



**СТРУКТУРА БІЗНЕС-ПЛАНУ - СТОРІНКА 2-7**  
**ПРЕЗЕНТАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ - СТОРІНКА 7**  
**ТАБЛИЦЯ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ - СТОРІНКА 8**

Підготовлено для: Terre des Hommes

Підготував: Ніколає Крету

28 грудня 2020 року

## СТРУКТУРА БІЗНЕС-ПЛАНУ

1. **Титульна сторінка - 1 сторінка**
2. **Короткий зміст - 1 сторінка**
3. **Опис продукту - 1-2 сторінки**
4. **Процес виготовлення - 1-2 сторінки**
5. **Перший сегмент клієнтів 1 сторінка**
6. **Аргументація цін 1 сторінка**
7. **Фінансові прогнози 1 сторінка**
8. **Початкові Витрати та Запитовані кошти - 1 сторінка**

### **ТИТУЛЬНА СТОРІНКА - 1 СТОРІНКА**

- Ім'я Автора,
- Назва ідеї,
- Найменування Продукту та фото,
- Навчальний Заклад,
- Ім'я вчителя/наставника,
- Дата подання,
- Контактні дані - телефон та електронна пошта автора.

### **КОРОТКИЙ ЗМІСТ - 1 СТОРІНКА**

Зведене резюме розміщується на початку плану, але пишеться останнім. Воно повинне дати короткий, стислий та оптимістичний огляд Вашого бізнесу, який приверне увагу читача та зацікавить його дізнатися більше.

Короткий зміст буде охоплювати:

- Опис продукту з фото та ціною
- Опис виробництва (необхідне обладнання)
- Перший сегмент клієнтів
- Щомісячне виробництво, реалізація та прибуток
- Запитані початкові витрати

---

## Опис продукту

Надає клієнтам детальну інформацію про особливості продукту. Яку проблему продукт допомагає вирішити. Які переваги продукту.

- Для кого призначений продукт?
- Які основні деталі продукту? (розміри, матеріали, особливості та функції виробу.)
- Де хтось би використовував цей продукт? (у приміщенні або на вулиці, для Вашої машини або для Вашого будинку, офісу, школи тощо)
- Коли хтось повинен використовувати продукт? Чи призначений він для використання протягом певного часу доби, сезонно чи для конкретного випадку?
- Чому цей продукт корисний чи кращий за своїх конкурентів? Це може бути що завгодно, від якості до цінності до функцій.
- Як працює продукт?
- Фотографії продукту.
- Як і чому Ви прийшли з цією ідеєю продукту (особиста історія/досвід).

## Критерії оцінки

Наскільки зрозумілим є опис продукту.

## Виробничий процес

Поясніть виробничий процес:

- Опишіть фізичне розташування/потреби виробництва (скільки квадратних метрів потрібно і які вимоги).
- Опишіть необхідне обладнання. Кожне обладнання слід описувати окремо (включаючи його технічні характеристики, ціну та постачальника).
- Опишіть, які типи сировини вам потрібні для виробництва (включаючи ціни, характеристики якості матеріалів та постачальника)
- Опишіть виготовлені прототипи та результати кожного випробування
- Опишіть/намалюйте схему виробничого процесу
- Скільки людей потрібно залучити до виробничого процесу? При мінімальному виробництві? При максимальному масштабі виробництва?
  - Виробничі потужності з мінімальною кількістю людей (за 8 годин на місяць).
  - Виробничі потужності з максимальною кількістю людей (за 8 годин на місяць).

## Критерії оцінки

Було виготовлено щонайменше 3 прототипи (докази)

Після кожного прототипу відбуваються технічні вдосконалення (докази)

Як Ви підвищили економічну ефективність (матеріали, менше часу на виготовлення, кількість

---

залучених людей)

Є вдосконалення прототипу, зроблені на основі оцінки потреб клієнтів (докази)

### ПЕРШИЙ СЕГМЕНТ КЛІЄНТІВ

Поясніть маркетинговий процес:

- Опишіть свій перший сегмент клієнтів.
  - Які результати першого сегменту оцінки потреб клієнтів (співбесіди)? У скількох Ви брали інтерв'ю? Що вони відповіли на Ваші запитання?
- Які ідеї для наступного сегменту клієнтів у Вас є?
- Як Ви презентуватиме свою пропозицію першому сегменту клієнтів.
  - Опишіть пропозицію та ціну.
  - Опишіть канали зв'язку. Візити до клієнтів чи телефонні дзвінки? Інші інструменти, щоб представити/пояснити свою пропозицію?
- Які результати першого випробування спроб продажу?
  - Скільки клієнтів придбали продукт? Чому?
  - Які відгуки вони дали?

### Критерії оцінки

Оцінка Потреб Клієнтів зуміла визначити конкретні вимоги щодо продукту

Щонайменше 5 клієнтів придбали продукт із кінцевою ціною (запропонована ціна)

Чітко описаний перший сегмент клієнтів (не дуже великий/широкий - максимум 100 клієнтів)

Чітко описаний інструмент спілкування з першим сегментом клієнтів

Є ідеї для наступних сегментів клієнтів

### Аргументація ціни

Поясніть причини, що лежать в основі ціни Вашого продукту:

#### Прямі витрати (приблизно 50% від ціни)

- Матеріали (за одиницю)
- Праця (за одиницю)
- Знос обладнання (амортизація обладнання) (за одиницю)
- Транспорт, інше (за одиницю)

#### Непрямі витрати (приблизно 30% від ціни)

- Маркетингові витрати (за одиницю)
- Адміністративні витрати (за одиницю)
- Інше (за одиницю)

#### Прибуток (приблизно 20% від ціни) (за одиницю)

Зразок таблиці

Опис	Кількість	Ціна за одиницю	Вартість
Матеріали (за одиницю)			
Праця/заробітна плата (за одиницю)			
Знос обладнання (амортизація обладнання) (за одиницю)			
Транспорт, інше (за одиницю)			
Маркетингові витрати (за одиницю)			
Адміністративні витрати (за одиницю)			
Інше (за одиницю)			
<b>Всього</b>			

Які конкурентні ціни на подібні товари подібної якості? (надати докази).

### Критерії оцінки

Всі витрати покриваються

Ціна дотримується правила 50-30-20

Цінова конкуренція однакова або нижча (докази)

Фінансові прогнози реалістичні

### ЩОМІСЯЧНІ ФІНАНСОВІ ПРОГНОЗИ

Опис	Кількість	Ціна за одиницю	Вартість
<b>ПРОДАЖІ</b>			
ПРОДУКТ 1			
ПРОДУКТ 1 ЦІНА ЗІ ЗНИЖКОЮ			
ПРОДУКТ 1			
ПРОДУКТ 1 ЦІНА ЗІ ЗНИЖКОЮ			
<b>ПРЯМІ ВИТРАТИ</b>			
МАТЕРІАЛИ			
ПРАЦЯ/ЗАРОБІТНА ПЛАТА			
ОБЛАДНАННЯ			

ТРАНСПОРТУВАННЯ			
<b>НЕПРЯМІ ВИТРАТИ</b>			
РЕКЛАМА			
АДМІНІСТРАТОР			
ІНШЕ			
<b>Всього</b>			

### Критерії оцінки

Ціни та витрати реалістичні

Усі витрати включені

Принаймні 20% прибутку

Правило 50-30-20 дотримується

### РЕСУРСИ ТА ВИТРАТИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ЗАПУСКУ

Опис	Кількість	Ціна за одиницю	ВСЬОГО АБО НАТУРОЮ	ХТО ЗБИРАЄТЬСЯ ПОКРИВАТИ
<b>Загальні стартові витрати</b>				
Розташування/площа - оренда				
Обладнання - лізинг/оренда/купівля				
Сировина для виробництва першої партії				
Витрати на рекламу				
Робоча сила для виробництва першої партії				
<b>Всього</b>				
<b>Запитані початкові витрати</b>				
Розташування/площа - оренда				
Обладнання - лізинг/оренда/купівля				
Сировина для виробництва першої партії				
Витрати на рекламу				
Робоча сила для виробництва першої партії				

---

<b>Всього</b>				
---------------	--	--	--	--

### Критерії оцінки

Ціни та витрати реалістичні

Усі витрати включені

Запитовані початкові витрати відповідають лімітам Програми Малих Грантів

Інші початкові витрати покриваються партнерами або сім'єю

## ПРОПОНОВАНА СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ В ХОДІ ВИКОНАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

### Ідея продукту

- Введення продукту та потреба в ньому має бути задовільнена, або проблема, яку він призначений вирішити.
- Демонстрація його ефективності/продуктивності
- Опишіть матеріали та витрати, необхідні для виробництва продукту.
- Опис процесу виробництва (проблеми/успіхи) та матеріалів, з яких він був виготовлений
- Опис якості ідеального продукту і те, наскільки близько вдалося виготовити прототип.
- Чи збираються вони продовжувати вдосконалювати прототип? Як? Ідеї на майбутнє.

### Клієнти

- Опишіть перший сегмент клієнтів та потреби, які були виявлені під час опитування
- Як ідеї клієнтів вплинули на дизайн продукту?
- Чи мав вплив аналіз матеріалів та витрат на дизайн продукту?
- Демонстрація того, як продукт відповідає очікуванням першого сегмента клієнтів
- Якими є результати перших спроб реалізації продукції.

### Цінові та Фінансові Прогнози

- Яка ціна Вашого продукту і як Ви досягли цієї ціни.
- Щомісячне виробництво, збут, витрати та прибуток
- Початкові Витрати та запитувані витрати/кошти

## ТАБЛИЦЯ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Критерії	Максимальна Кількість Балів	Бали
<b>Командний гравець</b>		
Мінімум 2 члени команди		
Щонайменше 2 члени команди беруть участь у Презентації бізнес-плану	5	
<b>Прототипування</b>		
Було виготовлено щонайменше 3 прототипи (докази)	10	
Продуктивність - прототип вирішує проблему, яку він був покликаний вирішити (або відповідає потребі, яку він покликаний виконати).	10	
Як Ви підвищили економічну ефективність (матеріали, менше часу на виготовлення)	5	
Після кожного прототипу відбуваються технічні вдосконалення (докази)	5	
Існують маркетингові вдосконалення після створення прототипів на основі оцінки потреб клієнтів (докази)	5	
<b>Продажі</b>		
Оцінка Потреб - які конкретні вимоги клієнтів задовольняє продукт	5	
Щонайменше 5 клієнтів придбали товар із кінцевою ціною	10	
Перший сегмент клієнтів чітко описаний (не надто великий/широкий)	5	
Чітко описаний інструмент спілкування з першим сегментом клієнтів	5	
Є ідеї для наступних сегментів клієнтів	5	
<b>Прибуток</b>		
Ціна відповідає правилу 50-30-20	5	
Цінова конкуренція однакова або нижча (докази)	10	
Фінансові прогнози реалістичні	10	
<b>Презентація</b>		
Якість презентації	5	



---

Впевненість Доповідача (Доповідачів)	5
<b>Загальна кількість балів</b>	<b>100</b>