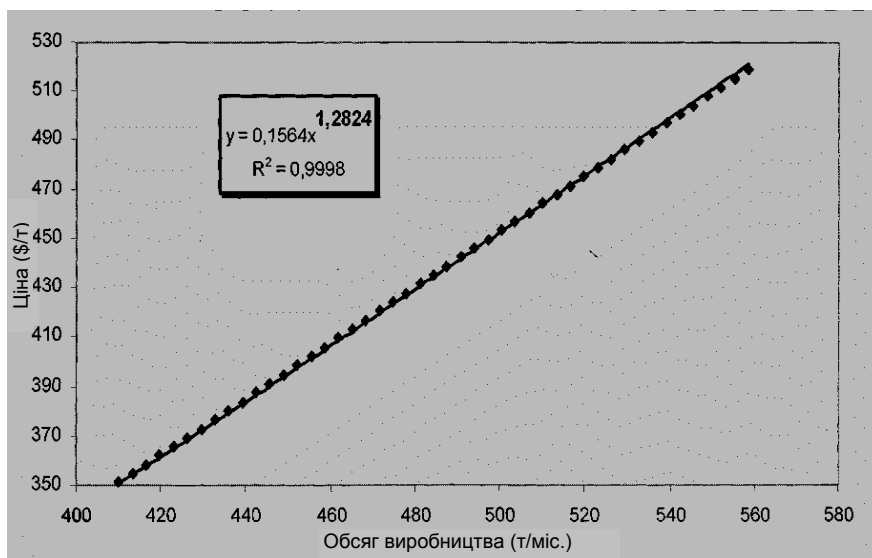


Рис. 3. Еластичність попиту за ціною ринку України 2013 р.

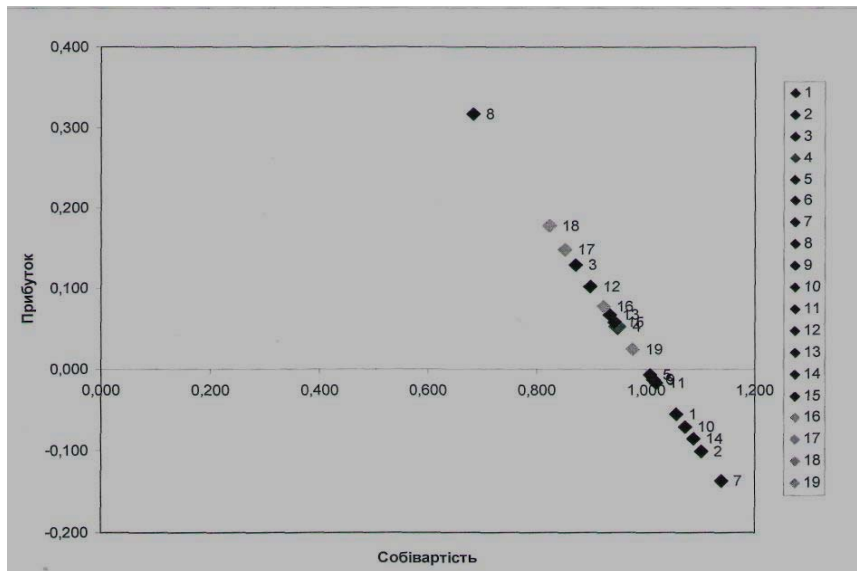


Рис. 4. Конкурентне середовище виробників сталі відповідно до факторів: собівартість, прибуток та дохід

Всі назви підприємств та дані про них умисно закриті для збереження чесної конкуренції на ринку, але в межах дослідження потрібно вивести ПАТ “Дніпроспецсталь” у лідери з виробництва спеціалізованої сталі.

У разі зниження собівартості на 7,6% частина ринку України зросте до 9,5%. Збільшуючи прибуток, є можливість знизити ціну на такий же відсоток (рис. 5).

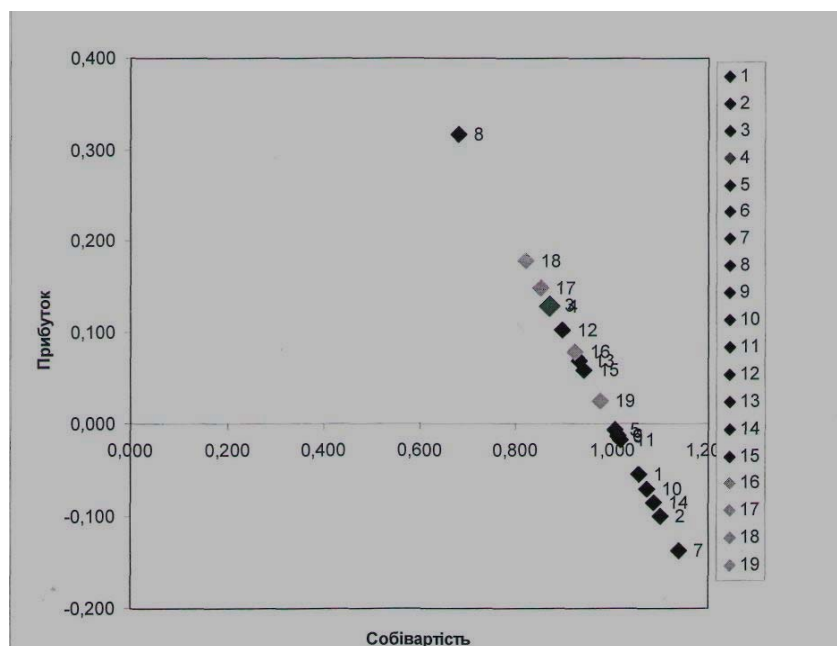


Рис. 5. Конкурентне середовище виробників сталі відповідно до факторів: собівартість, прибуток та дохід

Якщо перерахувати частину ринку:

$$520 \text{ тис. т/міс} \times 9,5\% = 49,4 \text{ тис. т.}$$

Якщо взяти приблизні обсяги виробництва ПАТ “Дніпроспецсталь” у розмірі 600 тис. т, частка зростання обсягу виробництва від усього обсягу становитиме:

$$49,4 \text{ тис. т} / 600 \text{ тис. т} = 8,23\%$$

У межах проведення такої політики на національному ринку в підприємства ПАТ “Дніпроспецсталь” залишаються 3 кон-

куренти. Усі підприємства мають ринки збуту у межах митного союзу “Казахстан – Білорусь – РФ”. Тому зайняти їх позицію ринку поки не можливо, лише розширити ринки збуту там, де працюють ці підприємства за рахунок вже тієї ж суми зниження собівартості (з аналітики за даними асоціації “Спецсталь” WSA (табл. 7)).

Розглянемо графік еластичності ринку за даними (2009–2012 рр.) (рис. 6) та прогнозований графік з 2013 р. (рис. 7).

Статистичні дані обсягу попиту на ринку РФ за даними WSA

	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Обсяг попиту, млн т	28477	41528	45681	50249	55274

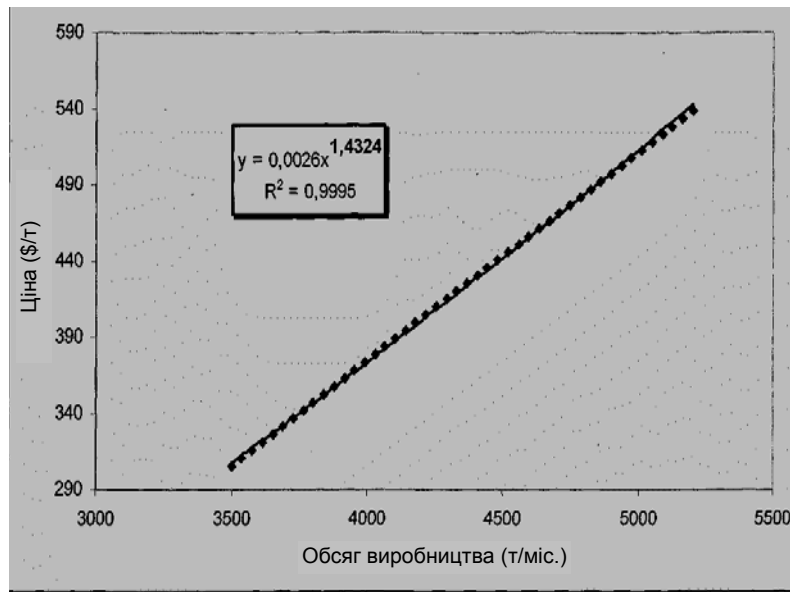


Рис. 6. Графік еластичності ринку за даними 2009–2012 рр.

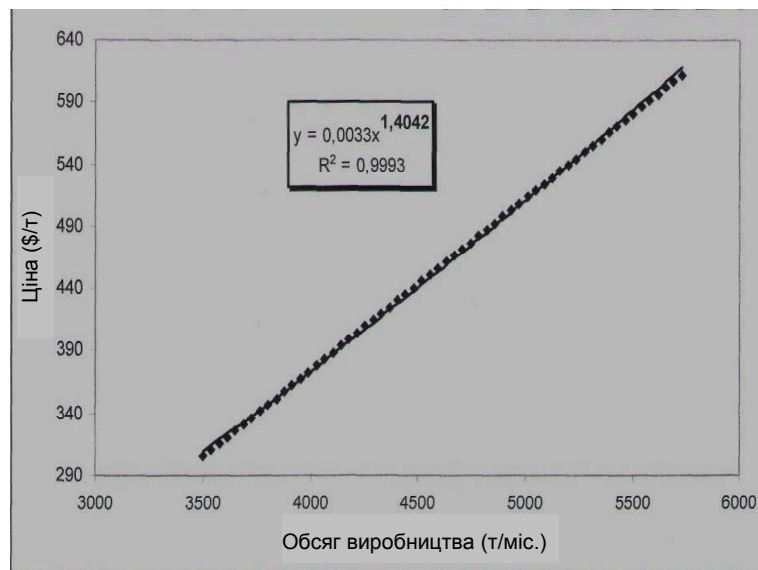


Рис. 7. Еластичність попиту до ціни ринку РФ за 2009–2013 рр.

За основу розрахунку візьмемо попередній графік, оскільки він найточніший з коефіцієнтом кореляції (враховуючи вихід на ринок РФ, у межах зниження собівартості на 7,6%). Так, отримуємо можливість розширити ринок збуту на

$$7,6\% \times 1,43 = 10,87\%;$$

загальний обсяг ринку збуту у разі зниження:

$$5249 \text{ тис. т} \times 10,87\% = 570,6 \text{ тис. т};$$

а отже, зростання обсягу виробництва можливе на:

$$570,6 \text{ тис. т} / 600 \text{ тис. т} = 95,1\%.$$

З виходом на внутрішній ринок та ринок РФ зростання виробництва можливе на:

$$95,1\% + 8,23\% = 103,33\%;$$

а отже,

$$600 \text{ тис. т} \times 103,33\% = 620 \text{ тис. т}.$$

За 5 років цілком реально вивести ПАТ «Дніпроспецсталь» на провідне місце серед українських виробників спеціалізованої сталі, саме тому такий принцип і ціль закладені в розробку фінансового плану підприємства.

Для розширення та деталізації бізнес-плану потрібно розглядати перспективні ри-

нки збуту Далекого Сходу (Китай) та країн митного союзу та майбутніх членів цієї організації, оскільки попит на сталь у цих країнах зростає, а Китай виготовляє 50% всієї металевої продукції та споживає близько 60–65% усієї сталі у світі.

IV. Висновки

1. Наведено метод розробки бізнес-плану для акціонерного товариства на прикладі ПАТ "Дніпроспецсталь". Для обраної маркетингової стратегії виділено основні дії: не нарощувати обсяги виробництва, а сконцентрувати всі сили на зниження собівартості продукції, переорієнтувати виробництво на внутрішній ринок та ринок РФ.

2. Запропоновано прогнози розвитку підприємства до 2018 р. на основі прогнозованих обсягів виробництва. З 2015 р. збільши-

ти обсяг виробництва та досягнути на кінець 2018 р. зростання обсягів у 2 рази.

Список використаної літератури

1. Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми : монографія / О. М. Алимов, О. І. Амоша та ін. : за ред. В. І. Ляшенка. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – 792 с.
2. Структурні реформи економіки: світовий досвід, інститути, стратегія для України : монографія / О. І. Амоша, С. С. Аптекар, М. Г. Білопольський, С. І. Юрій. – Тернопіль : Економічна думка : ТНЕУ, 2011. – 848 с.
3. Семенов Г. А. Особенности составления бизнес-плана организации, работающей на франчайзинговой фирме / Г. А. Семенов, А. Г. Семенов // Економічний вісник Донбасу. – 2006. – № 2–3. – С. 110–121.

Стаття надійшла до редакції 27.11.2014.

Семенов А. Г., Ярошевская О. В., Семенова А. А. Методы разработки бизнес-плана для акционерного общества

Рассматривается метод разработки бизнес-плана для ПАО "Днепроспецсталь". Представлены методы расчета основных плановых показателей и данные, прогнозируемые до 2018 г. Приведен показатель эластичности спроса к цене рынка Украины за 2009–2013 гг.

Ключевые слова: *методы, бизнес-план, акционерное общество, плановые показатели, прогнозируемый план.*

Semenov A., Yaroshevskaya O., Semenova A. Methods of Developing a Business Plan for the Joint Stock Company

The practical implementation of any commercial project much more complicated or even impossible, without a pre-designed business plan. This written document is not only leverage enterprise management, but also the way the necessary external funding to create a new or improve an existing business. A business plan is a document that describes in detail all aspects of your planned activities, analyzes in detail the problems that may arise during the implementation of the planned ideas, and possible solutions.

Having the source data, you can begin to develop a business plan. The basis of the business plan you need to put the following guidelines and limitations: 1) is Constructed outline business plan, which is a signal for action management, but constructed business plan is not a specific recommendation for action; 2) Used the amount of information, although great, but has no inside information on the investigated enterprise – this is a flaw and you have to make assumptions regarding the development of a business plan; 3) In the framework of the development of the business plan start program modernization of the enterprise and attract additional investment in fixed assets. The aim of the article is the study of the design of the business plan for the company. The method of developing a business plan for PJSC "Dniprospecstal". The methods of calculating the basic targets and forecast data until 2018. Given the elasticity of demand to price market of Ukraine for 2009–2013.

Key words: *methods, business plan, joint stock company, targets, projected plan.*