

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова ФАКУЛЬТЕТ
ЕКОНОМІКИ МОРЯ
КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ



«Допустити до захисту»

в. о. зав. кафедри

к.е.н., доцент Оксана Корнієнко

(наукова ступінь, вчене звання, П.І. зав. кафедрою)

«20»

червня 2022р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: **Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства у сфері послуг**

Виконала: студентка IV курсу, групи 4411

Спеціальності 051 Економіка

ОП Економіка підприємства

(шифр і назва спеціальності)

Параскун А. С.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., доцент Корнієнко О. П.

(прізвище та ініціали)

Миколаїв – 2022 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра інтелектуальної цифрової
економіки
Освітній рівень – перший (бакалаврський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові
науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма – «Економіка підприємства»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Корнієнко О.П.



«_____» _____ 2022р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студенту Параскун А. С.

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства у сфері послуг

Керівник роботи к.е.н., доцент Корнієнко О. П.

Затверджені наказом ректора № 250 від «04 » 05 _____ 2022р

2. Термін подання роботи: 23 червня 2022 року

3. Вихідні дані по роботі: Наукові праці, законодавчі та підзаконні акти що регулюють підприємництво в Україні, нормативи, що регулюють охорону праці на підприємствах, електронні ресурси.

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)
Підприємство як первинна ланка економіки. Дослідження ринку і обґрунтування бізнес-ідеї. Бізнес-план створення нового підприємства. Охорона праці.

5. Перелік презентаційних матеріалів Класифікація підприємств в Україні. Економічний та соціальний ефекти від запровадження стратегії соціально-економічного розвитку підприємства. Алгоритм формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства. Оцінка нестабільності середовища організації. Вантажообіг за видами транспорту за 2020р. Обсяг перевезення вантажів автомобільним транспортом. SWOT – аналіз середовища. Переваги та недоліки діяльності у сфері вантажоперевезень в порівнянні з іншими підприємствами Миколаєва. П'ять сил конкурентного середовища. Система основних показників товарної політики ФОП Параскун. Загальний перелік вимог до конкурентоспроможних вантажних послуг. Оцінка конкурентоспроможності вантажних перевезень в межах країни. Розрахунок поточних витрат на рекламні заходи впродовж року. План обсягів виробництва і реалізації послуг, год. експлуатації вантажного автомобілю у 2022 році (за місяцями). Таблиця імовірнісних продажів послуг вантажного перевезення на 2022-2023р. Прогнозна таблиця витрат ФОП Параскун на 2022-2023рр.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1. Охорона праці	<i>Мозговий А.М.</i>		

Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Ном ер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи
1	Визначення наукового керівника роботи	01.09.2021р. – 15.09.2021р.
2	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником	15.09.2021р. – 30.09.2021р.
3	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи	01.10.2021 р. – 31.10.2021 р.
4	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	01.11.2021р. – 15.11.2021 р.
5	Збір статистичної інформації в термін проходження практики на базовому підприємстві (установі, організації)	15.11.2021 р. – 31.01.2022 р.
6	Розробка теоретичного розділу	01.02.2022р. – 29.02.2022 р.
7	Розробка аналітичного розділу	01.03.2022р. – 31.03.2022р.
8	Розробка проєктного розділу	01.04.2022р. – 30.04.2022р.
9	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків	01.05.2022 р. – 15.05.2022 р.
10	Редагування рукопису кваліфікаційної роботи та ознайомлення з ним наукового керівника	16.05.2022 р. – 30.05.2022 р.
11	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи	01.06.2022 р. – 10.06.2022 р.
12	Подання рукопису кваліфікаційної роботи для перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	10.06.2022 р.
13	Подання рукопису кваліфікаційної роботи на попередній захист	18.06.2022 р. – 23.06.2022 р.
14	Усунення зауважень кафедрального захисту та результатів перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	23.06.2022 р.
15	Розробка проєкту демонстраційного матеріалу та доповіді	25.06.2022 р. – 26.06.2022 р.
16	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	28.06.2022 р.
17	Захист роботи перед АК	30.06.2022 р.

Студент

Керівник роботи

Параскун А.

Корнієнко О.П.



АНОТАЦІЯ

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Виконано аналіз ринку вантажних автоперевезень та обрано організаційно-правову форму підприємства, що створюється. У практичній частині розроблено бізнес-план створення ФОП Параскун, який довів високу ефективність проєкту.

Ключові слова: підприємство, планування, бізнес-план, економічна ефективність, вантажні автоперевезення, транспорт, ринок, реклама.

ABSTRACT

In the final qualifying work the theoretical principles of creation and activity of the enterprise, the role of planning in entrepreneurial activity are considered. The analysis of the freight trucking market is performed and the organizational and legal form of the created enterprise is chosen. In the practical part, a business plan for the creation of FOP Paraskun was developed, which proved the high efficiency of the project.

Key words: enterprise, planning, business plan, economic efficiency, trucking, transport, market, advertising.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ	10
1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції	10
1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.....	20
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ	27
2.1. Аналіз ринку послуг вантажних автоперевезень.....	27
2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства	31
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	36
3.1. Резюме	36
3.2. Опис продукту	37
3.3. Маркетинговий план.....	39
3.4. Виробничий план	46
3.5. Організаційний план	49
3.6. Фінансовий план	50
3.7. Оцінка ризиків	51
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	62
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Транспорт - це одна з найпотужніших галузей господарства, що впливає на всі сфери діяльності людини та розвитку суспільства в цілому. Також це одна зі сфер, що характеризується підвищеним ступенем техногенності, технічної забезпеченості та має стратегічне значення та є ключовою ланкою соціально-економічної системи держави і належить до стратегічно важливих галузей національної економіки, без ефективної роботи якої неможливе подальше підвищення добробуту суспільства. Основні завдання транспорту - своєчасне, якісне та цілковите задоволення потреб галузей економіки та населення в перевезеннях, підвищення економічної ефективності його роботи.

Автомобільний транспорт України представляє собою найбільш гнучкий і масовий вид транспорту. У нього ряд важливих відмінностей від інших транспортних галузей. Засобами перевезення (рухомим складом) являються автомобілі, автомобілі-тягачі, причепа і напівпричепа транспортного призначення, різні засоби для перевезення вантажів і пасажирів. Шляхами сполучень є автомобільні дороги і магістралі.

Сфера застосування автотранспорту широка. Частка автомобільного транспорту порівняно з іншими видами транспорту становить понад 26%. Щороку вантажообіг автотранспортом сягає понад 65170 млн.т/км.

Діяльність у сфері автомобільних перевезень проходить в умовах досить високої внутрішньогалузевої й міжвидової конкуренції.

Вантажні перевезення - це один з найбільше «ринкових» секторів економіки автотранспорту. На відміну від інших видів транспорту автотранспорт в усіх зростаючих обсягах перевозить міжнародні вантажі. Це обумовлено його високою маневреністю, великою швидкістю, забезпеченням перевезень безпосередньо від відправника до одержувача в прямих безперевантажуваних повідомленнях. Мобільність автомобільного транспорту дозволяє оперативно реагувати на зміну вантажопотоків.

Отже, на підставі вищевикладеного обрана тема кваліфікаційної роботи є актуальною та своєчасною.

Метою роботи є огляд теоретичних засад планування діяльності підприємства, дослідження поточного стану ринку автоперевезень та практична розробка бізнес-плану створення нового підприємства.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- визначення економічної природи та функцій діяльності підприємства;
- дослідження особливостей планування діяльності підприємства;
- характеристика ринку діяльності майбутнього підприємства;
- обґрунтування бізнес-ідеї та форми власності підприємства;
- розробка бізнес-плану створення нового підприємства.

Об'єктом дослідження даної роботи є бізнес-план створення нового підприємства на ринку автоперевезень.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи складають законодавчі та підзаконні нормативні акти, що регулюють підприємництво в Україні, організацію бухгалтерського обліку і фінансової звітності, наукові праці про підприємницьку діяльність, розвиток автотранспортних підприємств, нормативи, що регулюють охорону праці на підприємствах.

Структурно робота складається з вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

Перший розділ присвячено теоретичним аспектам діяльності підприємства, основним економічним законам, що регулюють підприємницьку діяльність. Розглянуті загальні принципи планування підприємницької діяльності.

В другому розділі надається загальна характеристика стану ринку автоперевезень, обґрунтовується форма власності та бізнес-ідея нового підприємства.

В третьому розділі розроблено бізнес-план створення нового підприємства з детальною розробкою основних економічних показників для нової автотранспортної послуги.

В четвертому розділі розглянуті питання охорони праці на досліджуваному підприємстві.

Кваліфікаційна робота виконана на 68 сторінках друкованого тексту та вміщує 7 рисунків, 9 таблиць, 27 літературних джерел та 2 додатка.

РОЗДІЛ 1.

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1 Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції

Процес виробництва матеріальних благ, а також надання послуг, виконання робіт має бути певним чином організованим у просторі і часі. Така організація відбувається шляхом створення підприємств. Задовольняти ринкові потреби у продукції (роботах, послугах) можуть також суб'єкти підприємницької діяльності - фізичні особи.

Сутність підприємства як організаційної форми господарювання визначена Господарським Кодексом України (ст.62): підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [1].

Трохи інакше сутність підприємства трактують вчені-економісти С. Мочерний та М. Довбенко. У підручнику «Економічна теорія» вони зазначають, що «підприємство - система економічних відносин, передусім відносин економічної власності, що формуються всередині нього, а також між іншими суб'єктами господарювання з приводу виробництва, обміну, розподілу і споживання різноманітних об'єктів власності, а отже, їх привласнення, а також управління власністю з метою привласнення прибутку» [2]. У цьому визначенні дається комплексна характеристика сутності підприємства, розкривається його природа крізь призму відносин економічної власності у якісному та кількісному аспектах.

Ще одне цікаве визначення, що таке підприємство наводить доцент А. Гуцул [3]. На його думку підприємство - це самостійна господарська організація, створена і

zareєстрована у встановленому законом порядку для здійснення господарської діяльності з метою задоволення суспільних потреб у товарі (продукції, роботах, послугах) і одержання прибутку, яка діє на підставі статуту, користується правами і виконує обов'язки щодо своєї діяльності, є юридичною особою, має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в банках.

Хочемо зазначити ще одне визначення підприємства. І. Бойчик, автора підручника «Економіка підприємства» зазначає, що «підприємство є організаційно відокремленою, економічно самостійною одиницею виробничої сфери національної економіки, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт» [4].

До основних функцій виробничого підприємства І. Бойчик відносить:

- виробничо-технологічні функції підприємства пов'язані із пошуком постачальників, споживачів, матеріально-технічним забезпеченням виробництва, використанням засобів праці для виготовлення продукції, впровадженням нових технологій, раціоналізацією виробничих процесів, винахідництвом, підвищенням якості продукції.

- економічні функції передбачають управління процесами виробництва і збуту товарів, укладання контрактів з постачальниками і споживачами, найом робочої сили, раціональна організація праці працівників, виплата заробітної плати, розподіл прибутків, сплата податків, зборів та інших платежів, розрахунок економічної ефективності діяльності, ціноутворення, залучення інвестицій.

- соціальні функції підприємства полягають у забезпеченні належних умов праці та відпочинку працівників, створенні сприятливого психологічного клімату у колективі, наданні допомоги та пільг працівникам, членам їх сімей та ін.

- зовнішньоекономічні функції пов'язані із виконанням підприємством функцій в системі міжнародного обміну товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, науково-технічному співробітництві тощо.

Крім основних, можуть бути виділені допоміжні функції підприємства, які

зводяться до забезпечення документообігу, обліку, гарантування безпеки, статистичної звітності, дослідних функцій тощо.

Функції підприємства конкретизуються і уточнюються і залежності від розмірів підприємства, галузевої приналежності, форми власності, наявності соціальної інфраструктури, ступеня спеціалізації і кооперування[4].

Не можемо не погодитись з думкою А. Гуцул, що для успішної практики господарювання, кваліфікованого управління підприємствами виключно важливим є знання їх класифікації за певними ознаками: залежно від форм власності, мети і характеру діяльності, належності капіталу, способу утворення та формування статутного капіталу, розмірів, ступеня підпорядкованості, формою господарювання, галузево-функціональним видом діяльності (рис. 1.1)

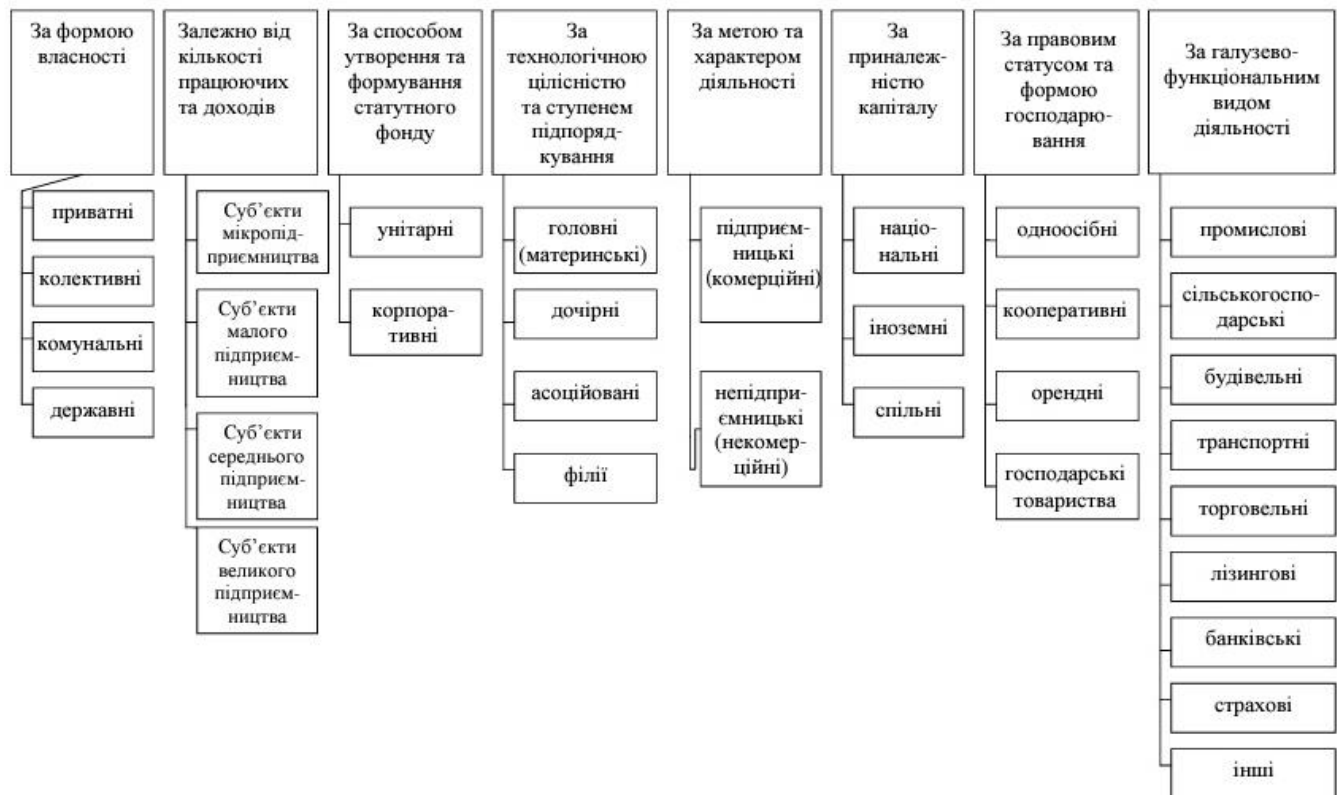


Рис. 1.1 Класифікація підприємств в Україні

Мета й характер діяльності підприємств різні. За цією ознакою вчені поділяють їх на дві групи: підприємницькі (комерційні), що функціонують і розвиваються за

рахунок власних коштів, і непідприємницькі (некомерційні), існування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави. Для переважної більшості підприємств властивим є комерційний характер діяльності з одержанням прибутку. До некомерційних прийнято відносити благодійницькі, освітянські, медичні, наукові та інші підприємства невиробничої сфери народного господарства.

Приватними є підприємства, що засновані на власності майна окремих громадян, з правом найму робочої сили. Вони базуються відповідно на власності майна однієї особи або членів однієї сім'ї, виключно їх особистій праці.

Колективне підприємство ґрунтується на власності його трудового колективу, а також кооперативу, іншого статутного товариства або громадської організації.

В Україні функціонують державні та державні комунальні підприємства. Їх майно вважається відповідно власністю загальнодержавних чи адміністративно-територіальних одиниць.

За належністю капіталу і контролю прийнято розрізняти підприємства:

- національні - капітал належить підприємцям своєї країни;
- закордонні - капітал є власністю іноземних підприємців повністю або у певній частині, що забезпечує їм необхідний контроль;
- такі підприємства створюються у формі філіалів або дочірніх фірм та реєструються в країні місцезнаходження;
- спільні - коли підприємство засноване на базі об'єднання майна вітчизняних та іноземних власників.

Ознака правового статусу передбачає поділ підприємств за різним ступенем майнової відповідальності в залежності від власності. Одноосібне підприємство є власністю однієї особи або родини; воно несе відповідальність за свої зобов'язання усім майном (капіталом). Господарські товариства можуть бути з повною або обмеженою відповідальністю.

Технологічною і територіальною цілісністю володіють так звані материнські (головні) підприємства або фірми. Особливістю діяльності їх є те, що вони

контролюють інші фірми. В залежності від розміру капіталу, що належить материнській (головній) фірмі, а також правового статусу та ступеню підпорядкованості підприємства, які знаходяться у сфері впливу головної фірми, можна підрозділити на дочірні і асоційовані, філії і представництва. Дочірнє підприємство (компанія) - юридичне самостійне організаційне утворення, що здійснює комерційні операції і складає звітний баланс; проте материнська фірма суворо контролює діяльність усіх своїх дочірніх компаній, оскільки володіє контрольним пакетом їх акцій. Асоційоване підприємство є самостійним; воно не знаходиться під контролем фірми, яка володіє його акціями[3].

Науковцями доведено, що економічний розвиток підприємства неможливий без соціального складника. Соціальний складова підприємства передбачає не лише формування позитивного клімату в трудовому колективі, ефективної команди, чітких правил та норм поведінки на підприємстві, але і запровадження соціальної відповідальності підприємства перед громадою, державою та іншими підприємствами.

Економічний розвиток підприємства передбачає певну спрямованість об'єктів матеріального виробництва на перетворення в новий якісний стан, у тому числі перетворення його складу і структури [5]. Різні вчені трактують економічний розвиток під різними кутами. Зокрема, науковець О. Талавири [6] визначає економічний розвиток підприємства як процес якісних і кількісних змін господарської діяльності, що дає йому змогу підвищувати результативність своєї діяльності шляхом ефективного використання усіх наявних ресурсів. Ми погоджуємось із підходами, але сьогодні у конкурентній боротьбі важливе не тільки планування економічного розвитку, яке передбачає розрахунок планових витрат та доходів, визначення впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, але і забезпечення соціального розвитку підприємства.

Економіст О. Грішнова [7] трактує соціальний розвиток як розвиток трудового колективу, який містить у собі суму факторів, що формують показники соціальної сфери життєдіяльності трудового колективу та сприяють здійсненню ними визначених

функцій. При цьому соціальна функція підприємства реалізується на основі обов'язкових і добровільних соціальних програм, які розробляються і реалізуються на підприємстві. Отже, можна дійти висновку, що економічний розвиток підприємства на сучасному етапі розвитку економіки неможливий без соціального складника.

Відповідно необхідно визначити, що являє собою соціально-економічний розвиток підприємства та які існують підходи до визначення цього поняття. Науковець Л. Барабанник [8] під соціально-економічним розвитком підприємства розуміє здатність керівництва забезпечувати довгострокове функціонування та досягнення стратегічних і тактичних цілей на основі використання системи наявних ресурсів. На противагу цьому підходу науковець І. Ворожейкін [9] соціально-економічний розвиток трактує через сукупність матеріальних, духовних, природних, трудових ресурсів, які залучені в процеси суспільного виробництва і соціального розвитку та можуть бути реалізовані для зміцнення соціально-політичної стабільності, підвищення рівня якості життя населення, зростання ефективності галузей народного господарства.

Цікавий підхід до тлумачення соціально-економічного розвитку запропонували відомі економісти А. Чайкін разом з І. Шакур [11], тому ми вважаємо за доцільне розглянути його більш детально. Під «соціально-економічним розвитком підприємства» А. Чайкін і І. Шакур розуміють трансформацію (наявних і потенційних) матеріальних і нематеріальних ресурсів підприємства у якісно новий стан, що забезпечить отримання максимального прибутку та реалізацію програм соціальної відповідальності перед працівниками, суспільством і державою. Відповідно ефективне управління соціально-економічним розвитком будь-якого підприємства повинне базуватися на принципах:

- визначення можливості реалізації потенціалу підприємства;
- підвищення прибутковості підприємства та зменшення рівня непродуктивних витрат, залишків продукції;
- розширення сфери збуту та створення стійкого позитивного іміджу;
- активної інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства;

- розроблення та затвердження корпоративної соціальної відповідальності;
- швидкої адаптації до змін навколишнього середовища [6; 12].

Внутрішнє та зовнішнє середовище впливає на розвиток підприємства як у напрямі економічної ефективності, так і у напрямі соціального розвитку. До факторів зовнішнього середовища, що впливають на економічну ефективність підприємства, слід віднести рівень податкового навантаження, зміни у законодавстві, відносини з партнерами, наявність потужних конкурентів, інноваційний розвиток, клієнтську базу та рівень довіри споживачів, вартість комунальних платежів тощо. До внутрішніх факторів слід віднести рівень витрат, собівартість виготовленої продукції, технічне оснащення, кількість запасів та нераціональних витрат ресурсів. До факторів, що впливають на соціальний розвиток, можна віднести зовнішні (середня заробітна плата у регіоні, рівень інфляції та безробіття) та внутрішні (клімат у колективі, діяльність профспілки, дотримання усіх соціальних гарантій, соціальна допомога працівникам, наявність розробленої корпоративної соціальної відповідальності тощо).

Усі зазначені фактори мають вплив на підприємство, саме тому менеджеру під час розроблення стратегії розвитку підприємства необхідно враховувати їх вплив. Стратегія соціально-економічного розвитку повинна передбачати отримання позитивних ефектів від її впровадження (рис. 1.2). Запровадження такої комплексної стратегії соціально-економічного розвитку потребує від менеджерів відповідного рівня кваліфікації та підготовки. Зазвичай вище керівництво приділяє особливу увагу лише економічним показникам, розраховуючи відповідні коефіцієнти рентабельності, ліквідності, затратності виробництва тощо. Проте необхідним є також розрахунок соціального становища на підприємстві. Його можна визначити завдяки анкетуванню персоналу або простого опитування для визначення позитивних сторін, а також проблем, що виникають усередині колективу. Істотним недоліком є також відсутність на більшості підприємств корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка б давала змогу не тільки стейкхолдерам, споживачам та

іншим зацікавленим сторонам розуміти рівень соціального розвитку та його стратегічні напрями, а і працівникам бути частиною цієї стратегії, визначаючи їх роль та місце у забезпеченні ефективного функціонування підприємства.

Логічна модель соціально-економічного розвитку підприємства може мати тоді такий вигляд, як зображено на рис. 1.2.



Рис. 1.2 Економічний та соціальний ефекти розвитку підприємства

$СЕРП = < E, S, I, P, Q, D, CSR, A \mid S, K, E >$, де СЕРП - соціально-економічний розвиток підприємства;

E – економічне становище підприємства;

S – рівень соціального розвитку підприємства;

I – інновації, запроваджені працівниками підприємства;

P – кількість працівників, що пройшли підвищення кваліфікації;

Q – темпи зростання (або скорочення) обсягів реалізації продукції;

D – динаміка прибутковості (збитковості) підприємства;

CSR – упровадження підприємством КСВ;

A – множина альтернатив паралельного впровадження стратегій економічного та соціального розвитку підприємства;

S – визначені цілі удосконалення соціально-економічного розвитку підприємства;

K – встановлені критерії вибору найкращого рішення;

E – корисність (ефективність) реалізації можливих альтернатив.

На основі зазначених принципів та логічної моделі соціально-економічного розвитку А. Чайкін і І. Шакун пропонують сформувати чітку стратегію соціально-економічного розвитку, яка допоможе підприємству стабільно функціонувати на господарському ринку та забезпечувати високі конкурентні позиції на ринку(рис.1.3).

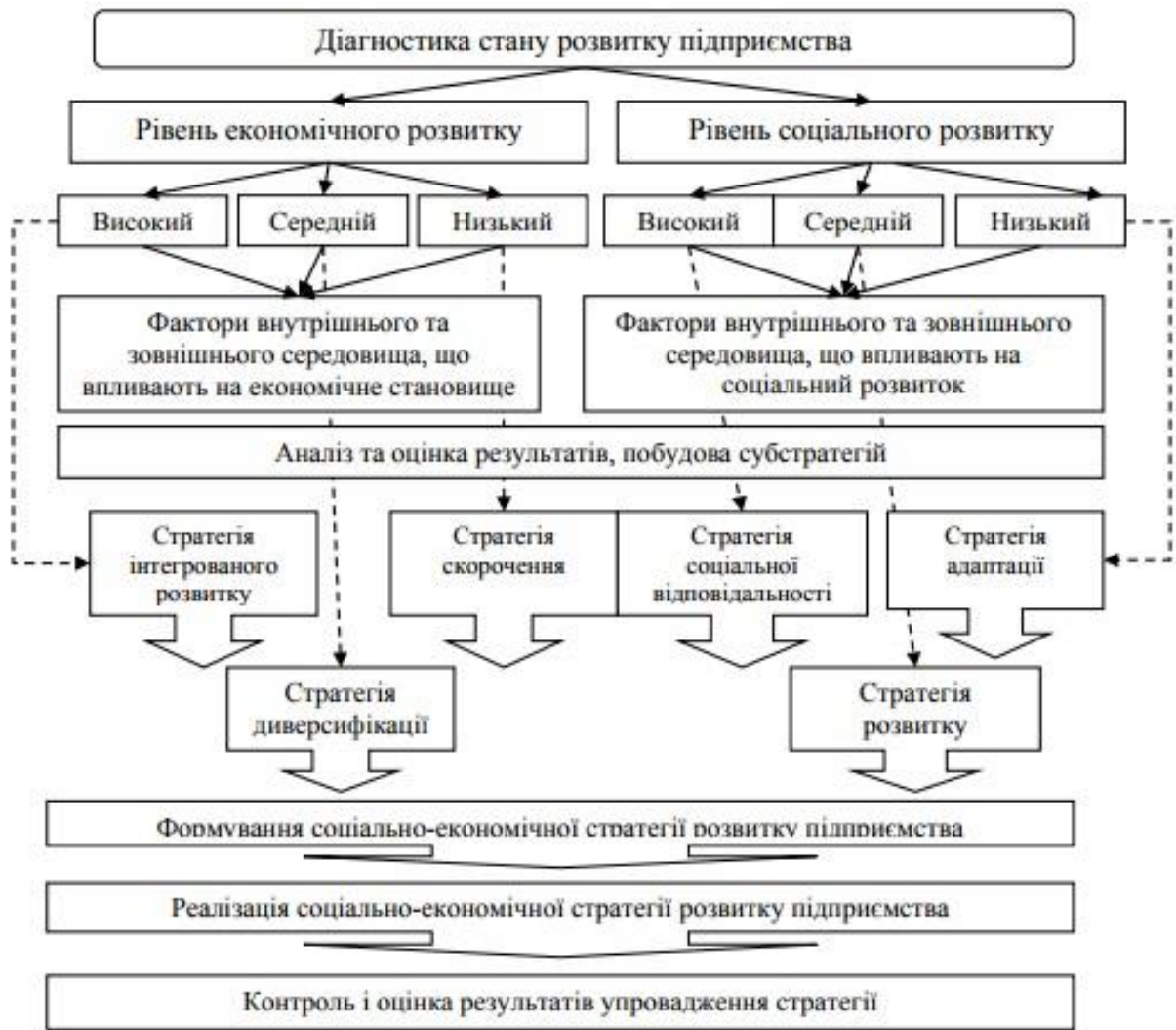


Рис. 1.3 Алгоритм формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства

На першому етапі менеджер повинен провести комплексну діагностику стану розвитку підприємства: на якому етапі життєвого циклу воно знаходиться, які ризики і загрози впливають на його діяльність, чи прибуткова (збиткова) діяльність підприємства тощо.

На наступному етапі визначається рівень економічного та соціального розвитку (високий, середній чи низький), а також виявляються фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, які вплинули на перебіг подій.

Подальшим кроком є розроблення відповідних субстратегій, на основі яких

формується загальна стратегія соціально-економічного розвитку сучасного підприємства, а також визначається термін її реалізації та очікувані результати. На останньому етапі менеджер повинен постійно контролювати процес упровадження стратегії соціально-економічного розвитку та оцінювати отриманні результати. Якщо запланованих цілей та результатів не вдалося досягнути, то, відповідно, знову переглядаються та коригуються субстратегії.

Менеджер повинен розуміти, що стратегія соціально-економічного розвитку підприємства передбачає побудову програми дій на 5–10 років, а також повинна забезпечувати у плановому періоді стійке економічне зростання підприємства, забезпечення високих конкурентних позицій на ринку і досягнення бажаних показників із соціального розвитку [11].

У будь якому суспільстві всі процеси і сфери діяльності взаємопов'язані між собою. Саме економіка визначає основні умови та рівень життя суспільства. Підприємницька діяльність створила сучасний рівень життя в розвинутих країнах. Сучасне підприємство - це досить складна відкрита виробничогосподарська і соціальна система, яка складається із взаємозалежних частин; взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого у систему надходять необхідні фактори виробництва та в якому реалізуються продукція, роботи, послуги як результати виробництва; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення суспільних потреб.

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

Загальновідомо, що планування на підприємстві - це процес складання різних планів на підставі сукупності взаємно узгоджених показників його соціально-економічного розвитку з визначенням номенклатури, асортименту й обсягів виробництва продукції, ринків збуту, величини ресурсів і джерел їхнього фінансування, витрат і доходів тощо. Воно зорієнтоване на найкраще використання

всіх видів ресурсів і запобігання помилкових дій, які можуть зумовити зниження ефективності господарювання. Планування покликане за можливості заздалегідь враховувати всі зовнішні і внутрішні фактори, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування підприємства[12].

Особливості здійснення планової діяльності і зміст планів багато в чому визначаються характером організаційної структури в організації, стилем керівництва, професіоналізмом та суб'єктивними чинниками, на які орієнтується особа, що приймає управлінські рішення. Усе це визначає різноманітність видів планування, що можуть бути класифіковані за часовою орієнтацією, за методом організації процесу планування, за обов'язковістю планових рішень, за змістом планових рішень та ін. [16].

За часовою орієнтацією або за термінами розрізняють такі види планування: перспективне (довгострокове), поточне й оперативно-виробниче.

Перспективне планування традиційно поділяється на довгострокове (10-15 років) і середньострокове (3-5 років).

Довгостроковий план має програмно-цільовий характер. В ньому формулюється економічна стратегія діяльності підприємства на тривалий період з урахуванням розширення й освоєння нових меж ринків збуту. Мета та завдання перспективного довгострокового плану конкретизуються в середньостроковому плані. Об'єктами середньострокового планування є організаційна структура, виробничі потужності, капітальні вкладення, потреби у фінансових коштах, дослідження та розробки, частка ринку тощо. Поточне (річне) планування розробляється в розрізі середньострокового плану й уточнює його показники. Структура й показники річного планування розрізняються залежно від об'єкта та поділяються на заводські, цехові й бригадні.

Оперативно-виробниче планування уточнює завдання поточного річного плану на більш короткі відрізки часу (місяць, декада, зміна, година) і за окремими виробничими підрозділами (цех, дільниця, бригада, робоче місце). Такий план є

засобом забезпечення ритмічного випуску продукції та рівномірної роботи підприємства і доводить планові завдання до безпосередніх виконавців (робітників). Оперативно-виробниче планування поділяється на міжцехове, внутрішньо-цехове та диспетчеризацію. Кінцевим етапом заводського оперативно-виробничого планування є змінно-добове планування [17].

Залежно від методу організації й здійснення планової діяльності вздовж вертикалі системи управління виокремлюють прогресивне, ретроградне і кругове планування.

Процес планування, за якого планові показники формуються на рівні нижчих підрозділів, а далі узагальнюються в загальному плані підприємства носить назву прогресивного. На противагу йому, ретроградне планування передбачає вироблення планових показників функціонування і розвитку економічної системи на вищих рівнях системи управління з їхньою подальшою деталізацією та перенесенням у плани підрозділів нижчого рівня ієрархії. Своєрідним поєднанням цих двох методів, що дозволяє уникнути певних недоліків, є кругове планування. Даний метод передбачає розробку планів у два етапи: на першому етапі ("згори-донизу") виробляється поточний план за основними цілями; на другому етапі ("знизу-вгору") розробляється кінцевий план на основі деталізованих планів. При цьому, у плани включаються найбільш позитивні рішення [16].

З погляду обов'язковості прийняття і виконання планових завдань планування поділяється на директивне й індикативне. Директивне планування характеризується обов'язковим прийняттям і виконанням планових завдань, встановлених вищестоящою організацією для підлеглих та підприємств. У ринковій економіці директивне планування використовується на рівні підприємств у процесі розроблення їхніх поточних планів.

Індикативне планування - це форма державного регулювання виробництва через регулювання цін і тарифів, ставок податків, банківських відсоткових ставок за кредит, мінімального рівня заробітної плати та інших показників. В цілому такий

план має спрямовуючий, рекомендаційний характер. На підприємствах (організаціях) індикативне планування частіше застосовується під час розроблення перспективних планів [17].

За змістом планових рішень виділяють стратегічне, тактичне та оперативно-календарне планування. Стратегічне планування, як правило, орієнтується на довгострокову перспективу і визначає основні напрями розвитку об'єкта господарювання. У стратегічному плані відображаються перспективні цілі і, обгрунтовані з позицій всебічного дослідження умов зовнішнього середовища та тенденцій його розвитку, визначаються напрями і засоби їхнього досягнення. У тактичних планах відображаються заходи, спрямовані на розширення виробництва і підвищення його технічного рівня, оновлення і зростання якості продукції, якомога повніше використання науково-технічних досягнень. У результаті тактичного планування складається план економічного і соціального розвитку підприємства, що є комплексною програмою виробничої, господарської і соціальної його діяльності на певний період. Оперативне планування діяльності підприємства - це поточне виробничо-фінансове і виконавче планування на короткий період часу, орієнтоване на доповнення, деталізацію, внесення коректив до сформованих раніше планів і графіків робіт, оперативне планування забезпечує організацію повсякденної планомірної і ритмічної роботи підприємства та його структурних підрозділів. Узагальнено, стратегічне планування можна розглядати як пошук нових можливостей підприємства на ринках, тактичне - як процес створення передумов для реалізації цих нових можливостей, а оперативно-календарне - як процес їхньої реалізації.

Основне завдання управління полягає у виборі відповідної реакції організації на об'єктивні зовнішні та внутрішні обставини її діяльності. Сукупність цих обставин формує відповідний рівень нестабільності зовнішнього середовища і визначає доцільність застосування в організації тієї чи іншої методології стратегічного управління. Деякі джерела пропонують проводити оцінку нестабільності за шкалою видатного економіста І. Ансоффа, дотримуючись такої послідовності: визначити

основний ринок організації, який приносить найвагоміший прибуток для організації, сприяє її зростанню; оцінити складність ринку, повторюваність подій і можливі зміни за п'ятибальною шкалою (табл. 1.1) ; обчислити середнє значення нестабільності на конкретному ринку як середнє арифметичне.

Залежно від рівня нестабільності застосовують такі методології управління: довгострокове планування, регулярне стратегічне управління, стратегічне управління в реальному масштабі часу.

Організації планують свою діяльність, виходячи з того, що оточення або не змінюватиметься зовсім, або змінюватиметься несуттєво, тому особлива роль належить аналізу внутрішніх можливостей організації. Саме на його основі визначають, якого результату буде досягнуто і яких доведеться зазнати втрат. Не менш важливою передумовою довгострокового планування є передбачення того, що майбутнє буде обов'язково кращим, ніж минуле [13].

Таблиця 1.1

Оцінка нестабільності середовища організації

Шкала нестабільності	Майбутні зміни	Повторюваність подій	Передбачення
1	2	3	4
1	Повторні	Знайомі	Аналогічно з минулим
2	Прогнозні	Знайомі, мають аналогії в минулому	Методом екстраполяції
3	Відповідні до реакції	Несподівані, мають аналогії в минулому	Прогнозування нових проблем і можливостей
4	Частково передбачувані	Несподівані, не мають аналогії в минулому	Часткове передбачення за «слабкими сигналами»
5	Відбуваються швидше, ніж реакції організації	Несподівані й абсолютно нові	Часткове передбачення за «слабкими сигналами»

Зважаючи на те, що планування - це процес формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів та способів їх досягнення, його роль полягає у зниженні

рівня невизначеності підприємницької діяльності та забезпеченні сталої конкурентоспроможності підприємства. Останнє особливо важливо у зв'язку з об'єктивно нижчим рівнем конкурентоспроможності малих підприємств, порівняно з великими і середніми [14].

У зовнішньому середовищі, в якому діють підприємства, повсякчас відбуваються політичні, економічні, правові, технологічні та соціальні зміни. Саме планування зменшує невизначеність у діяльності підприємства, спонукаючи менеджерів передбачати наслідки зміни та ефективно на них реагувати.

Мета планування - це кінцевий стан, якого підприємство прагне досягти в певний момент у майбутньому. Планування є процесом прийняття управлінських рішень відносно стратегічного передбачення, розподілу ресурсів, адаптації підприємства до зовнішнього середовища, внутрішньої організації. Роль планування в діяльності підприємства не викликає сумніву, оскільки воно підвищує рівень організованості роботи і знижує ризики отримання негативних результатів. Також роль планування зумовлюється тим, що воно є загальною функцією управління і спрямоване на формулювання цілей діяльності підприємства та окреслення шляхів їхнього найкращого досягнення [12]. За умов швидких, нерідко не передбачуваних, змін у середовищі функціонування підприємства планування його діяльності набуває все більшого значення. Зростання ступеня динамічності та невизначеності вимагає пильної уваги керівників і спеціалістів підприємства до розроблення чітких обґрунтованих планів. Їхня відсутність є значним свідченням незадовільного управління підприємством. У процесі розроблення планів керівники всіх рівнів і ланок управління окреслюють завдання, визначають участь кожного підрозділу і працівника в розробленні плану, об'єднують окремі його частини в єдину комплексну програму, координують роботу виконавців.

За допомогою планування керівництво підприємства також намагається об'єднати зусилля всіх працівників на своєчасне й якісне виконання планів [12]. Для того щоб планування було ефективним, воно повинно ґрунтуватись на принципах і

методах наукового характеру. Це, зокрема, такі принципи: єдність; цільове спрямування; системність; безперервність; гнучкість; збалансованість; оптимальність використання ресурсів та ін. [15].

Таким чином, планування відіграє в управлінні діяльністю підприємства провідну роль, оскільки є початком організації всього процесу реалізації його цілей.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

2.1. Аналіз ринку послуг вантажних автоперевезень

Начасі саме автомобільний транспорт є тим видом, який здатний здійснювати доставку вантажів практично в будь-яких умовах і в будь-яку точку. Також автомобіль вважається найбільш мобільним видом транспорту. Але розвиток галузі автоперевезень був би неможливим без зростання кількості вантажної техніки, яка щорічно випускається і оновлюється як вітчизняною, так і зарубіжною промисловістю. При цьому спостерігається зростання не тільки кількості, але і якості вантажної техніки. У сучасному житті багатомільйонний автопарк ринку автоперевезень використовують для перевезень десятків тисяч тон продуктів харчування, побутової техніки, будівельних матеріалів і багато чого іншого.

Науковець А. Брайковська визначає ринок транспортних послуг як систему відносин між фізичними та юридичними особами - суб'єктами різних типів, форм власності в світовому і внутрішньому економічному просторі щодо організації та купівлі-продажу транспортних послуг на основі дії об'єктивних економічних законів та правових норм [18].

Ринок автоперевезень України має досить високі темпи розвитку. Економіка країни, і зокрема її промисловий сектор стрімко прямують до зростання. Тому розвиток вантажних автоперевезень та подальші перспективи розвитку цієї сфери недооцінити неможливо. Компанії, які надають свої послуги у вантажоперевезеннях по Україні, знаходяться в постійному розвитку, збільшуючи свій автопарк та спектр послуг. Зараз світове автомобілебудування і знаходиться на найвищому рівні розвитку. Заводи-виробники зацікавлені в підвищенні надійності, безпеки та ергономічності транспортних засобів, а також впровадженні інноваційних більш сучасних моделей. Наразі на ринку можна знайти вантажні автомобілі будь-якої вантажопідйомності і комплектації. З їх допомогою можна доставити вантаж, у тому числі і негабаритний, в різні точки країни чи за її межі.

Транспортне господарство - це одна з пріоритетних та самостійних галузей в економіці, підтвердженням чого можна вважати створення окремого міністерства.

Автомобільні вантажоперевезення дуже затребувані. Така популярність пояснюється зручністю, якістю та термінами доставки. Але найголовніша перевага - це вартість транспортування, яка набагато нижча за авіаперевезень або залізницею.

На ринку вантажних перевезень України станом на кінець 2020 р. частка автомобільного транспорту порівняно з іншими видами транспорту становила 26,72%, залізничного – 71,97%, морського – 0,62%, річкового – 0,56%, авіаційного – 0,13% (рис 2.1).

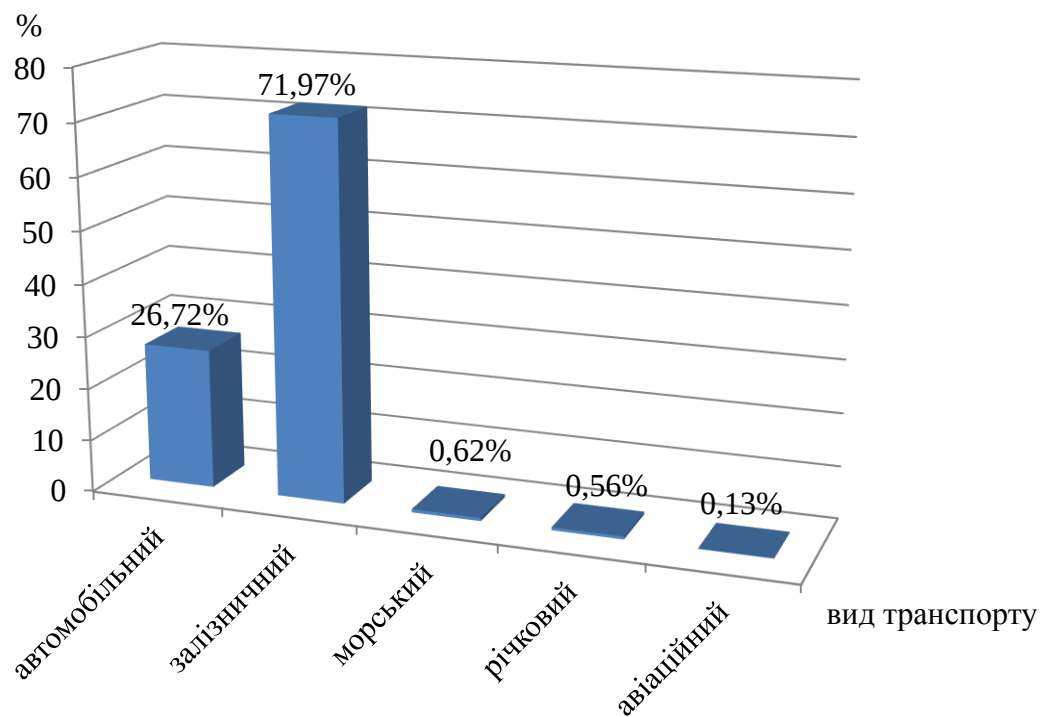


Рис. 2.1 Вантажообіг за видами транспорту за 2020р.

Протягом 2016-2020 рр. простежується тенденція до коливання обсягів перевезення вантажів автомобільним транспортом в межах 58029,8-72068,3 млн.т/км (включаючи перевезення, виконані для власних потреб). Результатом роботи автомобільного транспорту в 2020 р. стало збільшення обсягів перевезень

вантажів порівняно з 2019 р. на 0,34%. Вантажообіг автомобільного транспорту у 2020 р. поступово зменшився та становив 65176,9 млн.т/км проти 72068,3 у 2018 р.(рис. 2.2) [19].

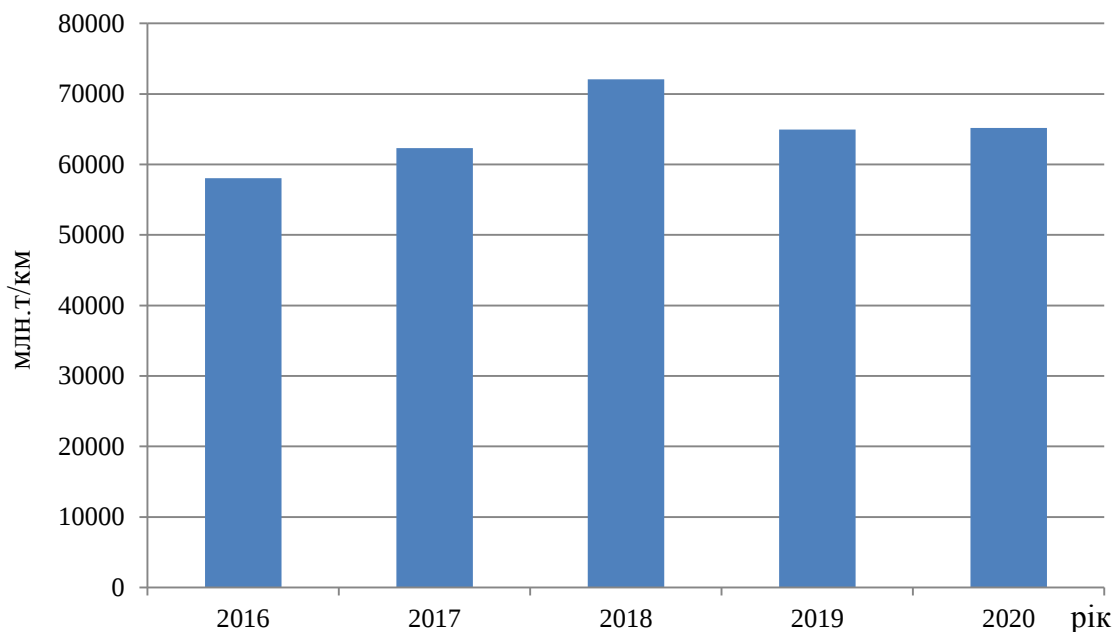


Рис. 2.2 Обсяг перевезення вантажів автомобільним транспортом

На ринку представлені різні підприємства. З них 50% є лідерами ринку, вони представлені великими компаніями. Дрібні перевізники складають 25% ринку, решта - приватні особи, що займаються нерегулярними перевезеннями.

Транспортний комплекс - це територіальне поєднання взаємопов'язаних видів транспорту, які, взаємодіючи, найповніше задовольняють потреби суспільного господарства і населення в перевезеннях вантажів і пасажирів. До його складу входить також сукупність шляхів сполучення, рухомого складу, засобів управління і зв'язку, різноманітне технічне обладнання, що забезпечує роботу всіх видів транспорту [20].

Даний комплекс на регіональному рівні виконує ряд функцій, які, вирішуючи ряд соціально-економічних питань розвитку конкретного регіону, забезпечують функціонування транспортної системи країни. До таких функцій відносяться:

- забезпечення потреб регіону в пасажирських і вантажних перевезеннях в межах регіону;
- забезпечення міжрегіональних виробничих зв'язків шляхом переміщення факторів виробництва і готових товарів;
- розвиток міжрегіональної співпраці з питань формування сучасної дорожньо-транспортної інфраструктури;
- підтримка соціальних потреб регіонів.

Важливою складовою виступають регіональні автотранспортні комплекси. Зміни, що відбуваються у структурі цього комплексу, для частини регіонів України висунули на перший план автомобільний транспорт. На даному етапі розвитку національної економіки для низки регіонів України транспортний комплекс регіону представлена лише автомобільним транспортом [21].

Співвідношення попиту і пропозиції на автотранспортні послуги у регіоні визнається специфікою соціально-економічних і природних факторів у регіоні. Основний вплив на формування мезоекономічних структур автотранспортного комплексу здійснюють дорожні комунікації, розвиненість інфраструктури (активні автотранспортні підприємства, наявність автостанцій, автозаправних станцій тощо), маршрутні мережі вантажних і пасажирських перевезень. Важливою складовою діяльності автотранспортних комплексів є поступова зміна умов функціонування під впливом процесів європейської інтеграції. Саме вимоги до безпеки й якості автотранспортних послуг, формування новітніх структур, які забезпечують і сприяють їх виконанню, розвиток механізмів конкурентних відносин на ринках автотранспортних послуг визначають стратегічні пріоритети формування регіональних автотранспортних послуг [22]. Говорячи про якість і терміни автоперевезень, складно оминати таку тему, як якість автомобільних доріг.

Але, варто зазначити, що в даному питанні в останні роки спостерігається позитивна динаміка. Велика увага приділяється основним магістралям. Їх не тільки щорічно ремонтують, а й будують нові, забезпечуючи зв'язок між містами.

Слід також добре пам'ятати що вантажоперевезення - це вид діяльності, який є дуже ризиковою, а тому перед її початком слід добре вивчити страховий ринок та обрати компанію, що буде відповідати за відшкодування збитків у разі виникнення нещасних випадків.

2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства

Перевезення за допомогою мікроавтобусу - найбільш популярним є міський формат ведення бізнесу, який взаємодії із фізичними або юридичними особами, що планують переїзд.

Планується започаткування нового підприємства яке за формою буде належати до сектору приватної власності, за юридичним статусом являється суб'єктом підприємницької діяльності - фізичною особою. Повна назва: суб'єкт підприємницької діяльності фізична особа підприємець Параскун Алла Сергіївна.

Юридична адреса: м. Миколаїв, вул.. Космонавтів 106. У відповідності державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації в Україні основним видом діяльності є: вантажні перевезення (КВЕД: 49.41/49.42). Даний вид діяльності буде поширюватися Миколаєву, Миколаївській області та по території України.

Основною діяльністю підприємства планується надання послуг з перевезень вантажів транспортом вантажопідйомністю до 3,5 тонн.

Свої послуги плануємо надавати таким категоріям населення: юридичним особам, фізичним особам підприємцям, виробникам, посередникам, споживачам товарів народного споживання та приватним особам. Тривалість кожного рейсу

визначається у залежності від окремого обраного маршруту.

Попередньо ми зазначали, що ринок вантажних автомобільних перевезень є достатньо насиченим. Він характеризується надлишком пропозиції (транспорту), що спричиняє високу конкуренцію та зниження ринкових цін на перевезення.

Детальніше аналіз сильних та слабких сторін даного ринку здійснивши SWOT-аналіз середовища наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

SWOT – аналіз середовища

Внутрішнє середовище	Сильні сторони	Слабкі сторони
	Швидкість доставки. Якість перевезень. Безпека доставки вантажів.	Недобросовісна конкуренція. Монополізм.
Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
	Вихід на міжнародні ринки: Польща, Молдова, Румунія. Збільшення рухомого складу новими транспортними засобами.	Поганий стан вітчизняних доріг, що призводить до додаткових витрат на ремонт. Коливання курсу валюти, що спричиняє: підвищення цін на паливо. Відносно не висока платоспроможність населення за умов воєнного стану.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони бізнесу можна дійти висновку, ринок має свої як переваги так і недоліки. Однак на нашу думку, ринок має доволі більше перспектив.

Згідно ст. 306 Господарського кодексу перевезення вантажів - один з видів господарської діяльності, яка здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. Сферу господарських відносин, які виникають в процесі перевезення вантажів, становлять господарсько-виробничі відносини. Така діяльність здійснюється на підставі

цивільно-правових угод та разових договорів-заявок на надання послуг перевезення. До суб'єктів господарювання, що безпосередньо здійснюють перевезення вантажів належать сторони договору перевезення вантажу: перевізник, вантажовідправник та вантажоодержувач. Вони є прямими учасниками процесу перевезення вантажу, які реалізують свою господарську компетенцію у цій сфері. Правовий статус перевізника характеризує те, що він є суб'єктом господарювання, який на виконання умов договору перевезення вантажу зобов'язується доставити ввірений йому вантажовідправником вантаж до пункту призначення в установленій законодавством чи договором строк та видати його уповноваженій на одержання вантажу особі - вантажоодержувачу. Перевізник є стороною договору перевезення вантажу і зазначається як такий у відповідних транспортних документах.

За умовами договору перевезення вантажів перевізник зобов'язується доставити наданий вантаж в пункт призначення і видати його уповноваженій на отримання вантажу особі (одержувачу), а відправник зобов'язується оплатити за перевезення вантажу встановлену плату [1].

Відповідно статті 14 п.1 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій або електронній формі. У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. У статті 18. п1 наведено документи, що подаються заявником для державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

У статті 25 п.2. наведено порядок проведення державної реєстрації та інших реєстраційних дій на підставі документів, що подаються заявником для державної реєстрації. Виписка з Єдиного державного реєстру у паперовій формі надається з проставленням підпису та печатки державного реєстратора [23].

Для відкриття ФОП (фізичної особи підприємця) особисто треба звернутись до державного реєстратора за місцем проживання.

У держреєстратора потрібно заповнити реєстраційну картку (форму 10).

Протягом трьох робочих днів з моменту подання документації вас повинні внести до державного реєстру й видати відповідну виписку.

Після отримання виписки необхідно занести такі документи до підрозділу податкової інспекції:

- копію паспорта та ідентифікаційного коду;
- заяву щодо застосування єдиного податку;
- отриману вами раніше виписку з єдиного державного реєстру;
- книгу обліку доходів;
- заяву на ім'я начальника податкової інспекції або за формою №5-ОПП.

Подати документи держреєстратору також можна спецлистом або через представника (оформивши на нього попередньо нотаріально посвідчену довіреність).

Слід зазначити, що перед тим, як відкривати ФОП, потрібно знати про таке:

- для заповнення реєстраційної заяви майбутній підприємець має обрати КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності) - для означення виду (чи видів) діяльності, яким ФОП і буде займатися. Список усіх КВЕДів є на офіційному сайті;
- для оформлення онлайн-заяви про реєстрацію ФОП потрібно обов'язково мати електронний цифровий підпис (ЕПЦ) [24].

Наразі актуальною є реєстрація ФОП онлайн через різні сервіси. Один з варіантів це онлайн-сервіс державних послуг Дія.

Головна перевага даного способу - швидкість та зручність для користувача і майбутнього ФОПу. Для реєстрації ФОП через Дію потрібно:

- зареєструйтеся чи авторизуйтеся у кабінеті громадянина на diia.gov.ua за допомогою електронного підпису;
- заповнити онлайн-форму на отримання послуги;
- заповнену заяву на реєстрацію ФОП буде перевірено та автоматично надіслано до Єдиного Державного Реєстру (ЄДР) для проведення державної реєстрації в автоматичному режимі без участі державного реєстратора.
- якщо ви обрали систему оподаткування (як загальну, так і спрощену), то

відповідні відмітки проставляються в заяві про державну реєстрацію. Заява автоматично буде направлена до податкової за місцем вашої реєстрації або за місцем провадження господарської діяльності.

Повідомлення про реєстрацію ФОП з'явиться в кабінеті та на електронній пошті. Після того, як запис про реєстрацію ФОП з'явиться в Єдиному державному реєстрі, впродовж 2 робочих днів можна отримати виписку з реєстру в кабінеті громадянина або у ЄДР. Виписка має юридичну силу - її можна роздрукувати й користуватися як будь-яким іншим документом. Якщо спрощена система оподаткування: ми можемо вести облік доходів у будь-якій зручній формі. Реєструвати книгу обліку доходів у податковій не потрібно. Якщо загальна система оподаткування: після реєстрації ФОП потрібно зареєструвати Книгу обліку доходів у податковій службі. Потрібно вести облік на папері або в електронній формі [25].

Ще один із способів реєстрація ФОП онлайн через «Онлайн-будинок юстиції»

Для цього потрібно особисто подати документи для державної реєстрації фізичної особи підприємцем в електронній формі через персональний кабінет «Онлайн-будинку юстиції». Розгляд документів, поданих для державної реєстрації здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, крім вихідних та святкових днів.

Виписку з ЄДР можна завантажити у персональному кабінеті «Онлайн-будинку юстиції» або скориставшись пошуком у розділі «Інформація з реєстрів», а також - за допомоги онлайн-сервісу отримання відомостей із ЄДР [26].

РОЗДІЛ 3.БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резюме

Транспортне підприємство - це не тільки один з найбільш прибуткових видів бізнесу, а і такий, що динамічно розвиваються, навіть не дивлячись на те, що це пов'язано з певними ризиками. Щодня сотні транспортних компаній здійснюють тисячі перевезень - автомобільних, автобусних і залізодорожніх; пасажирських і вантажних; індивідуальних і групових; перевезення великогабаритних і небезпечних вантажів.

У великих промислових містах де населення більше 150 тисяч осіб (до яких відноситься м. Миколаїв з населенням понад 500 тис. осіб) дуже гостро стає питання про перевезення малогабаритної продукції на невеликі відстані. Тому у цьому напрямі в бізнесу ще є вільні місця.

В бізнес-плані кваліфікаційної роботи пропонується розглянути та обґрунтувати питання доцільності надання новим підприємством послуг по вантажним транспортним перевезенням.

Вантажні перевезення - це специфічний вид підприємницької діяльності, що при правильному підході може дати непоганий прибуток. Основне що потрібно для створення обраного бізнесу - це вантажний автомобіль - ФОРД ТРАНЗИТ МАХІ з об'єм кузова 13 м³, максимальною вантажопідйомністю 1700 кг, габаритами фургону (в середині, ДхШхВ), метрів: 4,0х1,76х1,85, та місткістю 5 європалет (додаток А).

Саме такий, на нашу думку, є зручним, відносно дешевим, недорогим в обслуговуванні і досить надійним для міських і міжміських перевезень.

Наше підприємство пропонує такі послуги з перевезення вантажів:

- вантажоперевезення різних типів вантажу по Миколаєву, Миколаївській області та Україні;
- організація доставки збірних вантажів від 0,5 тонни;
- кур'єрські послуги.

Послуги вантажних автоперевезень, які пропонує ФОП Параскун,

відрізняються досить вигідною вартістю і охоплюватимуть велику територію.

Завдяки оновленню і будівництву нових доріг по всій території України в рамках урядової програми «Велике будівництво», ініційованої Президентом України Володимиром Зеленським у березні 2020 року, ми зможемо доставляти вантажі практично у будь-яке місто. В рамках цієї програми протягом 2020 року відремонтували та побудували 4056 км доріг державного значення, 2527 км доріг місцевого значення. Протягом 2021 року побудовано та відремонтовано 2190 км доріг місцевого значення та 5098 км доріг державного значення, 258 мостів та шляхопроводів на дорогах місцевого та державного значення було реконструйовано та капітально відремонтовано. Та на жаль, з огляду на воєнний стан і бойові дії в деяких регіонах нашої країни, багато доріг зруйновано чи пошкоджено, що робить неможливим та небезпечним не тільки доставку вантажу, а взагалі рух будь якого транспорту. Зі свого боку як фірма перевізник ми будемо виконувати замовлення по безпечним та можливим для проїзду маршрутам.

Тарифи компанії, на автомобільні вантажоперевезення, враховують надійність і оперативність та задовольняють як юридичних, так і фізичних осіб. Клієнти завжди можуть звернутися до нас за консультацією з будь-якого питання, пов'язаного з транспортуванням вантажу. Йому нададуть всю необхідну інформацію про маршрути і особливості перевезення.

3.2. Опис продукту

Послуги, які ми плануємо надавати, не суперечать сучасному законодавству. Даний вид послуг буде залишатися на ринку постійно, тому що не кожен підприємець, в якого є необхідність у вантажних перевезеннях, хоче мати власний вантажний автомобіль. В основному продавцями таких послуг є невеликі компанії, а також приватні особи, що мають власний вантажний автотранспорт. У табл. 3.1 представлені переваги та недоліки нашого підприємства у порівнянні з іншими.

Переваги та недоліки діяльності у сфері вантажоперевезень в порівнянні з іншими підприємствами Миколаєва

Переваги	Недоліки	Заходи щодо усунення цих недоліків
Більш низька ціна, у порівнянні з іншими фірмами	Невеликий досвід у сфері вантажних перевезень	Поступово здобуття досвіду
Більш новий автомобіль, в порівнянні з іншими фірмами, що асоціюється у споживачів з надійністю і якістю перевезень	Мала популярність підприємства	Рекламна кампанія в інтернет ресурсах, розповсюдження листівок, та ін..

Послуги з вантажоперевезень мають ряд особливостей, основна з яких - досить великі витрати з початку роботи на матеріально-технічну базу, що значною мірою робить більш складним вихід на цей ринок. Ціни вимірюються в грн. на годину перевезення з урахуванням простою автомобілю.

Відзначимо, що ціни на даний вид послуг постійно змінюються, що пов'язано зі змінами цін на паливо та автозапчастини. На сьогодні, середня ціна вантажного перевезення на автомобілі марки ФОРД ТРАНЗИТ МАХІ становить 250 грн. у годину та 200 грн. за подачу авто. Дана ціна була сформована ринком конкурентів у мирний час за цін на паливо в межах 32-35 грн. за літр. Але на фоні ворожого вторгнення на територію нашої держави автовласники гостро відчували здороження та нестачу палива, що як слідство може призвести до підняття ціни на послуги з перевезень.

Споживачами послуг з перевезення вантажів здебільшого користуються підприємства, що не мають власного транспорту, але мають потребу у цьому. Дана послуга задовольняє потреби людей у транспортуванні різного роду вантажів. Вона споживається досить регулярно, тому що не всі підприємства нашого міста можуть дозволити собі мати власний автомобільний транспорт, та окрім підприємств наше

підприємство орієнтується на приватних осіб і мешканців міста, які планують переїзд, або просто потребують переміщення різного виду вантажу. Попит на даний вид послуг практично немінливий, тому що при будь-якій економічній ситуації в країні, і в будь-який час року люди мають потребу в перевезенні вантажів. Послуги даного виду може дозволити собі практично будь-яке підприємство, а також населення практично з будь-яким статком.

3.3. Маркетинговий план

Вантажоперевезення - це бізнес, який потребує реклами, особливо на початкових етапах. Добре розроблений маркетинговий план має першорядне значення в розвитку та просуванні нової організації. Тому варто усіляким чином рекламувати свої послуги.

Можливі клієнти даного ринку:

- юридичні особи до числа яких належать державні та приватні підприємства;
- фізичні особи у складі яких приватні підприємці та мешканці міста.

Найбільш активною купівельною групою є споживачі із середніми доходами. Для них має значення якість перевезень, тому що вони споживають таку послугу досить часто, і мають можливість вибирати перевізника.

Споживачі з високими доходами не відносяться до основних споживачів даних послуг, тому що вони можуть дозволити собі мати власний вантажний автомобільний транспорт.

Споживачі з низькими доходами звертаються до даної послуги досить рідко, тому що вони не завжди здатні її оплатити. Якщо ж, вони споживають ці послуги, то якість послуг для них не є вирішальним фактором. Найбільш вагомим для них є їх вартість.

Але з огляду на важкий стан в країні та здороження палива дана послуга дорожчає, відповідно буде усе менш доступною для споживачів із середнім

достатком, та ще не доступнішою для споживачів з низьким рівнем достатку.

Для залучення найбільшої кількості клієнтів, необхідно скоротити витрати, щоб ціна на послугу трималась не вище середньої ціни на ринку, відповідно, залишити найбільш важливий сегмент ринку - споживачів із середнім достатком.

Насамперед, метою проведення маркетингової кампанії буде проникнення на ринок міста Миколаєва, з подальшою перспективою проникнення на ринки міст і населених пунктів Миколаївської області. Також на майбутнє планується освоєння ринків сусідніх областей.

Виходячи з теорії М. Портера аналіз конкурентного середовища доцільно проводити через вивчення дії п'ятих його сил. П'ять сил, які діють в конкурентному середовищі фірм, які здійснюють вантажні перевезення показані на рис. 3.1.



Рис. 3.1 П'ять сил конкурентного середовища

Що стосується конкурентів, які займаються продажем аналогічних видів послуг на інших видах транспорту, то автомобільний транспорт у порівнянні з іншими видами транспорту має ряд переваг при перевезенні вантажів.

До них відносяться:

- доставка вантажів "від дверей до дверей";

- схоронність вантажів;
- скорочення потреби в дорогому і громіздкому упакованні;
- економія пакувального матеріалу;
- більш висока швидкість доставки вантажів автомобілями;
- перевезення невеликих партій вантажу, що дозволяє підприємству

прискорити відправлення продукції і скоротити терміни перебування вантажу на складах.

Основні конкуренти це такі ж приватні підприємці, як і ми, що мають єдиний автомобіль, і забезпечують перевезення на досить гарному рівні. Конкурентами можна вважати власників будь-яких вантажних автомобілів, незалежно від марки і вантажопідйомності. Великі фірми контролюють порядку 70% ринку міста Миколаєва, інша частка належить приватним підприємцям, які пропонують споживачам більш прийнятні ціни ніж великі фірми.

Предметом найбільш твердої конкуренції даної послуги є, безумовно ціна, тому підприємства та приватні підприємці всіма способами намагаються знизити собівартість послуг.

В першу чергу, при формуванні маркетингової товарної політики підприємства, яка включає в себе етапи розробки нових товарів та обслуговування тих що вже реалізовано, необхідно виявити основні показники послуги. Основні показники, які формують товарну політику нашої фірми зображено на рис. 3.2.

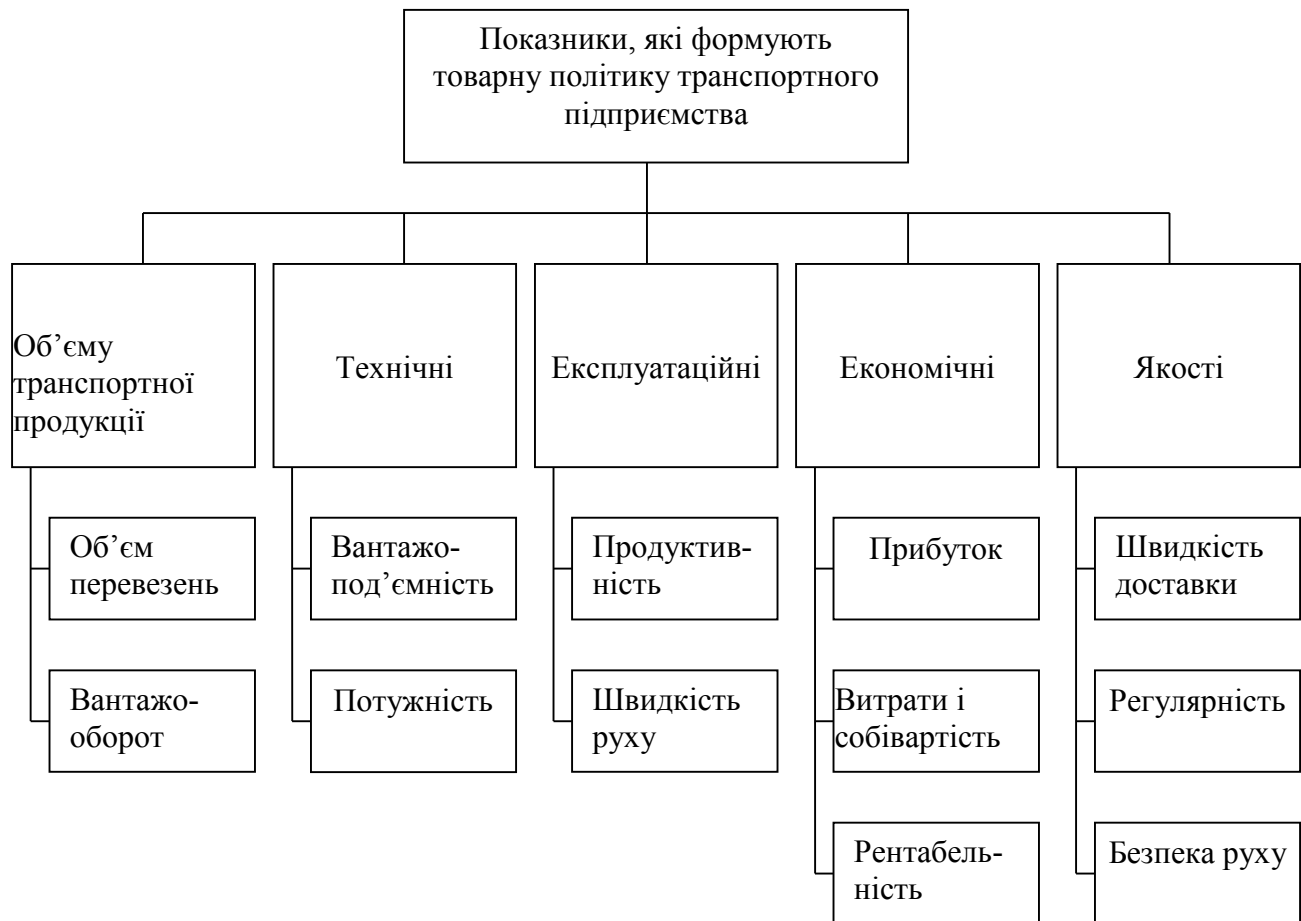


Рис. 3.2. Система основних показників товарної політики ФОП Параскун

Відповідно до асортименту послуги що пропонується можна сформувати перелік технічних та економічних параметрів, яким вона повинна відповідати. Загальний перелік параметрів наводиться у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Загальний перелік вимог до конкурентоспроможних вантажних послуг

№ з/п	Параметри	Вимоги до послуг
1	2	3
1	Технічні	відповідність міжнародним стандартам якості; відповідність національним стандартам якості; відповідність діючим міжнародним нормативам; відповідність діючим національним нормативам; відповідність діючим міжнародним законодавчим актам; відповідність діючим національним законодавчим актам.

1	2	3
2	Економічні	ціна послуги; вартість навчання персоналу; вартість ремонту; вартість технічного обслуговування; податок з транспортного засобу.

Конкурентоспроможність послуг, які фірма пропонує споживачам, визначається за інтегральним показником конкурентоспроможності, який визначається за формулою:

$$K = P / C \text{ більше або дорівнює } 1 \quad (3.1)$$

де, K - інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності товару/послуги;

P - загальна кількість технічних і економічних параметрів, які відповідають міжнародним та національним стандартам за оцінками експертів;

C - загальна кількість технічних параметрів, яка включена в експертну оцінку.

Аналіз конкурентоспроможності послуг нашої фірми здійснюється в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Оцінка конкурентоспроможності вантажних перевезень в межах країни

№ з/п	Найменування параметрів	Відповідність стандартам
1	2	3
1. Технічні показники		
1.1	Відповідність міжнародним параметрам якості	1
1.2	Відповідність національним параметрам якості	1
1.3	Відповідність міжнародним нормативам	1
1.4	Відповідність національним нормативам	1
1.5	Відповідність діючим міжнародним законодавчим актам	0
1.6	Відповідність діючим національним законодавчим актам	1

1	2	3
2. Економічні показники		
2.1	Ціна послуги	1
2.2	Вартість ремонту	1
2.3	Вартість навчання персоналу	0
2.4	Вартість технічного обслуговування	1
2.5	Податок, страхування	1
Сума Р		9
Сума С		11
К		0,81

Оцінка конкурентоспроможності проводиться за такими критеріями:

$K > 1$ - послуга відповідає вимогам міжнародного ринку;

$K = 0,99 - 0,85$ - послуга відповідає вимогам національного ринку;

$K = 0,84 - 0,75$ - послуга відповідає вимогам місцевого регіонального ринку;

$K < 0,75$ - послуга не конкурентоспроможна.

За розрахунками, наведеними в табл. 3.3, з 11 параметрів, які характеризують нову послугу нашої фірми, 9 відповідають сучасним вимогам місцевого регіонального ринку і інтегральний показник її конкурентоспроможності складає:

$$K = 9 / 11 = 0,81.$$

Для підвищення конкурентоспроможності послуги підприємству необхідно: досягти відповідності міжнародним нормативам на послуги та досягти відповідності міжнародним законодавчим актам.

Важливим елементом стратегії і тактики маркетингу є встановлення цін на послуги підприємства. Ціноутворення - складний процес, на який впливає ряд динамічних чинників:

- реальні витрати;
- цінність для споживача;
- можлива реакція конкурентів;
- пластичність попиту на продукцію фірми;

- ціна конкурентів на аналогічну продукцію.

Після вивчення цін конкурентів з подібними до нашого автомобілями було прийнято рішення на нашому підприємстві при ціноутворенні орієнтуватись на середньоринкові ціни.

У даний момент ціна на ці послуги конкурентів становить 250 грн. у годину, це середня ціна по відношенні до цін конкурентів, зокрема, великі фірми мають ціну 200 грн. за годину перевезення, але не завжди великі фірми беруться за невеликі разові перевезення.

При таких цінах наша фірма здатна охопити достатню частину ринку. Для збільшення якої можна звернутись до рекламних послуг. Якщо конкуренти знизять або підвищать ціни, виходячи із ситуації на ринку, то нам теж прийдеться знижувати, або підвищувати ціну на свої послуги. Це пояснюється насамперед конкуренцією і небажанням втратити своїх постійних клієнтів.

Одним з методів стимулювання продажів є лояльність у відповідності до потреб клієнта, діюча система знижок та акцій, постійна співпраця, пошук нових клієнтів. Окрім цього маємо на меті стимулювати продаж за допомогою реклами місцевих ЗМІ, розміщенні оголошень, розповсюдженні листівок та флаєрів у магазинах займаються торгівлею меблями, сантехнікою, побутовою технікою, різноманітними будівельними матеріалами, реклама у соцмережах.

Найдієвішою наразі вважаємо рекламу за допомогою мережі інтернет ресурсів та плануємо здійснити розміщення оголошень на торгівельному майданчику ОЛХ і розповсюдження друкованої реклами. Не менш дієвою є реклама придбана у блогерів в різних соцмережах. Ціни на даний вид реклами різняться в залежності від популярності та специфіки блогу. Даний вид реклами плануємо запровадити після трьох місяців роботи і напрацювання позитивних відгуків.

Розглянемо детальніше розрахунок витрат на рекламну продукцію та рекламні заходи які ми обрали. (табл. 3.4).

Вартість та вид реклами яка планується:

Реклама оголошення на ОЛХ 369,00 - 1 місяць

Друк рекламних листівок 590,00 - 1000 шт.

Таблиця 3.4

Розрахунок поточних витрат на рекламні заходи впродовж року

Стаття витрат	Ціна грн.	Прогнозований обсяг витрат в місяць, грн.												За рік, грн.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Реклама оголошення на ОЛХ	369	369	369	369		369		369		369		369		2 583
Друк рекламних листівок	590	590					590							1 180
Всього	959													3 763

За проведеними розрахунками кожного місяця підприємство витратитиме від 369 до 959 грн., на рекламу. За рік цей показник становитиме 3 763 грн.

Але для розкрутки нового підприємства з вантажоперевезень суттєвою буде не тільки реклама, а й репутація, яку компанія заробить в перші ж місяці роботи. Вже діючі клієнти діляться думкою зі знайомими і партнерами, тому важливо попрацювати над створенням відповідного іміджу свого підприємства вже на старті.

3.4. Виробничий план

Цей розділ бізнес-плану ретельно розглядають здебільшого фірми, які займається або буде займатися виробництвом. Залежно від виду бізнесу в плані виробництва підприємство надає короткий опис особливостей технологічного процесу виготовлення продукції або надання послуг. Виробничий план формується на основі плану збуту своєї продукції і проєктованих виробничих потужностей підприємства.

Актуальність ідеї полягає в тому, що сучасна господарська діяльність, як господарюючих суб'єктів, так і приватних осіб неможлива без використання

транспорту. Для багатьох з них своєчасна та якісна доставка вантажів є одним з найбільш важливих факторів, що впливають на стабільність розвитку бізнесу. Також актуальність даного напрямку обумовлюється вимушеним переміщенням людей через бойові дії на території нашої країни.

Протягом року на ринку міста Миколаєва споживається близько 100000 годин послуги по вантажному перевезенню. Цей показник і буде місткістю даного ринку.

При повнім використанні автомобіля ФОРД ТРАНЗИТ МАХІ можна реалізувати при 265 робочих днях і 8 робочих часів у день $265 \cdot 8 = 2120$ годин послуги в рік.

Визначимо реальний обсяг продажів. Спираючись на досвід ведення справ іншими підприємствами, за рік можна наїздити близько 2000 годин, тому що обраний напрям бізнесу дозволяє працювати по вихідних і у свята.

Виходячи з прикладу ведення справ іншими підприємствами, можна зробити висновок, що попит на послуги з вантажних автоперевезень приблизно однаковий протягом усього року. Тому плановані 2000 годин у рік розподіляємо на 12 місяців та одержуємо зразковий обсяг надаваних послуг на місяць одним вантажним автомобілем: 166,67 годин на місяць, тобто майже 167 годин.

Для складання виробничого плану ми сформуваємо обсяг виробництва і реалізації послуг у кількісних показниках (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

План обсягів виробництва і реалізації послуг, год. експлуатації вантажного автомобілю у 2022 році (за місяцями)

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	За рік, год.
Год. експлуатації, год.	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2004

Отже, запланований обсяг транспортних перевезень є стабільним, за умов повного завантаження автомобіля протягом робочого дня.

При цьому, перші три місяці планується встановити ціну трохи нижче від

середньої в 200 грн., а в подальшому вартість 1 години перевезень складатиме 250 грн. у час. При цьому в розрахунок не береться подача авто, бо дану статтю не можливо запланувати, так як за день ми можемо опрацювати одне велике замовлення яке займе багато часу, а можемо встигнути зробити кілька більш дрібних перевезень для різних клієнтів.

Розглянемо таблицю імовірнісних продажів послуг (табл. 3.6)

Таблиця 3.6

Таблиця імовірнісних продажів послуг вантажного перевезення на 2022-2023р.

Місяці	Кількість годин	Вартість 1 години	Чисті продажі, грн.	Валові продажі, грн.
1	2	3	4	5
Серпень	167	200	33 400	42 402
Вересень	167	200	33 400	42 402
Жовтень	167	200	33 400	42 402
Листопад	167	250	41 750	52 672,5
Грудень	167	250	41 750	52 672,5
Січень	167	250	41 750	52 672,5
Лютий	167	250	41 750	52 672,5
Березень	167	250	41 750	52 672,5
Квітень	167	250	41 750	52 672,5
Травень	167	250	41 750	52 672,5
Червень	167	250	41 750	52 672,5
Липень	167	250	41 750	52 672,5
Разом	2004	-	475 950	601 258,5

Валові продажі розраховуємо з урахуванням ПДВ 20%, Єдиного податку 3%, враховуємо Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) 1320 грн на місяць, так як ми належимо до III групи ФОП і є платником ПДВ.

Наша фірма планує надавати послуги з перевезення вантажів різних типів, орієнтуючись на споживача з середнім рівнем достатку.

Схему розповсюдження послуг плануємо здійснювати на рівні перевізник вантажу - замовник вантажу.

Надання послуг вантажних перевезень буде здійснюється на підставі разових договорів-заявок (додаток Б), що скріплюються печатками та/або взаємними підписами сторін. Особливості окремого рейсу зазначаються у разовому договорі-заявці: характер вантажу, упаковки, вага, спосіб завантаження, розвантаження; час та місце завантаження, розвантаження; відповідальні особи та їх контакти; спосіб розрахунку.

3.5. Організаційний план

Організаційна структура зазвичай містить схему організаційної структури управління підприємством, інформацію про кількісний і якісний склад підрозділів підприємства, вимоги до його кваліфікації, розрахунок витрат на оплату праці, соціальне забезпечення та стимулювання праці персоналу.

На початку нашої кар'єри ми плануємо працювати як ФОП самостійно та одноосібно, не розширюючи штат і рухомий склад підприємства. Логістичну діяльність плануємо проводити за місцем проживання, без залучення додаткового працівника. Оскільки здійснення останньої не вимагає наявності окремого офісного приміщення нам не потрібно витрачати додаткові кошти для оренди. Транспортні засоби буде придбано за власні акумульовані кошти. Інформацію про актуальні вантажі плануємо отримувати щоденно з власної напрацьованої бази клієнтів. Пошук клієнтів плануємо також виконувати самостійно шляхом подання оголошень на торговельному майданчику OLX та розповсюдження листівок та флаєрів у магазинах, що займаються торгівлею меблями, сантехнікою, побутовою технікою, різноманітними будівельними матеріалами. Після стабілізації нашої фірми на ринку вантажних автоперевезень і займання стійкої лідерської позиції буде прийматись рішення про збільшення автопарку та найму необхідних робітників. З розширенням підприємства нам можуть знадобитись послуги бухгалтера, додаткові водії як з власним транспортом так і без нього, також слід розглянути посаду штатного логіста.

З огляду на ситуацію в країні не виключаємо можливості роботи бухгалтера і логіста дистанційно. Заробітна плата кожної робочої одиниці буде обговорюватись індивідуально враховуючи час роботи, посаду та мінімальну заробітну плату на момент працевлаштування.

3.6. Фінансовий план

Фінансовий план складаємо для узагальнення попередніх розділів бізнес-плану, визначення його ефективності. Спочатку складаємо прогноз обсягів продажів повинен дати уявлення про частину ринку, що передбачається завоювати під свою продукцію. За попередніми розрахунками за умови виконання плану з обсягів виробництва і реалізації послуг обсяг продажів буде становити 475 950 грн. на рік.

Далі складаємо баланс грошових надходжень і виплат. Головне завдання балансу грошових доходів і витрат - перевірити синхронність надходження і витрати коштів, тобто перевірити майбутню ліквідність підприємства (табл. 3.10).

Складений баланс надходжень і виплат грошових коштів свідчить про ефективність інвестування коштів у вантажні транспортні перевезення, оскільки надходження значно перевищують необхідні виплати і накоплена сума грошових коштів протягом року становитиме 475 950 грн.

Складемо і розглянемо прогнозну таблицю витрат (таб. 3.7)

Таблиця 3.7

Прогнозна таблиця витрат ФОП Параскун на 2022-2023рр.

Елементи витрат	Вартість на рік (тис. грн)
1. Придбання автомобілю	250 000
2. Витрати на рекламу	3 763
3. ПДВ 20%	89 178
4. Єдиний податок 3%	13 376,7
5. ЄСВ	1 320

6. Техогляд	1 300
7. Страхування	1 619
Усього	360 556,7

Прогнозна величина чистого прибутку від реалізації нового виду послуг за перший рік роботи складає 115 393,3 тис.грн.

Коефіцієнт ефективності (прибутковості) капітальних витрат E_p показує, скільки гривень додаткового прибутку (економії) приносить одна гривня капітальних витрат:

$$E_p = E_{\text{кп}}/K_{\text{пр}}, \text{ частки од..} \quad (3.2)$$

І для нас він складає $115\,393,3/360\,556,7 = 0,32$, тобто кожна гривня капітальних витрат приносить 32% прибутку.

Розрахуємо термін окупності капітальних витрат T_p .

$$T_p = K_{\text{пр}}/E_{\text{кп}}, \text{ років.} \quad (3.3)$$

Що при даних умовах складатиме $360\,556,7/115\,393,3 = 3,1$ роки

3.7. Оцінка ризиків

В умовах нинішнього становища та нестійкого розвитку економіки України неможливо повною мірою уникнути можливих ризиків при реалізації проекту, але можливо знизити їхній негативний вплив. Проаналізувавши можливості виникнення критичних ситуацій, що можуть негативно вплинути на здійснення проекту, серед них: ризик невчасного завершення робіт, ризик втрати майна, ризик зриву замовлень, ринковий ризик, політичний ризик, ризик цивільної відповідальності як власника транспортних засобів.

Також функціонування автомобільного транспорту супроводжується впливом природних, соціальних, технічних явищ і процесів, які призводять до випадкового пошкодження, часткового або повного знищення транспортного засобу. На автомобільному транспорті постійно існує небезпека втрат і збитків внаслідок

стихійного лиха (повені, бурі, урагани) дорожньо-транспортної пригоди, пожежі або вибуху транспортного засобу, протиправних дій третіх осіб.

Основними способами запобігання ризикам вантажних перевезень автомобільним транспортом є: диверсифікація; передача ризику - передавальна сторона (трансфер) передає ризик приймальній стороні на основі укладання контракту; лімітування; страхування та усунення ризику (відмова від деяких видів діяльності, пов'язаних з ризиком)

Ми, як фірма перевізник, є власником автотранспортного засобу, що підлягає обов'язковому страхуванню.

Автоцивілка (ОСЦПВ) - це обов'язковий страховий поліс автоцивільної відповідальності для всіх водіїв на території України. Автоцивілка являє собою фінансовий захист інтересів третіх осіб, які постраждали в ДТП з вини страхувальника. За завдану шкоду майну і здоров'ю людини виплачується компенсація, розмір якої залежить від конкретного випадку, проте обмежується встановленими державою лімітами.

Страхування вантажного автомобіля передбачено фінансовим планом у сумі 1 619 грн. на рік.

Також вантажних автомобілів передбачена перевірка технічного стану транспортного засобу (техогляд) - це процес визначення відповідності транспортного засобу встановленим до конструкції і технічного стану вимогам.

Періодичність проходження обов'язкового технічного контролю для вантажних автомобілів незалежно від форми власності вантажопідйомністю до 3,5 тонни, причепів до них із строком експлуатації більше двох років - кожні два роки.

Для підприємства яке займається вантажними перевезеннями дуже важливим джерелом доходів є надходження від забезпечення вантажопотоків. Наразі спостерігаємо їх суттєве скорочення. Серед причин: вимушено-міграційне скорочення чисельності наявного населення; зменшення його мобільності та платоспроможності; виключення ряду тимчасово окупованих територій; вплив військових дій та агресії з

боку ворожої держави. Загальна економічна ситуація демонструє зниження бізнес-активності не тільки на ринку послуг перевезення вантажів, а й в інших сферах життя.

Також існують ризики пов'язані зі змінами в законодавстві через впровадження нових вимог або коригування діючих нормативів.

Нове бізнес-середовище змінює структуру ринку в результаті впливу останніх обставин в країні, що робить імовірним злиття та поглинання між різного рівня гравцями ринку вантажних автоперевезень, менше можливостей до залучення кредитних коштів та загальне зменшення прибутковості, що може призвести до закриття фірми.

Проведений аналіз показав, що не дивлячись на обставини, в даний час ринкова ситуація для нас сприятлива. Поява на ринку конкурентів можлива. Але нами буде докладено максимум зусиль для того щоб закріпити свої позиції на ринку і "завоюювати" постійних клієнтів.

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

Так як робота водія є дуже напруженою в нервово-психологічному відношенні необхідно не забувати охорону праці водіїв, що в першу чергу стосується нормуванню часу роботи і відпочинку.

Також важливим питанням охорони праці водіїв є процес навантаження-розвантаження, при якому водій може виконувати функції вантажника (з його згодою) і повинен дотримуватись певних заходів безпеки.

Перед завантаженням вантажу водій зобов'язаний:

- з'ясувати у відправника характер вантажу, тару і вид вантажу;
- особисто підготувати авто до завантаження, прийняти міри по правильному розподіленні та закріпленні вантажу ремнями безпеки для його подальшого безпечного транспортування;
- проконтролювати процес завантаження.

Для того, щоб водій міг виїхати на лінію він повинен пройти медичний огляд. При цьому йому вимірюють тиск, перевіряють роботу серця та ін. При наявності будь-якої хвороби водій не допускають до роботи.

Автомобіль повинен бути оснащений засобами надання першої медичної допомоги.

Для забезпечення пожежної безпеки при роботі на маршрутах, всі автомобілі повинні бути укомплектовані протипожежними засобами - переносними вогнегасниками типу ОП-5 (ВП-5), ОП-6 (ВП-6), ОП-9 (ВП-9), які повинні бути перевірені в органах пожежо нагляду. Вогнегасники повинні бути в кабіні водія на зручному місці для використання.

Під час керування водій несе повну відповідальність за транспортний засіб і вантаж, тому водій зобов'язаний:

- слідкувати за збереженням вантажу з моменту прийняття його до перевезень до моменту здачі його вантажоодержувачу;
- вчасно доставити вантаж до вантажоодержувача у встановлені терміни;

- суворо дотримуватися маршруту руху вказаного у подорожньому листі;
- чітко виконувати всі вказівки. У випадку неможливості виконання таких доручень чи вказівок по причинах, що не залежать від працівників, негайно повідомити про це диспетчерську службу.

Водії в обов'язковому порядку проходять такі інструктажі:

- ввідний - проводиться з водіями при прийнятті на роботу;
- первинний інструктаж - проводиться з водіями безпосередньо на робочому місці;
- повторний - проводиться на робочому через певний термін після проведення первинного;
- позаплановий - проводиться при введенні в експлуатацію нового обладнання;
- цільовий інструктаж проводиться при виконанні разових робіт.

Основними заходами по безпеці руху в даному проекті на маршрутах передбачається:

- регламентування швидкості руху згідно до категорій, умов експлуатації та дотримання «Правил безпеки руху», що відображено у розділі 1 пункті 1.6.;
- розробці раціональних маршрутів руху, які передбачають урахування дорожніх умов під'їзду до пунктів відправлення та призначення;
- проведення інструктажу з водіями при зміні погодних умов та дорожньої обстановки з відміткою у подорожньому листі.

Заходи по охороні праці і техніці безпеки забезпечують безпеку роботи водія на маршруті, під час роботи та проведенні вантажно-розвантажувальних робіт.

Водій в обов'язковому порядку проходить перед рейсовий медичний контроль в спец медслужбі підприємства з відміткою в подорожньому листі про допуск до роботи. Автомобіль при виїзді на маршрут повинен пройти технічний огляд (перевірку вузлів і агрегатів, які впливають на безпеку руху, його укомплектованість), що дає змогу під час його експлуатації безвідказну роботу всіх систем і приладів забезпечуючи безаварійну роботу. Перед одержанням подорожнього листа водій проходить інструктаж про особливості перевезеного вантажу, стан дорожно-

кліматичних умов на маршруті, дотримання швидкості руху, дистанції, інтервалу, вплив цих факторів на динамічні та стабілізуючі характеристики транспортного засобу і керування ним.

Технічні вимоги щодо безпеки перевезень.

Автомобілі а також напівпричепи повинні мати шини з глибиною протектора не менше 1.6 мм., обов'язково повинен бути задній протиударний пристрій (у відповідності до положення ЕСЕ №58/01 або Директиви 70/221/ЄЕК з урахуванням останніх змін, що присутні в Директиві 81/333/ЄЕК), а також бокові захисні направляючі (у відповідності до положення ЄЕС №73/00 або Директиви 89/297/ЄС).

Автомобілі повинні бути обладнані попереджувальним сигналом про небезпеку (у відповідності до положення ЄЕС №6/01 Директиви 76/759/ЄЕС) і червоним попереджувальним трикутником (у відповідності до положення ЄЕК №27/03); повинні використовувати тахограф (у відповідності до положення ЄЕК №3821/85, що доповнене положенням ЄЕС №3688/92).

Автомобілі повинні обладнуватися анти блокувальними гальмами, підсилювачем рульового управління та повинні відповідати вимогам стосовно випробувань на автошляхах, також повинні мати два противідкотні упори, буксир.

Охорона навколишнього середовища набуло гострого значення , особливо тепер у вік бурного розвитку промисловості, транспорту, будівництва доріг і промислових споруд. Враховуючи, що одним з основних недоліків автомобільного транспорту є забруднення атмосфери, необхідно рішенню цієї проблеми приділяти постійну і особливу увагу.

Експлуатаційні переваги автомобільного транспорту роблять його привабливим для вантажовідправників. Але при цьому необхідно враховувати його згубний вплив на оточуюче середовище. Транспорт значно впливає зміну клімату та забруднення повітря. На долю автомобільного транспорту при його експлуатації приходить більше 15% загального викиду забруднюючих речовин в атмосферу, а в великих містах промислових центрів - до 80% забруднення. В загальному обсязі забруднення

атмосфери автомобільним транспортом залишається основним джерелом і становить більше 65%, а по токсичності 45%.

В склад відпрацьованих газів автомобіля входять такі шкідливі речовини (окис вуглецю, азоту, різні вуглеводні, сірчаний газ, з'єднання свинцю, сажа), які шкідливо впливають на здоров'я людини, послаблюючи здатність крові постачати організму кисень, що впливає на сприйняття навколишнього світу, реакцію, викликає млявість. У результаті неповного згоряння палива виникають частки сажі, які при вдиханні з повітрям глибоко проникають у легені і провокують респіраторні захворювання, бронхіт та астму. Транспортний шум являє собою також серйозну небезпеку для людей, особливо якщо вони живуть біля автомагістралей. Він призводить до стресів і безсоння.

Тільки один справний вантажний автомобіль на протязі року викидає в атмосферу 8-1 От окису вуглецю. Транспортні засоби являються джерелом підвищеного шуму та електромагнітних випромінювань. В зв'язку з цим розроблюється ряд заходів по недопущенню дальшого забруднення навколишнього середовища. Якщо проектна документація не пройшла екологічної експертизи, не розпочинається будівництво ні одного промислового об'єкта. Перед світовою автомобілебудівною промисловістю настало завдання, розробки та налагодження випуску нових екологічно вигідних, екологічно чистих автомобілів.

В кожній області створені екологічні служби, які ведуть контроль за станом навколишнього середовища. Вони наділені повноваженнями застосувати міри адміністративного впливу до посадових осіб, які допускають порушення норм екологічної безпеки.

Верховна Рада України прийняла Закон «Про охорону навколишнього середовища», яким заборонено експлуатацію автомобілів у випускних газах яких вміст забруднюючих і токсичних речовин перевищує граничні допустимі норми.

Забезпечення міжнародних екологічних норм до автомобільного транспорту сприятиме оздоровленню навколишнього середовища, зростанню економічної

ефективності транспортного виробництва.

Для зниження негативного впливу на навколишнє середовище ми можемо:

- виходити на роботу на технічно справному автомобілі, звертаючи особливу увагу на двигун, систему мащення, ущільнення вузлів та механізмів;
- використовувати якісні, по призначенню паливо - мастильних матеріалів, спеціальних рідин.

ВИСНОВОК

Після узагальнення теоретичного і практичного матеріалу за темою кваліфікаційної роботи, можемо зробити наступні підсумки.

Підприємство - це самостійний господарський суб'єкт, що має право юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою одержання прибутку.

У ринковій економіці для того, щоб досягти успіху підприємцю потрібно чітко і ефективно планувати свою діяльність, постійно слідкувати за станом ринку і положенням конкурентів на ньому, також оцінювати власні перспективи і можливості.

У структурі вантажних перевезень в Україні одну з лідируючих позицій займає автомобільний транспорт (майже 27%).

Результатом роботи автомобільного транспорту в 2020 р. стало збільшення обсягів перевезень вантажів порівняно з 2019 р. на 0,34%. Вантажообіг автомобільного транспорту у 2020 р. поступово зменшився та становив 65176,9 млн.т/км проти 72068,3 у 2018 р.

Вантажний автотранспорт володіє високою маневреністю та швидкістю, а також можливістю доставляти вантажі безпосередньо до споживача. Це є безсумнівною конкурентною перевагою автомобільного транспорту на ринку вантажних перевезень як в середині країни так і за її межами.

Миколаївська область розташована на півдні України, на перехресті через який проходять залізничні, автомобільні і трубопровідний міжнародні коридори, що обумовлює необхідність першочергового розвитку магістральних шляхів сполучення.

Послугами автомобільних перевезень користуються практично всі компанії, бізнес яких пов'язаний з виробництвом або реалізацією продукції. Транспортування вантажів автомобільним транспортом в силу своєї маневреності і можливості для доставки будь якої маси й обсягу вантажу дозволяє посідати йому лідируюче місце

серед інших видів транспорту. Тому пропонується створити ФОП Параскун, яке буде надавати вантажні транспортні послуги.

Дана послуга задовольняє потреби людей у перевезенні різного роду вантажів. . Вона споживається досить регулярно, тому що не всі підприємства нашого міста можуть дозволити собі мати власний автомобільний транспорт, а, крім того, у нашому місті є досить велика кількість мешканців які потребують перевезень за для власних потреб.

За рік на ринку міста Миколаєва споживається приблизно 100000 годин послуги по вантажному перевезенню. Цей показник відображає місткість даного ринку на території міста. При повному використанні автомобіля ФОРД ТРАНЗИТ МАХІ можна реалізувати при 265 робочих днях і 8 робочих годинах у день $265 \cdot 8 = 2120$ годин послуги на рік.

Найбільш інтенсивною купівельною групою даної послуги є споживачі із середніми доходами. Вони в основному споживають дані послуги по 8-10 годин підряд.

Основні конкуренти це такі ж приватні підприємці, як і ми, що мають єдиний автомобіль, і забезпечують перевезення на досить гарному рівні. Конкурентами можна вважати власників будь-яких вантажних автомобілів, незалежно від марки і вантажопідйомності. Великі фірми контролюють порядку 70% ринку міста Миколаєва, інша частка належить приватним підприємцям, які пропонують споживачам більш прийнятні ціни ніж великі фірми.

За розрахунками з 11 параметрів, які характеризують нову послугу нашого ФОП, 9 відповідають сучасним вимогам місцевого регіонального ринку і інтегральний показник її конкурентоспроможності складає 0,81.

На досліджуваному підприємстві, після вивчення цін конкурентів з подібними до нашого автомобілями було прийнято рішення при ціноутворенні орієнтуватись на середньо ринкові ціни.

Метою проникнення на ринок міста Миколаєва, і подальшою перспективою

проникнення на ринки міст і населених пунктів Миколаївської області буде проведено маркетингову кампанію. Також на майбутнє планується освоєння ринків сусідніх областей.

Проведені розрахунки свідчать про ефективність запропонованих заходів. Їх впровадження дозволить отримати додатковий чистий прибуток у сумі 115 393,3 грн. протягом першого року роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України; Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV
2. Мочерний С. В. Економічна теорія: Посібник. - К.: Видавничий центр «Академія», 2003. - 656 с.
3. Економіка підприємства: Навчальний посібник / С.М. Рогач, Н.М. Суліма, Л.М. Степасюк та ін. - 2-ге вид. К. : «ЦП «КОМПРИНТ»». 2018. 392 с.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. - К.: Кондор -Видавництво, 2016. - 378 с.
5. Довбенко В.І. Перспективні проблеми розвитку підприємств / В.І. Довбенко. - II Щорічник наукових праць: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. - Львів, 2003. -507 с.
6. Талавиря О.М. Теоретико-методологічні підходи економічного аналізу розвитку підприємства / О.М. Талавиря // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка. - Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2015. - Вип.1 (45). Том 2. - С. 278–280.
7. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник [Текст] / О.А. Грішнова. - К.: Знання, 2009. - 390 с.
8. Барабанник Л.Б. Концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / Л.Б. Барабанник, О.В. Вознюк // Вісник Дніпропетровської державної академії. Серія «Економічні науки». - 2010. - № 1. - С. 5-11.
9. Ворожейкин И.Е. Управление социальным развитием организации: [учебник] / И. Е. Ворожейкин. - М.: ИНФРА - М., 2011. - 176 с.
10. Шакур І.В. Теоретико-методологічний аналіз підходів до визначення соціально-економічного розвитку підприємства / І.В. Шакур // Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку національної економіки: матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 26 жовтня 2017 р. - Ч. 2. - Полтава: ФОП Пусан А.Ф., 2017. - С. 161-163.

11. Чайкіна А. О., Шакур І.В., Особливості формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства/ Економіка суспільства, випуск №13/ 2017/ Мукачевський державний університет. С.782
12. Погрішук Б.В., Марченко О.І., Планування і контроль на підприємстві. Підручник / Б.В. Погрішук, О.І. Марченко. - Тернопіль: Крок, 2015. - 682 с.
13. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г.І. Кіндрацька.- 2-ге вид., переробл. і доповн. - К.: Знання, 2010. - 406 с.
14. Васильців Т. Г., Економіка малого підприємства : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. - К.: Знання, 2013. - 446 с.
15. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2008. - 679 с. - (Вища освіта ХХІ століття).
16. Строченко Н.І., Коблянська І.І. Планування і контроль на підприємстві: навчальний посібник для студентів економічного напрямку підготовки денної та заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» / Н.І. Строченко, І.І. Коблянська, - Суми: СНАУ, 2015. - 272 с.
17. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погрішук Б. В., Економіка підприємства: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 304 с.
18. Брайковська А. Дослідження особливостей формування ринку транспортних послуг як середовища функціонування підприємств транспорту. Економіст. 2012. № 9. С. 50-54.
19. Електронний ресурс, точка доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
20. Стеченко Д.М. С79 Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: Підручник. - К.: Вікар, 2006. -396 с. ISBN 966-7131-70-X
21. Пушкар Т. А., Козін О. Є. Концептуальні підходи до питань економічної безпеки автотранспортного комплексу регіону. Проблеми і

перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. праць / Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків : ХНАДУ, 2016. № 2 (5). С. 146-154.

22. Козіна К. Г. Оцінювання стану та розвиток регіональних ринків вантажних автотранспортних перевезень. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова - ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Івано-Франківськ, 2020

23. Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань»
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>

24. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3212720-ak-zareestruvati-fop-u-servisi-dia.html>

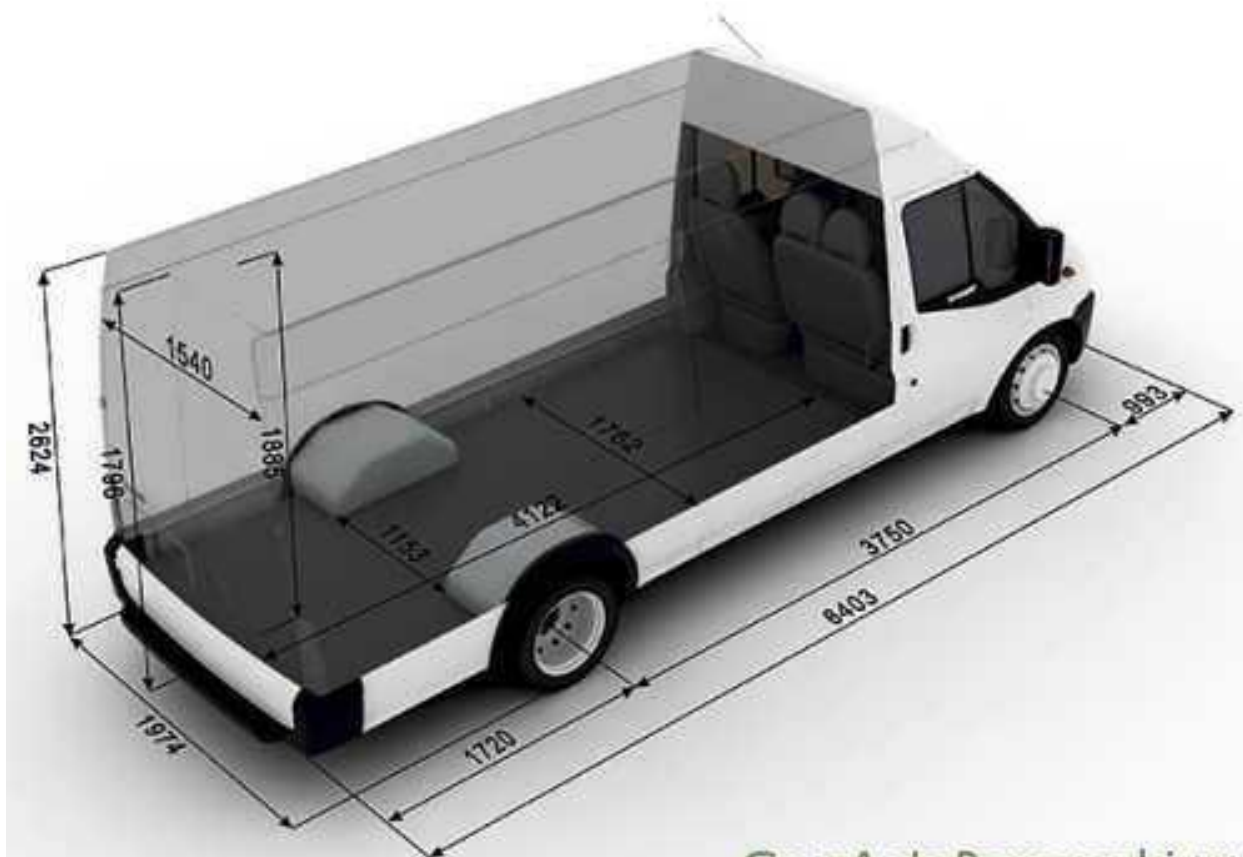
25. Електронний ресурс, точка доступу:
<https://diia.gov.ua/services/reystaciya-fop>

26. Електронний ресурс, точка доступу:
<https://www.fairo.com.ua/blog/yak-zareiestruvati-fop-v-ukrayini-u-2021-roci-chastina-2>

27. Електронний ресурс, точка доступу <https://uspeh-print.in.ua/uk/euroflyers/>

ДОДАТОК А





ДОДАТОК Б

Додаток 2
до Правил перевезень
вантажів автомобільним
транспортом в Україні, затв. Наказом
Мінтранспорту від 14.10.97 р № 363

РАЗОВИЙ ДОГОВІР N _____ на перевезення вантажів автомобільним транспортом

_____ "___" _____ 20__ р.
(місто, село, селище)

(повне найменування перевізника)

надалі - Перевізник, в особі _____

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

що діє на підставі _____

(найменування документа, що дає право на укладення договору)

з однієї сторони, та _____

(повне найменування замовника)

надалі - Замовник, в особі _____

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

що діє на підставі _____

(найменування документа, що дає право на укладення договору)

уклали цей договір про таке:

Перевізник зобов'язується виконати для Замовника перевезення

(найменування вантажу, маса бруто, кількість місць, рід упаковки)

а Замовник зобов'язується сплатити Перевізнику за перевезення обумовлену платню.

Дата і години подачі автотранспорту: _____

Адреса вантаження (подачі): _____

Адреса розвантаження (закінчення роботи): _____

Відстань перевезення: _____

Використання автотранспорту з оплатою за авт.-годину у загальній кількості _____
_____ автомобілегодин.

Додаткові умови: _____

Порядок, форма і строки оплати: _____

Юридичні адреси сторін:

Перевізник: _____
телефон _____ факс _____ e-mail _____

Розрахунковий рахунок N _____ у _____

Замовник: _____
телефон _____ факс _____ e-mail _____

Розрахунковий рахунок N _____ у _____

Перевізник

Замовник

(підпис/електронний підпис)

(підпис/електронний підпис)