

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

ТЕМА: СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВЛАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В якості індивідуальної роботи згідно методичного забезпечення розробити бізнес-план інвестиційного проекту зі створення нового підприємства. Бізнес-план повинен містити: - опис ідеї інвестиційного проекту й основних показників; - характеристику продукції чи послуг; опис особливостей та споживчих характеристик продукції чи послуг; результати порівняння з аналогами на ринку; опис підприємства і галузі; - опис процесу розробки продукції чи послуги; - у якій формі буде існувати бізнес; організаційна структура і графік реалізації проекту, правове забезпечення, провідні спеціалісти, партнери по реалізації проекту; - нормативи, видатки, розрахунки собівартості продуктів проекту, план доходів; потреба й джерела фінансування, інвестиційний план; потік реальних грошей, прогнозний баланс; - розрахунки й аналіз головних показників ефективності (техніко-економічне обґрунтування інвестицій є основним документом, що обґрунтовує ефективність інвестицій, в якості можливих джерел інвестицій можуть розглядатися власні кошти підприємств, наприклад, амортизаційні відрахування і прибуток, позикові і бюджетні кошти).

Бізнес-план складається з наступних розділів:

- 1. Титульний аркуш.
- 2. Меморандум про конфіденційність.
- 3. Резюме.
- 4. Опис підприємства і галузі.
- 5. Опис продукції (послуг).
- 6. Маркетинг і збут продукції (послуг).
- 7. Виробничий план.
- 8. Організаційний план.
- 9. Фінансовий план.
- 10. Спрямованість і ефективність проекту.
- 11. Ризики і гарантії.
- 12. Додатки.

Завдання:

1. Скласти бізнес-план власного підприємства за планом, що поданий нижче.
2. Підготувати презентацію

ПЛАН:

1. МЕМОРАНДУМ КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ

Інформація, викладена в бізнес-плані, є конфіденційною, тому у випадку відмови інвестора від вкладання коштів у проект, бізнес-план повинен бути повернений автору.

Забороняється без згоди автора:

- проводити копіювання проекту чи окремих його частин;
- передавати його для ознайомлення третім особам;
- розголошувати викладену в бізнес-плані інформацію третім особам.

2. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТУ

Харківщина – одна з найбагатших областей України на трудові ресурси та кваліфіковані кадри. Це дало можливість розвитку тут значної кількості галузей промисловості, у тому числі і швейної. Проте, на жаль, остання характеризується випуском масової продукції, в той час як на сьогоднішній день все більше людей (а особливо жінок) хочуть виглядати ексклюзивно. До того ж існує гостра конкуренція з дешевим одягом зі Східної Азії та Європи. Проте дана продукція не характеризується високою якістю.

Ідея даного проекту полягає у пошитті жіночих блузок для населення Харківської та сусідніх областей, з урахуванням актуальних дизайнерських розробок як для масового, так і для індивідуального замовлення за невисокою ціною, та наданні послуг з ремонту одягу. Особливістю технологічного процесу є застосування сучасних технологій та високопродуктивного обладнання, що забезпечить високі споживчі якості продукції, її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Компактність виробництва, новий сучасний вид продукції на основі дизайнерських розробок, індивідуальний підхід до кожного клієнта, застосування ефективних методів організації виробництва визначають оригінальність проекту.

Даний бізнес-план полягає в обґрунтуванні ефективності організації випуску жіночих блузок товариством з обмеженою відповідальністю «Näherin» (далі ТзОВ «Näherin») з метою залучення інвестиційних ресурсів, необхідних для закупівлі технологічного обладнання і створення нових робочих місць. Інвестором виступить німецька фірма «Pfaff».

Передбачається, що технологічний процес виробництва на ТзОВ «Näherin» буде організований на основі прогресивної технології фірми «Pfaff» (Німеччина), яка не має аналогів на регіональному ринку.

Матеріальна база виробництва забезпечується вітчизняними ткацькими фабриками, а також мережею магазинів з продажу тканин (Гранд-Текстиль) у відповідності з єдиним технологічним задумом, що підвищує надійність готової продукції.

Персонал фірми складається з кваліфікованих спеціалістів і знаходиться в стадії комплектації. Загальна чисельність працівників планується в складі 23 особи.

Конкурентоздатність продукції ТзОВ «Näherin» забезпечується низькими внутрішньовиробничими витратами, а також ексклюзивною якістю продукції.

Суть проекту полягає в пошитті жіночих блузок для населення Харківської та сусідніх областей на базі сучасного швейного устаткування та з урахуванням актуальних ексклюзивних дизайнерських ідей, які забезпечать високі споживчі якості продукції та її конкурентоспроможність на ринку.

3. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА-ЗАЯВНИКА

Товариство з обмеженою відповідальністю «Näherin» створене в 2021 році. Юридична адреса підприємства: 61037, м. Харків, вул. Плеханівська, 18. Ідентифікаційний код 04071979. Співзасновниками Товариства є:

1. Олійник Володимир Євгенійович, паспорт МН № 240670, виданий Валківським РВ УМВС України в Харківській області 25 грудня 1997 року, який мешкає за адресою: м. Харків, вул. Цезаря Кюї, 25.

2. Ріб Андрій Андрійович, паспорт МН № 737908, виданий Комінтернівським РВ ХМУ УМВС України в Харківській області 27 січня 2005 року, який мешкає за адресою: м. Харків, вул. Соїча, 1, к. 223.

3. Яновський Олександр Вікторович, паспорт МК № 717721, виданий Валківським РВ УМВС України в Харківській області 29 грудня 1997 року, який мешкає за адресою: м. Харків, вул. Соїча, 1, к. 224.

Контактна особа: Ріб Андрій Андрійович, тел. (моб.) +38(097)3977452.

За рахунок внесків засновників сформований статутний фонд в розмірі 75 (сімдесят п'ять тисяч) гривень 00 копійок. Для ведення ефективної господарської діяльності планується створити 23 нових робочих місця, що на сьогоднішній день є позитивним фактором в умовах складної економічної ситуації, що склалася в цьому регіоні.

Статутом ТзОВ «Näherin» передбачені такі основні види діяльності підприємства: пошив жіночого одягу (блузок) різних видів на базі сучасного швейного устаткування.

Структура управління в ТзОВ «Näherin» цехова. Для організації та здійснення ефективної діяльності підприємства сформований наступний кадровий склад управління:

Таблиця 1. Кадровий склад управління

П.І.Б.	Посада	Освіта	Досвід роботи (років)
Ріб Андрій Андрійович	Керівник підприємства	Вища	10
Коваленко Михайло Васильович	Заступник керівника	Вища	22
Яновська Світлана Євгенівна	Головний бухгалтер	Вища	24

Перспективи розвитку підприємства полягають у збільшенні асортименту та якості продукції на основі впровадження більш сучасних засобів виробництва та забезпечення населення ексклюзивним одягом.

Пошиття одягу не являється новим видом виробництва на регіональному ринку. Проте, даний вид продукції добре зарекомендував себе і користується попитом серед місцевого населення. Така популярність цього виду продукції обумовлена високими її показниками якості та ексклюзивним виглядом.

Внесок ТзОВ «Näherin» у розвиток регіону є перш за все надання продукції легкої промисловості високої якості для населення як нашого, так і сусідніх регіонів. По-друге, своєчасне внесення платежів в бюджет та спонсорська діяльність та допомога соціально незахищеним верствам населення району за рахунок прибутку.

Таблиця 2. Робочий розклад, що планується

Режим роботи	2 зміни
Тривалість робочої зміни	8 годин
Фонд робочого часу в місяць	25 днів

Отже, на ТзОВ «Näherin» планується організувати процес виробництва в дві зміни. Тривалість кожної зміни вісім годин. Це дасть можливість досягти більшого рівня ефективності виробництва, нарощуючи його обсяги.

Так, на першому етапі розрахована виробнича потужність швейного цеху передбачається на рівні 1 200 одиниць одягу на місяць. За рахунок використання вискоефективного обладнання можливе досягнення підприємством високої виробничої потужності.

Для забезпечення нормального функціонування ТзОВ «Näherin» створена належна інфраструктура (табл. 3).

Таблиця 3. Інфраструктура об'єкту

Назва	Характеристика
ТРАНСПОРТНІ ЗВ'ЯЗКИ	
Автомобільні дороги	з твердим покриттям
Залізниця	двоколійна
Метрополітен	дві станції холодно гірсько-заводської лінії (Проспект Гагаріна та Спортивна)
ІНЖЕНЕРНІ МЕРЕЖІ	
Електроенергія	комунальне забезпечення
Вода	комунальне забезпечення
Тепло	комунальне забезпечення
Каналізація	наявна
Зв'язок	відмінний
Інші	
НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ	
Матеріали	Покупні вітчизняні та імпорتنі
Комплектуючі	Покупні вітчизняні та імпорتنі
Кадри	наявні
Інші	
КОРИСТУВАЧІ ПРОДУКЦІЇ	
Внутрішній ринок	Населення Харківської та сусідніх областей

Основними елементами інфраструктури підприємства є: автомобільні дороги, залізниця та метрополітен, які забезпечують зв'язок з постачальниками сировини і комплектуючих матеріалів та користувачами продукції; інженерні мережі, завдяки яким налагоджене безперебійне тепло-, енерго- та водопостачання. На початковому етапі організації виробництва ТзОВ «Näherin» має ефективний канал збуту, який представлений населенням Харківської та сусідніх областей.

4. ОПИС ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Створюване підприємство ТзОВ «Näherin» для ефективно організації виробничого процесу потребує залучення інвестиційних ресурсів в розмірі 200 000 гривень (двісті тисяч гривень). Ці кошти будуть використані для придбання та запуску виробництва продукції. Вказана сума, а також вклад співзасновників в розмірі 75 000 грн. (сімдесят п'ять тисяч гривень) дозволить профінансувати етап створення та розширення підприємства, забезпечить отримання прибутку.

Предметом та ціллю діяльності ТзОВ «Näherin» (новостворюване підприємство), є виробництво жіночого одягу, що сприяє найбільш повному задоволенню потреб споживачів у якісній продукції швейної промисловості (жіночих блузках).

Підприємство є недержавним, тому власник і працівники зацікавлені в якнайкращому обслуговуванні споживачів.

Продукція (жіночі блузки), що планується до випуску, буде виготовлятися за сучасною технологією і буде мати високі показники якості, які дозволять їй конкурувати з аналогами на інших ринках.

Завдяки організації діяльності ТзОВ «Näherin» харків'янам та жителям області будуть надані додаткові робочі місця. Крім цього, реалізація даного проекту передбачає надання переваги вітчизняним виробникам при закупівлі матеріалів та комплектуючих. Реалізація цього проекту передбачає певний внесок підприємства у розвиток регіону, громадську та соціальну активність. Певним внеском ТзОВ «Näherin» у розвиток регіону буде своєчасне внесення платежів до бюджету, спонсорська діяльність, допомога за рахунок прибутків соціально незахищеним верствам населення району. Можна виділити наступні характерні риси проекту: продуктивна – випуск нового виду продукції; покращення якості продукції, яку передбачається випускати; збільшення обсягу виробництва продукції; соціальна – покращення умов праці; технологічна – економія

енергоресурсів, раціональне використання матеріалів; зменшення зносу обладнання; збільшення продуктивності праці.

Соціальне значення зазначеного проекту полягає у створенні додаткових робочих місць, освоєнні сучасних технологій, випуску продукції високої якості для місцевого населення. Конкурентоспроможність продукції, стійкий попит на неї забезпечують комерційність проекту.

Проведеними розрахунками підтверджено, що дане виробництво є беззбитковим і рентабельним. Період окупності вкладених у розвиток виробництва коштів складе півтора року.

5.НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО

ПРОЕКТУ

Під час реалізації інвестиційної і проекту підприємство буде керуватися законодавчо-нормативними актами України щодо здійснення інвестиційної діяльності в Україні зокрема:

- Закон України «Про інвестиційну діяльність»;
- Закон України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)»;
- Закон України «Про режим іноземного інвестування».

6. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПЛАН

В даному бізнес-плані передбачається, що інвестиції будуть внесені за перші два квартали (період освоєння виробництва), а саме в 1-ому кварталі – 180 тис грн., в другому – 20 тис грн. Розмір внесення інвестицій наведено в таблиці «Календарний план внесення інвестицій».

Таблиця 4. Календарний план внесення інвестицій

Період	I-й квартал			II-й квартал
	Січень	Лютий	Березень	Квітень
Сума, тис. грн.	100,0	50,0	30,0	20,0

Як видно з таблиці, у січні розмір інвестицій найбільший, оскільки призначений для закупівлі обладнання і налагодження технологічного процесу виробництва жіночих блузок.

В свою чергу, повернення залучених інвестиційних коштів відбуватиметься за рахунок чистого прибутку (прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати всіх податків і зборів). Розмір повернення інвестицій наведено в таблиці «Повернення коштів та сплата відсотків» (таблиця 5).

Таблиця 5. Повернення коштів та сплата відсотків

Період	2-й рік	3-й рік
Сплата %, тис. грн.	10,0	5,0
Повернення коштів, тис. грн.	100,0	100,0

Таким чином, як бачимо, залучені інвестиційні ресурси дане підприємство поверне за два роки (за рахунок чистого прибутку).

Прогнозовані показники фінансової діяльності підприємства та розміри чистого прибутку розраховані та наведені у звіті про фінансові результати ТзОВ «Näherin» (додаток Д).

На основі звіту про фінансові результати можна стверджувати про те, що щомісяця чистий прибуток складатиме 12,05753 тис. грн. Звичайно, згідно з розробленим планом передбачається поступове нарощування обсягів виробництва, і будемо вважати, що вони залишаються незмінними – на мінімальному рівні. В наших умовах за I квартал (при обсязі виробництва 3 600 жіночих блузок) чистий прибуток становитиме 36,17264 тис. грн.

7. УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Реалізація проекту передбачається у формі створення Товариства з обмеженою відповідальністю (колективна форма власності). Даний проект передбачає залучення кредитних ресурсів у розмірі 200000 грн. (двісті тисяч гривень), необхідних для закупівлі обладнання та запуску виробництва.

Структура управління підприємства на стадії реалізації проекту буде мати наступний вигляд:

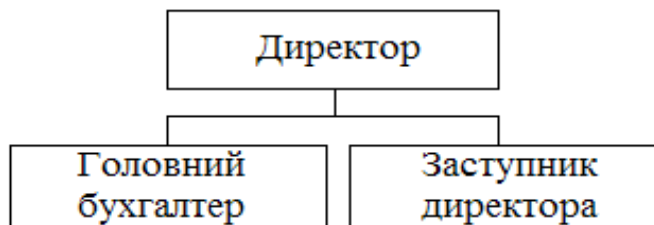


Рис. 1. Структура управління

Створюване підприємство ТзОВ «Näherin» очолює директор (керівник підприємства), якому підпорядковані головний бухгалтер та заступник директора. Керівником є Ріб Андрій Андрійович, який має вищу освіту та стаж роботи 10 років.

Керівник підприємства управляє підрозділами безпосередньо (на початковому етапі створення підприємства) або через заступника директора за блоками питань, які входять в його функціональні обов'язки і за які він несе відповідальність (у перспективі розвитку). На час відсутності керівника його заміщає заступник. Керівники підрозділів, які будуть створені на підприємстві, будуть підпорядковуватися директору і його заступнику.

Взаємодія між учасниками проекту є простою і сприяє оперативному вирішенню всіх проблем, пов'язаних з проектом в межах підприємства. Організаційні навички керівника забезпечать випуск високоякісної і конкурентоспроможної продукції.

8. ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА

Виробничий процес виготовлення жіночих блузок передбачає виконання наступних технологічних операцій:

- дизайн та моделювання блузки;
- вибір тканини;
- зняття мірок;
- конструювання моделі майбутньої блузки на папері;
- перенесення схеми на тканину;
- викроювання деталей;
- зшиття деталей у готову блузку;
- обметування країв деталей блузки;
- пришивання гудзиків;
- декоративне оздоблення готової блузки
- укладання та упакування.

Таким чином з вище перерахованого ми бачимо, що процес виробництва даного виду продукції (жіночих блузок) є досить складним, але за допомогою залучення кваліфікованого персоналу, трудових ресурсів та використання сучасного ефективного обладнання існує можливість організувати технологічний процес та досягти запланованого рівня виробництва.

В додатку наведено опис комплектуючих і матеріалів, які будуть використовуватися в процесі виробництва, необхідне устаткування та інструмент.

Тривалість технологічного процесу виробництва розрахована за допомогою циклограми, яку також представлено в додатку.

На сьогоднішній день в Україні не існує належного устаткування, тому передбачається, що технологічний процес виробництва на ТзОВ «Näherin» буде організований на основі прогресивної технології фірми «Pfaff» (Німеччина), що з 2005 року входить в групу компаній VSM Group AB, яка не має аналогів на регіональному ринку. Фірма «Pfaff» характеризується як надійний партнер та постачальник високоякісного обладнання для пошиття одягу. Фірма «Pfaff», яка нараховує більш ніж 140-літню історію, твердо стверджує позиції на ринку.

Матеріальна база виробництва забезпечується відповідними підприємствами з України та з-за кордону у відповідності з єдиним технологічним задумом, що підвищує надійність готової продукції. Реалізація проекту передбачає закупівлю матеріалів (тканини, ниток, деталей для декоративного оздоблення готової продукції) як у вітчизняних виробників (концерну Чексил, Волинського шовкового комбінату, Черкаського шовкового комбінату), так і у іноземних – це шовк-котон та трикотаж від відомих італійських марок (VERSACE, ICEBERG, MOSCINO, CAVALLI, EXTEN, VOYAGE, PASSION, ARMANI), тканини виробництва Німеччини (BOSS, BECKER), Франції (YSI) та Великобританії (SCABAL), а також більш дешеві тканини з азіатських країн.

Інформацію щодо устаткування, оснащення та інструменту, необхідного для реалізації даного проекту, надано в додатках.

Вартість робіт по монтажу всього необхідного для організації роботи підприємства обладнання мінімальна і становить 500 грн.

9. ОПИС ПРОДУКЦІЇ

На ринку України у 2005 році працювало біля 2900 швейних підприємств, з яких понад 2300 (80%) були спеціалізованими. Нажаль, на сьогоднішній час не можливо точно сказати про кількість підприємств швейної промисловості ні Харківської області зокрема, ні України в цілому. У зв'язку з економічною кризою, яка розпочалася у світі в 2008 році кількість промислових підприємств, у тому числі і підприємств швейної галузі зменшилася. До того ж останні мають гостру конкуренцію з боку товарів зі Східної Азії, які є більш дешевими (хоча і менш якісними), а тому користуються більшим попитом серед населення. Значну конкуренцію товарам вітчизняної швейної промисловості створюють також магазини дешевого одягу з Європи (Second Hand). Усе зазначене вище пов'язане зі зниженням платоспроможності населення під час економічної кризи. Проте, на сьогоднішній день, економічна криза закінчилася, до того ж влада проводить політику закриття магазинів дешевого одягу з Європи та США, а тому споживачі даного виду продукції мають шукати інші місця для придбання аналогічної продукції. Враховуючи невисоку купівельну спроможність населення основними з них стануть ринки та магазини одягу, що пропонують недорогу продукцію. Одним з останніх і буде дане підприємство по випуску жіночих блузок як для оптового так і для роздрібного замовника.

Зазначений продукт буде користуватися попитом серед населення за рахунок того, що до кожного замовника буде встановлено індивідуальний підхід, до того ж кожного замовника будуть безкоштовно пригощати кавою. Передбачається, що підприємство буде випускати жіночі блузки різного розміру та фасону як на замовлення, так і у масове виробництво. Ці показники, а також невисока собівартість виробництва, наявність достатньої кількості матеріалів, показники якості обумовлюють її конкурентоспроможність на ринку. На основі маркетингових досліджень ринку швейних виробів, проведена порівняльна оцінка продукції ТзОВ «Näherin» з її аналогами в регіоні.

Таблиця 6. Порівняльна оцінка продукції з аналогами продукції фірми

Показники, що порівнюються	Порівняльна оцінка з аналогами продукції фірми («+» – краще, «0» – рівно, «-» – гірше)
1. Дизайн блузки	+
2. Якість блузки	0
3. Екологічність	0

Дані таблиці свідчать про можливі резерви підвищення якості продукції, а відповідно і підвищення її конкурентоспроможності. Крім цього, підвищення конкурентоспроможності продукції можливе за рахунок проведення активної цінової політики, політики розподілу, що передбачає ефективне використання елементів маркетингового комплексу.

10. МАРКЕТИНГ ТА ЗБУТ ПРОДУКЦІЇ

На початковому етапі роботи ТзОВ «Näherin» планується, що до основної групи користувачів продукції буде належати населення Харківської та сусідніх областей. Це є позитивним фактором, так як ТзОВ «Näherin» зможе зосередити свою увагу на виробництві продукції та забезпеченні її високої якості. В подальшому передбачається пошук нових споживачів продукції та виявлення нових сегментів ринку як на території України, так і за її межами.

Проведені маркетингові дослідження на основі даних щодо регіональних виробників швейної продукції (жіночих блузок) дають можливість зробити відповідні висновки, які стосуються обсягу виробництва. Річний розмір внутрішнього ринку збуту складає 14 400 жіночих блузок.

На етапі становлення та розвитку підприємства передбачається, що обсяги збуту продукції будуть наступними:

Таблиця 7. Обсяги збуту продукції

Продукція	Обсяги продажу за рік (м ³)									
	1-й рік				2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік	6-й рік	7-й рік
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.						
Жіноча Блузка	-	3600	3600	3600	14400	14400	14600	15000	15600	16200

Результати дослідження показали, що на регіональному ринку швейних виробів дане підприємство має значну кількість конкурентів. Ціна за 1 блузку складає близько 200 грн. Реалізаційна ціна на нашому підприємстві в середньому на 18% нижча від ціни конкурентів на регіональному ринку, що дасть можливість охопити певну частку на ринку продажу жіночих блузок.

Ринок збуту має специфічні особливості, зокрема, можливість замовлення готової продукції спеціалізованими (агентами з оптової торгівлі, спеціалізованими магазинами) та індивідуальними замовниками.

Для того, щоб зацікавити споживача, презентувати йому продукцію, керівництвом планується використання Sales Promotion (SP), що перекладається як просування товару або стимулювання продажів. Тут необхідно зазначити, що з допомогою SP будуть втілюватися комерційні та творчі ідеї, які дозволять стимулювати продаж в короткі строки. Також це комплекс заходів стимулюючого впливу, які прискорять або посилять зворотну реакцію ринку.

Хоча на сьогоднішній день регіональний ринок швейних виробів є насиченим, проте ТзОВ «Näherin» має резерви нарощування обсягів виробництва та заповнення існуючих ніш ринку, що дозволить зменшити терміни окупності інвестованих коштів та досягти високого рівня рентабельності підприємства.

11. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

Таблиця 8. Звіт про фінансові результати за 1 квартал першого року реалізації інвестиційного проекту (тис. грн.)

Дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг)	585,324
Податок на додану вартість	117,0648
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	468,2592
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	393,084
Валовий прибуток	75,1752
Адміністративні витрати	15,0
Витрати на збут	7,5
Інші операційні витрати	1,0
Фінансові результати від операційної діяльності	51,6752
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток)	51,6752
Податок на прибуток від звичайної діяльності	15,50256
Фінансові результати від звичайної діяльності	36,17264
Чистий прибуток	36,17264

Таблиця 9. Штатний розпис та фонд оплати праці персоналу підприємства

Посада	Кількість, осіб	Оклад, грн.	Регулярність виплат	Використання протягом реалізації проекту
УПРАВЛІННЯ				
Керівник	1	1700	раз в місяць	протягом всього проекту
Заступник директора	1	1500	раз в місяць	протягом всього проекту
Головний бухгалтер	1	1000	раз в місяць	протягом всього проекту
Разом	3	4200	раз в місяць	
ВИРОБНИЦТВО				
Швачка	6	941	раз в місяць	протягом всього проекту
Закрійниця	6	941	раз в місяць	протягом всього проекту
Продавець	2	941	раз в місяць	протягом всього проекту
Менеджер по рекламі	1	1000	раз в місяць	протягом всього проекту
Менеджер по збуту	1	1000	раз в місяць	протягом всього проекту
Водій	1	941	раз в місяць	протягом всього проекту
Експедитор	1	1000	раз в місяць	протягом всього проекту
Дизайнер одягу	1	1200	раз в місяць	протягом всього проекту
Комірник готової продукції	1	941	раз в місяць	протягом всього проекту
Разом	20	19256	раз в місяць	протягом всього проекту
Всього ФОП	23	23456	раз в місяць	

Таблиця 10. Розрахунок ціни на продукцію (на одну блузку)

№	Найменування статті затрат	Вартість, грн.
1.	Матеріали та комплектуючі	80,0
2.	Заробітна плата	19,5
3.	Нарахування на заробітну плату	3,54
4.	Витрати на експлуатацію та утримання обладнання	0,89
5.	Загально виробничі витрати	0,12
6.	Амортизаційні витрати	0,70
7.	Витрати на підготовку виробництва та освоєння нової техніки	2,5
9.	Інші виробничі витрати	3,54
10.	Всього виробнича собівартість	110,19
11.	Адміністративні витрати	4,17
12.	Витрати на збут	2,08

13.	Прибуток	20,0
14.	Податок на додану вартість	27,09
15.	Відпускна ціна	164,13

В результаті проведених розрахунків, врахування загальних, експлуатаційних та виробничих витрат, було виявлено, що вартість 1 продукції (жіночої блузки) складе 164,13 грн. Дана ціна є середньою в порівнянні з цінами виробників аналогічної продукції. Це є однією з вагомих переваг даного товаровиробника на ринку жіночих блузок.

На основі наведених в бізнес-плані даних можна стверджувати, що реалізація проекту щодо виробництва жіночих блузок буде ефективною, оскільки за рахунок отриманих прибутків можливе покриття затрат на виробництво та повернення кредитних ресурсів за досить короткий термін часу, а саме за два роки.

12. ОЦІНКА РИЗИКУ І СТРАХУВАННЯ

При розробці та написанні даного бізнес-плану проаналізована можливість виникнення кількох критичних ситуацій, які можуть негативно позначитись на роботі підприємства – можливості невдачі або непередбачених витрат (підприємницький ризик):

- 1) ринковий ризик;
- 2) ризик втрати майна;
- 3) ризик капітальних вкладів (інфляція);
- 4) ризик невиконання зобов'язань;
- 5) політичний ризик;
- 6) конкуренти;
- 7) організаційний ризик;
- 8) маркетинговий ризик.

Таким чином, при аналізі вище перерахованих видів ризиків були розроблені компенсаційні дії, які зможуть пом'якшити конкретний вид ризику або навіть зовсім уникнути його.

В цьому пункті не включаються заходи щодо компенсації ризику капітальних вкладень (інфляції) і політичного ризику. Ці ризики пов'язані між собою і не залежать від керівника підприємства, оскільки в даному випадку він не здатен впливати на зміну зовнішнього середовища, а лише за рахунок своєї майстерності швидко пристосовуватись до змін та передбачати ці зміни (зміни в законодавстві, зміни політичної влади, тощо). Але треба сподіватись, що загальна тенденція економічного і політичного розвитку України приведе до зменшення темпів інфляції, до стабільності національної валюти та законодавства, стабілізації економіки взагалі.

Ризик втрати майна (пожежа, крадіжка) – підприємство орендує приміщення, які забезпечені протипожежним обладнанням, а також засобами охорони.

Організаційний ризик, тобто ризик втрати часу – підприємство при укладанні угоди з постачальником обладнання буде ставити вимогу здачі обладнання «під ключ». Також буде розроблений графік технічного обслуговування обладнання, що дозволить уникнути аварійних поломок та незапланованих зупинок виробництва.

Ризик невиконання зобов'язань – висока якість продукції та стабільність роботи обладнання дозволить виконувати свої зобов'язання перед клієнтами за строками постачання продукції.

Ринковий ризик – постійне покращення якості та асортименту продукції забезпечить зростання ринків збуту за рахунок витіснення з нього конкурентів.

Маркетинговий ризик – проведення маркетингових досліджень; обсяги, ціни, споживачі; формування власної дилерської сітки дозволить краще вивчити ринки збуту, на які фірма в майбутній діяльності планує вийти.

Таблиця 11. Матриця ризику (SWOT-аналіз)

Сильні сторони: існують виробничі площі; існує забезпечення необхідними ресурсами; застосування нових методів просування товару; виникнення нових робочих місць; розширення асортименту; застосування спеціалізованого обладнання; якість продукції.	Слабкі сторони: неплатоспроможність населення; джерело фінансування.
Можливості: збільшення об'ємів; розширення ринків збуту.	Загрози: економічна нестабільність; нестабільність законодавчої бази.

Оцінка можливих ризиків дає можливість зробити висновок про необхідність придбання страхового полісу від втрат майна внаслідок стихійного лиха. Інші ризики будуть компенсовані запроектованими заходами.

Додаток А. Сальдо податкових нарахувань та податкових пільг

Податкові нарахування, тис. грн.								
Найменування статті / період	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік	6-й рік	7-й рік	Всього
Податок на прибуток	43,32	43,32	43,32	49,26	50,64	52,62	54,64	337,12
ПДВ	468,0	468,0	468,0	479,3	492,4	512,1	531,8	3419,6
Нарахування на з/плату	50,976	50,976	50,976	51,684	53,100	55,224	57,348	370,283
Інші								
Всього	562,296	562,296	562,296	580,244	596,14	619,944	643,788	4127,00
Податкові пільги								
ПДВ	—	—	—	—	—	—	—	—
Податок на прибуток	—	—	—	—	—	—	—	—
Всього								
Сальдо (всього «податкові надходження» всього «Податкові пільги»)	—	—	—	—	—	—	—	—

Додаток Б. Комплектуючі матеріали
(вартість вказана з врахуванням мита)

Найменування	Ціна, грн.	Кількість на квартал	Сума, грн.	Постачальник, умови періодичність поставки
Тканина	80,0	450 м ²	36 000	Концерн Чексил, Волинський шовковий комбінат, Черкаський шовковий комбінат, магазин Гранд-Текстиль; поставки один раз на тиждень за умови договору.
Нитки	3,5	100 шт.	350	
Голки	10,0	10 (компл.)	100	
Метри	5,0	5 шт.	25	
Лінійки	20,0	5 (компл.)	100	
Гудзики	0,3	8400 шт.	2520	
Акcesуари	3,0	2400 шт.	7200	
Всього			46 295	

Додаток В. Устаткування, оснащення та інструменти
(вартість вказана з врахуванням мита)

№	Найменування	Загальна кількість			
		наявність	додаткова потреба	вартість, грн.	постачальник, умови
1.	Швейна машинка	3	3	36 000	
2.	Стіл для швейної машинки	3	3	4 200	
3.	Стіл для розкроювання	3	3	6 000	
4.	Комп'ютер	1		5 000	
5.	Манекен	5		800	
6.	Лампи денного світла	3	3	1 920	
7.	Ширма медична	1		4 800	
8.	Дзеркало	3		600	
9.	Вішалка	2		300	
10.	Стілець	14		1 680	

11.	Плечика	100		1000	
12.	Труба сталева	1		400	
13.	Пилосос	1		500	
14.	Комплект офісних меблів	1		4 000	
15.	Табличка з назвою	1		1 000	
16.	Машинка для в'язання		1	6 000	Фірма «Pfaff» (Німеччина), що входить в групу компаній VSM Group
17.	Машинка для вишивання		1	6 000	
18.	Машинка для пришивання гудзиків		1	6 000	
	Всього	-	-	86 200	

Додаток Г. Циклограма виробництва та реалізації продукції

№	Назва операції	Виконавець	Строк (днів)	Час у днях				
				1	2	3	4	5
1.	дизайн та моделювання блузки	закрійний цех	1	X				
2.	вибір тканини	закрійний цех	1	X				
3.	зняття мірок	закрійний цех	1	X				
4.	конструювання моделі майбутньої блузки на папері	закрійний цех	1	X				
5.	перенесення схеми на тканину	закрійний цех	1	X				
6.	викроювання деталей	закрійний цех	1	X				
7.	зшиття деталей у готову блузку	швейний цех	1	X				
8.	обметування країв деталей блузки	швейний цех	1	X				
9.	пришивання гудзиків	швейний цех	1	X				
10.	декоративне оздоблення готової блузки	швейний цех	1	X				
11.	укладання та упакування	швейний цех	1	X				

Додаток Д. Звіт про фінансові результати ТзОВ «Näherin», тис. грн.

Показники	Роки						
	1	2	3	4	5	6	7
Дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг)	2341,3	2341,3	2341,3	2396,3	2462,0	2560,4	2658,9
Податок на додану вартість	468,0	468,0	468,0	479,3	492,4	512,1	531,8
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1873,3	1873,3	1873,3	1917,0	1969,6	2048,3	2127,1
Собівартість реалізації продукції	1586,8	1586,8	1586,8	1608,8	1652,9	1719,0	1785,1
Валовий прибуток	286,5	286,5	286,5	308,2	316,7	329,3	342,0
Адміністративні витрати	60,1	60,1	60,1	60,9	62,6	65,1	67,6
Витрати на збут	30,0	30,0	30,0	30,4	31,2	32,5	33,7
Надзвичайні витрати	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Інші операційні витрати	51,0	51,0	51,0	51,7	53,1	55,3	57,4
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	144,4	144,4	144,4	164,2	168,8	175,4	182,3
Податок на прибуток від звичайної діяльності	43,32	43,32	43,32	49,26	50,64	52,62	54,69
Чистий прибуток	101,08	101,08	101,08	114,94	118,16	122,78	128,21

Тести

Які переваги мають суб'єкти малого підприємництва в ринковій економіці?

- а) адаптація до місцевих умов господарювання;
- б) рівень ризику;
- в) гнучкість і оперативність;
- г) залежність від великих компаній;
- д) низька потреба в капіталі;
- е) обережність господарюючих партнерів при укладанні договорів.

2. Причини невдач у малому бізнесі.

- а) незмінність керівництва фірмою;
- б) некомпетентність;
- в) керівник фірмою - жінка;
- г) шкідливі звички;
- д) фінансування.

3. Розвиток малого підприємництва є умовою рішення наступних проблем:

- а) висока господарська культура;
- б) платоспроможність партнерів;
- в) додаткові робочі місця;
- г) рівень організаційно-економічних і правових знань підприємців;
- д) використання творчих можливостей.

4. Зобов'язання суб'єктів малого підприємництва - це:

- а) цивільно-правові відносини між сторонами;
- б) обмеження свободи;
- в) несвоєчасна або не в повному розмірі сплата податків.

5. Що розуміють під підприємницькою діяльністю?

а) самостійну діяльність;

б) ініціативну діяльність дієздатних громадян;

в) отримання прибутку;

г) всі відповіді невірні.

6. Псевдопідприємництво - це:

а) здійснення підприємницької діяльності без реєстрації;

б) здійснення підприємницької діяльності без ліцензії;

в) організація підприємницької діяльності без наміру її здійснювати;

г) прикриття забороненої діяльності.

7. Підприємництво класифікується за:

а) формі власності;

б) ознаками законності;

в) формам відповідальності;

г) кількістю учасників;

д) об'єкту докладання капіталу;

е) отримання конкретних результатів.

8. Виробниче підприємництво - це:

а) залучення і використання грошових коштів;

б) самостійний вид діяльності;

в) процес виробництва конкретних товарів;

г) здійснення робіт і надання послуг.

9. Фінансова стратегія - це:

а) визначення довготривалого курсу в галузі фінансів підприємства , спрямованого на вирішення великомасштабних завдань;

б) вирішення завдань конкретного етапу розвитку фінансів підприємства;

в) розробка нових форм і методів розподілу грошових коштів підприємства.

10. Прогнозування є основою:

- а) оперативного планування;
- б) поточного планування;
- в) перспективного планування.

11. До власних коштів (капіталу) підприємства належать:

- а) статутний капітал;
- б) резервний фонд;
- в) будівля;
- г) нерозподілений прибуток;
- д) готова продукція;
- е) дебіторська заборгованість.

12. До активів підприємства належать:

- а) збитки ;
- б) кредиторська заборгованість;
- в) додатковий капітал;
- г) патенти ;
- д) короткострокові банківські позики ;
- е) необоротні фонди .

13. Які кошти з зовнішніх джерел може залучити підприємство для фінансування капітальних вкладень:

- а) реінвестувати прибуток;
- б) амортизаційні відрахування підприємства;
- в) оборотні кошти;
- г) банківський кредит;
- д) бюджетні асигнування.

14. Прибуток - це показник:

- а) ефективності виробництва;
- б) економічного ефекту.

15. Чистий прибуток підприємства визначається як:

- а) різниця між балансовою прибутком і обов'язковими відрахуваннями від прибутку до бюджету;
- б) різниця між виручкою від реалізації і відрахуваннями до фондів і резервів підприємства;
- в) різниця між виручкою і сукупними витратами на виробництво і реалізацію продукції.

16. Рентабельність продукції - це:

- а) відношення чистого прибутку до повної собівартості реалізованої продукції;
- б) відношення прибутку від виробництва і реалізації продукції до поточних витрат на виробництво;
- в) відношення виручки від реалізації продукції до прибутку від реалізації продукції;
- г) відношення прибутку від виробництва і реалізації продукції до повної собівартості реалізованої продукції.

17. До основних фондів відносяться:

- а) машини;
- б) готова продукція;
- в) незавершене виробництво;
- г) ноу - хау.

18. До активних основних фондів відносяться :

- а) транспортні засоби;
- б) обладнання;
- в) мости;
- г) сировина;

д) будинку;

е) патенти.

19. Капітальні вкладення - це:

а) фінансування відтворення основних фондів і нематеріальних активів підприємства;

б) вкладення грошових коштів в активи, що приносять максимальний дохід;

в) довгострокове вкладення грошових коштів у фінансові інвестиції.

20. Собівартість визначається як:

а) витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції;

б) витрати на фінансування інвестиційних проектів;

в) витрати на придбання цінних паперів.

21. Показник, що характеризує обсяг реалізованої продукції, при якому сума чистого доходу підприємства дорівнює загальній сумі витрат, - це:

а) фінансовий леверидж;

б) виробничий важіль;

в) поріг рентабельності;

г) сила впливу операційного важеля;

д) точка розриву;

е) запас фінансової міцності.

22. Маржинальний прибуток - це:

а) прибуток, отриманий від зростання обсягу виручки від реалізації при незмінних умовно - постійних витратах;

б) прибуток, отриманий від інвестиційної діяльності підприємства;

в) додатковий прибуток, отриманий від зростання обсягу виручки від продажів при незмінних змішаних витратах.

23. Ліквідність підприємства являє собою:

а) здатність фірми платити за своїми зобов'язаннями;

- б) можливість підприємства організувати ефективну діяльність;
- в) здатність компанії трансформувати різні активи в грошові кошти.

24. Які залучені кошти є для підприємства найдешевшими;

- а) дебіторська заборгованість;
- б) позика банку;
- в) кредиторська заборгованість;
- г) облігаційну позику ?

25. Які елементи витрат підприємства відносяться до змінних витрат:

- а) витрати на сировину;
- б) витрати на паливо;
- в) орендна плата;
- г) амортизація;
- д) відрядна заробітна плата.

26. Кредитування під заставу нерухомості являє собою:

- а) іпотеку;
- б) лізинг;
- в) моніторинг;
- г) форфейтинг.

27. Ризик - це:

- а) ймовірність настання події, пов'язаної з можливими фінансовими втратами або іншими негативними наслідками;
- б) результат венчурної діяльності;
- в) небезпека виникнення негативних наслідків, пов'язаних з виробничою, фінансовою та інвестиційною діяльністю.

28. Елементами класифікації ризиків за рівнем фінансових втрат є:

- а) допустимий ризик;

- б) зовнішній ризик;
- в) податковий ризик;
- г) простий ризик;
- д) прогнозований ризик;
- е) критичний ризик;
- ж) катастрофічний ризик.

29. Банкрутство - це:

- а) фінансова неспроможність підприємства , визнана у судовому порядку;
- б) фінансова неспроможність підприємства , визнана кредиторами;
- в) нездатність задовольнити вимоги кредиторів у встановлені терміни.

30. Документ фінансової звітності, що відображає джерела формування грошових коштів підприємства та напрями їх використання у грошовому вираженні на певну дату, - це:

- а) звіт про фінансові результати;
- б) звіт про прибутки та збитки;
- в) звіт про рух грошових коштів;
- г) бухгалтерський баланс.

31. Вид нематеріальних активів, що представляють собою графічний символ, напис або їх поєднання, що дають можливість відрізнити товари та послуги одних юридичних і фізичних осіб від однорідних товарів і послуг інших виробників, називається:

- а) патентом;
- б) іміджем;
- в) торговою маркою;
- г) ліцензією.