

**ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ОПИСОВОЇ ЧАСТИНИ БІЗНЕС-ПЛАНУ
ДЛЯ ОТРИМАННЯ ГРАНТУ ВЕТЕРАНАМ ТА ЧЛЕНАМ
ЇХ РОДИН У ПРОГРАМІ «СРОБОТА»**

Кобеля-Звір Мар'яна Ярославівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Львівський торговельно-економічний університет*

З початком повномасштабної війни Російської Федерації проти України в нашій державі значно зросла кількість ветеранів. Щоб полегшити процес соціалізації, реінтеграції цієї категорії населення, український уряд розширив програму «єРобота» та надав можливість ветеранам і членам їх родин використати грантові ресурси для започаткування чи розвитку власної справи [1]. Грантоотримувачі мають можливість отримати до 1 000 0000 грн безповоротних коштів і витратити їх на: меблі, обладнання та транспортні засоби для комерційного використання; ліцензійне програмне забезпечення (до 50% коштів); сировину, матеріали, товари та послуги, необхідні для реалізації бізнес-плану, а також на тварин або саджанці для створення ферм (до 70% коштів); послуги з маркетингу та реклами (до 10% коштів); оренду нежитлових приміщень (до 25% коштів); оренду обладнання (до 30% коштів); лізинг обладнання, крім власних транспортних засобів (до 50% коштів); придбання франшизи [2].

Щоб взяти участь у грантовому конкурсі, заявнику необхідно: зареєструватися або авторизуватися в кабінеті громадянина на порталі diiia.gov.ua за допомогою електронного підпису; заповнити онлайн-заяву; прикріпити бізнес-план за формою, запропонованою програмою; підписати електронним підписом та відправити.

Бізнес-план – це документ, який необхідно надіслати на участь у грантовій програмі, в ньому є три вкладки, що необхідно заповнити як частину заявки на отримання гранту.

Стандартна структура описової частини бізнес-плану:

1. Бізнес та Бізнес-ідея.
2. Ринок та конкуренція.
3. Ваші плани продажів і маркетингу [1, 3].

Кожен розділ має свої підпункти, інформацію в яких необхідно надавати розлого, аргументовано та застосовуючи спеціальні методи та правила. Розглянемо детальніше кожен розділ.

1. Бізнес та Бізнес-ідея. Грантодавець дає такі рекомендації щодо формування цього пункту: описується організація бізнесу; вказуються основні переваги бізнес-ідеї; при необхідності зазначається додаткова інформація щодо організації бізнесу; вказується, чи є досвід роботи за даним напрямком [1; 3].

Рекомендуємо при формуванні змісту цього підрозділу враховувати умови програми щодо розміру гранту та можливого власного внеску.

1.1. Цілі

Цілі грантової діяльності розподіляються на короткострокові (в поточному році) та середньострокові (до трьох років, а саме: 12 кварталів).

Грантодавець наголошує, що цілі необхідно описувати у форматі SMART: конкретними, вимірними, досяжними, реалістичними та обмеженими в часі [1; 3]. Ми також рекомендуємо послуговуватися загально-прийнятим у проектному менеджменті методом SMART. Це аббревіатура, компоненти якої є критеріями постановки завдань. Вона утворена зі слів англ. specific, measurable, area-specific, realistic, time-related, де:

S – specific, конкретність.

Чи конкретне завдання достатньо зрозуміле з точки зору того, що, як, коли і де зміниться?

M – measurable, вимірюваність.

Чи піддаються завдання обчислюванню (наприклад, скільки становить збільшення, яка кількість людей)?

A – area-specific, територіальність.

Чи окреслюють завдання район або групу населення?

R – realistic, реалістичність.

Чи приведе виконання проекту до перетворень і виконання зазначених завдань?

T – time-related, визначеність у часі.

Чи відображає завдання проміжок часу, впродовж якого воно має бути виконане?

1.2. Сума гранту.

Грантодавець рекомендує: «Детально опишіть використання грантових коштів (всі витрати суми гранту) з урахуванням виплати грантів частинами», та наголошує, що кожна частина гранту не повинна перевищувати 250 000 грн, а саме: грант у розмірі до 250 000 грн – надається одним платежем; грант у розмірі від 250 000 до 1 000 000 грн – надаватиметься у декілька етапів відповідно [1; 3].

1.3. Опис джерел надходження власних коштів для реалізації проекту.

Грантодавець рекомендує, щоб у цьому підрозділі заявник детально описав джерело надходжень власних коштів для реалізації проекту за статтями доходів [1; 3]. Власний внесок заявника – це ресурси, які

наявні в заявника і які можуть бути використані під час реалізації проекту. Це можуть бути: власні заощадження, кредитні ресурси. У бюджеті проекту необхідно відобразити, чи має організація власні кошти, передбачені для реалізації проекту. Слід усвідомити, що фінансова участь організації в реалізації проекту є значною перевагою при оцінці заявок експертною радою грантодавця [4].

1.4. Опис використання власних коштів для реалізації проекту. У цьому підрозділі заявнику необхідно вказати статті доходу та надати обґрунтування.

1.5. Бажаний графік надходжень частин гранту. У цьому підрозділі необхідно вказати розмір частини гранту та період надходження частин.

1.6. Цільові клієнти.

Це підрозділ бізнес-плану, в якому заявник здійснює опис цільової аудиторії споживачів своїх товарів/послуг та аналізує купівельну спроможність аудиторії. Цільова аудиторія проекту – це фізичні та юридичні особи, на яких спрямовані проектні активності та з якими передбачається взаємодія в межах проекту [4].

1.7. У наступному підрозділі необхідно продемонструвати, *які потреби або проблеми клієнта задовольняють/вирішують продукти та/або послуги заявника та чому клієнти мають купувати саме ці товари/послуги* [1; 3].

1.8. Заявнику у своєму бізнес-плані необхідно пояснити, який *підхід до ціноутворення товарів та/або послуг* він використовує.

2. Ринок та конкуренція. *Грантодавець рекомендує заявникові у цьому розділі: охарактеризувати, де він збирається реалізовувати свої товари/послуги і який/яка потенційний розмір/можливість ринку; надати характеристики своїх ключових конкурентів, підкреслити їхні сильні та слабкі сторони та визначити унікальні переваги власної пропозиції; чітко описати свою цільову групу покупців, її мотивацію для «купівлі» та будь-які інші ключові моменти, які можуть допомогти заявнику збільшити чисельність своїх клієнтів* [1; 3].

У наступному підрозділі заявнику необхідно зазначити переваги свого бізнесу порівняно з бізнесом конкурентів [1; 3].

3. Ваші плани продажів і маркетингу. У цьому розділі повинна міститися інформація щодо того, як заявник планує просувати свій бізнес.

Рекомендуємо формувати комунікаційний план проекту – це план здійснення комунікаційних заходів, який вносить заявник у грантову заяву як її частину [4]. План може містити такі елементи: опис аудиторії, яку варто поінформувати про продукт/послугу, ключові повідомлення, тобто тези і гасла рекламної кампанії; класичні та новітні медіа як канали комунікації; методи поширення рекламної інформації тощо.

При оцінюванні бізнес-плану експерти орієнтуються на надані заявником дані, тому уважно перевірте інформацію перед відправкою. Після отримання заявки виправлення не допускаються.

Список використаних джерел:

1. Програма «Робота». URL: <https://erobota.diia.gov.ua/#start>
2. Димченко О.В., Єсіна В.О., Матвєєва Н.М., Ольховська М.А. Написання грантової заявки: помилки та рекомендації. URL: https://economy.kname.edu.ua/images/files/publishing/%D0%95%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B0_kgm_econ_2016_131_4.pdf
3. Грант для ветеранів та членів їхніх сімей. ДІЯ. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-dlya-veteraniv-ta-chleniv-yihnih-simej>
4. Кобеля-Звір М.Я. Як отримати грант. Методика та стратегія залучення грантових ресурсів: посібник. 2022. 268 с.