

Навчальний проєкт

# ВІД ЗНАНЬ ДО ГРОШЕЙ



ДЕРЖАВНА ПРОГРАМА **579** доступні кредити

## ВКАЖІТЬ У ЦЬОМУ ПОЛІ НАЗВУ БІЗНЕС-ПЛАНУ

БІЗНЕС-ПЛАН для отримання кредиту за Державною  
програмою «Доступні кредити 5-7-9%»

### Подавач

ФОП / ТОВ / Інше

ПІБ / Назва

ІПН / ЄДРПОУ

XXXXXXXXXXXX

Контактний телефон

+380XXXXXXXXXX

Електронна адреса

м. \_\_\_\_\_, 202\_ рік

0

## Зміст

РЕЗЮМЕ	2
1. БІЗНЕС-ІДЕЯ	3
2. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ	4
3. КАЛЬКУЛЯЦІЯ ПРОДАЖІВ	9
4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА та КОМАНДА	10
5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ФОРМА ПІДПРИЄМСТВА	11
6. РОЗРАХУНОК СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКТУ (ТОВАРІВ та ПОСЛУГ)	13
7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН	16
8. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ	21
9. ОЦІНКА РИЗИКІВ	23
ДОДАТКИ	25

### **ВАЖЛИВО!**

Перед початком заповнення форми бізнес-плану обов'язково:

перегляньте відеокурс з бізнес-планування «579: від Знань до Грошей» - <https://bit.ly/579Course>

завантажте та прочитайте повну інструкцію з підготовки бізнес-плану - <https://bit.ly/579BP-v2>

## РЕЗЮМЕ

Бізнес - ідея	Опис до 50 слів. Детальніше описується у розділі 1. Бізнес-ідея.
Споживчий сегмент (цільова аудиторія)	Опишіть основні групи Ваших цільових клієнтів, до 50 слів. Детальніше описується у розділі 2. Маркетингове дослідження
Мета і стратегія	Наприклад «зайняти 10% ринку хлібобулочних виробів у м. МММ шляхом виведення на ринок бездріжджових виробів у середньому та преміум цінових сегментах». Детальніше описується у розділі 2. Маркетингове дослідження
Цінність пропозиції	Чому саме Ваша пропозиція отримає інтерес клієнта? Які потреби Ви задовольняєте найкраще? До 50 слів. Детальніше описується у розділі 2. Маркетингове дослідження
Конкурентоспроможність продукту	Вкажіть головні відмінності від аналогів та заміників Вашого продукту. Детальніше описується у розділі 2. Маркетингове дослідження та розділі 6. Розрахунок собівартості.
Джерела фінансування	Опишіть структуру залучення коштів. Детальніше описується у розділі 8. Джерела фінансування
Канали збуту	До 50 слів опишіть основні канали збуту. Детальніше описується у розділі 3. Калькуляція продажів
Правовий статус організації	До 50 слів. Детальніше описується у розділі 4. Організаційна структура та розділі 5. Організаційно-правова форма підприємства
Основні види діяльності	До 50 слів. Детальніше описується у розділі 4. Організаційна структура та розділі 5. Організаційно-правова форма підприємства
Термін окупності	Детальніше описується у розділі 7. Фінансовий план

# 1. БІЗНЕС-ІДЕЯ

Назва підприємства (ПІБ підприємця), ЄДРПОУ/ІПН:
Характер діяльності: <b>Опис повинен відповідати пункту «Основні види діяльності» попереднього розділу, може містити детальніший опис та неосновні види діяльності</b>
На підприємстві передбачається виробництво такої продукції / надання таких послуг: <b>Опис продукту (товару чи послуги) до 200 слів</b>
Споживачами продукції / послуг будуть: <b>Опис цільових аудиторій повинен відповідати пункту «Споживчий сегмент» попереднього розділу, і повинен містити аргументацію та посилання на дослідження щодо вибору цільових аудиторій. Повна інформація має бути розкрита у розділі 2. Маркетингове дослідження.</b>
Збут продукції / надання послуг буде здійснюватися в такий спосіб: <b>Зміст повинен детальніше розкривати наведену інформацію у пункті «Канали збуту» попереднього розділу. Повна інформація про план продажів має міститись у 3. Калькуляція продажів</b>
Підприємство буде задовольняти такі потреби клієнтів: <b>Опишіть головні потреби та способи їх задоволення. Наприклад: «Задоволення потреби у хлібулочних виробах для людей, що ведуть здоровий спосіб життя шляхом випічки бездріжджового асортименту із покращеними харчовими властивостями»</b>
Моя особиста мотивація, пов'язана з бізнес-ідеєю: <b>Вкажіть Ваш попередній підприємницький чи професійний досвід, особистий досвід споживача, що привів до формування бізнес-ідеї.</b>

## 2. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

План маркетингу потрібен для внутрішньої організації діяльності фірми і є необхідним інструментом при переговорах з партнерами та інвесторами. Важливо виявити потреби потенційних клієнтів і з'ясувати конкурентні переваги. Зробити це можна за допомогою маркетингового дослідження.

Таблиця 2.1

### Маркетингове дослідження

Продукти/ послуги	Клієнти	Потреби та переваги клієнтів	Конкуренти	Недоліки (не враховані конкурентами)
Продукт/послуга 1				
Продукт/послуга 2				
Продукт/послуга 3				
Продукт/послуга 4				

Таблиця 2.2

### Продукт/Послуга

Товар/Послуга або асортимент Продукції/Послуги				
	1	2	3	4
Якість				
Колір				
Розмір				
Розфасовка				
Сертифікація				

Варто підкреслити основні відмінності між тими товарами, що є на ринку, і тими, з якими підприємство збирається на нього вийти. Особливу увагу приділити тим характеристикам, що можуть забезпечити комерційний успіх.

Таблиця 2.3

### Ціна

Товар/Послуга або асортимент Продукції/Послуги				
	1	2	3	4
Собівартість				
Ціна, яку готові платити споживачі				
Ціна конкурентів				
Ціна				
Підстави для призначення такої ціни				
Знижки будуть надаватися таким клієнтам				
Підстави для надання знижок				

Ціна формується з урахуванням усіх наданих знижок та заохочень, а також чи готові ви зробити продаж у кредит. Щоб встановити ціни необхідно виявити, скільки клієнти платять за аналогічний продукт, знайти найнижчу та найвищу ціну, встановлену вашими конкурентами, мати уявлення про собівартість вашого продукту.

Таблиця 2.4

### Місце

Розташування			
Підстави для вибору такого розташування			
Вартість цього місця на місяць складає:	(→ розділ 6.3.)	Ця вартість включає:	
Метод збуту:			

Підприємство буде здійснювати збут:	
Підстави для вибору такого методу збуту	

Вибираючи місце розташування, вам слід врахувати такі фактори:

- вибраний метод розподілу та доступність для клієнтів;
- доступ до сировини, матеріалів, енергії тощо;
- переваги та недоліки можливих місць;
- на підставі яких міркувань ви зрештою виберете місце.

Таблиця 2.5

### Просування

Спосіб	Опис	Витрати
Прямий маркетинг		
Реклама		
Публічна діяльність		
Стимулювання збуту		
Загальні витрати на просування (→розділ 6.3)		

Таблиця 2.6

## Працівники

Посада	Критерії найму	План підготовки

Для маркетингового плану необхідно:

- Визначте ключові посади, які можуть зробити ваш бізнес успішним.
- Визначте, якими критеріями ви будете керуватися під час найму працівників на ці ключові посади.
- Заплануйте відповідну підготовку та інструктаж працівників, зарахованих на ключові посади.

Таблиця 2.7

## Процес обслуговування клієнтів

Етап	Опис

Процес обслуговування клієнтів передбачає використання різних засобів і методів доведення продукту до клієнта. Налагоджений процес обслуговування може стати гарною конкурентною перевагою.

Таблиця 2.8

## Атрибутика

Атрибутика	Опис
------------	------



Приміщення та їх внутрішнє оформлення	
Присутність у мережі Інтернет та наявність свого веб-сайту	
Пакування	
Вивіска	
Формений одяг працівників	
Візитні картки	
Поштові скриньки	
інше	

Атрибутика – це те, як ваш продукт, послуги і підприємство сприймаються клієнтами. Необхідно продумати основні моменти, за якими клієнти будуть формувати враження про продукт або підприємство.

### 3. КАЛЬКУЛЯЦІЯ ПРОДАЖІВ

Продукт *	Збут	Місяць ь 1	Місяць ь 2	Місяць ь 3	Місяць ь 4	Місяць ь 5	Місяць ь 6	Місяць ь 7	Місяць ь 8	Місяць ь 9	Місяць ь 10	Місяць ь 11	Місяць ь 12	РАЗО М
Продукт (товар / Послуга) 1	Канал 1													
	Канал 2													
	...													
	<b>Разом</b>													
Продукт (товар / Послуга) 2	Канал 1													
	Канал 2													
	...													
	<b>Разом</b>													
Продукт (товар / Послуга) 3	Канал 1													
	Канал 2													
	...													
	<b>Разом</b>													
<b>Загальний обсяг продаж</b>														

\*Додайте стільки рядків, скільки Вам необхідно

## 4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА та КОМАНДА

Коротко опишіть головні принципи та логіку формування організаційної структури, роль ключових членів команди тощо (до 100 слів). Важливі для розуміння розділу матеріали (організаційно-структурні схеми, резюме, сертифікати можна надати у додатках).

Таблиця 4.1

### Організаційна структура

Завдання та обов'язки	Посада	Персонал (ПІБ)
		У випадку відсутності працівника – вкажіть «буде здійснено пошук відповідно до посадових обов'язків»

Таблиця 4.2

### Кадрові потреби та витрати

Завдання	Потрібні навички і досвід	Виконавець	Щомісячна заробітна плата	Страхові внески
Загальна чисельність постійного персоналу				
Загальні витрати на персонал на місяць (→розділ 6.3)				

\*Додавайте стільки рядків, скільки Вам потрібно

## 5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ФОРМА ПІДПРИЄМСТВА

Коротко обґрунтуйте обрану Вами організаційно-правову форму підприємства, та основні бізнес-процеси (до 200 слів). Опис ключових бізнес-процесів за наявності можна надати у додатках.

Особливу увагу підприємець повинен звернути на правове обґрунтування тієї форми, у якій він збирається вести справу. Практично мова йде про форму власності і правовий статус підприємства: приватна, кооперативна, державна власність, відкрита або закрита акціонерна компанія, спільне підприємство і тощо. Кожна з цих форм має свої особливості, свої плюси і мінуси, що теж можуть вплинути на успіх реалізації цього проекту.

Таблиця 5.1

Організаційно-правова форма підприємства

Організаційно-правова форма підприємства:	Індивідуальний підприємець	Товариство	Селянське (фермерське) господарство	Товариство з обмеженою відповідальністю
	Інше:			
Підстави для вибору такої організаційно-правової форми				
Власники:				
ПІБ:		ПІБ:		
Посада на підприємстві:		Посада на підприємстві:		
Професійна кваліфікація:		Професійна кваліфікація:		
Досвід роботи за профілем:		Досвід роботи за профілем:		

Таблиця 5.2

Встановлена законодавством відповідальність і страхування

Підприємство обкладається такими податками:	
На працівників поширюється дія таких норм:	
Підприємству будуть потрібні такі ліцензії:	
Підприємству будуть потрібні такі страхові послуги:	
Інша встановлена законодавством відповідальність підприємства:	

## 6. РОЗРАХУНОК СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКТУ (ТОВАРІВ та ПОСЛУГ)

Таблиця 6.1

### 6.1. Відомість розрахунку собівартості продукції

(для виробників і постачальників послуг)

Продукт 1:

1. ЗМІННІ ВИТРАТИ НА ОДИНИЦЮ ПРОДУКЦІЇ			
1	2	3	4
Вихідні ресурси	Закупівельна вартість	Розрахункова кількість на одиницю продукції	Розрахункові витрати на одиницю продукції
Розрахункові змінні витрати на одиницю продукції (грн) (1) (→розділ 6.5)			
2. ПОСТІЙНІ ВИТРАТИ НА ОДИНИЦЮ ПРОДУКЦІЇ			
Розрахункові сукупні постійні витрати на місяць (2) (див. розділ 6.3)			
Розрахункові сукупні змінні витрати на місяць (3) ( див. розділ 6.5)			
Співвідношення між постійними і змінними витратами (4)=(2)/(3)			
Розрахункові постійні витрати на одиницю продукції (5)=(4)*(1)			
3. ПОВНА СОБІВАРТІСТЬ ОДИНИЦІ ПРОДУКЦІЇ (6)=(1)+(5)			

Таблиця 6.2

### 6.2. Відомість розрахунку собівартості продукції

(для підприємств торгівлі)

$$\text{Коефіцієнт постійних витрат (4)} = \frac{\text{СУКУПНІ ПОСТІЙНІ ВИТРАТИ НА МІСЯЦЬ (2)(ДИВ. РОЗДІЛ 6.3)}}{\text{СУКУПНІ ЗМІННІ ВИТРАТИ НА МІСЯЦЬ (3)(ДИВ. РОЗДІЛ 6.6)}}$$

Товар	Змінні витрати на одиницю товару, грн (1)	Постійні витрати на одиницю товару, грн (5)=(1)*(4)	Повна собівартість одиниці товару, грн (6)=(1)+(5)


Таблиця 6.3

**Відомість постійних витрат**

<b>Опис</b>	<b>Витрати на місяць, грн</b>
Орендна плата (див. розділ 2.4)	
Електроенергія і водопостачання, зокрема водовідведення	
Ліцензії	
Страхування	
Робоча сила (див. розділ 4.2)	
Витратні матеріали, зокрема переробка і видалення відходів	
Амортизація (див. розділ 6.4)	
Транспорт Ремонт	
Витрати на маркетинг (просування ( див. розділ 2.5)	
<b>Сукупні постійні витрати на місяць</b>	

Таблиця 6.4

**Відомість розрахунку амортизації**

<b>Обладнання</b>	<b>Розрахункова закупівельна вартість, грн</b>	<b>Розрахунковий термін експлуатації</b>	<b>Амортизація на рік, грн</b>

<b>Разом</b>			
<b>Амортизація за місяць</b>			



## 7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

Фінансовий план об'єднує розрахунки із різних розділів, які вказані у підказках. Додавайте стільки рядків у таблицях, скільки Вам необхідно. Фінансовий План варто підкріплювати додатками (дослідження ринку, договори намірів, графіки тощо).

На початку розділу буде доречно додати короткий опис загальних показників. Якщо компанія вже здійснює діяльність, вагомим додатком може стати облікова політика та фінансова модель компанії.

Таблиця 7.1

### План продажів

Продукт	Опис	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Разом
Продукт 1	Обсяг продажів													
	Відпускна ціна													
	<b>Вартість продажів, грн (1)</b>													
Продукт 2	Обсяг продажів													
	Відпускна ціна													
	<b>Вартість продажів, грн (2)</b>													
Продукт 3	Обсяг продажів													
	Відпускна ціна													
	<b>Вартість продажів, грн</b>													

	(3)													
<b>Загальна вартість продажів, грн (5)=(1)+(2)+(3)+(4)</b>														

Таблиця 7.2

**План витрат**

Продукт	Опис	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Разом
Продукт 1	Обсяг виробництва													
	Змінні витрати на одиницю продукції, грн													
	<b>Сукупні змінні витрати, грн (1)</b>													
Продукт 2	Обсяг виробництва													
	Змінні витрати на одиницю продукції, грн													
	<b>Сукупні змінні витрати, грн (2)</b>													
Продукт 3	Обсяг виробництва													
	Змінні витрати на одиницю продукції, грн													
	<b>Сукупні змінні витрати, грн (3)</b>													

Сукупні змінні витрати підприємства, грн (5)=(1)+(2)+(3)+(4)													
Сукупні постійні витрати, грн (6)													
Повна собівартість, грн (7)=(5)+(6)													

Таблиця 7.3

План прибутку

Опис	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Разом
Загальна вартість продажів (1) (див розділ 7.1)													
Сукупні змінні витрати (2) (див. розділ 7.2)													
Валовий прибуток (3)=(1)-(2)													
Сукупні постійні витрати (4)													
Сума податку (5)													
Чистий прибуток (6)=(3)-(4)-(5)													
Кумулятивний прибуток													

Таблиця 7.4

## План руху грошових коштів\*

Опис	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12
<b>1. Кошти на початок місяця (1)</b>												
2. Кошти від продажу												
3. Кошти від продажу в кредит												
4. Інші надходження грошових коштів												
<b>5. Загальний прихід грошових коштів (2)</b>												
6. Закупівля товарів												
7. Виплата заробітної плати												
8. Закупівля обладнання												
9. Виплати за кредитами												
10. Інші виплати												
<b>11. Загальні витрати (3)</b>												
12. Кошти на кінець місяця												

\*Якщо реалізація проекту триватиме понад один рік, додайте таблиці плану руху грошових коштів для наступних років реалізації.

## 8. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ

Таблиця 8.1

### Необхідний стартовий капітал

КАПІТАЛОВКЛАДЕННЯ	СУМА
Виробничі приміщення	
Будівництво або придбання будівлі	
Розбудова або реконструкція виробничих приміщень	
Обладнання	
Машини та інструменти	
Меблі	
<b>ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ</b>	
Запаси сировини або товарів	
Ліцензії і збори	
Витрати на маркетинг	
Заробітна плата	
Орендні плати	
Електроенергія та водопостачання	
Кошти на непередбачені витрати	
<b>СУКУПНИЙ СТАРТОВИЙ КАПІТАЛ</b>	

Таблиця 8.2

### Джерела стартового капіталу

	Сума
<b>Необхідний стартовий капітал</b>	
Джерела стартового капіталу	
*Власні кошти	
*Інші джерела	

<b>Разом</b> (сума повинна збігатися з сумою необхідного стартового капіталу)	
Застава (в разі звернення за кредитом)	

## 9. ОЦІНКА РИЗИКІВ

Аналіз ризиків проводиться шляхом оцінювання їхньої ймовірності та ступеня впливу методом SWOT. Найважливішим є вміння передбачати всі можливі види ризику та способи їх уникнення чи зменшення.

Виходячи з визначеної ймовірності виникнення небажаної ситуації, необхідно побудувати діяльність таким чином, щоб забезпечити реалізацію проєкту та зменшити втрати чи збитки у майбутньому.

### SWOT-аналіз

	Можливості	Загрози
Зовнішнє середовище		
Внутрішнє середовище	Сильні сторони	Слабкі сторони
Переваги		
Недоліки		

**Висновок:** Проаналізувавши сильні та слабкі сторони представленого бізнес-плану можна дійти висновку, що ситуація на ринку має як переваги, так і недоліки. Однак розглянутий вид бізнесу має багато перспектив, оскільки кожної з його слабких сторін можна уникнути шляхом об'єктивної



оцінки ризиків та застосування заходів упередження.

Отже, аналізований проект є рентабельним і проєкт окупує себе за \_\_\_\_ місяці. Тому дану діяльність можна вважати перспективною та прибутковою для реалізації у сучасних умовах господарювання.

## ДОДАТКИ