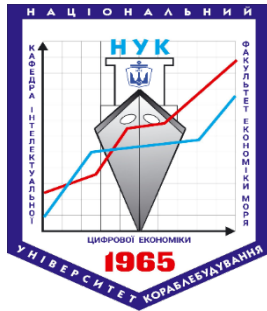


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМ. АДМІРАЛА МАКАРОВА**

**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ
МОРЕ
КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ**



«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»
В.О. ЗАВІДУВАЧА КАФЕДРИ
К.Е.Н., ДОЦЕНТ О.П.КОРНІЄНКО
(НАУКОВА СТУПІНЬ, ВЧЕНЕ ЗВАННЯ, П.І).

«_____» _____ 2023.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЮ ВИЩОЇ ОСВІТИ
БАКАЛАВР**

**на тему: «Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення
нового підприємства у виробничій сфері»**

Виконала: студентка IV курсу, групи 5412з
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
ОП «Бізнес та приватне підприємництво»
(шифр і назва спеціальності)
Любіва А.Д.
(прізвище та ініціали)
Керівник: к.е.н., доцент Корнієнко О.П.
(прізвище та ініціали)

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ АДМІРАЛА
МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра інтелектуальної цифрової економіки
Освітній рівень – перший
(бакалаврський)
Спеціальність 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Освітня програма – Бізнес та приватне підприємництво

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

_____ Жукова О.Ю.

«_____» _____ 2023р.

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

Студенту _____ *Любіві Анастасії Дмитрівні*

Тема роботи: «Розробка та обґрунтування бізнес плану створення нового підприємства у виробничій сфері»

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

Затверджені наказом ректора № _____ від « _____ » _____ 2022 року

Термін подання роботи: _____

Вихідні дані по роботі: монографічні видання, наукові статті, аналітичні матеріали вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, офіційні дані Державної служби статистики України, Інтернет-ресурси

Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

1. Підприємництво як первинна ланка економіки
2. Дослідження ринку і обґрунтування бізнес-ідеї
3. Бізнес-план створення нового підприємства
4. Охорона праці

Перелік презентаційних матеріалів 1. Взаємозв'язок і узгодженість місії, множинних цілей і видів діяльності підприємства 2. Взаємоузгоджені головні напрямки діяльності підприємств-продуцентів 3. Структура ринку вікон в Україні за видами в 2021 році 4. Кількість профільних брендів на ринку Миколаєва 5. Структура ринку вікон в розрізі за брендами в м. Миколаєві у 2021 році

Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання прийняв
Охорона праці	доцент НУК Мозговий А.М.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначення наукового керівника роботи		
2.	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником		
3.	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи		
4.	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником		
5.	Збір статистичної інформації в термін проходження практики на базовому підприємстві (установі, організації)		
6.	Розробка теоретичного розділу		
7.	Розробка аналітичного розділу		
8.	Розробка проектного розділу		
9.	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків		
10.	Редагування рукопису кваліфікаційної роботи та ознайомлення з ним наукового керівника		

11.	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи		
12.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи для перевірки на виявлення збігів/ідентичності/схожості роботи		
13.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи на попередній захист		
14.	Усунення зауважень кафедрального захисту та результатів перевірки на виявлення збігів/ідентичності/схожості роботи		
15.	Розробка проєкту демонстраційного матеріалу та доповіді		
16.	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії		
17.	Захист роботи перед АК		

Студент _____
(підпис)

Любіва А.Д.
(ПІБ)

Керівник роботи

к.е.н, доц. Корнієнко О.П.



АНОТАЦІЯ

Шкварко Б.О. «Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства у виробничій сфері» – бакалаврська робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 2023.

У кваліфікаційній роботі розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Виконано аналіз ринку металопластикових вікон та обрано організаційно-правову форму підприємства, що створюється. У практичній частині розроблено бізнес-план створення підприємства «Вікна-Стар», який довів високу ефективність проекту.

Ключові слова: підприємство, планування, бізнес-план, економічна ефективність.

ANNOTATION

Shkvarko B.O. "Development and justification of a business plan for a new enterprise in the field of confectionery" - a bachelor's degree in "bachelor". - National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov, Mykolaiv, 2023.

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 window market is performed and the organizational and legal form of the created enterprise is chosen. In the practical part, a business plan for the establishment of the company "Vikna-Star" was developed, which proved the high efficiency of the project.

Key words: enterprise, planning, business plan, economic efficiency

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ	8
1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції.....	8
1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ..	23
2.1. Аналіз ринку металопластикових вікон.....	23
2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства.....	34
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	43
3.1. Резюме	43
3.2. Опис продукту	44
3.3. Маркетинговий план.....	46
3.4. Виробничий план	48
3.5. Організаційний план	56
3.6. Фінансовий план	57
3.7. Оцінка ризиків	58
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	60
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	74
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Багаторічний досвід закордонних фірм і українських підприємств показав, що недооцінка планування підприємницької діяльності в умовах ринку, зведення його до мінімуму, ігнорування або некомпетентне здійснення найчастіше приводять до невиправданих економічних втрат і, у кінцевому рахунку, до банкрутства.

Грамотні керівники добре знають, що усі великі битви спочатку виграють на папері — на плані, а тільки потім у реальній дійсності. Ринок не придушує і не заперечує планування взагалі, а тільки переміщає цю роботу в первинну виробничу ланку. Навіть у країні в цілому зберігається необхідність планування, і його не можна цілком замінити невидимою регулюючою рукою ринку. Держава повинна планувати стратегію свого економічного розвитку, рішення глобальних екологічних проблем, великих соціальних і науково-технічних програм, розподіл бюджету країни, витрати на оборону й ін. Успішно працюючі підприємства здійснюють не тільки стратегічне (довгострокове) планування, але і детальну розробку оперативних (поточних) планів по кожному підрозділі і навіть робочому місці. Календарні плани (місячні, декадні, квартальні, піврічні), конкретизуючі цілі і задачі підприємства, включають зведення про замовлення, про забезпеченість їх матеріальними ресурсами, про ступінь завантаження виробничих потужностей і їхньому використанні з урахуванням терміну виконання кожного замовлення. У них передбачаються витрати на реконструкцію наявних потужностей, заміну устаткування, навчання працівників і ін. в умовах господарювання підприємства широко використовують переваги планування в конкурентній боротьбі.

Тому важливо добре підготуватися до початку ведення підприємницької діяльності, уміти скласти продуманий і всебічно обґрунтований детальний план — документ, що визначає стратегію і тактику ведення бізнесу, технологію, організацію виробництва і реалізацію продукції. Наявність такого плану дозволяє активно розвивати підприємництво, залучати інвесторів, партнерів і

кредитні ресурси, а також: максимально використовувати конкурентні переваги підприємства, запобігати помилковим дій; використовувати інновації у своїй діяльності; вчасно вживати захисні заходи проти різного роду ризиків; об'єктивно оцінювати результати виробничої і комерційної діяльності підприємства.

Одночасно план є керівництвом до дії. Він використовується для перевірки ідей, цілей, для керування підприємством і прогнозування результатів діяльності. В міру реалізації і при зміні обставин план може уточнюватися шляхом коректування відповідних показників.

План необхідний не тільки великому і середньому, але і малому підприємствам. Стратегічне планування (визначення загальної стратегії) здійснюється вищим керівництвом підприємства, а розробкою річних і календарних планів (місячних, декадних і т.д.) займаються всі його служби.

Бізнес-план виступає як об'єктивна оцінка власної підприємницької діяльності й у цей час необхідний інструмент проектно-інвестиційних рішень відповідно до потреб ринку. У ньому характеризуються основні аспекти комерційного підприємства, аналізується проблеми, з якими воно зіштовхнеться, визначається способи їхнього рішення. Отже, бізнес-план — одночасно пошукова, науково-дослідна і проектна робота.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження механізму планування на підприємстві і визначення шляхів його поліпшення, а також розробка бізнес-плану з організації його діяльності — виготовленню металопластикових конструкцій.

У відповідності з поставленою метою в роботі вирішуються наступні задачі:

- дослідження теоретичних питань і досягнень у економічній сутності підприємства та планування на ньому;
- аналіз ринку продукції майбутнього підприємства та його форми власності;
- розробка та обґрунтування бізнес-плану його створення;

– розгляд питань охорони праці на підприємстві.

Об'єктом дослідження виступає бізнес-план створення нового підприємства, а предметом дослідження – забезпечення ефективного розвитку нового підприємства шляхом впровадження бізнес-плану.

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

У першому розділі розглянуті теоретичні аспекти соціально-економічної природи підприємства та особливості функціонування і планування діяльності на підприємстві в сучасних умовах.

В другому розділі проведено аналіз потенційного ринку збуту продукції підприємства та проводиться обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства.

У третьому розділі розробляється бізнес-план відкриття цеху по виробництву металопластикових конструкцій, який передбачає рішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед підприємством.

У четвертому розділі проведений аналіз потенційно небезпечних і шкідливих факторів виробничого приміщення бухгалтерії досліджуваного підприємства.

Робота викладена на 79 сторінках друкованого тексту, містить 12 рисунків, 9 таблиць, 2 додатка. Список літератури складається з 45 джерел.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції

Будь-яке суспільство для забезпечення нормального (достатньо комфортного) рівня своєї життєдіяльності здійснюється безліч видів конкретної праці. З цією метою люди створюють певні організації (трудові колективи), які спільно виконують ту чи ту місію (реалізують програму або мету) і діють на засаді певних правил і процедур. Проте мета й характер діяльності таких численних організацій різні. За цією ознакою їх можна поділити на дві групи: підприємницькі (комерційні), що функціонують і розвиваються за рахунок власних коштів, і непідприємницькі (некомерційні), існування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави. Організації з підприємницьким характером діяльності називають підприємствами [26, с. 48].

Підприємство — це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства, що виготовляє продукцію (виконує роботу або надає платні послуги).

Кожне підприємство має історично сформовану конкретну назву — завод, фабрика, шахта, електростанція, майстерня, ательє тощо; може включати кілька виробничих одиниць — заводів або фабрик (комбінат, виробниче об'єднання). У більшості країн з розвинутою ринковою економікою такі виробничі одиниці називають фірмами. Під словом «фірма» розуміють підприємства, що здійснюють господарську діяльність у галузях промисловості, будівництва, сільського господарства, транспорту, торгівлі тощо з метою одержання кінцевого фінансового результату — прибутку. Кожна з них визначає для себе певне фірмове найменування, під яким її записують до державного реєстру своєї країни. Фірмове найменування, як правило, включає ім'я та прізвище одного чи кількох власників фірми, відображає характер її діяльності, правовий статус та форму господарювання. В окремих країнах досить поширені більш

конкретні найменування фірм. Наприклад, в Англії вони мають назву компаній, США — корпорацій, країнах континентальної Європи — товариств [30, с. 72].

Важливо знати, що кожне підприємство або фірма є юридичною особою, має замкнуту систему обліку та звітності, самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку, печатку з власною назвою, а також товарний знак (марку) у вигляді певного терміна, символу, малюнка або комбінації таких. Фірмовий знак (марка) служить для ідентифікації товарів або послуг продуцента (продавця) та їх виокремлення на ринку від продукції (послуг) конкурентів.

Для ефективного господарювання істотним є визначення цілей створення та функціонування підприємства. Генеральну (головну) мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці заведено називати місією. Здебільшого місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимально можливого прибутку.

На основі загальної місії підприємства формулюються і встановлюються загальнофірмові цілі, які мають відповідати певним вимогам [40, с. 105]:

- по-перше, цілі підприємства мають бути конкретними і піддаватися вимірюванню. Формулювання цілей у конкретних формах створює вихідну базу відліку для наступних правильних господарських та соціальних рішень. Завдяки цьому можна більш обґрунтовано визначити, наскільки ефективно підприємство діє в напрямку здійснення своїх цілей;

- по-друге, цілі підприємства мають бути орієнтованими в часі, тобто мати конкретні горизонти прогнозування. Цілі звичайно встановлюються на тривалі або короткі проміжки часу. Довготермінова мета має горизонт прогнозування, що дорівнює п'яти рокам, інколи більше (7-10 років) — для передових у технічному відношенні фірм; короткотермінова — в межах одного року.

- по-третє, цілі підприємства мають бути досяжними і забезпечувати підвищення ефективності його діяльності. Недосяжні або досяжні частково цілі спричиняють негативні наслідки, зокрема блокування прагнення працівників

ефективно господарювати, зменшення рівня їхньої мотивації, погіршення показників інноваційної, виробничої та соціальної діяльності підприємства, зниження конкурентоспроможності його продукції на ринку;

- по-четверте, з огляду на динаміку ефективності виробництва множинні цілі підприємства повинні бути взаємно підтримуючими, тобто дії і рішення, що необхідні для досягнення однієї мети, не можуть не перешкоджати реалізації інших цілей. Інше може привести до виникнення конфліктної ситуації між підрозділами підприємства, відповідальними за досягнення різних цілей.

У кінцевому підсумку цілі підприємства мають бути чітко сформульовані для кожного виду його діяльності, що є важливим для суб'єкта господарювання, котрий прагне спостерігати і вимірювати результати цієї діяльності. Узгодженість місії підприємства, його множинних цілей та видів діяльності показано на рис. 1.1 [13, с. 42].

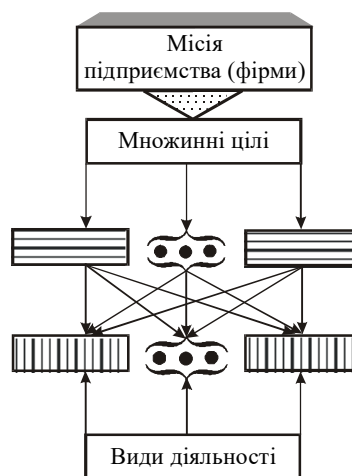


Рис. 1.1. Взаємозв'язок і узгодженість місії, множинних цілей і видів діяльності підприємства

Варто також знати, що цілі підприємства будуть значущою частиною стратегічного планування у тому разі, коли їх не лише правильно сформульовано та ефективно систематизовано, а й достатньо про них

інформовано весь персонал і відпрацьовано дійову систему стимулювання їхнього здійснення.

У практиці господарювання кожне підприємство, що є складною виробничо-економічною системою, здійснює багато конкретних видів діяльності, котрі за ознакою спорідненості можна об'єднати в окремі головні напрямки (рис. 1.2) [11, с. 58].

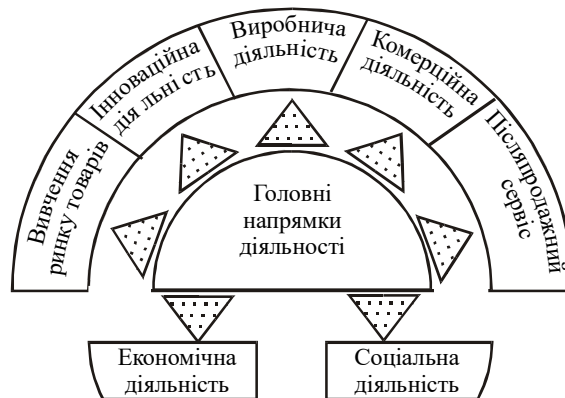


Рис. 1.2. Взаємоузгоджені головні напрямки діяльності підприємств-продуцентів

Відповідно до логіки й послідовності стадій відтворювального процесу визначальним напрямком діяльності кожного підприємства за умов ринкових відносин є вивчення ринку товарів, або ситуаційний аналіз. Такий аналіз повинен передбачати комплексне дослідження ринку, рівня конкурентоспроможності й цін на продукцію, інших вимог покупців товару, методів формування попиту та каналів товарообігу, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

Результати вивчення ринку товарів служать вихідною базою для обґрунтування конкретних шляхів удосконалення й розвитку інноваційної діяльності підприємства на перспективний період. Інноваційна діяльність охоплює науково-технічні розробки, технологічну й конструкторську підготовку виробництва, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій тощо [17, с. 46].

Наступним найбільш складним за обсягом і вирішенням організаційно-технічних завдань напрямком є виробнича діяльність підприємства, її організація та оперативне регулювання у просторі й часі. З усієї сукупності постійно здійснюваних заходів, що з них складається виробнича діяльність, найважливішими треба вважати: обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку; формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства; збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції на поточний і кожний наступний рік прогнозного періоду; забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами; розробку й дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції.

Ефективність інноваційно-виробничих процесів, постійно здійснюваних на кожному підприємстві, визначається рівнем його комерційної діяльності, значущість якої за умов ринку істотно зростає. Це очевидно, оскільки від масштабів та якості саме цього напрямку діяльності підприємства найбільшою мірою залежить фінансова результативність виробництва, яку найповніше характеризує величина одержуваного прибутку. Необхідною умовою досягнення бажаного успіху комерційної діяльності є дієва реклама і безпосередня організація збуту своєї продукції, розвиток системи товарних бірж, належне стимулювання покупців [22, с. 64].

І ще одним важливим напрямком діяльності підприємства, який завершує послідовний цикл відтворювального процесу, слід вважати післяпродажний сервіс багатьох видів товарів — машин та устаткування, автомобілів, комп'ютерної, розмножувальної, медичної, складної побутової техніки, інших виробів виробничо-технічного й споживчого призначення. Післяпродажний сервіс охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів, їхнє гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів під час нормативного строку

служби тощо. Він є важливим джерелом інформації для продуцентів про надійність і довговічність виготовлених технічних засобів, а також про потрібні експлуатаційні витрати. Ця інформація використовується продуцентами для вдосконалення продукції, оптимізації строків оновлення її номенклатури та асортименту.

До інтегрованого напрямку, що охоплює багато конкретних видів, належить економічна діяльність підприємства. Зокрема вона включає: стратегічне та поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну та фінансову діяльність тощо. Цей напрямок є визначальним для оцінки й регулювання всіх елементів системи господарювання на підприємстві. Зміст окремих видів економічної діяльності підприємства детальніше буде висвітлено у відповідних розділах цього підручника.

Непересічне значення має соціальна діяльність, оскільки вона істотно впливає на ефективність усіх інших напрямків і конкретних видів діяльності (інноваційної, виробничої, комерційної, економічної), результативність яких безпосередньо залежить від рівня професійної підготовки й компетентності всіх категорій працівників, дійовості застосовуваного мотиваційного механізму, постійно підтримуваних на належному рівні умов праці та життя трудового колективу. Тому ефективне управління персоналом має бути пріоритетним і найважливішим напрямком діяльності кожного підприємства за умов соціально орієнтованої ринкової економіки [28, с. 317].

В Україні формується різноманітна структура економіки. Свідченням цього є поява різних підприємницьких структур, властивих ринковій економіці.

Перша ознака підприємства — самостійність у системі господарства країни. Підприємство має самостійний баланс (грошове вираження стану засобів виробництва), розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств). Підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами. Підприємство — це сукупність засобів виробництва та робочої сили. Фактори виробництва — праця, земля,

капітал, які є трьома китами економіки, — функціонують та розвиваються тільки об'єднавшись у рамках конкретних підприємств. Кожне підприємство має різні фактори виробництва і по-різному комбінує їх. Наприклад, взуттєва фабрика та хлібозавод використовують аж ніяк не схожі верстати, обладнання, сировину, а їхні робітники мають різні професії. На різних підприємствах застосовується різні технології виробництва. Це означає, що дані підприємства технологічно і територіально відособлені, як одне від одного, та від інших підприємств. У цьому розумінні підприємством можна визначити технологічне поєднання факторів виробництва.

Кожне підприємство спеціалізується на виготовленні певного товару чи дані послуги. Поєднання факторів виробництва у процесі створення товару завершується випуском готової продукції, тобто виробничі процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді кінцевого результату. Наприклад, Київський державний авіаційний завод “Аміант” виробляє літаки, а ПрАТ “Мотор Січ” (м. Запоріжжя) випускає двигуни для цих літаків. Для кожного з цих підприємств буде кінцева продукція.

Кожне підприємство, крім технологічно-територіальної, характеризується ще й економічною відособленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами виробництва й технологіями, є власністю фірмами, яка володіє даним підприємством. Отже, і підприємство розпоряджається своїм майном. На цій підставі воно самостійно складає виробничу програму набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує свої витрати та отримує прибуток. Навіть у такому схематичному переліку знайшли відображення всі основні економічні процеси та явища. В економіці підприємства у мініатюрі відбивається вся економіка, з усіма її головними процесами: виробництво, обмін, розподіл, споживання [35, с. 94].

Але було б неправильно зводити усе життя підприємства лише до технологічних і господарських процесів.

Підприємство — це завжди соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників. На підприємстві проходить важлива частина життя

людини, через колектив відбувається її розвиток, духовне зростання. Від злагоди у колективі залежить економічний успіх підприємства. Усім відомо, якого великого значення надають почуттю колективізму на японських підприємствах. Під час знайомства японець називає не своє прізвище, а фірму де він працює. Наприклад, добре знані фірми “Sony”, “Panasonic” тощо.

Які ж функції виконують підприємства в економіці? Основна мета економіки — це створення товарів і послуг для задоволення потреб населення з найменшими витратами на виробництво та реалізацію продукції. Саме цю мету і покликані реалізувати підприємства, в цьому і полягає їх основна функція. Іншими словами, функцією кожного підприємства є максимально можливий випуск суспільно корисної продукції при найменших витратах.

Діяльність будь-якого підприємства підпорядкована реалізації його основної виробничої функції — створенню максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства при найменших витрат виробництва. Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи у кожній із них специфічні функції [28, с. 246].

Виробничо-технологічні функції підприємства пов’язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, упровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом.

Економічні функції підприємства — управління процесами виробництва та збуту товарів, укладання контрактів, наймання працівників і раціонально організація їхньої праці, розподіл доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунок економічної ефективності, ціноутворення, вивчення ринку.

Соціальні функції підприємства такі: поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та пільг працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність.

Крім зазначених функцій, які виконує підприємство у межах національної економіки, є зовнішньоекономічні функції. Підприємство бере участь у

міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві.

Отже, підприємство є основною організаційною ланкою господарства будь-якої країни.

Підприємство — самостійний господарюючий статусний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу) [22, с. 87].

Підприємство здійснює будь-які види господарської діяльності, якщо вони не заборонені законодавством України і відповідають цілям, передбаченим статутом підприємства. У разі збиткової діяльності підприємства держава, якщо вона визнає продукцію цих підприємств суспільно необхідною, може надавати таким підприємствам дотацію, інші пільги.

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

При переході в Україні до ринкових відносин планування виявилось практично напівзабутим. Це відбулося внаслідок поверхневого сприйняття ринкової економіки, нерозуміння виниклих з її утвердженням проблем і шляхів їх вирішення через перевагу найпростіших закордонних штампів над складним, багатогранним вітчизняним досвідом і забуття національних економічних традицій.

Через неспроможність подібного підходу економічні труднощі змусили згадати, що планування — одна з найважливіших функцій управління будь-яким виробництвом. Саме з планування і починається як створення, так і функціонування комерційної організації. Процвітаючі керівники добре знають, що усі великі битви спочатку виграються на папері, після ретельно розробленого плану, і тільки потім — на практиці.

Досвід радянської економіки, завдяки якому в Україні утвердилося планування, безумовно, містив чимало архаїчного, відкинутого життям. Це насамперед вплив держави на процес планування роботи підприємства, зайва централізованість і директивність, відрив планування від вимог ринку та ін. Разом з цим, у ньому було і чимало цінного: прогнозування соціально-економічних процесів, наукове нормування використання ресурсів, внутрішньофірмове планування — усе це повинне бути затребуваним сучасною економікою [14, с. 44].

Як вітчизняний, так і закордонний досвід показують, що недооцінка планування підприємницької діяльності в ринкових умовах, зведення його до мінімуму чи ігнорування, некомпетентне здійснення найчастіше призводять до великих, нічим не виправданих економічних втрат і, у кінцевому підсумку, до банкрутства підприємств. Тому грамотна економічна політика полягає не у запереченні планування, а в його використанні.

Це стосується планування і на державному рівні, і на галузевому (корпоративному), і на рівні окремого підприємства. Планування на державному і галузевому рівнях в умовах ринкової економіки має здебільшого рекомендаційний характер, у той час як план, розроблений підприємством, — це зобов'язання, яке має бути виконане.

Запланувати діяльність підприємства — означає скласти план його функціонування і розвитку й надалі контролювати його виконання. Планування діяльності підприємства полягає в обробці інформації з обґрунтування майбутніх дій і у визначенні найкращих способів досягнення намічених підприємством цілей. Призначення планування можна виразити словами Огюста Конта: “Знати, щоб передбачати; передбачати, щоб керувати”.

Найвизначніший представник російської економічної школи Микола Дмитрович Кондратьєв визначав план як систему перспектив, реалізація яких досягається органами регулювання виробництва [20, с. 94].

Відомий сучасний фахівець у галузі планування підприємницької діяльності Дитгер Хан розрізняє планування в широкому і вузькому сенсі. У

широкому — планування являє собою прийняття управлінських рішень, пов'язаних з майбутніми подіями. З цього погляду планування охоплює процес складання і прийняття планів. У вузькому сенсі — планування — це виявлення майбутніх подій. На цій основі розробляють стратегію підприємства. Планування означає систематичну підготовку до формування майбутнього підприємства.

Д. Хан визначає планування як передбачення майбутніх подій шляхом цілеспрямованого пошуку, оцінки і добору альтернатив, що ґрунтується на визначених гіпотезах про стан зовнішнього середовища.

У сучасних економічних умовах планування діяльності підприємства безпосередньо пов'язано з маркетингом. Можна сказати, що планування підприємницької діяльності — це технічний бік маркетингу (або маркетинг являє собою змістовний бік планування).

На невеликих підприємствах функції планування і маркетингу часто поєднують. У цьому є закономірність, оскільки дослідження ринку, будучи функцією маркетингу, — відправна точка планової діяльності. Якщо колись планову систему розглядали як альтернативу ринку, то сьогодні вона — складова частина ринкової економіки.

Роль бізнес-плану в діяльності підприємств широка і багатофункціональна. З одного боку, бізнес-план може розглядатися як інструмент стратегічного планування діяльності підприємства, дозволяючи визначати цілі і задачі його функціонування і формувати систему заходів щодо досягнення поставлених цілей [6, с. 317].

З іншого боку, бізнес-план є могутнім інструментом контролю за діяльністю всіх служб і підрозділів підприємства, і насамперед інструментом контролю за доходами і витратами. Він дозволяє вищому керівництву підприємства провести оцінку й аналіз фактично досягнутих результатів, виявити причини можливих відхилень від планових показників і скоординувати діяльність підприємства таким чином, щоб досягти всіх запланованих результатів у повному обсязі.

Бізнес-плани складають звичайно по наступним причинах:

1. Для зовнішнього використання. Щоб представити справу в найбільш вигідному світлі людям ззовні, наприклад, інвесторам.
2. Для внутрішнього користування. Тут справа представляється з усіма сильними і слабкими сторонами. Цей бізнес-план використовується постійно як інструмент управління.

Можна досягти істотних переваг, якщо починати з бізнес-плану для внутрішнього використання. У процесі його написання можна розглядати багато питань, що, можливо, ніколи не будуть записані в зовнішньому. Однак, інвестори напевно зададуть подібні питання, щоб “відчути” серйозність пророблення. Ті, хто не підготовлений до цих питань, виявляться в невідповідному положенні.

Наприклад, може з'ясуватися, що не були пророблені питання про те, чи дійсно потрібний інвестор чи краще сконцентруватися на збільшенні продуктивності. Коли в кінцевому рахунку Ви зрозумієте, що могли б вижити і процвітати і без того, щоб віддавати 30% доходів інвестору, Ви будете почувати себе обманутим і експлуатованим, а інвестор не буде розуміти в чому проблема [8, с. 83].

Усі варіанти і стратегія розвитку повинні бути пророблені заздалегідь, при написанні внутрішнього бізнес-плану. А якщо залучення інвестора виявиться виправданим, тоді й інвестор, і фірма будуть мати тверду основу для угоди. Таким чином, складання в першу чергу внутрішньо орієнтованого бізнес-плану — в інтересах обох сторін.

Велика помилка у бізнесі — обман самого себе. А бізнес-план, складений тільки для зовнішнього користування, часто прикрашає реальність. Віра у власну пропаганду може виявитися фактором, що руйнує.

Бізнес-план підприємства є одним з перших узагальнюючих документів обґрунтування інвестицій і містить укрупнені дані про плановану номенклатуру й обсяги випуску продукції, характеристики ринків збуту і сировинної бази, потребу виробництва в земельних, енергетичних і трудових ресурсах, а також

містить ряд показників, що дають представлення про комерційну, бюджетну і економічну ефективність розглянутого проєкту й у першу чергу учасників-інвесторів, що представляють інтерес для проєкту.

Бізнес-план виступає як об'єктивна оцінка власної підприємницької діяльності фірми й у той же час необхідний інструмент проєктно-інвестиційних рішень відповідно до потреб ринку. У ньому характеризуються основні аспекти комерційного підприємства, аналізуються проблеми, з якими воно зіштовхнеться, і визначаються способи їхнього вирішення. Отже, бізнес-план — одночасно пошукова, науково-дослідницька і проєктна робота. Не буде перебільшенням назвати бізнес-план основою управління не тільки комерційним проєктом, але і самим підприємством. Завдяки бізнес-плану в керівництва з'являється можливість глянути на власне підприємство як би з боку. Сам процес розробки бізнес-плану, що включає детальний аналіз економічних і організаційних питань, змушує мобілізуватися. Метою бізнес-плану може бути одержання кредиту, чи залучення інвестицій, визначення стратегічних і тактичних орієнтирів фірми й ін. [24, с. 106].

Бізнес-план передбачає рішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед підприємством, незалежно від його функціональної орієнтації

- організаційно-управлінська і фінансово-економічна оцінка стану підприємства;

- виявлення потенційних можливостей підприємницької діяльності, аналіз сильних і слабких його сторін;

- формування інвестиційних цілей на планований період.

Задачами бізнес-плану є:

- сформулювати довгострокові і короткострокові цілі фірми, стратегію і тактику їхнього досягнення;

- визначити конкретні напрямки діяльності фірми, цільові ринки і місце фірми на цих ринках;

- вибрати асортимент і визначити показники товарів і послуг, що будуть запропоновані фірмою споживачам;

- оцінити виробничі і невиробничі витрати;
- визначити склад маркетингових заходів щодо вивчення ринку, стимулюванню продаж, ціноутворенню тощо;
- оцінити фінансове положення фірми і відповідність наявних фінансових і матеріальних ресурсів можливостям досягнення поставлених цілей і т.д.

Бізнес-план виконує наступні основні функції, а саме:

- є інструментом, за допомогою якого підприємець може оцінити фактичні результати діяльності за визначений період;
- може бути використаний для розробки концепції ведення бізнесу в перспективі;
- є інструментом добування фінансових ресурсів;
- являє собою інструмент реалізації стратегії підприємства.

Таким чином, бізнес-план дозволяє проаналізувати можливості діяльності підприємства й обґрунтувати вибір пріоритетних цілей, тобто визначити стратегію функціонування фірми.

У залежності від ринкової ситуації і мети складання бізнес-плани можуть бути різні. Бізнес-плани розробляються в різних модифікаціях у залежності від призначення: по бізнес-лініям (продукція, роботи, послуги, технічні рішення), по підприємству в цілому (новому чи вже діючому). Бізнес-план може бути націлений як на розвиток підприємства, так і на його фінансове оздоровлення. Також може плануватися діяльність усього чи підприємства його окремого підрозділу.

Основні цілі і задачі бізнес-плану полягають в наступному [44, с. 71]:

1. Бізнес-план служить для обґрунтування передбачуваного бізнесу й оцінки результатів за визначений період часу. У цьому зв'язку він може розглядатися як мірило досягнення успіху.

2. Бізнес-план є документом, що дозволяє висвітлити курс дій і керувати бізнесом. Тому бізнес-план можна представити як невід'ємний елемент стратегічного планування і як керівництво для виконання і контролю.

3. Бізнес-план у більшості випадків використовується як засіб одержання необхідних інвестицій. У цьому аспекті він служить наживкою для інвесторів і могутнім інструментом фінансування бізнесу.

4. Важливо розглядати бізнес-план як сам процес планування і внутріфінансового управління. У цьому плані він представляється як постійно оновлюваний документ, що робить організацію сприйнятливою до різного роду нововведень — технічних, технологічних, організаційних, економічних і ін.

5. Бізнес-план може бути гарною рекламою для пропонованого бізнесу, створюючи ділову репутацію і будучи своєрідною візитною карткою організації, тому він повинний бути компактним, красиво і кваліфіковано оформленим, інформаційно спрямованим.

6. Бізнес-план є свого роду документом, що страхує успіх пропонованого бізнесу. Він демонструє готовність підприємства йти на ризик і отримувати прибутки.

7. Бізнес-план — інструмент самонавчання. У цьому аспекті його розробка — це процес пізнання і самопізнання.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

2.1. Аналіз ринку металопластикових вікон

Ринок віконної продукції в Україні продовжує зростати, особливо в теперішній час, коли відбувається повномасштабне вторгнення агресора на територію України. Багато пошкоджених будівель, а особливо від дій агресора страждають вікна мешканців. Тому зараз попит на віконну продукцію зростає і буде зростати, оскільки населення прагне жити в комфортних умовах, не зважаючи на обставини, що склалися.

Якщо казати загалом про вікна, не прив'язуючись до нинішньої ситуації, можна сказати, що минув час, коли однією віконною системою можна було задовольнити всі потреби вітчизняних споживачів. Дедалі зростаючі вимоги до вікна як одного із конструктивних елементів споруди сприяли і сприяють створенню десятків і сотень досі незнаних виробів. Критерієм продажу металопластикових вікон є ціна та якість продукції.

На сьогодні в Україні нараховують кілька тисяч дрібних та середніх фірм, які випускають металопластикові вікна. За останні роки чимало вітчизняних виробників віконної продукції вклали багато коштів у технічне оснащення виробництва, посилили контроль за якістю комплектуючих виробів та монтажних робіт.

Водночас вдавана простота виробництва приваблює нових виробників, які у гонитві за прибутками налагоджують її випуск на застарілому обладнанні із залученням некваліфікованого персоналу, без технічної документації. Це призводить до виникнення проблем при купівлі вікон, дискредитує у їхніх очах саму ідею встановлення сучасних вікон та працю багатьох чесних виробників. Система сертифікації продукції в Україні створює певні бар'єри на шляху недобросовісної продукції, але поки що ще нездатна надійно захистити ринок від неякісної продукції.

Оскільки вікна встановлюють на десятки років, то вимоги покупців до цієї продукції достатньо високі. Нині споживачі хочуть самостійно розібратися у всій різноманітності віконних конструкцій і зробити вибір на підставі повної і об'єктивної інформації.

В Україні ринок вікон представлений 4-ма видами: алюмінієвими, пластиковими, дерев'яними та комбінованими (рис. 2.1).

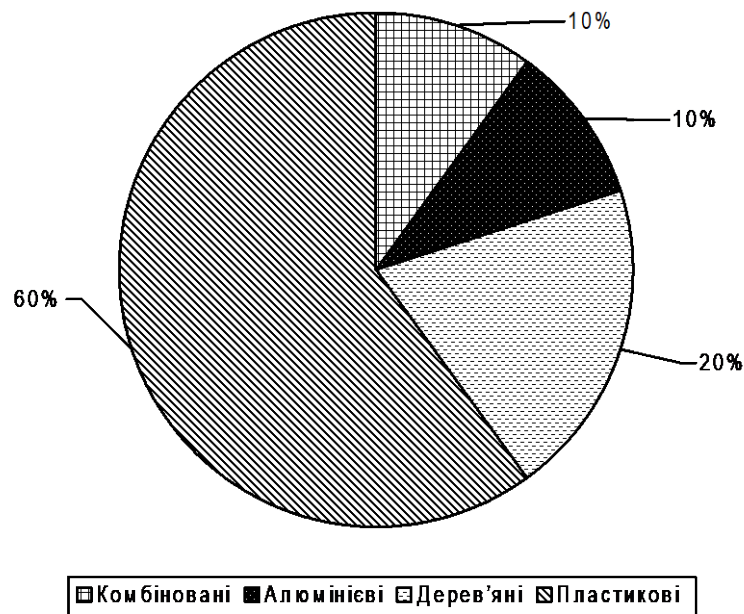


Рис. 2.1. Структура ринку вікон в Україні за видами в 2021 році

Алюмінієві вікна не є достатньо популярними. В 2021 році їх доля на ринку становить не більше 10%. Вони дуже міцні, довговічні, стійкі до корозії. Вони не вимагають особливого догляду, мають найкращу ремонтпридатність, можуть бути будь-яких розмірів і форм. Залежно від кількості камер алюмінієві вікна можуть бути теплими або холодними. Основний мінус - висока ціна, яка обумовлена складністю виробництва. Крім того, не можна допускати контакт алюмінію з іншими металами, це може привести до виникнення електролітичних реакцій і руйнування профілю.

Дерев'яні вікна. Безумовно, дерево - це найкращий матеріал, який можна і потрібно ставити в житлових будинках. Дерев'яні вікна вирізняються хорошою ремонтпридатністю, а крім того, забезпечують високий рівень звуко- і

теплоізоляції, мають високу морозостійкість. Але такі вікна мають і негативні якості такі як гігроскопічність і горючість. Крім того, деревина, з якої виготовлені такі вікна, може містити тріщини, сучки і інші вади, що позначається на нерівномірності технічних характеристик. У світі для виробництва дерев'яних вікон використовується клеєний трьохшаровий дерев'яний брус, який протягом всього періоду експлуатації не деформується. В Україні ж за такими технологіями мало хто виготовляє вікна. В основному українськими виробниками використовується одношаровий добре просушений брус з сосни, дуба чи каштану. Проте дерев'яні вікна далеко не кожен українець хоче придбати. По перше, це пов'язано із високою ціною, а по друге - в Україні якісні дерев'яні вікна та двері(які не будуть з часом деформуватися) практично не виробляють. А тому ринок дерев'яних вікон на сьогодні складає тільки 20%.

Пластикові вікна. Найпопулярніші вікна як в Україні (60% ринку), так і за кордоном. Для виробництва закупається профіль, з якого робиться основа. Профіль підсилюється металом. Вважається, що німецькі профілі є найнадійнішими. В Україні такі представлені марками KBE, ARTEC, RENAU, VEKA, Koenig. Є і турецькі профілі, які дещо нижчої ціни, проте значно гірші по якості. Перевагами пластикових вікон є велика фактурна гамма та можливість ламінування. Вікна стійкі до атмосферного впливу, не вимагають спеціального догляду і додаткової обробки, зберігають первинний зовнішній вид під час усього терміну експлуатації. Такі вікна мають досить хороші звукоізоляційні показники. Недоліки: складність ремонту, а точніше, практично неможливість його, а також електростатичність, у зв'язку з чим вони притягують пил.

Для наших широт мінімальна кількість камер - 2, проте щороку ринок 3-5-ти камерних вікон зростає. Зокрема це пояснюється збільшенням бажаючих побудувати мансарду чи утеплити балкон. 3-х камерні вікна допоможуть зберегти тепло в приміщенні. Кажуть, що з п'ятикамерним вікном можна не думати про тепловтрати навіть на північному полюсі.

Наслідки кризи 2008-2009 років відгукуються у всіх нішах економіки. Перед початком кризи виробники вікон настільки раділи стрімкому зростанню продажів, що бездумно брали кредити на збільшення виробництва, ліній та асортименту металопластикової продукції. Вже в 2009 році ринок металопластикових вікон зменшився майже пропорційно зменшенню ринку будівництва, що зруйнувало багато новостворених компаній (близько 10% із всіх діючих на момент кризи компаній).

На щастя, в 2010 році стан ринку металопластикових вікон почав оживати, проте виробникам все ще необхідно боротися за свого споживача, оскільки він став перебірливим та обачливішим.

Основна частка ринку вікон в Україні зайнята вітчизняними компаніями, серед яких можна назвати “Квин-Свіг”, “Модерн-XXI”, Glasser, Глассо, Виндор, Евровикнобуд, EuroPlast та ін. За даними 2021 року, в Україні виробництвом ПВХ профілів займаються фірми, що наведені в додатку А.

Виробництвом, у тому числі з імпортованих комплектуючих, і продажами зайнята понад тисяча великих, середніх і дрібних компаній. До великих можна віднести ті компанії, чиє виробництво складає близько 50 тис. метрів квадратних віконних конструкцій в рік, при цьому вони частенько вважають за краще працювати з великими клієнтами, а саме корпоративними замовниками, будівельними організаціями, а також дистриб'юторами.

Отже, ринок металопластикових вікон України різноманітний: споживачам пропонується вироби з ПВХ-профілем як вітчизняного, так і іноземного виробництва. Такі вікна виготовлені з полівінілхлориду (ПВХ), а профіль має сталеві підсилювальні вкладиші. Продукція імпортується з Німеччини, Австрії, Швейцарії, Англії, Польщі, Франції, Туреччини та інших країн, лідером з яких можна вважати Німеччину, і не тільки стосовно профілю, а й фурнітури.

Завдяки насиченості ринку споживач може обирати вікно різної форми, засобу відкриття та кольорової гами. Виробники здатні задовольнити будь-які потреби найвибагливішого споживача.

Вікна з ПВХ - це відносно нові технології. Тому тільки високопрофесійні фірми і бригади можуть грамотно скласти і встановити їх. Матеріал полівінілхлорид є основою виробу, адже з матеріалу сумнівної якості неможливо зібрати хороше вікно. Тому необхідно орієнтуватися на якісного виробника ПВХ профілю, який може гарантувати незмінність властивостей свого продукту.

Профіль підсилення випускається з легованої оцинкованої сталі та дозволяє значною мірою підвищити міцність конструкції завдяки встановленню у великі головні камери. Профіль підсилення підлягає обов'язковій сертифікації.

Для ущільнювачів використовується подвійна система з АПТК наповнювачами (синтетичний каучук). Для них важливими є показники морозостійкості, стійкості до світла та дії озону, які повинні бути відображенні у сертифікатах.

Економія енергії на опалення завдяки використанню одно- та двокамерних склопакетів є очевидною. Ця економія становить:

- 23% для спеціального теплоізоляційного склопакета;
- 30% - для тришарового ізоляційного склопакета;
- 50% - для ізоляційного пакета.

Ширина герметизуючого шару для однокамерного склопакета не більше 14 мм, для двокамерного склопакета не більше 16 мм. Краплина роси всередині склопакета може з'явитися при температурі не нижче ніж мінус 40°C, а для вищого гатунку – мінус 50°C.

Випускають склопакети з тонованим або дзеркальним склом, з використанням скла триплекс, з встановленням всередині пакета декоративних накладок різноманітних типів та розмірів. Співвідношення між розміром скла, шириною декоративних накладок та технікою їх виконання є визначним фактором для художнього оформлення вікна. За допомогою різних видів поперечин можна поділити вікно на малоформатні частини: “дійсні” поперечини ділять склопакет; декоративні – накладаються на скло; поперечини

можуть встановлюватися між шибками; можлива комбінація двох видів: декоративні та поперечини, що встановлюються між шибками.

У металопластикових вікнах найчастіше застосовують фурнітуру (приладдя і механізми для навішування і зачинення вікон) фірми “Roto”. Матеріали фурнітури ті ж самі, що й у профілі підсилення, тому це виключає можливість корозії через несумісність металів. Така фурнітура виключає виникнення протягів завдяки щільному притисканню стулок одна до одної та може бути гарантом від проникнення злочинців.

Розміри металопластикових вікон відіграють важливу роль при формуванні якості, оскільки розміри обмежуються максимальними 3500 x 3500 см та мінімальними 40x40 см границями. Ці границі зумовлені механічними властивостями профілю, а також умовами транспортування обладнання автотранспортом. Між цими границями всі розміри та конфігурація залежать від бажання споживача.

До факторів, що забезпечують якість, відносять маркування виробу за ГОСТ 14192, яке наноситься водотривкою фарбою на бирку, що кріпиться до виробу. На ній вказані найменування та товарний знак підприємства-виробника, марка виробу, дата виготовлення, відмітка технічного контролю та маса виробу.

Перевезення виробів належить здійснювати автотранспортом. Розміщення і кріплення виробів при транспортуванні відбувається за схемою, розробленою підприємством-виробником і затвердженою у встановленому порядку. Транспортуючи вікна спецавтотранспортом, пакування не потрібно. Всі частини, що рухаються, мають бути закріплені (зачинені).

На сучасні вікна можна також встановлювати системи мікровентиляції і вентиляції приміщення, москітні сітки, захисні жалюзі, віконниці та інші аксесуари.

Металопластикові вікна повинні виготовлятися у відповідності з вимогами ДСТУ Б В.2.6-15-99, ДСТУ Б А.3.1-6-96, технічної документації за ГОСТ 2.001-70, затвердженої за встановленим порядком і нормативного документа на конкретні типи не стандартизованих виробів.

Профілі належать до товарів, які підлягають обов’язковій сертифікації. Кожна партія має бути сертифікована Держстандартом України. Безпечне використання профілів слід підтверджувати “гігієнічним висновком” та “протоколом” про пожежну безпеку.

Експлуатаційні характеристики ущільнювальних прокладок повинні бути не нижче вказаних в ТУ У 24936090.001-98. Прилади виробів повинні відповідати вимогам ДСТУ Б В.2-6-13-97 і конструкторській документації на прилади конкретних типів. Установка приладів проводиться у відповідності з вимогами технічної документації, затвердженої за встановленим порядком. Для світлопрозорого заповнення стулок і полотен можуть застосовуватися склопакети за ГОСТ 24866-89, скло за ГОСТ 111-90 або тепловідбивне скло за ТУ В.2.7-19354290.001-95.

Маркетингове дослідження ринку вікон проведено за результатами опитувань та спостережень споживчих переваг та продажів в м. Миколаєві. Вибірка становила 22 віконні компанії, в яку увійшли і виробники і дилери. Об’єм вибірки - 23% миколаївського ринку.

В 2021 році в Миколаєві послуги по встановленню металопластикових вікон здійснює майже півсотні компаній, до числа яких входять як великі виробники, так і дилери (рис. 2.2).

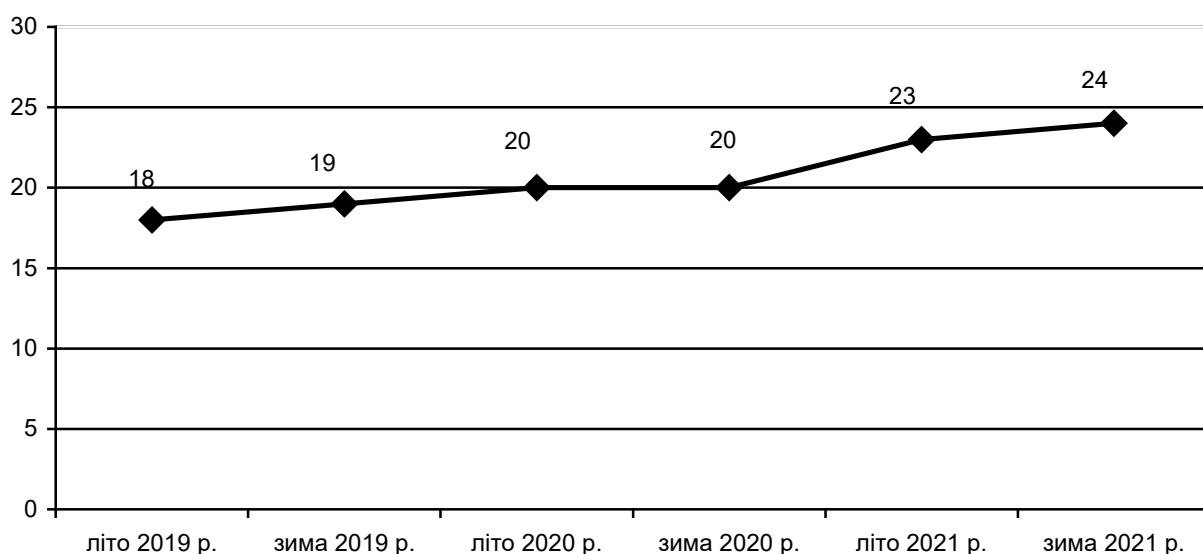


Рис. 2.2. Кількість профільних брендів на ринку Миколаєва

Відмітимо, що після кризи ринок вікон ПВХ залишили дрібні фірми. Тому на кінець 2021 року структура ринку вікон в розрізі за виробниками виглядала так (рис. 2.3):

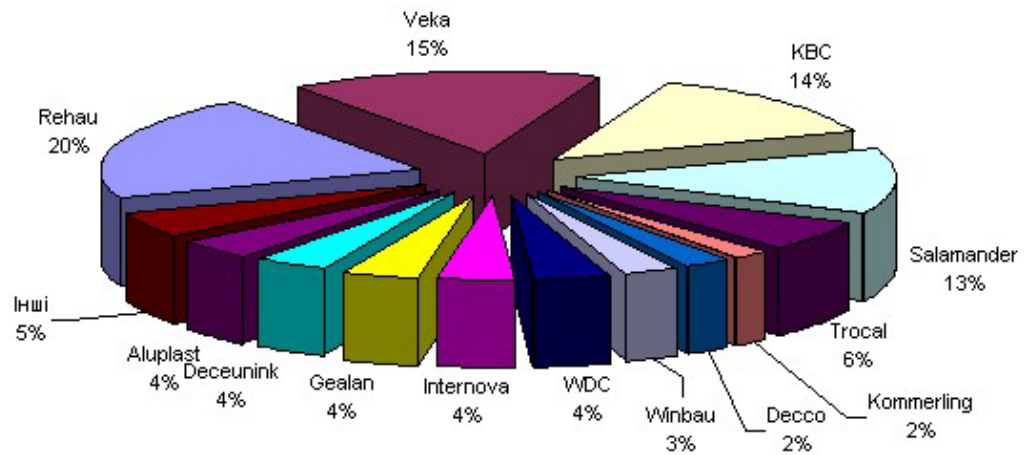


Рис. 2.3. Структура ринку вікон в розрізі за брендами в м. Миколаєві у 2021 році

Для порівняння ринок вікон ПВХ у докризовий період виглядав наступним чином (рис. 2.4):

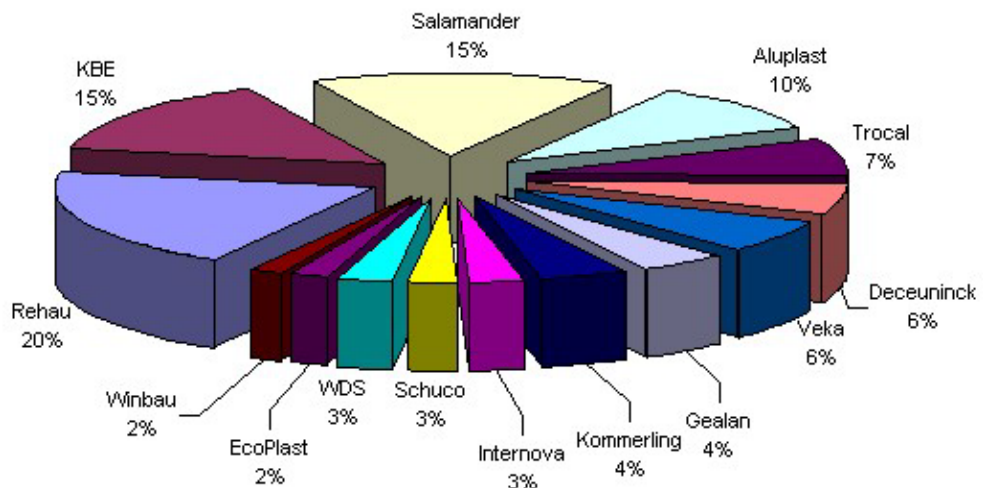


Рис. 2.4. Структура ринку вікон в розрізі за брендами в м. Миколаєві у 2008 році

Як ми бачимо, невеличкі фірми, які не змогли закріпитися на ринку, залишають його. Причому така тенденція спостерігається і в 2009-2010 роках, і

така ж залишатиметься впродовж 2022-2023 років, оскільки багато підприємців втратили свою роботу саме через воєнні дії в країні.

Основні оператори, навпаки, будуть відкривати власні заводи по збору металопластикових конструкцій на території України, намагаючись запропонувати своїм переробникам максимально зручні умови. Інші ж будуть продовжувати завозити профіль з-за кордону, наголошуючи покупцям на країну походження продукції, тим самим завойовуючи свою долю ринку. Прогнозується збільшення обсягів виробництва українськими виробниками, такими як Winbau, WDS та іншими.

Весь ринок можна умовно розділити на 3 частини: лідери, претенденти на лідерство та інші. В 2021 році в лідерський сегмент увійшли 2 марки: Rehau та Veka. Уже третій рік поспіль вікна Rehau очолюють лідерські позиції Миколаєва і щороку збільшують обсяги продажів.

Розглядаючи структуру продажів марки Rehau відзначимо, що в 2020 році 53% продажів складали вікна “Euro 60”, 35% - вікна “Basic Design” та 12% - “Euro 70”. У 2016 році структура продажів дещо змінилася (рис. 2.5). Так, за рік обсяги продажу вікон “Euro 70” зросли до 38% і стали лідером продажу. Друге місце зайняли “Euro 60” (29%) та “Basic Design” (28%). Крім того в 2016 році поставили на виробництво лінію “Дизайн” (5%).

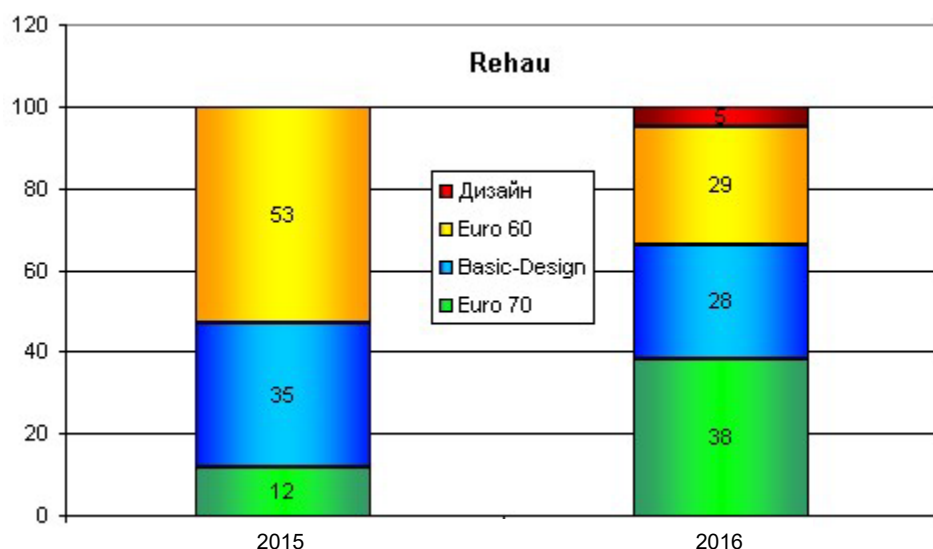


Рис. 2.5. Торгівельна марка Rehau: товарна структура в 2020-2021 роках в м. Миколаєві

У сегменті претендентів на лідерство розмістилися два профільні бренди: “КВЕ” і “Salamander”. Основний тренд цього сегменту - поступове зменшення наявності цих торгових марок в роздрібній мережі міста. Якщо ще в минулому році “КВЕ” займав друге місце поділяючи його із маркою “Salamander”, то на сьогоднішній день він знаходиться на третій позиції, причому тенденція зниження популярності бренду “КВЕ” простежується останніх два роки, хоча ще в 2020 р. цей бренд займав перше місце в Миколаєві (рис. 2.6 та 2.7).

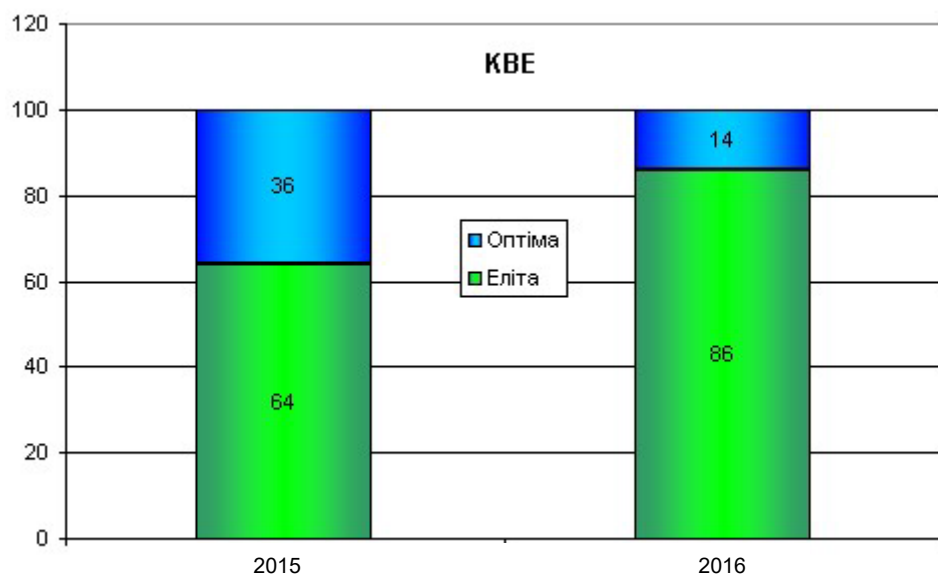


Рис. 2.6. Торгівельна марка КВЕ: товарна структура в 2020-2021 роках в м. Миколаєві

Але, незважаючи на це, концерн Profine, який володіє трьома профільними марками (“КВЕ”, “Trocac”, “Kommerling”) представленими на ринку м. Миколаєва залишається одним з найсерйозніших гравців на цьому ринку і за умови підсумовування доль усіх трьох представлених марок він упевнено займає перше місце на ринку міста. Також недавнє відкриття свого заводу в Запоріжжі, де почалася екструзія профілю “КВЕ”, дозволяє стверджувати про серйозні наміри цього концерну на ринку України. Профільний бренд “Salamander” також знижує свої позиції, за рік він втратив близько 2-х пунктів і займає четверту позицію.

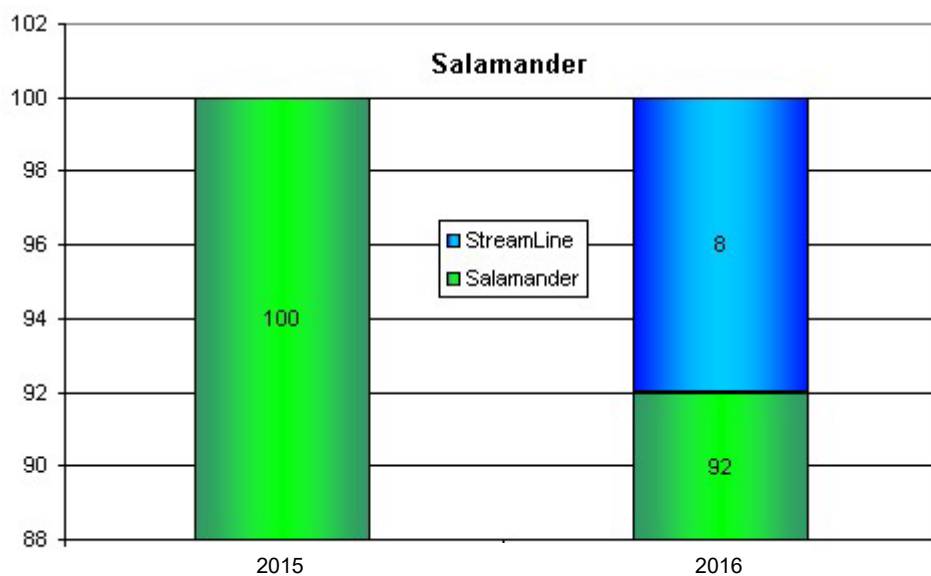


Рис. 2.7. Торгівельна марка Salamander: товарна структура в 2020-2021 роках в м. Миколаєві

Розглядаючи продаж вікон за видами профілів, ми бачимо, що 3-х та 5-ти профільні вікна приблизно поділили між собою структуру ринку (рис. 2.8).

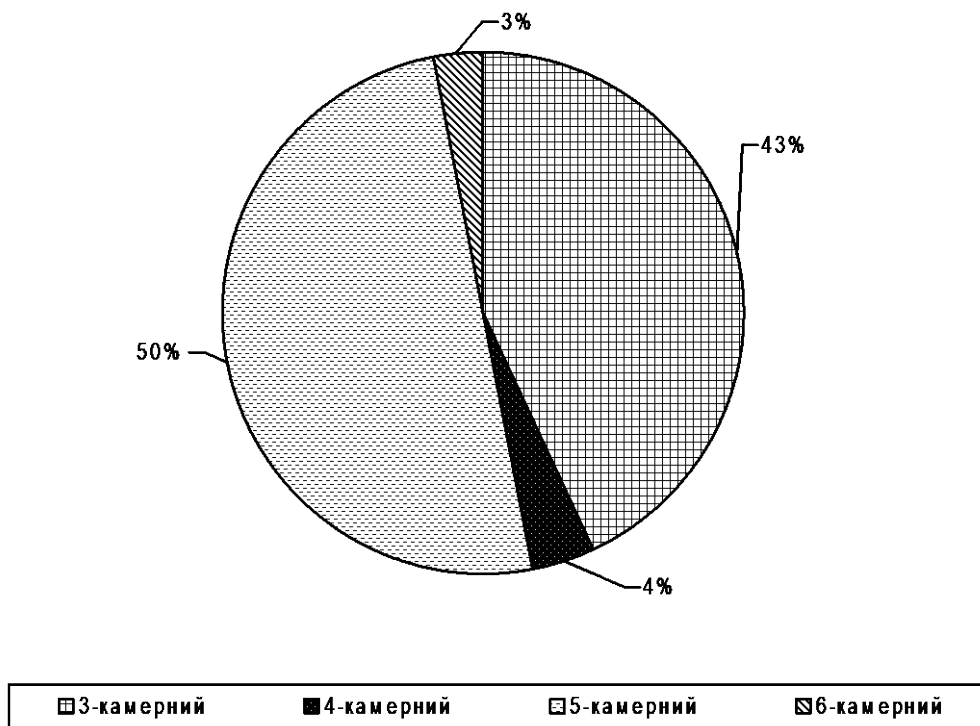


Рис. 2.8. Структура ринку вікон за кількістю профілів (дані 2021 року) в м. Миколаєві

Що стосується розвитку ринку на 2023 рік, то прогнозується його невеликий спад у зв'язку із нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні, а головне з воєнними діями агресора. Також експерти стверджують, що ринок і надалі будуть залишати дрібні підприємства. Але, прогнозується зростання попиту на вікна з високоякісних металопластикових конструкцій.

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

Сьогодні жодне будівництво нових об'єктів не обходиться без вікон ПВХ, крім цього, усе більше людей хочуть перемінити старі дерев'яні вікна на металопластикові конструкції. У зв'язку з високою затребуваністю продукції, усе більше підприємців хочуть організувати власне виробництво вікон ПВХ. Такі компанії можуть виграти на тлі конкурентів, що пропонують продукцію ведучих виробників, але виконуючі замовлення протягом тривалих термінів.

У рамках даного проєкту планується організувати виробництво металопластикових конструкцій різних форм і конфігурацій.

Приймаючи в увагу значну конкуренцію на даному ринку, щоб завоювати свою нішу, у процесі виробництва передбачається використовувати прогресивну й екологічно чисту технологію, спеціально замовлену за грнежем. Сировинна база виробництва цілком забезпечується єдиним постачальником відповідно до єдиного технологічного задуму, що підвищує надійність готової продукції.

Продукція в бізнес-плані, планована до випуску підприємством у зв'язку з дійсним проєктом, є новою для даного регіону і містить у собі усі види металопластикових конструкцій, що виготовляються і монтуються на замовлення.

Асортимент продукції: віконні і дверні рами, вітражі, вітрини, офісні перегородки, зимові сади, теплі дахи, теплиці і тощо.

У залежності від замовлень споживачів можливі варіації виробів по наступних параметрах:

- по площі (без обмежень);
- по кількості ступенів відкривання (1, 2 або 3);
- по густоті плетіння (густий, дрібний);
- за формою контурів (прямі або фігурні);
- по виду скла (просте, тоноване, броньоване і т.ін.);
- по інших параметрах.

Підприємство буде єдиною компанією, що здійснює монтаж власної продукції самостійно. Інші фірми залучають для монтажу підрядчиків, що в підсумку впливає на якість і позначається на витратах виробництва.

Продукція нового підприємства буде виготовлятися на основі профілю, що пройшов сертифікацію по європейському стандарті (єдиний подібний факт на місцевому ринку), що гарантує ексклюзивну, недоступну іншим суб'єктам місцевого ринку, якість готових виробів по наступних позиціях:

- 1) морозовитривалість;
- 2) захист від ультрафіолетового випромінювання;
- 3) неруйнування озонового шару;
- 4) екологічність (100%-а відсутність канцерогенних властивостей).

Необхідною умовою успішної реалізації даного проєкту є нерозривний зв'язок постачань з єдиного джерела не тільки повного комплексу устаткування, але й абсолютно всіх комплектуючих виробів і видаткових матеріалів. Устаткування, орієнтоване тільки на строго визначені, дуже високі стандарти вихідного матеріалу, гарантовано від використання неякісної сировини з боку, завдяки чому забезпечується виняткова якість готових виробів.

У зв'язку з цим позитивний ефект бізнесу досягається по наступних позиціях:

1. Відбувається значна економія транспортних витрат (100-200%) у порівнянні з іншими фірмами, які працюють в розглянутій сфері діяльності, і мають до 40 постачальників.

2. Запозичення прогресивної технології не тільки виробництва, але і складування, коли сировина закупається не в запас, а під конкретне замовлення. Як наслідок, скорочуються і митні витрати, виробничі запаси і незавершене виробництво.

ПВХ-конструкції виготовляються із комплектуючих, які надходять із країн західної Європи. Так профіль ПВХ виробляється у Німеччині на одному з найбільших у світі ПВХ заводів Rehau. Фурнітура AUBI також постачається з Німеччини, а скло Pilkington для склопакетів з Англії.

Для виготовлення всіх віконних конструкцій використовуються профільні системи для світлопрозорих конструкцій німецького виробника Rehau. Металопластикові вікна пропонуються у 4 профільних системах. Для масового споживача це профільні системи Rehau Basic Design та Rehau Thermo Design. Для приватних будинків та класу споживачів середні+ та високий – це профільні системи Rehau Brilliant Design та Rehau Thermo70.

Сертифікаційні випробування, що проводилися в Україні, показали, що вікна з профілів Rehau можуть експлуатуватися навіть при температурах до мінус 60 градусів С, при цьому їх довговічність в умовах холодного клімату складає більш ніж 30 років. При інтенсивних перепадах температур, ультрафіолетовому випроміненні, опадах та інших природних впливах, профілі Rehau не стають крихкими, не втрачають міцність і зберігають колір. Профілі залишаються стійкими по відношенню до різних хімічних речовин: кислот і лугів, побутових миючих засобів, а також ароматичних вуглеводів і спиртів, вони, до того ж, не вбирають в себе шкідливі речовини з атмосфери, наприклад, гази або промислові викиди, і, відповідно, є повністю безпечними для здоров'я.

Всі профілі Rehau, що поставляються в Україну, пройшли різноманітні теплофізичні, технічні, протипожежні, санітарно-хімічні і екологічні випробування як в Німеччині, так і в Україні. Експертиза показала, що вони повністю

відповідають вітчизняним і міжнародним вимогам і без обмежень можуть застосовуватися в будівництві житлових і громадських будівлях, навіть в медичних та дитячих закладах.

Далі наведемо характеристики профільних систем.

Rehau Basic-Design (рис. Б.1 додатку Б) – трикамерний профіль з системною глибиною 60 мм. Ця система віконних профілів призначена насамперед для застосування великих об'єктів - новобудов або будівель, що реконструюються. Система Rehau Basic-Design поєднує якість з економічно вигідними рішеннями. Трикамерна система із значенням коефіцієнта теплопередачі $k_r=1,6 \text{ Вт/м}^2\text{К}$.

Rehau Thermo-Design (рис. Б.2 додатку Б) – чотирикамерні профілі з системною глибиною 60 мм для покращеної теплоізоляції.

Чотирикамерна конструкція профілів Rehau Thermo-Design забезпечує високі показники теплоізоляції. Завдяки упорним ущільненням з широкою площею контакту, що розташовані по периметру коробки та стулки, досягається чудове значення коефіцієнту повітронепроникності та відмінна водонепроникність (групи навантажень А, В, С). Система Rehau Thermo Design – вдале та універсальне рішення для виробників та будівельників. Покращена теплоізоляція завдяки чотирикамерній конструкції, значення коефіцієнту теплопровідності $k_r=1,5 \text{ Вт/м}^2\text{К}$.

Rehau Brilliant-Design (рис. Б.3 додатку Б) – п'ятикамерний профіль з 70-мм системною глибиною.

Система віконних профілів Rehau Brilliant-Design відповідає найвищим вимогам: значення коефіцієнту теплопровідності $k_r=1,2 \text{ Вт/м}^2\text{К}$ робить вікна, що виготовлені із профілів системи Rehau Brilliant - Design, придатними для будинків з пасивним опаленням. Такі вікна мають підвищену звукоізоляцію, оскільки в них можна встановити склопакети товщиною до 41 мм.

Найближчим часом у продаж надійдуть конструкції із нового, розробленого у 2020, профілю Rehau Euro Design. Дана профільна система

замінить вже застарілу Rehau Basic Design. Порівняно із Rehau Basic Design, Rehau Euro Design має кращі показники звуко- та теплоізоляції.

Продукції підприємства може бути різноманітних кольорів та форм. Армуючи машина зробить арки або навіть досконалі кола, а нове обладнання для порізки та спайки профілів надасть конструкції форм трапеції та багатокутників.

Підприємство буде пропонувати металопластикові конструкції з різними положеннями відкривання. Стандартними є поворот, відкид, та поворот/відкид. В Миколаєві мало підприємств, які встановлюють у своїх конструкціях фурнітуру із положенням мікророзсілювача, таким чином вони дещо здешевлюють продукцію. Підприємство у всі конструкції буде встановлювати фурнітуру мікророзсілювача, адже це краще з точки зору клієнта. Мікророзсілювач надає змогу цілодобового провітрювання приміщення, а вікно при цьому відкрито лиш на декілька міліметрів.

Також споживачу пропонується широкий вибір склопакетів, як стандартний одно- та двокамерних так і матових, коричневих, дзеркальних, енергозберігаючих, вітражі, дутих та броньованих.

Склопакети можна прикрашати декоративними планками – шпросами. Вони також бувають різними – різної ширини, форми та кольору.

До металопластикових конструкцій пропонується підвіконники та відливи. Підвіконники можуть бути білого та мармурового кольору, а також різної ширини. Відливи пропонуються білого та коричневого кольору, а також різної ширини.

У роботі пропонується організувати підприємство у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Товариство з обмеженою відповідальністю — це товариство, статутний фонд якого складається з вкладів його учасників. Вони несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїми частками у статутному фонді.

Вищим органом управління товариства з обмеженою відповідальністю, як і акціонерного, є збори учасників або призначених ними представників.

Виконавчий орган цього товариства — це дирекція (колегіальний орган) або директор (одноособовий орган). Дирекцію очолює генеральний директор. Членами виконавчого органу можуть бути також і особи, які не належать до числа учасників товариства. Дирекція (директор) підзвітна зборам учасників і має організовувати виконання його рішень.

Цивільний кодекс України передбачає, що товариство з обмеженою відповідальністю може бути створене однією особою, яка стає його єдиним учасником.

Товариство з обмеженою відповідальністю з одним учасником не забезпечує інтереси концентрації капіталу, а, навпаки, воно використовується для виділення власником тієї частини особистого капіталу, яка буде використовуватися у підприємницькій діяльності. Така форма організації підприємницької діяльності ідеально підходить для випадку, коли одна особа володіє достатнім капіталом для того, щоб не об'єднуватися з іншими особами, бажає обмежити свій ризик лише майном, вкладеним у юридичну особу. Причому функція обмеження підприємницького ризику розмірами майна, вкладеного у юридичну особу, дістає найбільше вираження саме у товаристві з обмеженою відповідальністю з одним учасником.

Підприємство має діяти та господарювати в межах законодавства, що регулює всі напрямки його діяльності. З великої кількості юридичних актів визначальними є Господарський та Цивільний кодекси України, статут підприємства, а також узгоджений з чинним законодавством колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Господарський та Цивільний кодекси України, а також закони “Про господарські товариства” і “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців” визначають види та організаційні форми підприємств, правила їхнього створення і ліквідації, механізм здійснення ними підприємницької діяльності; створює однакові правові умови для діяльності підприємств незалежно від форми власності і системи господарювання;

забезпечує самостійність підприємств, чітко фіксує їхні права та відповідальність у здійсненні господарської діяльності, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою.

Досліджуване Товариство є юридичною особою від дня його державної реєстрації. Товариство здійснює свою діяльність відповідно до статуту та чинного законодавства України.

Товариство має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку та штампи із своїм найменуванням. На печатках та штампах має бути відображено ідентифікаційний код, за яким Товариство включено до державного реєстру суб'єктів господарювання. Товариство несе відповідальність за своїми зобов'язаннями усім своїм майном. Товариство не несе відповідальності за зобов'язаннями учасників.

Товариство несе ризик випадкової загибелі або пошкодження лише відносно майна, яке є його власністю. Ризик випадкової загибелі або пошкодження майна, яке передано Товариству в користування, несе власник цього майна.

Товариство набуває та реалізує цивільні права від свого імені, вчиняти правочини, створює зобов'язальні правовідношення, може набувати інших прав та обов'язків, що виникають із дій, передбачених актами цивільного законодавства, а також із дій, що не передбачені цими актами, але за аналогією породжують цивільні права та обов'язки; може бути позивачем та відповідачем у суді, господарському та третейському судах.

Товариство має право від свого імені та на власний розсуд укладати угоди, передбачені законодавством (договори, контракти) як в Україні, так і за її межами, набувати майнових та особистих немайнових прав і нести обов'язки. Товариство, зокрема, має право купувати, продавати, дарувати, передавати безкоштовно, передавати в оренду юридичним та фізичним особам засоби виробництва, нерухомість та інші матеріальні цінності, використовувати та відчужувати їх способом, якщо це не суперечить чинному законодавству України та цьому Статуту.

Товариство має право:

- 1) самостійно визначати стратегію та основні напрямки свого розвитку;
- 2) вибирати постачальників, покупців, замовників та споживачів продукції, що виробляється, та послуг, що надаються;
- 3) залучати матеріально-технологічні, фінансові та інші ресурси, використання яких не обмежене законом;
- 4) встановлювати склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- 5) реалізовувати свою продукцію та надавати послуги за цінами та тарифами, встановленими самостійно або за договором, крім випадків, встановлених законом;
- 6) відкривати розрахункові та інші рахунки, здійснювати всі види розрахункових, кредитних і касових операцій в порядку, передбаченому законодавством України;
- 7) здійснювати розрахунки за своїми зобов'язаннями як в безготівковому порядку, так і за готівку через банки чи їх відділення у відповідності з Правилами здійснення розрахункових та касових операцій, затверджених Національним банком України;
- 8) розпоряджатись прибутком, що залишився після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- 9) здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, використовувати належну йому виручку на свій розсуд;
- 10) засновувати об'єднання та участь в об'єднаннях з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, виступати засновником, учасником чи акціонером інших товариств;
- 11) створювати на Україні та за її межами свої представництва, а також дочірні підприємства. Філії та представництва Товариства діють на підставі положень про них, затверджених Товариством, а дочірні підприємства – на основі затверджених Товариством статутів;

12) створювати на території України та за її межами асоційовані підприємства, холдингові компанії;

13) чинити інші дії, що не суперечать чинному законодавству.

Товариство зобов'язано:

1) забезпечувати своєчасну сплату податків і зборів (обов'язкових платежів) до бюджету, своєчасне надання статистичної інформації відповідно до вимог чинного законодавства;

2) створювати належні умови для високопродуктивної праці, забезпечувати додержання законодавства про працю, соціальне страхування, правил та норм охорони праці, техніки безпеки;

3) забезпечувати економне використання фонду споживання і своєчасні розрахунки з працівниками Товариства;

4) виконувати норми і вимоги щодо охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки.

Підприємство здійснює бухгалтерський, податковий облік та веде статистичну звітність згідно з чинним законодавством.

Майно Товариства складається з основних засобів та оборотних коштів, а також інших цінностей, вартість яких відображено в балансі Товариства.

Товариство є власником:

- майна, переданого йому учасниками Товариства у власність, до статутного капіталу;

- продукції, виробленої Товариством у результаті господарської діяльності;

- одержаних доходів;

- іншого майна, набутого Товариством на підставах, не заборонених законом.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резюме

На даний момент дуже багато інженерно-будівельних фірм будує ряд об'єктів, таких як багатоквартирні житлові будинки, торгово-розважальні центри, офісні центри, а також започатковується процес відбудови зруйнованих споруд під час війни. Усі ці об'єкти обладнаються віконними виробами сторонніх фірм (“Профіль”, “Південьбуд” та ін.).

У даному бізнес-плані приводиться обґрунтування ефективності організації виробництва на новому підприємстві ТОВ “Вікна-Стар” випуску металопластикових конструкцій.

Асортимент продукції, що випускається — вікна, двері, вітражі та інші металопластикові будівельні конструкції з профілю ПВХ фірми Rehau (Німеччина).

З метою мінімізації витрат при закупівлі віконних виробів прийняте рішення розглянути варіант відкриття власного цеху з їх виробництва. Цех повинний бути окремим підрозділом, тобто він буде самостійно ставити націнку на свою продукцію. При виході на визначений обсяг виробництва можлива також робота цеху з іншими замовниками.

Ціль — створення економічного і конкурентноздатного виробництва продукції з металопластика (вікон, дверей, вітражів та ін.) і на цій основі одержання при мінімумі витрат максимуму прибутку. Ціна на готовий виріб повинна бути нижче, ніж у конкурентів. Для досягнення викладеної мети передбачається відпрацювання технології виробництва, вихід на найбільш цікавих постачальників, а також:

- оцінити конкурентів по цьому виду діяльності;
- визначити джерела фінансування і їх обсяги;
- визначити економічну ефективність і вирішити інші задачі.

Цілями бізнес-плану є:

1. Обґрунтування рентабельності введення в лад і експлуатації цеху з виробництва металопластикових будівельних конструкцій.
2. Визначення економічної доцільності організації додаткових робочих місць у результаті запуску виробництва.
3. Виявлення умов ринку і прогноз продажів готової продукції при нарощуванні потужності виробництва в інвестиційний період.
4. Оцінка очікуваних фінансових результатів бізнесу і побудова фінансової стратегії підприємства.

Реалізація дійсного бізнес-плану припускає розширення виробництва з використанням кредитних коштів підприємства.

Ринком збуту готової продукції є ділові кола і населення м. Миколаєва і Миколаївської області з рівнем доходів: середніми та вище середнього.

Персонал цеху буде складатися з 85 висококваліфікованих фахівців і в даний момент знаходиться в стані комплектації.

Строк окупності даного проєкту — близько 2-х років.

3.2. Опис продукту

Металопластикові будівельні конструкції — один з видів будматеріалів миколаївського ринку, що відразу завоював велику популярність серед бізнесменів і найбільш забезпеченого населення міста.

Продукція, планована до випуску ТОВ “Вікна-Стар” у зв’язку з дійсним проєктом, містить у собі всі види металопластикових конструкцій, що виготовляються і монтуються на замовлення.

Номенклатура продукції: віконні і дверні рами, вітражі, вітрини, офісні перегородки, зимові сади, теплі дахи, теплиці.

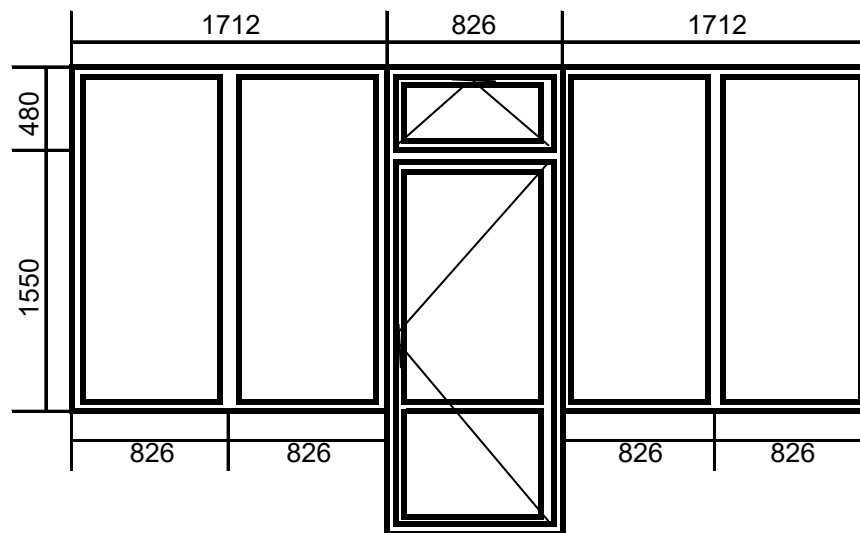
Розмаїтість асортименту доповнюється також багатоваріантністю виготовлення цих виробів у залежності від замовлення конкретного споживача: за площею (без обмежень); за кількістю ступенів відкривання (1, 2 або 3); за

густотою плетіння (густе, дрібне); за формою контурів (прямі або фігурні); за видом скла (просте, тоноване, броньоване і т.п.); за іншими параметрами.

Різноманіття вибору і задоволення бажань замовника визначається 16,5 тис. найменувань комплектуючих виробів.

З метою уніфікації вартісних характеристик всієї асортиментної розмаїтості ТОВ “Вікна-Стар”, у дійсному бізнес-плані вводиться — як базовий показник обсягу виробництва — поняття умовної одиниці продукції, за яку умовно приймається вітраж балконний, показаний на рис. 3.1.

Віт раж балконний



Склопакет двокаморний
Профіль трикаморний

Рис. 3.1. Продукція ТОВ “Вікна-Стар”

Даний показник є інтегральним, враховуючим інтенсивність купівельного попиту і розкид цін на різні види продукції в залежності від конкретних умов замовлення (на підставі внутрішньої статистики інших фірм міста в 2020-2021 рр.).

Продукція ТОВ “Вікна-Стар” буде виготовлятися на основі профілю, що пройшов сертифікацію за європейським стандартом (єдиний подібний факт на місцевому ринку), що гарантує ексклюзивну, недоступну іншим суб’єктам місцевого ринку, якість готових виробів за наступними позиціями:

морозовитривалість; захист від ультрафіолетового випромінювання; неруйнування озонового шару; екологічність (100%-на відсутність канцерогенних властивостей).

3.3. Маркетинговий план

ТОВ “Вікна-Стар” планує реалізовувати свою продукцію на регіональному ринку, ємність якого дозволяє здійснити інтервенцію з метою закріплення на керованому сегменті ринку. У 2021 р. обсяг продажів металопластикових конструкцій у Миколаївській області склав близько 65000 ум. од. продукції/рік.

Спостерігаються в Миколаївській області й у масштабах усього південного регіону тенденції росту обсягів висококомфортного приватного будівництва (до 5% рік) і щорічне збільшення попиту на комерційну (офісну) нерухомість (до 11% у рік) і пов’язані з цим послуги на євроремонт приміщень — визначають стабільний ріст попиту на металопластикові будівельні конструкції. Але, головним критерієм в Миколаївській області є збільшення попиту на віконну продукцію задля відновлення зруйнованих споруд і будівель під час воєнних дій. За попередніми оцінками, у 2023 р. обсяг попиту на цю продукцію складе не менш ніж 520 млн. грн.

При наявності не менш 2-х великих конкуруючих у даній сфері виробництва фірм, і через елітність самої продукції, коли фактор якості грає для споживача навіть більшу роль, чим ціна, — споживач віддасть перевагу найбільш якісній, найбільш екологічно безпечній продукції, а більш приваблива в порівнянні з конкурентами ціна виявиться вирішальним фактором у процесі прийняття рішення.

Конкурентами є фірми, що виробляють вікна безпосередньо в Миколаївській області (в основному, у м. Миколаєві). Малий відсоток займають фірми, що виробляють вікна в інших містах.

На підставі досліджень по м. Миколаєву були виділені наступні фірми-конкуренти: ПП “Норт”, ПП “Вибір”, ПП “Созал”, ПАТ “Мастер ОК”, ПП “Пегас”, ПП “Матросов”, ВПФ “Ніка”, ВФ “Профіль”, ТОВ “Південьбуд”.

Серед них було проведене дослідження на тему закупівлі вітражів балконних у кількості 96 штук (реальне замовлення на один з об’єктів ТОВ “Вікна-Стар”).

Також були проведені попередні роботи з одержання максимальних знижок на це замовлення.

Результати дослідження представлені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Ціна вказаного вітража балконного

Фірма	Система	Ціна, дол.
ПП “Норт”	Salamander	669,00
ПП “Вибір”	Rehau	515,00
ПП “Созал”	Salamander	704,00
	Gealan	613,00
ПАТ “Мастер ОК”	Rehau	560,00
	KBE	415,00
ПП “Пегас”	Ecoplast	495,00
ПП “Матросов”	Thyssen	553,00
	Plustec	600,00
ВПФ “Ніка”	Rehau	545,00
	KBE	534,00
ВФ “Профіль”	Aluplast	700,00
	Ecoplast	416,00
ТОВ “Південьбуд”	Gealan	605,00

Додатково до цих даних установка виробу коштує 10% від вартості замовлення. Система Ecoplast визнана фахівцями ненадійною і незручною в роботі, тому вирішено її не використовувати, і тому в цьому сегменті не конкурувати з іншими підприємствами.

Виходить, ціна умовного виробу розглянутого цеху (без установки) не повинна бути більш ніж 600 дол. (середня по фірмах) або 1500 грн. за 1 м кв., більш того, вона повинна бути менше, щоб виправдати відкриття цеху.

Одним з основних способів просування товару на ринок буде реклама. ТОВ “Вікна-Стар” планує використовувати наступні канали поширення реклами: реклама в соцмережах: 4 рази на місяць. Витрати на цей вид реклами складуть: на місяць: 2150,00 грн.; на рік: 25800,00 грн.; рекламний ролик на місцевому телебаченні: 15сек.·3рази/день=45сек. у день, виготовлення ролика — 3780,00 грн., прокат ролика — 450,00 грн. за 45 сек. у день, на місяць: 450,00грн.·30=13500,00 грн., на рік: 13500,00грн.·12= =162000,00 грн. Разом рекламні витрати — 187800,00 грн. на рік.

3.4. Виробничий план

Технологічна карта виробництва вікон з ПВХ виглядає наступним чином (рис. 3.2).

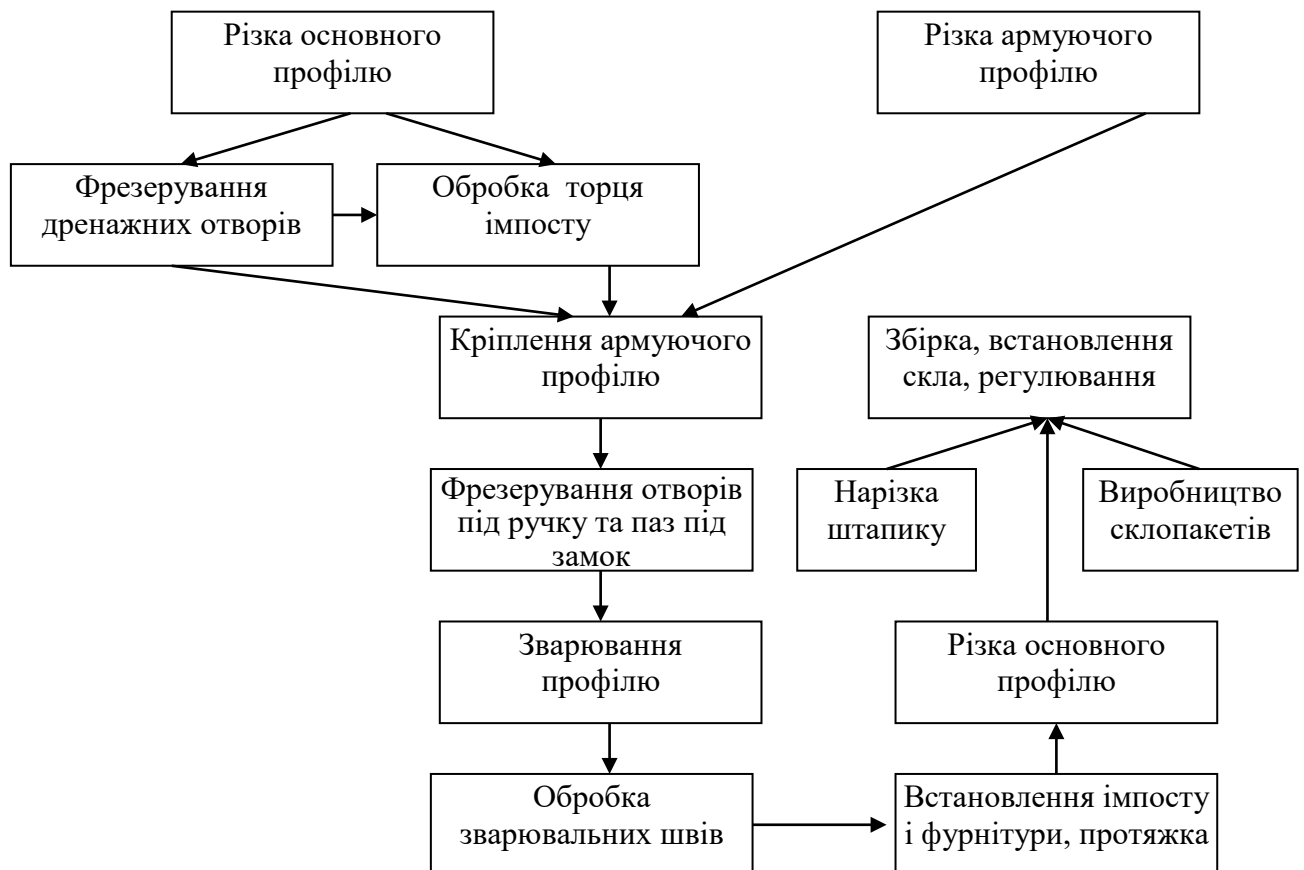


Рис. 3.2. Послідовність операцій при виробництві вікон з ПВХ

Прогнозований обсяг виготовлення ТОВ “Вікна-Стар” в 2023 році наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Прогноз обсягів виробництва продукції ТОВ “Вікна-Стар”

	Місяці 2023 р.									
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	Всього
Готова продукція, м ²	416	416	500	500	582	665	748	749	832	5408
Відсоток використання потужностей, %	50	50	60	60	70	80	90	90	100	-

Планований режим роботи припускає 1 зміну при 8 годинному робочому дні. Планований фонд робочого часу - 21 день. Розрахункова продуктивність цеху після виходу підприємства на повну потужність: 39,6 м² у зміну; на місяць: $39,6 \cdot 21 \approx 832$ м²; на рік: 10000 м².

Повне освоєння потужностей планується до кінця третього кварталу 2023 року, а доти буде відбуватися поступове нарощування потужності.

1. Розрахунок вартості обладнання. На підставі дослідження ринку устаткування для виробництва виробів з металопластика можна виділити наступну пропозицію (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Стандартний комплект обладнання Ozcelik (нове, виробник Туреччина)

№	Найменування	Кількість	Ціна, дол.	Всього, дол.
1	2	3	4	5
1	Станок для зварювання кутів E-500	1	12850,00	12850,00
2	Автоматичний станок для фіксації (фрезерування) імпосту М-125	2	11250,00	22500,00
3	Автоматична пила для різки профілю під кутом Д-800	1	11880,00	11880,00
4	Автоматичний станок для різки штапика Д-810	1	1850,00	1850,00
5	Автоматичний станок для різки металевого профілю ДМ-100	1	11100,00	11100,00

Продовження табл. 3.3

1	2	3	4	5
6	Компресор, ресивер, проводи, фільтри	-	11000,00	11000,00
7	Матеріали для виготовлення оснастки	-	13000,00	13000,00
8	Допоміжний інструмент і пристосування	-	11000,00	11000,00
9	Фрези, цулаги, пили, шаблони, свердла	-	11000,00	11000,00
Всього				106180,00

Під оснащенням розуміються монтажні столи, стелажі, носилки, піраміда для перевезення й інше устаткування.

Вартість обладнання у гривні складе: $106180 \cdot 12,00 = 1273296,00$ грн. Також необхідний комп'ютер із принтером, витрати на його придбання складуть 5500,00 грн. Таким чином, загальна вартість обладнання складе 1278796,00 грн.

Устаткування розраховане на виробництво 10-ти стандартних виробів у зміну (4 вітражі балконних).

Необхідна виробнича площа 200 м² (разом зі складськими приміщеннями).

2. Розрахунок річних поточних витрат. Після аналізу безлічі пропозицій, була обрана система профілів Rehau (Німеччина). Дана система відрізняється гарною якістю, зручністю в роботі і відносно невисокою ціною. Також, при укладанні договору, постачальником надаються в безкоштовне користування фрези, цулаги і шаблони, що дозволяє скоротити первісні витрати.

Розрахунок вартості матеріалів на один умовний виріб приведений у табл. 3.4.

Таким чином, розмір витрат на матеріали на 1 м² виготовлення виробів підприємства складе: 248,63 грн. При умові виходу на 100% потужність витрати на матеріали складуть: $832 \cdot 248,63 = 206860,16$ грн.; на рік $206860,16 \cdot 12 = 2482321,92$ грн.

Таблиця 3.4

Вартість матеріалів на 1 умовний виріб ТОВ “Вікна-Стар”

№	Артикул	Найменування	Од. виміру	Кількість	Ціна, грн.	Сума, грн.
1	ST6100	Профіль рами	п. м.	11	2,40	26,40
2	ST6300	Профіль стулки	п. м.	4,6	2,77	12,74
3	ST6200	Профіль імпосту	п. м.	5,2	2,96	15,39
4	ST6620	Штапик з ущільнювачем	п. м.	30	0,69	20,70
5	ST6100DS	Підсилювач рами, імпосту	п. м.	26	0,74	19,24
6	ST6300DS	Підсилювач стулки	п. м.	7,55	0,88	6,64
7	ST6800	Сполучний профіль	п. м.	2,06	4,56	9,39
8	ST6800DS	Підсилювач до сполучного профілю	п. м.	2,06	1,20	2,47
9	CONTV	Ущільнювач	п. м.	40	0,20	8,00
10	ST1100	Базовий підвіконний профіль	п. м.	3,4	2,20	7,48
11	OBE-21	З'єднувач імпосту	шт.	8	0,08	0,64
12	V06	Гвинт М 6*60	шт.	8	0,27	2,16
13	DN4516	Саморізи 4,5*16	шт.	48	0,01	0,48
14		Саморізи КММ 4,2*19	шт.	177	0,01	1,77
15	4 м кв	Скло	м ²	12,12	2,96	35,87
16		Дистанція 6 мм	п. м.	60	0,12	7,20
17		Куточок дистанції	шт.	56	0,004	0,22
18		Силікагель	кг	1,5	3,13	4,70
19		Герметик	кг	2	7,88	15,76
20		Шнур з бутилом	п. м.	120	0,05	6,00
21		Клини	шт.	80	0,04	3,20
22		Підкладка під склопакет	шт.	14	0,11	1,54
23		Підкладка, що вирівнює, під с/п	шт.	14	0,027	0,38
24		Фурнітура	компл.	1	36,14	36,14
25		Серветки	шт.	10	0,034	0,34
26		Миючий засіб для стекол	л	0,4	2,59	1,04
27	DN3535	Саморізи 3,5*35	шт.	10	0,009	0,09
28	DN4540	Саморізи 4,5*40	шт.	35	0,01	0,35
29	DN3525	Саморізи 3,5*25	шт.	25	0,006	0,15
30		Заглушка для водовідливів	шт.	10	0,215	2,15
Усього собівартість за матеріалами:			-	-	-	248,63

Як вже було вказано вище роздрібна ціна продажу 1 м² готового умовного виробу буде складати 1500,00 грн., тоді об'єми випуску продукції ТОВ "Вікна-Стар" (при умові виходу на 100% потужність) складуть на місяць: $832 \cdot 1500,00 = 1248000,00$ грн.; на рік $1248000,00 \cdot 12 = 14976000,00$ грн.

Число працюючих:

1. Робочі цеху по виробництву склопакетів:

- ділянка розкрою скла - 4 осіб (з них 2 - допом. роб.);
- ділянка розкрою металу, обичайки - 2 осіб (з них 1 - допом. роб.);
- ділянка бутилирування - 3 осіб (з них 2 - допом. роб.);
- ділянка мийки - 7 осіб (з них 3 - допом. роб.);
- ділянка гнучкі металічної обичайки - 3 осіб (з них 1 - допом. роб.);
- ділянка зборки скла і рамки 8 осіб (з них 4 - допом. роб.);
- ділянка герметизації склопакету - 3 осіб (з них 1 допом. роб.).

Усього в одну зміну - 30 осіб.

2. Робітники:

- ділянка складування - 1 особа;
- ділянка розкрою профілю - 2 осіб;
- ділянка розкрою арматури - 2 осіб;
- ділянка зборки заготівель - 2 осіб;
- ділянка фрезерування - 2 осіб;
- ділянка зварювання профілю - 3 осіб (з них 2 - допом. роб.);
- ділянка обробки швів конструкцій - 2 осіб;
- ділянка зборки конструкцій - 2 осіб;
- ділянка нарізки штапиків - 1 особа;
- ділянка установки фурнітури - 2 осіб;
- ділянка контролю якості - 1 особа;

Бригада упакування готових конструкцій - 2 осіб.

Бригада доставки - 3 осіб (з них 2 - допом. роб.).

Монтажна бригада - 10 осіб.

Усього в одну зміну - 35 осіб.

3. Апарат управління:

- директор - 1 особа;
- зам. директора - 1 особа;
- бухгалтер - 1 особа;
- секретар - 1 особа;
- кошторисник - 2 осіб;
- начальник зміни - 1 особа;
- обліковець - 2 осіб;

Усього - 9 осіб.

4. Охорона і прибиральники:

- охоронці - 3 осіб;
- прибиральниці - 3 осіб.

Усього - 12 осіб.

Разом по цеху: 86 осіб.

Розрахунок місячного фонду заробітної плати наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок місячного фонду заробітної плати робітників ТОВ "Вікна-Стар"

Персонал	Чисельність, осіб	Заробітна плата на місяць, грн.	Фонд оплати праці на місяць, грн.
Основні робітники	53	9000,00	477000,00
Допоміжні робітники	18	8000,00	144000,00
Апарат управління	9	12000,00	108000,00
Охорона	3	7000,00	21000,00
Прибиральники	3	7000,00	21000,00
Разом	86	-	771000,00

Витрати на паливо та енергію

- енергоспоживання - 30 квт/год;
- вартість 1 квт/год – 0,7 грн. без ПДВ;
- фонд робочого часу в добу - 8 годин;
- місячний фонд робочого часу - 166 годин.

Витрати на енергію на місяць: $166 \cdot 30 \cdot 0,7 = 3496,00$ грн./міс.

Витрати на енергію на рік: 41952,00 грн./рік.

- витрата палива в рік (котельня) - 3 тонн;

- вартість палива за 1т - 600 грн. Витрати на паливо на місяць (середньорічні): 150 грн./міс.

Витрати на паливо на рік: 1800 грн./рік.

Усього витрати на паливо та енергію: на місяць: 3646,00 грн.; на рік: 43752,00 грн.

Витрати на послуги зв'язку: на місяць: 3000,00 грн.; на рік: 36000,00 грн.

Амортизація. Вартість власних основних засобів:

- устаткування – 1278796,00 грн.

- транспорт (необхідно придбати 2 автомобіля “Газель”, які вже були у використанні) – 200000,00 грн.;

- норма амортизації - 5% у рік.

Амортизаційні відрахування на рік: $(1278796,00 + 200000,00) \cdot 0,05 = 73939,80$ грн.; на місяць: 6161,65 грн.

Транспортні (експлуатаційні) витрати: на рік: 34817,00 грн.; на місяць: 2901,00 грн.

Оренда приміщень: площа - 200 м²; ставка – 250,00 грн./м² на міс. Орендна плата: на місяць: 50000,00 грн.; на рік: 600000,00 грн.

Відсотки по кредиту: сума кредитування – 3000000,00 грн.; процентна ставка - 25% річних. Фінансові витрати: у рік: $3000000 \cdot 0,25 = 750000,00$ грн.; на місяць: 62500,00 грн.

Податки і відрахування. Податкові платежі (податок на додану вартість - 20%). Розрахунок податку на додану вартість, що підлягає оплаті в бюджет:

а) ПДВ, що сплачується за виробництво продукції (послуг): на місяць: $1248000,00 \cdot 0,167 = 208416,00$ грн.; на рік: 2500992,00 грн.

б) ПДВ, що сплачується постачальникам за постачання матеріалів і комплектуючих: на місяць: $206860,14 \cdot 0,167 = 34545,64$ грн.; на рік: 414547,72 грн.

в) ПДВ, сплачений за енергоресурси: на місяць: $3646 \cdot 0,167 = 609,00$ грн.;
на рік: 7308,00 грн.

г) Сума ПДВ, що підлягає внесенню в бюджет: на місяць: 208416,00-
34545,64-609,00=173261,36 грн.; на рік: 2079136,32 грн.

Єдиний соціальний внесок – 22%. Таким чином, відрахування від ФОП:
на місяць – $771000,00 \cdot 0,22 = 169620,00$ грн.

Поточні витрати на виробничу програму по статтях собівартості на
місяць, рік (табл. 3.6):

Таблиця 3.6

Собівартість виробництва продукції ТОВ “Вікна-Стар”

Стаття витрат	На місяць, грн.	На рік, грн.
1. Матеріали і комплектуючі	206860,14	2482321,92
Разом перемінні витрати	206860,14	2482321,92
1. Заробітна плата	771000,00	9252000,00
2. Паливо й енергія	3646,00	43752,00
3. Зв’язок	3000,00	36000,00
4. Транспорт	2901,00	34817,00
5. Реклама	15650,00	187800,00
6. Оренда	50000,00	600000,00
7. Амортизація	6161,65	73939,80
Разом постійні витрати	453358,65	5440308,8
9. Відсотки по кредиту	62500,00	750000,00
10. Резерви	40058,00	480696,00
11. ПДВ	173261,36	2079136,32
12. Нарахування на ФОП	81840,00	982080,00
Разом собівартість	1467470,15	24925173,76

Таким чином, собівартість виробництва продукції ТОВ “Вікна-Стар”
складе на місяць: 1467470,15 грн., а на рік 24925173,76 грн.

3.5. Організаційний план

Введення в лад цеху з виробництва металопластикових конструкцій починає свою роботу з 15.01.2023 р., після того як буде закуплене і встановлене все устаткування фірми Ozcelic, а також цех буде постачений усіма комплектуючими матеріалами.

Графік впровадження всіх заходів щодо відкриття цеху наданий в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Організаційні заходи щодо відкриття цеху з виробництва продукції
ТОВ “Вікна-Стар”

Найменування заходу	2023 р.											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Закупівля обладнання	+											
Монтаж основного обладнання		+	+									
Навчання персоналу			+									
Закупівля комплектуючих матеріалів			+	+								
Введення цеху в лад і експлуатація на 50% потужності				+	+							
Вихід на потужність 60%						+	+					
Вихід на потужність 70%								+				
Вихід на потужність 80%									+			
Вихід на потужність 90%										+	+	
Вихід на потужність 100%												+

Таким чином, підприємство у грудні 2023 року вийде на повну потужність виробництва.

3.6. Фінансовий план

Проведемо розрахунок прибутків і рентабельності ТОВ “Вікна-Стар” в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Розрахунок прибутку і рентабельності ТОВ “Вікна-Стар”

Показники	Сума, грн.	
	на місяць	на рік
Доход (виручка) від реалізації продукції	1248000,00	14976000,00
ПДВ	173261,36	2079136,32
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	1074738,64	12896863,68
Внутрішні виробничі витрати	762776,79	9153326,72
Нарахування на ФОП	132432,00	1589184,00
Валовий прибуток від реалізації продукції	179529,85	2154352,96
Податок на прибуток (ставка 18%)	32315,37	387783,53
Чистий прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	147214,48	1766569,43
Рентабельність	13,8%	

Розрахунок прибутку і рентабельності здійснений, виходячи з прогнозованих обсягів виробництва (на місяць, рік), та цін, що склалися на одиницю продукції, внутрішніх витрат фірми на виробничу програму при повному завантаженні потужності цеху.

По інвестиційному задуму на зазначені в таблиці економічні показники фірма виходить у вересні 2023 р. за умови своєчасного запозичення шуканої суми.

Весь проєкт повинний окупитися приблизно за 1 рік після виходу підприємства на повну виробничу потужність.

Точка беззбитковості в грошовому вираженні складає:

$$(1248000,00 - 453358,65) \cdot (1248000,00 - 206860,14) = 565791595200 / 1041139,86 = 543434,77 \text{ грн.}$$

Точка беззбитковості у натуральному вираженні:

$(453358,65/(1248000,00-206860,14)) \cdot 832 = 359 \text{ м}^2 \text{ на місяць}$

Рентабельність: $(147214,48/1068470,15) \cdot 100 = 13,8\%$

3.7. Оцінка ризиків

Основні фінансово-економічні ризики наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Фінансово-економічні ризики при реалізації бізнес-плану ТОВ “Вікна-Стар”

Види ризиків	Негативний вплив на прибуток
Нестійкість попиту	Падіння попиту з ростом цін
Поява альтернативного продукту	Зниження попиту
Зниження цін конкурентів	Зниження цін
Збільшення виробництва в конкурентів	Падіння продажів або зниження цін
Ріст податків	Зменшення чистого прибутку
Зниження платоспроможності споживачів	Падіння продажів
Ріст цін на сировину, матеріали, перевезення	Зниження прибутку через ріст цін на сировину, матеріали, перевезення
Залежність від постачальників, відсутність альтернативи	Зниження прибутку через ріст цін
Нестача оборотних коштів	Збільшення кредитів або зниження обсягу виробництва

З цих видів ризику найбільш значимими для даного підприємства є:

по-перше, залежність від постачальників, оскільки вся діяльність спрямована на взаємодію безпосередньо з одним постачальником для забезпечення наскрізного виробництва, тим самим значно знижуючи витрати;

по-друге, зниження цін у конкурентів, оскільки це одне з основних конкурентних переваг даного підприємства поряд з високою якістю продукції;

і нарешті, також один з найважливіших ризиків – це ріст цін на сировину і матеріали, оскільки це також може вплинути або на зниження прибутку, що в умовах розрахунку по кредиту вкрай несприятливо, або на ріст цін, а це у свою чергу веде до втрати знову ж одного з основних конкурентних переваг.

Інші ризики, як такі, на наш погляд, не досить актуальні, за винятком росту податків, і тому особливої небезпеки для організації даного виду діяльності не представляють.

Також при виконанні даного бізнес-плану можливі такі технічні ризики:

- Ризик затримки початку виконання плану, у тому випадку, якщо постачальники не поставлять вчасно устаткування або відбудуться збої в його налагодженні. Для максимального зниження цього ризику, керівнику підприємства і юристу необхідно грамотно скласти договір закупівлі-продажу устаткування з київською фірмою, передбачивши в ньому тверді рамки постачання і налагодження устаткування.

- Ризик невиконання обсягів виробництва і реалізації продукції також можливий. Для його зниження необхідно найняти професійних працівників, що відповідають своєму рівню кваліфікації; установити премії за виконання і перевиконання плану; ввести систему передоплати за замовлені вироби; удосконалювати збутову мережу.

- Ризик конкурентної технології ймовірний, тому що НТП у виробництві металопластикових конструкцій активно розвивається і користується попитом. Для зниження цього ризику необхідно систематично відслідковувати ситуацію на даному ринку; вчасно робити оснащення й удосконалення виробництва.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

Охорона праці – система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів і засобів, направлених на збереження і працездатності людини в процесі трудової діяльності.

Дана система включає в себе:

- аналіз шкідливих та небезпечних факторів, які впливають на людину;
- розробку заходів щодо усунення шкідливого впливу на людину та створення нормальних умов праці;
- правила з техніки безпеки та виробничої санітарії;
- норми з охорони праці жінок, неповнолітніх та осіб з низькою працездатністю;
- спеціальні норми охорони праці осіб, які працюють в тяжких, шкідливих та небезпечних виробничих умовах.

Безпека людини на виробництві залежить від багатьох факторів. Здебільшого вона визначається кваліфікацією та відповідальністю робітників управління.

Велике значення для підвищення безпеки праці у виробництві має система стандартів безпеки праці (ССБП), яка включає значну кількість взаємопов'язаних стандартів, розроблених для попередження ушкоджень і захворювань працюючих.

Закон України “Про охорону праці” визначає положення щодо реалізації права на охорону їх життя і здоров'я в процесі трудової діяльності, регулює за участю відповідних органів відносини між власністю підприємства, установи і організації і робітником з питань безпеки, гігієни праці і виробничої санітарії, встановлює єдиний порядок організації охорони праці на Україні.

Поліпшення умов праці, підвищення їх безпеки нешкідливості має велике економічне значення. Воно впливає на економічні результати виробництва на продуктивність праці, якість і собівартість продукції, що виготовляється.

Підвищення умов праці призводить до таких соціальних результатів, як покращення здоров'я працюючих, ріст ступеня задоволення працею, зміцнення трудової дисципліни, підвищення престижу ряду професій, ріст виробничої активності і поліпшення ряду інших показників, які характеризують більш високий ступінь розвитку працюючих.

Охорона природи, оскільки очищення і знешкодження стічних вод і викидів в атмосферу, боротьба із шумом і вібрацією, захист від електромагнітних полів та іонізуючих випромінювань служать не тільки цілям охорони праці, але й одночасно сприяють охороні середовища мешкання людини.

При роботі в бухгалтерії досліджуваного підприємства зазнають впливу небезпечних і шкідливих факторів, як-то:

- недостатня освітленість робочого місця;
- підвищений рівень шуму і вібрації від роботи вентиляторів, принтерів;
- висока ймовірність виникнення пожеж в зв'язку з наявністю великої кількості паперу;
- підвищена напруга в електричній мережі, замикання якої може відбутися через тіло людини;
- вплив неіонізуючих електромагнітних випромінювань, електростатичних і магнітних полів, які виникають при роботі комп'ютерів;
- наявність пилу, фону, окислів азоту;
- недостатній рівень параметрів мікроклімату і температури, відносної вологості повітря, швидкості руху повітря.

У результаті виконання робіт на ПК можуть виникнути наступні небезпечні та шкідливі виробничі фактори:

А) фізичні:

- неіонізуючі електромагнітні випромінювання;

- рентгенівське електромагнітне випромінювання;
- електричний струм;
- підвищений рівень шуму;
- недостатня освітленість;
- нерівномірність розподілу яскравості в полі зору.

Б) психофізичні:

- перенапруження органів зору;
- перенапруження уваги;
- розумове перенапруження;
- монотонність праці.

Ступінь біологічного впливу електромагнітних полів на організм людини залежить від частоти коливань, напруженості й інтенсивності поля, тривалості його впливу. Зміни, що виникають під дією електромагнітних полів частіше усього оборотні.

Джерелом електромагнітних випромінювань є відеотермінал ПЕОМ, що створює струми високої частоти. Дія електромагнітних полів на організм людини проявляється у функціональному розладі центральної нервової системи.

У результаті тривалого перебування в зоні дії електромагнітних полів настають передчасна стомлюваність, головні болі, сонливість або порушення сну, настає розлад нервової системи. При систематичному опроміненні спостерігають стійкі нервово психічні захворювання, зміна кров'яного тиску, частоти пульсу, погіршення зору, поява катаракти (помутніння кришталика), трофічні явища (сухість шкіри, випадання волосся, ламкість нігтів і т.п.). Передбачається, що порушення регуляції фізіологічних функцій організму обумовлено впливом поля на різні відділи нервової системи. Вважається, що кора головного мозку, а також проміжний мозок особливо дошкульні до впливу поля.

Поряд із біологічною дією електричне поле зумовлює виникнення розрядів між людиною і металевим предметом, що має інший ніж людина потенціал.

Для забезпечення безпечних умов раці, працівників обслуговуючих ЕОМ встановлені припустимі норми значень неіонізуючого електромагнітного випромінювання. Відповідно до Правил Охорони праці при експлуатації електрообчислювальних машин (далі Правил), встановлених Держнаглядом за охороною праці України до відеотерміналів пред'являються наступні вимоги щодо припустимих значень неіонізуючого електромагнітного випромінювання:

- 1) напруженість електромагнітного поля на відстані 50 см навколо ВДТ за електричною складовою не повинна перевищувати:
 - у діапазоні частот 5 кГц – 2кГц 25В/м;
 - у діапазоні частот 2 кГц – 400кГц 2,5В/м;
- 2) щільність магнітного потоку не повинна перевищувати:
 - у діапазоні частот 5 кГц – 5кГц 250 нТл;
 - у діапазоні частот 2 кГц – 400кГц 25 нТл;
- 3) поверхневий ел. статич. потенціал не повинна перевищувати 500В.

Робота комп'ютера супроводжується електромагнітним і електростатичним випромінюванням. Навколо електростатично-зарядженого монітору підвищується концентрація пилу. Такий електризований пил може викликати запалення шкіри, а електромагнітне випромінювання може призвести до зниження загальної продуктивності бухгалтера.

Рентгенівське електромагнітне випромінювання відноситься до іонізуючих випромінювань.

Іонізуючим випромінюванням називають будь-який вид випромінювання, взаємодія якого із середовищем приводить до утворення електричних розрядів різних знаків. Іонізуючі випромінювання, проникаючи в організм людини і проходячи через біологічну тканину, викликають у ній появу заряджених часток – вільних електронів. У свою чергу, вільні електрони, взаємодіючи із сусідніми атомами, іонізують їх, що супроводжується зміною структури

молекул, руйнуванням міжмолекулярних зв'язків і загибеллю клітин, виникненням нових хімічних зв'язків, невластивих здоровій тканини. Зміна біохімічного складу клітин і обмінних процесів порушує функції центральної нервової системи, що у свою чергу викликає порушення функцій залоз внутрішньої секреції, організм перевтомлюється. Нормальні клітини перероджуються в злоякісні, виникають лейкози.

При роботі з ЕОМ джерелом рентгенівського випромінювання є монітор, а саме вакуумна катодно-променева трубка що використовується для одержання зображення на екрані. Рентгенівське випромінювання, з'являється при бомбардуванні речовини потоком електронів.

Відповідно до вищесказаних Правил потужність експозиційної дози рентгенівського випромінювання на відстані 0,05м від екрана і корпуса відеотерміналу при будь-яких положеннях регулюючих пристроїв відповідно до норм радіаційної безпеки України (НРБУ-97), затверджених постановою державного санітарного лікаря Міністерства охорони здоров'я України від 18.08.97№58, не повинні перевищувати $7,74 \cdot 10^{-12} \text{ А/кг}$, що відповідає еквівалентній дозі 0,1мбер/г (100мкР/г).

Потужність дози рентгенівського випромінювання у бухгалтерії на відстані 0,05 м від екрану не перевищує $7,74 \cdot 10^{-12} \text{ А/кг}$, а вміст озону в повітрі робочої зони відповідає еквівалентній дозі 0,1мг/м³, окислів азоту – 5 мг/м³, вміст пилу – 4 мг/м³.

Небезпека впливу електричного струму на відміну від інших небезпек збільшується тим, що людина не в змозі без спеціальних приладів виявити напругу дистанційно, а також швидкоплинністю поразки – небезпека виявляється коли людина вже уражена.

Правила безпечної роботи з електричним струмом регламентуються документами ДСт 12.1.013-78, ДСт 12.1.030-81, ДСт 12.1.038-82 – „Електробезпека”. Проходячи через живі тканини людини, ел. струм справляє термічну (опіки), електричну(електроліз) та механічну дію на організм людини. Ці фізико-хімічні процеси притаманні живій та неживій матерії. Одночасно ел.

струм здійснює і біологічну дію. Все це призводить до різних порушень в організмі, викликають як місцеві ушкодження тканини і органів, так і загальне ушкодження організму. Розрізняють два види ушкодження ел. струмом: місцеві ел. травми (опіки, ел. знаки, ел металізація шкіри, електрофтальмія, механічні ушкодження); електричний удар.

Розрізняють три ступені впливу струму при проходженні через організм людини (змінний струм):

- відчутний струм – початок болісних відчуттів (до 0-1,5 мА);
- невідпускний струм – судомі і біль, важке дихання (10-15 мА);
- фібриляційний струм – фібриляція серця при тривалості дії струму 2-3 с., параліч дихання (90-100 мА).

Шум – будь-який небажаний звук, що заважає. Виробничим шумом називають шум на робочих місцях, ділянках, підприємствах, котрий виникає в результаті виробничого процесу.

При роботі з ЕОМ, джерелом шуму є системний блок ПК, від якого надходить дратівний звук, а також мережні та периферійні пристрої (перемикачі мереж, Switch, принтери, сканери і т.п.).

Дратівний шум викликає нервові напруження і загальну перевтому, що знищує працездатність.

При тривалій роботі в умовах дії шуму, насамперед, уражається нервово-судинна система й органи травлення. Зменшується виділення шлункового соку і його кислотність, що сприяє розвитку гастриту.

Відповідно до встановлених санітарно-гігієнічних норм рівень шуму в приміщеннях з ЕОМ не повинен перевищувати 85дБ.

Одним із найшкідливіших факторів, що оказує негативний вплив на працездатність робітників, є шум. Джерелами шуму у бухгалтерії є вентилятори, ЕОМ.

Для забезпечення нормативних рівню шуму у виробничому приміщенні бухгалтерії і на робочих місцях використовуються шумопоглинаючі засоби:

тяжкогорючі спеціальні перфоровані плити, мінеральна вата з максимальним коефіцієнтом звукопоглинання в межах частот 31,5-8000 Гц.

Рівень вібрації при виконанні робіт з використанням ЕОМ не повинен перевищувати допустимих значень. Оскільки в бухгалтерії використовуються 2 ПК з одним стрійним принтером, то рівень вібрації, який створюють один принтер і два процесори, знаходиться в межах допустимих норм.

Серед факторів зовнішнього середовища, що впливають на організм людини під час роботи, освітленість займає одне із перших місць. Тому що 90% інформації людина одержує через органи зору. Утома очей в основному залежить від напруженості процесів, що супроводжують зір, таких як адаптація, акомодация і конвергенція. Але освітлення впливає не тільки на функцію органів зору, але й на діяльність всього організму. При поганій освітленості людина швидко стомлюється, працює менш продуктивно, зростає потенціальна небезпека виникнення помилкових дій. Тривала робота при поганій освітленості може привести до професійних захворювань.

У роботі з ЕОМ органи зору використовуються в найбільшій мірі і тому сильно втомлюються, до того ж на них робить негативний вплив опромінення від ВДТ, при цьому недостатня освітленість ще більш погіршує стан, викликаючи додаткове перенапруження й перевтому очей.

Відповідно до вимог вищезгаданих Правил рівень освітленості на робочому місці повинен бути в межах 300-500лк. У випадку неможливості забезпечення системою загального освітлення даного рівня допускається застосування світильників місцевого освітлення, при цьому не повинно бути відблисків на поверхні екрана і збільшення освітленості екрана біль ніж 300лк. Світильники місцевого освітлення повині мати напівпрозорий відбивач світла з захисним кутом не менш 40°. Необхідно запобігати засліплюючої дії від джерела природного й штучного освітлення, при цьому яскравість поверхонь, що світяться і тих що знаходяться в полі зору, не повинно перевищувати 200 кд/м². Яскравість відблисків на екрані відеотерміналу не повинна перевищувати

40 кд/м², яскравість стелі при застосуванні системи відбитого освітлення не повинне перевищувати 200кд/м².

Робота бухгалтера вимагає від нього значної зорової уваги, і як наслідок, у приміщенні повинно бути правильно спроектоване і розташоване освітлення.

В залежності від часу доби і джерела світла на підприємстві використовується освітлення трьох видів; природне, штучне і комбіноване.

У денний час і ясну погоду використовується природне освітлення через світлові віконні пройми. Для нього характерна висока розсіяність і це є сприятливим фактором для здорової діяльності.

У передвечірній час і за несприятливих погодних умов використовується комбіноване освітлення. Оскільки денне світло не забезпечує достатню освітленість робочого місця, то використовуються настільні лампи місцевого освітлення.

У вечірній час взимку використовується штучне освітлення. В якості джерел використовуються лампи накаливання.

Рекомендована і дійсна освітленість у приміщенні бухгалтерії складає 750 лк.

Нерівномірність розподілу яскравості в полі зору при роботі з'являється при недостатній освітленості, неправильному розташуванню ЕОМ у приміщенні щодо джерела світла. Вона також залежить від фізичних характеристик монітора.

Відповідно до вищесказаних Правил обмеження рівномірності розподілу яскравості в полі зору лиць, що працюють із відеотерміналом, відношення значень яскравості робочих поверхонь не повинно перевищувати 3:1, а робочих поверхонь і оточуючих предметів (стін, устаткування) – 5:1.

Нижче приведені вимоги до ВДТ, використуванні при роботі з ЕОМ (див. табл. 4.1).

Вимоги до відеотерміналів

Найменування параметра	Значення параметра
Яскравість знаку (яскравість фону), кд/м ²	Від 35 до 120
Зовнішня освітленість екрана, лк	Від 100 до 250
Контраст (для монохромного зображення)	Від 3:1 до 1,5:1
Різниця довжини рядків або стовпчиків	Не більш 2% від середнього значення
Розмір мінімального елемента зображення (піксель)	0,3мм
Відношення ширини знаку до його висоти для великих літер	Від 0,7 до 0,9
Мінливість розміру знаку	Не більше 5% висоти
Ширина лінії контуру знаку	0,15 – 0,1 висоти знаку
Відстань між рядками	Не менш ширини контуру знаку або одного елемента зображення

Робота з ЕОМ зв'язана з високим розумовим навантаженням і вимагає великої уваги, у результаті чого може з'явитися розумове перенапруження. До того ж вплив багатьох вище описаних фізичних факторів негативно впливає на організм людини і може привести до швидкої стомлюваності, як органів зору, так і всього організму.

Тривалість безупинної роботи за комп'ютером повинна бути не більш 2 годин. При роботі з комп'ютером протягом усієї робочої зміни повинні бути встановлені перерви для відпочинку.

Мікрокліматичні параметри (температура, відносна вологість повітря, швидкість руху повітря) впливають у першу чергу на продуктивність праці і самопочуття людини, а також на надійність роботи обчислювальної техніки. Забезпечення достатньої роботи системи вентиляції і опалення також підтримують працездатність бухгалтера.

Приміщення бухгалтерії обліку ТМЦ обладнане системою опалення, кондиціонування повітря. Параметри мікроклімату, які діють у бухгалтерії, відповідають встановленим нормам (див. табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Нормативні і фактичні значення метеорологічних факторів (СН 4088-86)

Сезон	Температура повітря, °C		Відносна вологість, %		Швидкість руху повітря, м/с	
	Норм.	Факт.	Норм.	Факт.	Норм.	Факт.
Теплий	21-23	22-23	70-75	50-60	0,3	до 0,3
Холодний	18-20	18-22	60-70	45-55	0,2	до 0,2

Таким чином, для зменшення впливу небезпечних і шкідливих факторів у приміщенні бухгалтерії необхідно здійснити ряд заходів.

1. Для правильної подачі світла і правильної освітленості робочих місць слід використовувати світильники типу УПМ. Кожний світильник комплектувати 2 лампами. Розташувати світильники двома паралельними рядами по три в кожному ряді і один світильник перпендикулярно двом паралельним у середині приміщення.

2. Зниження впливу шуму на робітників бухгалтерії можна досягти шляхом більш раціонального розташування джерел шуму у приміщенні або зменшення рівня шуму у джерелі його виникнення, використання додаткової звукоізоляції і звукопогашення, впровадження малошумного обладнання (більш сучасного) і правильного планування режиму праці і відпочинку робітників.

3. Зменшити ймовірність виникнення пожежі у бухгалтерії можна шляхом зменшення документообігу, наприклад, повністю автоматизувати обліково-аналітичний процес, при якому значна кількість документів буде залишатись в електронній формі.

4. Для забезпечення безпечної для робітників бухгалтерії, безаварійної роботи електроприладів необхідно поряд з їх положенням виконанням і обладнанням захисними засобами так організувати їх експлуатацію, щоб повністю виключити будь-яку ймовірність помилок з боку облікових робітників. Для організації безпечної експлуатації електроприладів необхідно підвищити технічну грамотність і свідому дисципліну робітників, які зобов'язані чітко дотримуватись організаційних і технічних заходів, а також прийомів і черговості виконання експлуатаційних операцій у відповідності з Правилами технічної експлуатації електроприладів споживачами і Правилами техніки безпеки при експлуатації електроприладів споживачами.

5. Знизити вплив електромагнітних випромінювань на бухгалтерів при роботі на комп'ютері можна шляхом встановлення захисних екранів. Такий спосіб захисту є дуже ефективним і може бути досягнутий шляхом раціонального вибору конструкції екрану і матеріалу для екранування.

6. Наявність пилу, озону, можна знищити шляхом обладнання робочого приміщення системою кондиціонування повітря.

Всі ці заходи у сукупності сприяють злагодженій, безперебійній роботі апарату бухгалтерської служби, дозволять підвищити продуктивність праці робітників.

ВИСНОВКИ

Після написання випускної роботи можна зробити наступні підсумки.

В першому розділі було розглянуто економічну сутність підприємства, бізнес-планування та особливості бізнес-плану підприємства. На сьогоднішній день, в умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції, кожний суб'єкт господарювання для збереження або розширення своєї частки на займаному сегменті ринку повинен все більше уваги приділяти не тільки сьогоднішнім проблемам підприємства, а й намагатися займатися довгостроковим плануванням діяльності. Але поставити стратегічну ціль не важко, основна проблема що постає перед власниками й топ менеджментом підприємств, це як і за рахунок чого досягти поставлену стратегічну мету за як найкоротший термін.

Бізнес-план – це план розвитку підприємства, необхідний для освоєння нових сфер діяльності чи фірми для створення нових сфер бізнесу.

Пластикові вікна – це найпопулярніші вікна як в Україні (60% ринку), так і за кордоном. Для виробництва закуповується профіль, з якого робиться основа. Профіль підсилюється металом. Вважається, що німецькі профілі є найнадійнішими. Ринок металопластикових вікон України різноманітний: споживачам пропонується вироби з ПВХ-профілем як вітчизняного, так і іноземного виробництва. Такі вікна виготовлені з полівінілхлориду (ПВХ), а профіль має сталеві підсилювальні вкладиші. Продукція імпортується з Німеччини, Австрії, Швейцарії, Англії, Польщі, Франції, Туреччини та інших країн, лідером з яких можна вважати Німеччину, і не тільки стосовно профілю, а й фурнітури.

Металопластикові вікна повинні виготовлятися у відповідності з вимогами ДСТУ Б В.2.6-15-99, ДСТУ Б А.3.1-6-96, технічної документації за ГОСТ 2.001-70, затвердженої за встановленим порядком і нормативного документа на конкретні типи не стандартизованих виробів.

Профілі належать до товарів, які підлягають обов'язковій сертифікації. Кожна партія має бути сертифікована Держстандартом України. Безпечне використання профілів слід підтверджувати “гігієнічним висновком” та “протоколом” про пожежну безпеку.

Весь ринок можна умовно розділити на 3 частини: лідери, претенденти на лідерство та інші. В 2021 році в лідерський сегмент увійшли 2 марки: Rehau та Veka. Уже третій рік поспіль вікна Rehau очолюють лідерські позиції Миколаєва і щороку збільшують обсяги продажів.

Що стосується розвитку ринку на 2023 рік, то прогнозується його спад у зв'язку із останніми політичними подіями в країні. Також експерти стверджують, що ринок і надалі будуть залишати дрібні підприємства. Але, прогнозується зростання попиту на вікна з високоякісних металопластикових конструкцій.

У рамках даного проєкту планується організувати виробництво металопластикових конструкцій різних форм і конфігурацій. Продукція в бізнес-плані, планована до випуску підприємством у зв'язку з дійсним проєктом, є новою для даного регіону і містить у собі усі види металопластикових конструкцій, що виготовляються і монтуються на замовлення. Для виготовлення всіх віконних конструкцій використовуються профільні системи для світлопрозорих конструкцій німецького виробника Rehau.

У роботі пропонується організувати підприємство у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Товариство з обмеженою відповідальністю — це товариство, статутний фонд якого складається з вкладів його учасників. Вони несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїми частками у статутному фонді.

Цілями розробленого бізнес-плану є:

1. Обґрунтування рентабельності введення в дію і експлуатацію цеху з виробництва металопластикових будівельних конструкцій.

2. Визначення економічної доцільності організації додаткових робочих місць у результаті запуску виробництва.

3. Виявлення умов ринку і прогноз продажів готової продукції при нарощуванні потужності виробництва в інвестиційний період.

4. Оцінка очікуваних фінансових результатів бізнесу і побудова фінансової стратегії підприємства.

Реалізація дійсного бізнес-плану припускає розширення виробництва з використанням кредитних коштів підприємства.

Ринком збуту готової продукції є ділові кола і населення м. Миколаєва і Миколаївської області з рівнем доходів: середніми та вище середнього.

Персонал цеху буде складатися з 85 висококваліфікованих фахівців і в даний момент знаходиться в стані комплектації.

По інвестиційному задуму на розраховані економічні показники фірма виходить у березні 2015 р. за умови своєчасного запозичення шуканої суми.

Весь проєкт повинний окупитися приблизно за 1 рік після виходу підприємства на повну виробничу потужність.

Точка беззбитковості в грошовому вираженні складає 543434,77 грн., а у натуральному вираженні 359 м² продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. — 3-є вид., стер. — К.: Знання, 2019. — 158 с.
2. Афанасьєв М.В., Телишевська М.І., Рудика В.І. Оцінка ефективності організаційно-технічних засобів: Навчальний посібник. — Х.: Вид. Дім “ІНЖЕК”, 2019. — 288 с.
3. Барнич Ю.О. Бізнес-план виробничої підприємницької діяльності: Навч. посіб. - К.: ВАТ "УкрНДІСВД", 2020. - 120 с.
4. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: Практ. посіб.: Перев. з 3-го англ.. вид. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2021. — 285 с.
5. Белов М.А. Планування діяльності підприємства: навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / М.А. Белов, Н.М. Євдокимова, В.Є. Москалюк та ін. / за заг ред. В.Є. Москалюка. — К.: Вид-во КНЕУ, 2018. — 252 с.
6. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова. — М.: Финансы и статистика, 2017. - 672 с.
7. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посіб. / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.О. Швиданенко, О.Г. Дерев'янка. — 2-е вид., доповн. - К.: КНЕУ, 2020. - 379 с.
8. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібн. / П.В. Круш, С.О. Тульчинська, Р.В. Тульчинський, С.О. Кириченко, О.В. Кривда, О.П. Кавтиш. - К.: Центр учб. л-ри, 2021. - 206 с.
9. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — №18. — Ст. 19-20.
10. Грицюк Е.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. — К.: Дакор, 2017. — 303 с.
11. Економіка підприємства: Навч. посіб. / А.В. Калина, А.А. Котвицький, О.З. Стожок. - К.: Знання України, 2019. - 323 с.
12. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А.В. Шегди. — К.: Знання, 2013. — 431 с.

13. Економіка підприємства: Підручник / За заг. Ред. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2016. – 608 с.
14. Єршов С.В. Бізнес-планування як основа розвитку підприємництва: Монографія. — К.: Сігма, 2020. — 226 с.
15. Жидецький В.Ц. Основи охорони праці: Підруч. - 3-є вид., переробл. та доповн. - Л., 2020. - 335 с.
16. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями // За ред. В.М. Попова. – вид. 4-те, перероб. і доповн. – К.: ЦУЛ, КиоРус, 2003. – 383 с.
17. Іванілов О.С. Економіка підприємства: Підруч. — К.: Центр учбової літератури, 2017. — 728 с.
18. Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану / М.Ю. Куденко, С.М. Осипенко, І.Є. Веремейчик // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. — Серія «Економічні науки». — 2020. — №1. — С. 47-48.
19. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія і практика: Підручник. - Л.: Магнолія Плюс, 2014. - 428 с.
20. Кондратьєв М.Д. // Проблеми економічної динаміки. — М., 1989. — 384 с.
21. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності. – Х.: Фактор, 2019. - 244с.
22. Костенко Т.Д., Підгора Є.О. Рижигов В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2018. - 400 с.
23. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — К.: Вид-во "Академвидав", 2017. — 462 с.
24. Кучеренко В.Р., Карлов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. посібник. — К.: Знання, 2018. — 423 с.
25. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2-х т.: Пер. с англ.-го изд. Т. 1. — М.: Республика, 1992. — 766 с.

- 26.Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. — 2-е вид., стер. — К.: Знання, 2019. — 580 с.
- 27.Маханько В.Г. Планування виробничої діяльності підприємства з урахуванням конкурентоспроможності продукції // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. — 2018. — Вип. 5. — С. 139-146.
- 28.Мочерний С.В., Довбенко М.В. Економічна теорія: Підручник. — К.: Академія, 2014. — 522 с.
- 29.Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. — К.: Скарби, 2019. — 336 с.
- 30.Основи економічної теорії: Підручник / За ред. А.А. Чухна. — К.: Вища школа, 2020. — 642 с.
- 31.Планування і діагностика діяльності підприємств: Навч. посіб. / І.Р. Залуцький, В.М. Цимбалюк, С.Г. Шевченко. — Л.: Новий Світ-2000, 2017. — 320 с.
- 32.Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: Навч.-метод. посібник. — Львів: Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2015. — 223 с.
- 33.Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. Посібник. — К.: КНЕУ, 2011. — 160 с.
- 34.Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник / М.Г. Саєнко. — Тернопіль: Изд-во "Економічна думка". — 2017. — 390 с.
- 35.Семенов Г.А., Станчевський В.К., Семенов А.Г., Гребінець К.М. Організація і планування на підприємстві: Навч. Посібник. — К.: Центр навч. літерат., 2016. — 521 с.
- 36.Сладкевич В.П. Стратегічний менеджмент організацій: Підручник. — К.: Персонал, 2018. — 495 с.
- 37.Стратегічне управління: Підручник / О.М. Тищенко, Т.М. Хміль, С.К. Василик, Т.М. Чечетова-Терашвілі, О.В. Ревенко. - Х.: ІНЖЕК, 2019. - 280 с.

- 38.Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. — Житомир, 2020. — 419 с.
- 39.Тарасюк Г.М. Планова діяльність як системний процес управління підприємством: Моногр. - Житомир, 2018. - 469 с.
- 40.Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. 2-ге вид. — К.: Каравела, 2018. — 312 с.
- 41.Тубальцев А.М. Виробниче освітлення та його розрахунок. - Миколаїв: УДМТУ, 2017. — 84 с.
- 42.Фінансово-економічний аналіз: Підручник / Буряк П.Ю., Римар М.В., Бець М.Т. та ін. Під заг. ред. П.Ю. Буряка, М.В. Римара. — К.: ВД “Професіонал”, 2016. — 528 с.
- 43.Хобчан М.І., Харів П.С., Бойчук І.М., Лотиш О.Л. Організація і планування виробництва: теорія і практика. Навч. Посібник. — Тернопіль: ТАНГ, 1996. — 193 с.
- 44.Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. — Л.: Новий світ-2000, 2015. — 268 с.
- 45.Щуренко Н.В. Економічний аналіз: Навчальний посібник. — Львів: “Новий Світ-2000”, 2017. — 344 с.