

## *Бізнес план*

### *Завдання №1*

**Тема:** Проведення підготовчих робіт по створенню суб'єкта бізнесу. Визначення потреби в капіталі, необхідному для початку підприємницької діяльності.

**Мета:** закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з проведення підготовчих робіт по створенню суб'єкта бізнесу.

#### **Завдання для самостійного виконання:**

1. Визначити організаційно-правову форму підприємства.
  2. Визначитися із назвою підприємства та напрямком діяльності підприємства.
  3. Визначити число засновників підприємства.
  4. Визначити величину статутного фонду підприємства.
  5. Зробити висновки по роботі.
- 
- 1) Для нашого проєкту ми обрали організаційно-правову форму «*Господарські товариства*», а саме підтип цієї форми «Товариство з обмеженою відповідальністю».
  - 2) В основі нашого бізнес-плану лежить комерційна діяльність, яка спрямована на здійснення процесу купівлі-продажу товарів та надання торгових послуг з метою задоволення попиту цільових сегментів ринку та отримання прибутку.
  - 3) Назва нашого підприємства повністю описує саме те, що ми б хотіли втілити у реальність. «Lagom» - це шведсько-норвезьке слово/концепція, яка ґрунтується на балансі лише найнеобхіднішого, філософія гармонії.
  - 4) Засновниками ТОВ можуть бути фізичні особи та юридичні особи (ч. 1 ст. 114 ЦКУ, ст. 3 Закону № 1576). При цьому кількість засновників може становити від 1 до 100 осіб (ст. 50 Закону № 1576). У нашому випадку над бізнес планом працюють двоє людей, тому число засновників теж дорівнює двом.
  - 5) У ТОВ обов'язково має бути створено статутний капітал. Статутний капітал ТОВ складається із внесків його учасників. Розмір статутного капіталу дорівнює сумі вартості таких внесків. Величина даного статутного капіталу дорівнює 60 тис. грн.
  - 6) В даному завданні ми ознайомились з правилами та вимогами при створенні ТОВ. Визначили організаційно-правову форму підприємства, визначились з назвою підприємства та його напрямом діяльності, вказали число засновників і величину статутного фонду.

## Завдання №2

**Тема:** Розробка установчих документів для створення суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

**Мета:** закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички розробки установчих документів, необхідних для створення суб'єкта бізнесу - юридичної особи.

### **Завдання для самостійного виконання:**

1. Написати статут підприємства, яке планується створити.
2. Зробити висновки по роботі.

## СТАТУТ

Товариства з обмеженою відповідальністю «Lagom»

### **МЕТА ТА ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

1. Підприємство створюється з метою сприяння розвитку економіки України, формування ринкових відносин, отримання прибутку та реалізації на його основі економічних та соціальних інтересів власника та трудового колективу Підприємства.

2. Предметом діяльності Підприємства є:

- 1) посередництво в торгівлі різними товарами;
- 2) спеціалізована роздрібна торгівля непродовольчими товарами, віднесеними до інших угруповань.

### **Статутний КАПІТАЛ ТОВАРИСТВА і порядок його формування**

- Для забезпечення діяльності Товариства Статутний капітал Товариства може утворюватися з грошових коштів, матеріальних цінностей (будинки, споруди, обладнання тощо), прав користування землею, водою та іншими природними ресурсами, а також будь-якими майновими та немайновими правами (в тому числі на інтелектуальну власність).
- Статутний капітал Товариства формується шляхом внесків Учасників (Засновників) грошовими коштами і складає 60 000 ( шістдесят тисяч ) гривень.
- Частка Статутного капіталу фізичної особи – громадянина України **Гавриленко А.О.** включає грошові кошти та становить 30 000 ( тридцять тисяч ) гривень, що складає 50 % Статутного капіталу Товариства.
- Частка Статутного капіталу фізичної особи – громадянина України **Лавренюк Д.М.** включає грошові кошти та становить 30 000 ( тридцять тисяч ) гривень, що складає 50% Статутного капіталу Товариства.
- Вклади, внесені Учасниками (Засновниками), становлять їх частку у Статутному капіталу Товариства.
- Внесення внеску може бути у формі коштів, цінних паперів, майнових та немайнових прав, матеріальних цінностей, рухомого і нерухомого майна. Порядок внесення внесків, строки їх внесення визначаються сторонами у Статуті. Незалежно від форми внеску вартість його оцінюється в грошовій одиниці України.

### Завдання №3

**Тема:** Місія підприємства та «дерево цілей».

**Мета:** оволодіти навичками формулювання місії підприємства та основних його цілей, засвоїти технологію побудови «дерева цілей».

**Завдання для самостійного виконання:**

Сформулюйте місію підприємства.

Напишіть основні цілі та підцілі підприємства, досягнення яких забезпечить умови для виконання визначеної ним місії. Для наочного зображення побудуйте дерево поставлених цілей.

## “Дерево цілей”

Місія — підвищення ефективності діяльності підприємства

### МАРКЕТИНГ

- Розробити та впровадити ефективну систему стимулювання збуту, в тому числі за рахунок знижок для оптових покупців.
- Пошук нових потенційних оптових споживачів.
- Розширення ринків збуту роздрібних продажів.
- Розширення асортименту пропонованих товарів.

### ФІНАНСИ

- Збільшувати оборотність оборотних коштів на 10% щорічно.
- Збільшувати рентабельність підприємства на 10-20% щорічно
- Зменшувати залежність від позикових коштів на 15-20% щорічно
- Збільшувати чистий прибуток на 20-30% щорічно.

### ВИРОБНИЦТВО

- Налагодити безперебійне постачання товарів.
- Знижувати витрати, пов'язані з транспортуванням товару на 10%
- Розширювати асортимент пропонованих товарів на 10-15% щорічно.
- Розширювати ринки збуту.

### КАДРИ

- Здійснювати програму підвищення кваліфікації продавців та менеджерів по роботі з клієнтами.
- Створити «Корпоративний дух» на підприємстві.
- Застосовувати різні методи мотивації працівників.

## «Lagom», зовнішні можливості та загрози

МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшення товарообігу.</li> <li>2. Вихід роботи не тільки в інтернет-просторі, а й на стаціонарній торговій точці.</li> <li>3. Розширення асортименту, включення до нього нових груп товарів.</li> <li>4. Збільшення ціни за чеком (за рахунок збільшення активності продажів, впровадження спецпропозицій та інших інструментів).</li> <li>5. Можливість зниження витрат у вигляді найбільш вигідних відносин зі службами доставки, оптовиками.</li> <li>6. Можливість знизити суму податку (вибір правильної системи оподаткування, отримання послаблень).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зміна смакових уподобань, тенденцій у моді.</li> <li>2. Різке падіння рівня доходів постійних покупців, що спричиняє різке зниження купівельної спроможності та доходів.</li> <li>3. Зниження фактичних доходів (зростання інфляції, зростання тягаря перед державою чи збільшення кількості кредитів та інших зобов'язань).</li> <li>4. Зростання оптових цін на товари, що продаються в інтернет магазині.</li> <li>5. Можливі зміни у правових чи податкових документах щодо роботи інтернет магазину.</li> <li>6. Зростання числа конкурентів, які займаються продажем схожих товарів або тих, вартість яких нижча, ніж у нашому інтернет-магазині.</li> </ol>
СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наявність товарів, які мають високий попит у покупців.</li> <li>2. Спеціальні пропозиції щодо ціни або проведення акцій.</li> <li>3. Простота та доступність управління сайтом.</li> <li>4. Комфортність роботи з сайтом (способи оплати, наявність кошика, зворотний зв'язок).</li> <li>5. Наявність розроблених програм лояльності.</li> <li>6. Швидкість обслуговування та доставки товару.</li> <li>7. Різноманітність способів доставки.</li> <li>8. Рівень просування, якість реклами.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність реальних конкурентних переваг;</li> <li>2. Нестабільність прибутку;</li> <li>3. Відсутність міцної позиції, щоб боротися із загрозами;</li> <li>4. Постійні атаки з боку ключових конкурентів;</li> <li>5. Наявність упакування для товару.</li> <li>6. «Новачок» у бізнесі, чия репутацію ще не доведено;</li> </ol>

	<p style="text-align: center;"><b>МОЖЛИВОСТІ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшення товарообігу.</li> <li>2. Вихід роботи не тільки в інтернет-просторі, а й на стаціонарній торговій точці.</li> <li>3. Розширення асортименту, включення до нього нових груп товарів.</li> <li>4. Збільшення ціни за чеком.</li> <li>5. Можливість зниження витрат у вигляді найбільш вигідних відносин зі службами доставки, оптовиками.</li> <li>6. Можливість знизити суму податку.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ЗАГРОЗИ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зміна смакових уподобань, тенденцій у моді.</li> <li>2. Різке падіння рівня доходів постійних покупців, що спричиняє різке зниження купівельної спроможності та доходів.</li> <li>3. Зниження фактичних доходів.</li> <li>4. Зростання оптових цін на товари, що продаються в інтернет магазині.</li> <li>5. Можливі зміни у правових чи податкових документах щодо роботи інтернет магазину.</li> <li>6. Зростання числа конкурентів, які займаються продажем схожих товарів або тих, вартість яких нижча, ніж у нашому інтернет-магазині.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>СИЛЬНІ СТОРОНИ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наявність товарів, які мають високий попит у покупців.</li> <li>2. Спеціальні пропозиції щодо ціни або проведення акцій.</li> <li>3. Простота та доступність управління сайтом.</li> <li>4. Комфортність роботи з сайтом.</li> <li>5. Наявність розроблених програм лояльності.</li> <li>6. Швидкість обслуговування та доставки товару.</li> <li>7. Різноманітність способів доставки.</li> <li>8. Рівень просування, якість реклами.</li> </ol>	<p><b>Стратегічна альтернатива:</b> Багата рекламна компанія перед входом на новий ринок, для ознайомлення споживачів з нашою компанією та продукцією.</p> <p><b>Стратегічна проблема:</b> Недовіра з боку споживачів.</p>	<p><b>Стратегічна альтернатива:</b> Безперервний аналіз ринку, слідкування за трендами.</p> <p><b>Стратегічна проблема:</b> Економічна криза, що призведе до зменшення попиту.</p>

<p><b>СЛАБКІ СТОРОНИ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність реальних конкурентних переваг;</li> <li>2. Нестабільність прибутку;</li> <li>3. Відсутність міцної позиції, щоб боротися із загрозами;</li> <li>4. Постійні атаки з боку ключових конкурентів;</li> <li>5. Наявність упакування для товару.</li> <li>6. «Новачок» у бізнесі, чия репутацію ще не доведено;</li> </ol>	<p><b>Стратегічна альтернатива:</b> Застосувати нові методи просування наших послуг, тобто знайти нові канали збуту.</p> <p><b>Стратегічна проблема:</b> Зменшення попиту продукції на українському ринку.</p>	<p><b>Стратегічна альтернатива:</b> Становлення та закріплення конкурентних переваг, зміцнення позицій на ринку.</p> <p><b>Стратегічна проблема:</b> Слабка конкурентоспроможність</p>
--	--	--



**Тема:** Загальна характеристика ринку продукції (послуг) підприємства

**Мета:** розкрити особливості продукції та показати економічну доцільність її виробництва і реалізації на обраних ринках збуту.

Таблиця 1

Показники виробництва основних видів продукції ТОВ «Lagom»

Найменування продукції	Прогнозований обсяг випуску в натуральних одиницях, шт.	Частка в загальному обсязі продукції, %	Планова оптова ціна, грн.	Планові витрати, грн.
Комплект DO2271	30	10	665	495
Боді DO2183	25	8,3	430	275
Бюст DO2267	45	15	320	250
Трусики DO231	50	16,6	110	65
Комплект DO2271	30	10	785	550
Боді DO2184	25	8,3	469	310
Бюст DO2268	45	15	480	299
Трусики DO231	50	16,6	140	89
Усього	300	100	3 399	2 333

Таблиця 2

**Реалізація продукції за 2023 рік та прогноз на перспективу**

Найменування продукції (послуг)	Обсяг реалізації, натуральних одиниць							
	На місцевому ринку		В області (регіоні)		В межах України		Поза межами України	
	фактично	прогноз	фактично	прогноз	фактично	прогноз	фактично	прогноз
Комплект DO2271	90	110	150	170	210	230	60	80
Боді DO2183	75	95	125	145	175	195	50	70
Бюст DO2267	135	155	225	245	315	335	90	110
Трусики DO231	150	170	250	270	350	370	100	120
Комплект DO2271	90	110	150	170	210	230	60	80
Боді DO2184	75	95	125	145	175	195	50	70
Бюст DO2268	135	155	225	245	315	335	90	110
Трусики DO231	150	170	250	270	350	370	100	120

**Висновки:** За даною таблицею видно, що показники реалізації достатні для підтримки «життя» компанії. Показники на місцевому ринку та області досить високі та фактична кількість близька до прогнозованої. Поза межами України реалізація поки що менша, ніж в межах країни.

## Завдання №6

**Тема:** Конкуренція в підприємницькій діяльності

**Мета:** Розглянути поняття конкуренції за найбільш вигідних умов виробництва та збуту. Оцінити її ступінь та фактори впливу, конкурентні переваги підприємства та засоби захисту.

**Завдання для самостійного виконання**

1. Аналіз конкурентного середовища. Інформацію щодо основних конкурентів занести до табл. 1.

**Таблиця 1.1**

### Зведений аналіз конкурентів

№ з/п	Назва підприємства	Частка ринку, %	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
1	Інтернет-магазин «Levity»	17	- великий асортимент товару - <b>невисокі ціни</b>	- довготривала доставка
2	Інтернет-магазин «Creer»	12	- українське виробництво - гарна якість	- не налагоджена система збуту продукції.

2. Визначення конкурентної позиції майбутнього підприємства на ринку. В табл. 1.2 приведена порівняльна характеристика підприємств за факторами конкурентоспроможності.

**Таблиця 1.2**

### Порівняльний аналіз конкурентів

Ключові фактори успіху	Ваговий коефіцієнт	«Lagom»		«Levity»		«Creer»	
		Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка
1. Якість товару	0,4	4	1,6	3	1,2	5	2
2. Ціна товару	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
3. Канали збуту	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
4. Технічне обслуговування	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
5. Реклама	0,2	5	1	3	0,6	4	0,8
Загальна оцінка	1		4		3,3		4,1

**Висновки:** В ході проведеного аналізу, можна зробити висновок, що основним і найсильнішим конкурентом для підприємства на ринку є «Creer». Продукція конкурентів переважає за факторами якості. Підприємству необхідно покращити: ціну товару, технічне обслуговування.

## Завдання №7

**Тема:** Виробнича діяльність підприємства

**Мета:** розкрити спроможність підприємства організовувати виробництво, виготовляти необхідну кількість товарів відповідної якості.

**Завдання для самостійного виконання**

1. Дати письмово коротку характеристику виробничого процесу підприємства.
2. Навести повний список обладнання, машин та устаткування, які використовують у виробничому процесі та розрахувати витрати, пов'язані з їх придбанням (табл.1).

Таблиця 1

### Обладнання, машини, устаткування

Найменування обладнання	Кількість	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Вартість, грн.	Строки служби (в роках)	Амортизаційні відрахування (рік)
1	2	3	4	5	6	7
Ноутбук	2	Купівля	вживане	15 000	6	900
Телефон	2	Купівля	вживане	6 000	4	350
Фотокамера	1	Купівля	вживане	10 000	5	600
Усього	5			31 000		1 850

Таблиця 2

### Виробнича програма і план перехідних запасів готової продукції

Найменування продукції	Обсяг реалізації	Термін зберігання запасів на складі, днів	Запас готової продукції, шт.		Товарна продукція (ТП), шт.
			на кінець періоду (ГП)	на початок	
Комплект DO2271	90	90	270	43	317
Боді DO2183	75	90	225	17	283
Бюст DO2267	135	90	405	62	478
Трусики DO231	150	90	450	42	558
Комплект DO2271	90	90	270	20	340
Боді DO2184	75	90	225	13	287
Бюст DO2268	135	90	405	41	499
Трусики DO231	150	90	450	69	531

**Висновки:** : Ми обчислили список готової продукції, що буде зберігатись на складі та визначились із обладнанням, яке ми будемо використовувати у виробничому процесі, розкрити спроможність підприємства організовувати виробництво, виготовляти необхідну кількість товарів відповідної якості.

## Завдання №8

**Тема:** Формування бюджету заробітної плати персоналу підприємства

**Мета:** охарактеризувати потребу в трудових ресурсах та розрахувати заробітну плату персоналу.

**Завдання для самостійного виконання**

1. Розрахувати витрати на персонал і визначити конкретні джерела покриття потреб в персоналі. Виконані розрахунки занести в таблицю 2.

Таблиця 1

### Потреба підприємства в персоналі (за рік) та його вартість

Категорії працівників	Кваліфікація, досвід	Необхідна кількість персоналу	Вартість персоналу, грн	Джерела покриття потреб у персоналі (внутрішні, зовнішні)
Керівники:	4	2	25 000	внутрішні
Модель:	8	1	4 800	внутрішні
Усього		3	29 800	

Таблиця 2

### Нарахування на заробітну плату

Фонди, до яких здійснюються відрахування	Нарахування від фонду оплати праці, %
Єдиний соціальний внесок (ЄСВ):	
- утримання	3,6
- нарахування	36,76
Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО)	15

Таблиця 3

### Штатний розклад персоналу підприємства

Найменування посади	Кількість, чол.	Освіта		Вік, років		Посадовий оклад, грн./міс.
		середня	вища	до 30	31-40	
Керівники:						
1. Директор	2		2	2		25000
Спеціалісти:						
1. Модель	1	1		1		4800
Усього	3	1	2	3		29800

### 2. Розподіл заробітної плати.

Оплата праці на підприємстві здійснюється на основі договірної регулювання. При укладанні угоди обумовлені розмір заробітної плати та премії, умови та розміри заохочувальних виплат, а також умови та розміри стягнень за виготовлення неякісної продукції.

Стосовно заробітної плати, то вона розподіляється наступним чином: інженерно-технічний персонал отримує 60 % основної заробітної плати плюс 15 % додаткової (середньомісячна заробітна плата - 69 %); виробничий персонал - 50 % основної заробітної плати плюс 15 % додаткової (середньомісячна заробітна плата - 57,5 %).

Для усіх категорій працюючих передбачено річний приріст заробітної плати у розмірі 5 %.

### **Потреба підприємства в персоналі(за місяць) та його вартість**

Нараховуючи заробітну плату робітникам та розраховуючи річний фонд оплати праці, необхідно враховувати суму податків, обов'язкових до сплати в бюджет держави.

Нарахування на заробітну плату директора:

1. Утримання ЄСВ:  
 $25000 * 3,6 \% = 900,00$  грн
2. Визначаємо базу оподаткування податком на доходи фізичних осіб:  
 $25000 - 900 = 24100,00$  грн.
3. Податок на доходи фізичних осіб:  
 $24100 * 15 \% = 3615,00$  грн.
4. Нарахування ЄСВ:  
 $25000 * 36,76 \% = 9190,00$  грн.
5. Заробітна плата, що працівник отримує на руки складає:  
 $25000 - 900 - 3615 = 20485,00$ грн.
6. Результати нарахування робітнику зарплати в сумі 25000,00 грн. маємо: до ПФУ - 10090 грн.; ПДФО - 3615 грн.; керівнику на руки – 20485 грн. Усього витрат - 34190 грн.

Нарахування на заробітну плату моделі:

1. Утримання ЄСВ:  
 $4800 * 3,6 \% = 172,8$  грн.
2. Визначаємо базу оподаткування податком на доходи фізичних осіб:  
 $4800 - 172,8 = 4627,2$  грн.
3. Податок на доходи фізичних осіб:  
 $4627,2 * 15 \% = 694,08$  грн.
4. Нарахування ЄСВ:  
 $4800 * 36,76 \% = 1764,48$  грн.
5. Заробітна плата, що працівник отримує на руки складає:  
 $4800 - 172,8 - 694,08 = 3933,12$  грн.
6. Результати нарахування робітнику зарплати в сумі 4800,00 грн. маємо: до ПФУ - 1937,28 грн.; ПДФО - 694,08 грн.; працівнику на руки - 3933,12 грн. Усього витрат - 6564,48 грн.

Бюджет заробітної плати персоналу на місяць складає 74 944,48 грн, на рік - 899 333,76 грн.

**Висновки:** Ми охарактеризували потребу в трудових ресурсах та розрахувати заробітну плату персоналу, розрахували витрати на персонал і визначити конкретні джерела покриття потреб в персоналі, нараховуючи заробітну плату робітникам та розраховуючи річний фонд оплати праці, ми враховувати суму податків, обов'язкових до сплати в бюджет держави.

## Завдання №9

**Тема:** Оцінка ризиків

**Мета:** провести ризик-аналіз проекту. Надати оцінку усім видам ризиків проекту.

**Завдання для самостійного виконання**

1. Заповніть таблицю ризиків та способів зменшення їх негативних наслідків (табл. 1).

Таблиця 1

**Види ризиків та способи мінімізації їх наслідків**

№	Види ризику	Спосіб мінімізації ризику
1.	Відсутність плану виходу ринку	Потрібно продумати план виходу на ринок і визначити, про який ринок йдеться: локальний <del>ринку одного міста, ринку регіону, країни або</del>
2.	Неправильне позиціонування себе на ринку	Визначити нішу ринку та найближчих конкурентів
3.	Не зареєстрована торгова марка	З самого початку зареєструвати ТМ, щоб хтось інший не запустив сайт під вашим іменем, в тому числі і доменним
4.	Юридично невірно оформлені угоди із постачальниками	Навести чіткий порядок у юридичних відносинах з постачальниками
5.	Самостійна розробка сайту	Замовити розробку сайту професіоналам, кошти на нього внести до статутного капіталу.
6.	Неякісне наповнення контентом	Задовольнити потреби покупця і забезпечити повний, чітко структурований каталог, в якому представлені якісні фотографії в різних ракурсах,
7.	Збільшення кількостей компанійконкурентів	Надання більш привабливих умов покупки, якісне та швидке знаходження продукції, корекція цін

**Висновки:** Продумані варіанти вирішення можливих ризиків можуть запобігти багатьом проблемам або хочаб спростувати їх вирішення.