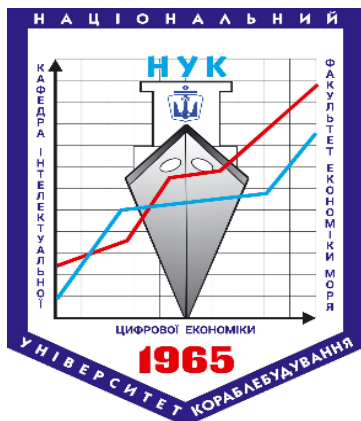


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІК МОРЯ
КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ



«Допустити до захисту»

В.о. завідувача кафедри

к.е.н., доцент О.П. Корнієнко
(наукова ступінь, вчене звання, П.І. зав. кафедрою)

«__» ____ 2023р.
(підпис зав. кафедрою)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: **Розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства**

(на прикладі КП «Жовтневі ласощі»

Виконала: студентка IV курсу, групи 4411
Спеціальності 051 Економіка

ОП Економіка підприємства

(шифр і назва спеціальності)

Чарієва Б.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., В.Г. Рогов

(прізвище та ініціали)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми



Корнієнко О.П.

(підпис)

« _____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

(потрібне залишити)

Студенту Чарієва Багдигул Ораловна

(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства 9На прикладі КП «Жовтневі ласоці»

2. Керівник роботи к.е.н., Рогов В.Г.

Затверджені наказом ректора № 336-уч від « 13 » 04 2023 року

Термін подання роботи: _____

3. Вихідні дані по роботі: Законодавчі та нормативно-правові акти України, офіційні дані Державної служби статистики України. В роботі використовувалася монографічна і довідкова література, наукові праці вітчизняних вчених.

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів):

1. Підприємство як первинна ланка економіки.

2. Оцінка результатів господарської діяльності КП «Жовтневі ласоці»

3. БІЗНЕС-ПЛАН РОЗВИТКУ КП «Жовтневі ласоці»

4. Охорона праці

5. Перелік презентаційних матеріалів: 1. Функції підприємства. 2. Соціально-економічні вини підприємства України. 3. Оцінка складу, структури і динаміка основних засобів за 2020 рік. 4. Оцінка показників ефективності використання основних засобів. 5. Аналіз структури основних коштів. 6. Показники оборотності оборотних коштів. 7. Показники ділової активності підприємства. 8. Показники рентабельності підприємства. 9. План робіт реалізації плану. 10. Показники ефективності. 11. Ризики та методи їх запобігання.

7. Консультанти розділів роботи

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

Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	До 09.2022	
2.	Затвердження наукового керівника та теми кваліфікаційної роботи	До 09.2022	
3.	Збір статистичної інформації	До 10.2022	
4.	Вивчення методичних та наукових видань, інтернет-джерел з теми випускної дипломної роботи	До 10.2022	
5.	Розробка теоретичного розділу	До 01.2023	
6.	Розробка аналітичного розділу	До 02.2023	
7.	Розробка проектного розділу	До 03.2023	
8.	Розробка вступу, висновків та інших розділів	До 04.2023	
9.	Завершення рукопису кваліфікаційної роботи та ознайомлення з ним наукового керівника і консультантів	До 15.05.2020	
10.	Усунення зауважень наукового керівника та повне завершення кваліфікаційної роботи	До 20.05.2023	
15.	Розробка презентації кваліфікаційної роботи	До 30.05.2023	
16.	Подання закінченої роботи на кафедральну комісію та її захист	10.06.2023	
17.	Подання кваліфікаційної роботи рецензенту та отримання рецензії	15.06.2023	
18.	Захист кваліфікаційної роботи перед ДЕК	21.06.2023	

Студент _____
(підпис)

Чарисєва Б.О.
(ПІБ)

Керівник роботи _____
(підпис)

(ПІБ)

АНОТАЦІЯ

Чарисєва Б.О. *«Розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства (на прикладі КП «Жовтневі ласощі»)»* – бакалаврська робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 2023.

Велике значення для розвитку економіки, покращення матеріального стану населення має збільшення виробництва промислових підприємств. У випускній кваліфікаційній роботі розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Наведена характеристика підприємства КП «Жовтневі ласощі», проаналізовані його виробничо-економічні показники. У практичній частині розроблено бізнес-план розвитку підприємства, який довів доцільність запропонованих заходів.

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

ANNOTATION

Charyeva B.O. *"Development and substantiation of the business plan for the development of the enterprise (on the example of KP "October Sweets")* - bachelor thesis for obtaining the degree of higher education "bachelor". - National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov, Mykolaiv, 2023.

The increase in the production of industrial enterprises is of great importance for the development of the economy and the improvement of the material condition of the population. The final qualification paper examines the theoretical foundations of the creation and operation of the enterprise, the role of planning in entrepreneurial activity. The characteristics of the KP "October Sweets" enterprise are given, and its production and economic indicators are analyzed. In the practical part, a business plan for the development of the enterprise was developed, which proved the feasibility of the proposed measures.

Keywords: 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.....	17
РОЗДІЛ 2. Оцінка результатів господарської діяльності КП «Жовтневі ласощі».....	24
2.1. Характеристика підприємства	24
2.2. Оцінка стану та динаміки виробничих ресурсів підприємства	25
2.3. Оцінка результативності роботи підприємства	30
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН РОЗВИТКУ КП «Жовтневі ласощі»	35
3.1. Резюме	35
3.2. Опис продукту	36
3.3. Маркетинговий план.....	37
3.4. Виробничий план	39
3.5. Організаційний план	41
3.6. Фінансовий план	42
3.7. Оцінка ризиків	49
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	52
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	61
ДОДАТКИ.....	63

ВСТУП

Сучасна економічна ситуація, пов'язана з переходом до ринкових відносин, диктує підприємствам новий підхід до внутрішньофірмового планування. Планування необхідно будь-якій організації, що має намір виживати якось в майбутньому. Підприємства змушені шукати такі форми й моделі планування, які забезпечували б максимальну ефективність прийнятих рішень.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в тому, що в Україні відбуваються глибокі економічні зміни, обумовлені поверненням країни в русло загальних економічних процесів світового розвитку. Іде докорінна перебудова колишнього механізму управління економікою, його заміна ринковими методами господарювання. Для сучасного ринку характерні дуже складні умови розвитку виробництва, висока конкуренція однотипних товарів. Тому саме постійний контроль та розробка заходів щодо забезпечення ефективності діяльності підприємства є головною проблемою для засновників та керівництва. Оптимальним варіантом досягнень таких рішень є бізнес-план.

Оволодіння мистецтва складання бізнес-планів сьогодні стає актуальним з кількох причин:

- господарські проблеми міняються й ставлять досвідчених керівників перед необхідністю по-новому розглядати свої майбутні заходи, і готуватися до незвичної справи - боротьбі з конкурентами, у якій не буває дріб'язків;
- для одержання інвестицій і підйому економіки необхідно вміти обґрунтовувати свої заявки й доводити інвесторам життєздатність і реальність своїх планів.

Все це зумовлює необхідність і своєчасність розробки теми випускної дипломної роботи.

Метою даної кваліфікаційної роботи є огляд теоретичних положень щодо діяльності підприємств в Україні, дослідження поточного стану підприємства та розробка на цій основі бізнес-плану щодо його розвитку.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- визначення економічної природи і функцій підприємства;
- характеристика логіки розробки та ролі бізнес-плану у розвитку підприємств;
- характеристика діяльності підприємства;
- діагностика виробничих ресурсів підприємства;
- аналіз результативності діяльності та фінансового стану підприємства як передумова розробки бізнес-плану;
- розробка бізнес-плану проекту розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є господарська діяльність Колективного підприємства «Жовтневі ласощі», а предметом дослідження – забезпечення ефективного розвитку підприємства шляхом впровадження бізнес-плану.

Інформаційними джерелами для написання кваліфікаційної роботи були нормативно-правові акти з питань підприємницької діяльності, організації бухгалтерського обліку і фінансової звітності, національні положення (стандарти) та бухгалтерська і фінансова звітність КП.

Структурно кваліфікаційна робота складається з п'яти розділів, вступу висновків, списку використаної літератури та додатків. Робота викладена на 62 сторінках друкованого тексту, містить 1 рисунок, 24 таблиці, 4 додатки. Список літератури містить 25 джерел.

В першому розділі розглянуті теоретичні аспекти економічної природи підприємства, характеристика видів економічної діяльності в Україні, структура та фактори, що визначають її ефективність, логіка розробки та роль бізнес-плану.

В другому розділі виконано оцінку господарської діяльності КП, розглянуто вихідні передумови його подальшого розвитку.

В третьому розділі розроблено бізнес-план розвитку КП «Жовтневі ласощі», проведено оцінку економічної ефективності запропонованого бізнес-плану та оцінку ризиків господарської діяльності.

Четвертий розділ присвячено питанням охорони праці на підприємстві.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1 Соціально-економічна природа підприємства.

Головними суб'єктами ринкової економіки є підприємства. Вони - основна, первинна організаційно-економічна ланка національного господарства. До підприємств належать заводи, фабрики, шахти, електростанції, ферми, банки, магазини, університети, інші заклади, які є самостійними суб'єктами господарювання. Вони створюються для виробництва потрібних суспільству матеріальних благ та різноманітних послуг. Стимулом для створення підприємства як суб'єкта підприємницької діяльності є одержання прибутку і використання його для задоволення суспільних та особистих потреб. Підприємства є головними товаровиробниками, які визначають ділову активність національної економіки. Від ефективності їхньої господарської діяльності залежать темпи економічного зростання і добробут населення країни.

Причини виникнення і функціонування будь-якого підприємства учені пов'язують з суспільним поділом праці - спеціалізацією окремих суб'єктів господарювання. [7, с.187]

На підприємстві як первинній ланці національної економіки зосереджено чинники виробництва: засоби виробництва, фінансові ресурси, працівники та ін. Тут виникають економічні відносини власності як між членами підприємства, так і між іншими суб'єктами господарювання. Саме на підприємстві здійснюється безпосереднє виробництво потрібних суспільству, споживачам (покупцям) товарів або послуг, первинний розподіл знову створеної вартості на первинні доходи (доходи підприємців, працівників, держави).

Окрім того, саме на підприємстві здійснюється поєднання працівників із засобами виробництва. Причому характер такого поєднання визначається формою власності на засоби виробництва і зумовлює вид підприємства. Кожне підприємство вступає в економічні відносини з іншими суб'єктами господарювання

(при купівлі засобів виробництва, наданні та отриманні послуг, одержанні кредитів та виплаті відсотків по них), державою (при виплаті податків та ін.), зарубіжними підприємствами (при виробничій підрядній кооперації, спеціалізації тощо) та ін.

В цілому економічна сутність підприємства - це основна ланка національної економіки, яка у взаємодії з іншими самостійними суб'єктами господарювання забезпечує виробництво необхідних споживчих благ (товарів та послуг) з метою привласнення прибутку.[9, с.198]

В сучасній економічній літературі сутність підприємства трактують по-різному. Так, американські економісти К. Макконнелл, С. Брю характеризують підприємство (завод) як установу в формі фабрики, ферми, шахти, магазину, що виконує одну або більше специфічних функцій з виробництва і розподілу товарів та послуг.[16, с.415]

У підручнику за редакцією А. А. Чухна "Основи економічної теорії" підприємство характеризується як самостійний господарський суб'єкт, який за правом юридичної особи "здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою одержання прибутку". Таке визначення точніше, у ньому чітко розмежовано правовий та економічний аспекти підприємства. [22, с.215]

Трохи інакше сутність підприємства трактують вчені-економісти С. В. Мочерний та М. В. Довбенко. У підручнику "Економічна теорія" вони зазначають, що "підприємство - система економічних відносин, передусім відносин економічної власності, що формуються всередині нього, а також між іншими суб'єктами господарювання з приводу виробництва, обміну, розподілу і споживання різноманітних об'єктів власності, а отже, їх привласнення, а також управління власністю з метою привласнення прибутку"[17, с.96]. У цьому визначенні дається комплексна характеристика сутності підприємства, розкривається його природа крізь призму відносин економічної власності у якісному та кількісному аспектах.

Згідно з Господарським кодексом України підприємство це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення

суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому законодавством. [1,с.15]

Залежно від мети функціонування і характеру діяльності підприємства можуть створюватись як для здійснення комерційної діяльності (підприємництва), так і для некомерційної господарської діяльності.

Комерційні підприємства - підприємства, характер господарської діяльності яких базується на одержанні прибутку. Тобто, це підприємства, що функціонують і розвиваються за рахунок власного капіталу (прибутку).

До комерційних належить переважна більшість суб'єктів господарювання. Некомерційним і підприємствами є суб'єкти господарювання, діяльність яких спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку. Тобто під. ними розуміють підприємства, функціонування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави.

Підприємство як самостійний, основний суб'єкт господарювання є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, товарний знак. Підприємство діє на основі статуту - визначеного зведення правил, які регулюють його діяльність, а також відносини з іншими суб'єктами господарювання.

Ефективність діяльності підприємства значною мірою визначається його організаційною структурою. Звичайно, в різних галузях вона неоднакова. Все ж найхарактернішими структурними підрозділами підприємства є такі: виробництва, цехи, відділення, дільниці, бригади, бюро, лабораторії тощо. Підприємства можуть на добровільних засадах об'єднуватися у спілки, господарські асоціації, концерни тощо за галузевим, територіальним та іншими принципами.

Для організації ефективної господарської діяльності підприємству необхідно визначити свою стратегію (стратегічні цілі, завдання) і тактику. Стратегічні завдання підприємства мають визначати напрями його діяльності на перспективу: вдосконалення своєї продукції, забезпечення результативності у технології,

зниження собівартості, підвищення якості, досягнення ефективності за низьких витрат виробництва, забезпечення достатньої рентабельності, визначення конкретних параметрів досягнення результату. Стратегія підприємства передбачає створення комплексної системи заходів, спрямованих на досягнення перспективних параметрів ефективності, реалізацію головної мети підприємства.

Тактика підприємства - засіб, який забезпечує реалізацію обраної стратегії. Тактика визначає конкретні короткострокові завдання, які забезпечують постійне наближення до поставленої мети. Вона розробляється і впроваджується керівництвом і працівниками низових ланок. Рішення з соціально-економічних питань, що стосуються господарської діяльності підприємства, виробляються і приймаються його органами управління за участі трудового колективу і уповноважених ним органів. Призначення (обрання) керівника підприємства є правом його власника, з ним укладається контракт (договір, угоди).

На підприємствах, які використовують найману працю, між власником або уповноваженим ним органом і трудовим колективом укладається колективний договір, яким регулюються виробничі, трудові та соціальні відносини його з адміністрацією підприємства, відповідно до законодавства про колективні договори.

Підприємство як самостійний суб'єкт господарювання виконує ряд функцій, в яких втілюються головні принципи його діяльності. Основні функції представлені в таблиці 1.1 .

Зазначені функції реалізуються у взаємозв'язку. Недооцінка будь-яких з них може негативно вплинути на загальний стан підприємницької діяльності, її кінцеві результати.

Здійснюючи свої функції, підприємство виконує дуже важливу роль в ринковій економіці. Як самостійний суб'єкт господарювання підприємство з огляду на із свої економічні інтереси (одержання прибутку) і виробничі можливості, вирішує такі важливі проблеми: які товари, роботи, послуги слід виробляти та в якій кількості? Як і для кого виробляти ці товари або послуги?

Функції підприємства

Назва	Характеристика
Мобілізаційна	полягає в тому, що підприємство мобілізує капітал, трудові та інші ресурси для їх виробничого використання
Організаційна	Організація технічного процесу та роботи працівників для досягнення вигоди
Економічна	полягає у маркетингових дослідженнях ринку товарів і послуг з метою найбільш ефективної реалізації виготовленої продукції; здійсненні господарських відносин з іншими суб'єктами ринку на основі договорів
Соціальна	поліпшення умов праці, життя і здоров'я, гарантії обов'язкового медичного страхування всіх працівників підприємства та їх сімей; забезпечення підготовки кваліфікованих працівників;
Зовнішньоекономічна	полягає у самостійному здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до чинного законодавства

Кожне підприємство як суб'єкт підприємництва незалежно від форм власності, розмірів, сфер діяльності та інших критеріїв має в результаті своєї господарської комерційної діяльності отримувати прибуток (дохід). Для цього воно має діяти на принципах комерційного розрахунку та власного комерційного ризику. [19, с.240]

Такими основними принципами є:

1. Самоокупність затрат (беззбитковість) і прибутковість. Цей принцип вимагає точного обліку й зіставлення витрат і результатів, повного відшкодування собівартості продукції, одержання прибутку.

2. Самофінансування - його суть не тільки у самоокупності витрат, а й у закріпленні частини одержаного прибутку за підприємством у його повне розпорядження. Джерелом фінансування підприємства є прибуток, амортизаційні відрахування, кошти, які одержані від продажу цінних паперів, пайових та інших внесків громадян, трудового колективу підприємства. Іншими словами, розвиток підприємства повністю забезпечується за рахунок власного капіталу, кредитів банку на комерційній договірній основі і за рахунок валютного виторгу.

3. Матеріальна зацікавленість у кінцевих результатах праці. Цей принцип передбачає подолання все ще існуючої "зрівнялівки" в оплаті праці, створення умов для заохочення ініціативи, підприємливості, досягнення найкращих кінцевих результатів.

4. Грошовий контроль за діяльністю підприємства. Кошти підприємств перебувають на розрахунковому рахунку в банку за місцем їх реєстрації або в іншому банку за його згодою. Банк здійснює всі види розрахунків підприємства, кредитні і касові операції. Підприємство застосовує у господарському обігові векселі. Якщо підприємство не виконує систематично свої зобов'язання за розрахунками, то може бути оголошене банком неплатоспроможним, тобто банкрутом.

5. Повна економічна відповідальність за кінцеві результати господарювання, виконання своїх договірних зобов'язань. Основною формою реалізації цього принципу є економічні санкції - вилучення незаконно одержаних доходів, відшкодування збитків, штрафи, неустойки, пені, зменшення або позбавлення премій.

6. Господарська самостійність у межах, передбачених законодавством. Цей принцип передбачає самостійне формування підприємством програми діяльності; залучення матеріально-технічних, фінансових та трудових ресурсів; встановлення цін на продукцію та послуги; вільне розпорядження прибутком, що залишається після сплати податків, зборів та інших платежів; здійснення зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємством належної йому частки валютного виторгу на свій розсуд.

Усі ці принципи комерційної господарської діяльності безпосередньо мають забезпечити організаційну основу інтенсивного характеру індивідуального відтворення на підприємстві з метою привласнення прибутку.

Підприємства в Україні здійснюють свою діяльність відповідно до вимог Господарського кодексу, якщо інше щодо підприємств окремих видів не

передбачено цим Кодексом та іншими законами, прийнятими відповідно до цього Кодексу.

Підприємства діють у найрізноманітніших сферах та умовах. Це породжує багато чисельність їх видів. Основним якісним параметром, за яким відбувається класифікація підприємств, є власність. Згідно з законами України "Про господарські товариства", підприємства України поділяються на різні види (рис. 1.1).

Класифікувати підприємства можна за різними критеріями. Так, за економічними показниками та чисельністю працюючих підприємства можна поділити на малі, середні та великі. За сферою діяльності розрізняються промислові, торговельні підприємства, у сфері послуг тощо.

У Господарському кодексі класифікація підприємств проведена за трьома критеріями:

- 1) формою власності;
- 2) способом утворення (заснування) та формування статутного фонду;
- 3) кількістю працюючих та обсягом валового доходу від реалізації продукції за рік.

Згідно з Господарським кодексом залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

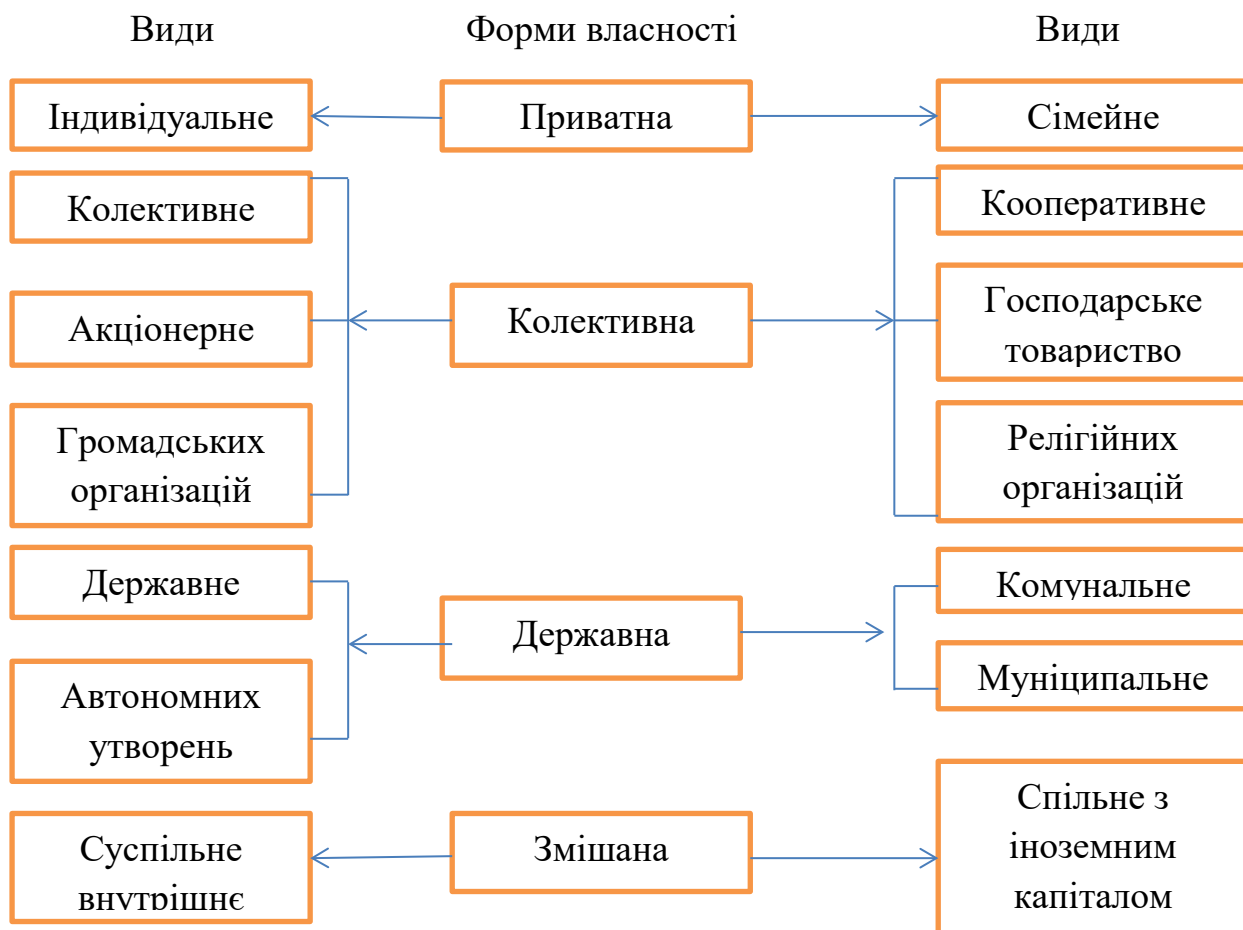


Рис. 1.1 Соціально-економічні види підприємств України

- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

Крім того залежно від способу утворення (заснування) і формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, що виділяє необхідне для цього майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та

ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

Залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік можуть бути віднесені до малих підприємств, середніх або великих підприємств.

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Великими підприємствами визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік перевищує тисячу осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік перевищує суму, еквівалентну п'яти мільйонам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Усі інші підприємства визнаються середніми. Приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання — юридичної особи. Порядок організації та

діяльності приватних підприємств визначається цим Кодексом та іншими законами. [1]

1.2 Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.

Управління є ціленаправлена координація суспільного виробництва. Це є управління машинами, механізмами і т. п. При цьому здійснюється і управління людьми та їх відносинами, які виникають в процесі виробництва.

В ринкових умовах для того, щоб вижити та досягти своїх цілей, організація, планування, мотивація і контроль, які необхідні для формування і досягнення цілей, повинні бути як результативними, так і ефективними.[20, с.112]

Відомий вчений в сфері управління П. Друккер, підкреслив, що результативність являється наслідком того, що “робляться потрібні і правильні речі”. А ефективність являється наслідком того, що “ці речі створюються правильно”. Планування в цьому випадку виконує велику роль, вирішуючи питання про те, якими повинні бути цілі організації, що повинна робити організація і як це робити. Саме за допомогою планування керівництво підприємства прагне встановити основні напрями для прийняття рішень, які забезпечать цей процес як єдине ціле.[8, с.49]

Таким чином, сутність планування, як функції управління підприємством, полягає в обґрунтуванні цілей і шляхів їх досягнення на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також визначення ефективних методів, способів і ресурсів всіх видів, необхідних для виконання цих завдань та встановлення їх взаємозв’язку. Планування є основною ланкою та організаційним початком всього процесу реалізації цілей підприємства.

Розглядаючи планування у вузькому розумінні, його можна визначити як систематизовану підготовку рішень. Планування, з цієї точки зору, означає системну підготовку до формування майбутнього стану підприємств. Головний сенс планування полягає у підвищенні ефективності діяльності підприємства

шляхом цільової орієнтації та координації всіх процесів, виявлення ризиків і зниження їх рівня, підвищення гнучкості й адаптованості до змін.[5, с.276]

Основними загальними функціями управління підприємства є планування і прогнозування, організація, координація і регулювання, активізація і стимулювання, облік, аналіз і контроль.

Планування у структурованій за різновидами управлінській діяльності слугує основою для прийняття управлінських рішень.

Прогнозування в управлінському циклі передуює плануванню і його завдання полягає в науковому передбаченні розвитку виробництва, а також у пошуку рішень, які забезпечать розвиток виробництва та його частин в оптимальному режимі.

Організація – це діяльність, що направлена на створення та розвиток структури господарської системи, включає регламентацію окремих елементів процесу управління і в залежності від об'єкту поділяється на організацію виробництва, організацію праці і організацію управління.

Завданням координації є забезпечення необхідної узгодженості дій працівників підприємства, тобто координація їх дій відповідно до плану.

Функція регулювання полягає в ефективному регулюванні та забезпеченні нормального проходження виробничих процесів на підприємстві. Якщо процес прийняття рішень відбувається без систематичної підготовки, то мають місце інтуїтивні імпровізовані рішення. Такі рішення, як правило, приймаються за умов нестачі інформації і безпосередньо перед їхньою реалізацією. Сутність регулювання при даному підході полягає в розробці прийнятого рішення в деталях і наданні розпоряджень щодо його виконання. Тому регулювання вважається частиною процесу планування.

Облік слугує базою для планування та аналізу виробничо-господарської діяльності з метою контролю та підвищення ефективності виробництва шляхом виявлення резервів.

Роль контролю як функції управління полягає в тому, що він являється засобом здійснення зворотного зв'язку в системі управління. Головний його сенс полягає у створенні гарантій виконання планових рішень.

До процесів контролю включають:

- визначення результатів діяльності на основі співставлення результатів здійснення рішень із запланованими;
- порівняння показників очікуваного і фактичного виконання планів;
- аналіз ймовірних відхилень від запланованих показників;
- перевірка припущень;
- перевірка методичної та змістової узгодженості планового процесу.

Активізація в управлінні досягається комплексним застосуванням методів морального і матеріального стимулювання. В основі матеріального стимулювання лежать матеріальні потреби особистості, а в основі морального – соціальні потреби людини (потреби в спілкуванні, повазі тощо).

Планування розпочинається із розробки загальних цілей, далі визначаються конкретні, деталізовані цілі на заданий період, визначаються шляхи та засоби їх досягнення, і нарешті, здійснюється контроль за досягненням поставлених цілей. При цьому планування, передбачаючи майбутнє, завжди ґрунтується на визначених гіпотезах стану оточуючого середовища. [22, с.143]

Оскільки на будь-якому підприємстві планування базується на неповних даних, навіть якщо на ньому чітко налагоджена система бухгалтерського і статистичного обліку, існує проблема в тому, що деякі аспекти функціонування економічної системи не піддаються оцінці, а залежать від зовнішнього середовища, яке характеризується швидкою мінливістю. В західній економіці ця мінливість пояснюється в першу чергу високою насиченістю споживчого попиту, його індивідуальним і швидкозмінним характером.

Вимоги зі сторони попиту диктують зрушення інших факторів зовнішнього середовища: технологій, комунікацій, соціальних відносин тощо. Показники ринку являються вихідними для складання плану підприємства. Тому при прийнятті рішень потрібно опиратись на постійне поновлення даних про зовнішнє

середовище, їх аналіз, пошук нових стратегій і підходів. Оскільки прийняття рішень може здійснюватися за невизначеності умов, тобто враховувати декілька гіпотез зміни навколишнього середовища, коли може бути задана ймовірність тієї чи іншої ситуації, то рішення можуть бути прийняті з ризиком. Якщо ж немає можливості навіть оцінити ймовірність настання подій, то рішення приймаються за правилами так званого “феномену невизначеності”.

Оцінка зовнішнього середовища здійснюється для того, щоб:

- виявити зміни, що існують у середовищі;
- визначити, які фактори зовнішнього середовища можуть являти загрозу для підприємства. Наприклад, контроль діяльності конкурентів дозволить керівництву підприємства постійно бути готовим до всіляких дій конкурентів;
- оцінити, які фактори зовнішнього середовища можна використати для досягнення цілей.

При аналізі зовнішнього середовища можна отримати наступні важливі результати: прогнозувати непередбачувані обставини, розробити заходи щодо їх запобігання, перетворити потенційні загрози та ризики у вигідні можливості.

Новим явищем в теорії та практиці сучасного управління, економічного аналізу, планування, управлінського обліку та менеджменту є контролінг. Слово “контролінг” виникло від англійського “to control” – контролювати, керувати. Контролінг переводить підприємства на якісно новий рівень управління, направляючи діяльність різних служб та підрозділів підприємства на досягнення оперативних та стратегічних цілей. [4, с.201]

Велике значення в діяльності підприємства відіграє бізнес-планування.

Бізнес-план – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започатковуваного комерційного проекту. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї. [12]

Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди). [14, с.61]

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

- підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;
- розробка бізнес-плану;
- презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів. [3, с.65]

Складанню бізнес-плану передують визначення цілей власного бізнесу в загалі і бізнес-плану зокрема.

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності.

Бізнес-план дає змогу розв'язати цілий ряд завдань, основними серед яких є:

- 1) обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства;
- 2) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку;
- 3) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;
- 4) підбір працівників, спроможних реалізувати даний план.

Кожне завдання плану може бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими. Центром бізнес-плану є концентрація фінансових ресурсів. Саме бізнес-план виступає важливим засобом збільшення капіталу підприємства. Процес складання

плану дає змогу глибоко проаналізувати розпочату справу у всіх деталях. Бізнес-план є основою бізнес-пропозиції у переговорах з майбутніми партнерами, він відіграє важливу роль при комплектуванні основного персоналу підприємства.

Таким чином, бізнес-план, по-перше, може бути використаний для розробки концепції бізнесу, для детального відпрацювання стратегії, для попередження помилок шляхом детального аналізу маркетингу, фінансів, виробничої діяльності підприємства.

По-друге, бізнес-план є інструментом, за допомогою якого суб'єкт господарювання може оцінити фактичні результати своєї діяльності за певний період.

По-третє, бізнес-план є засобом залучення коштів.

Підприємства, що вже сформувались, при розробці бізнес-плану мають певні переваги порівняно з підприємствами-початківцями. Цифри, які вони використовують для розрахунків, надійно обґрунтовані результатами їх діяльності, їх задуми на майбутнє впливають з їх колишньої стратегії, спираючись на успіхи підприємства, досвід, набутий на своїх помилках. [5, с.16]

На шляху створення будь-якої справи постає ряд суттєвих перешкод, кожна з яких за відсутності необхідного підходу може стати причиною виникнення проблемної ситуації. До них відносяться організація управління, накопичення капіталу, розробка та маркетинг продукту, підтримання на необхідному рівні валового прибутку та захист бізнесу від небажаного впливу. Статистика свідчить, що 75% усіх нових починань у бізнесі є невдалими в перші роки.

При виникненні будь-яких труднощів суб'єкт підприємницької діяльності повинен дослідити стан бізнесу та виявити можливі перешкоди. Кожного разу, з'ясувавши та вирішивши певну проблему, підприємство тим самим звільняється ще від однієї перешкоди, яка може призвести до невдачі, і, таким чином, підвищує свої шанси на успіх.

Багато з проблем можуть бути вирішені шляхом постійного уточнення бізнес-плану з метою приведення його у відповідність до умов, що змінюються. Це дасть

можливість використовувати бізнес-план як реальний критерій оцінки фактичних результатів діяльності підприємства.

Бізнес-план минулого року може показати, яка із стратегій компанії виявилась ефективною, а яка ні, і наскільки результативним був той чи інший спосіб його реалізації.

При вивченні фактичних результатів роботи порівняно з бізнес-планом виявляються позитивні та негативні сторони організації, які можна використати для усунення відхилень між плановими і фактичними показниками.

Фінансовий розділ попереднього бізнес-плану може використовуватись як засіб об'єктивного спостереження за розвитком бізнесу. Фінансові прогнози, закладені у плані, становлять основу бюджету підприємства. Відхилення від розрахунків виявляються у статтях, де або думки про необхідні ресурси були хибними, або контроль в період виконання плану був недостатнім. Отже, крім управлінської функції бізнес-плану, його можна використовувати як засіб моніторингу.

Бізнес-план може сприяти залученню інвесторів та кредиторів. Перед тим, як ризикувати своїм капіталом, інвестори мають впевнитись у надійності розробки проекту та мати уявлення про його ефективність. Вони мають вивчити бізнес-план перед розглядом можливості капіталовкладень.[25, с.209]

Для розробки бізнес-плану діючого підприємства спочатку необхідно оцінити економічний та фінансовий план підприємства, та повністю охарактеризувати підприємство та його діяльність.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КП «ЖОВТНЕВІ ЛАСОЦІ»

2.1. Характеристика підприємства

Кооперативне підприємство (КП) «Жовтневі ласощі» створено в 2003 році. Діяльність підприємства здійснюється відповідно до чинного законодавства України та згідно зі Статутом. Підприємство функціонує на території Миколаєва . Основний вид економічної діяльності виробництво сухарів, печива, пирогів і тістечок тривалого зберігання, також підприємство виробляє продукцію на замовлення малого строку зберігання (торти весільні, на день народження, та ін..). Юридична адреса: вулиця Остапа Вишні, буд. 88, м. Миколаїв, Миколаївська обл., 54050.

Підприємство є юридичною особою, має самостійний баланс, але підпорядковується Центральній спілці споживчих товариств України, 70% майна належать Жовтневій районній споживспілці, (30% директору КП). [21, с.9]

КП відноситься до малих підприємств так як середня кількість персоналу за рік 20 чоловік . Мале підприємство - підприємство, на якому середньооблікова чисельність працюючих за рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей же період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньомісячним курсом Національного банку України щодо гривні (відповідно до Господарського кодексу України). Працює в одну зміну без вихідних, виробництво переважно ручне.

Обсяг виробництва визначається відповідно до замовлень оперативно. Збут відбувається по системі продуктових магазинів споживспілки, а також

користуються послугами дистрибуційної компанії ПП Кістанов, які в свою чергу захоплюють територію міста Миколаєва та Миколаївської області.

Найвищим органом управління КП «Жовтневі ласощі» є його керівник (директор). Директор представляє інтереси компанії, укладає договори, трудові угоди, відкриває в банках розрахункові рахунки, розпоряджається засобами організації, затверджує штати і посадові інструкції, видає накази і дає обов'язкові для всіх працівників вказівки.

Також до управлінського персоналу входить головний бухгалтер, який забезпечує ведення [бухгалтерського обліку](#), дотримуючись єдиних методологічних засад, встановлених Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, з урахуванням особливостей діяльності підприємства і технології оброблення облікових даних. Організовує роботу [бухгалтерської служби](#), контроль за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій. Вимагає від [підрозділів](#), служб та працівників забезпечення неухильного дотримання порядку оформлення та подання до обліку [первинних документів](#). [13]

В даному сегменті виду продукції багато конкурентів як серед підприємств-гігантів (Київ-Конті, Рошен), так і серед дрібних, місцевих виробників (ПП Ласунка, та ін.). Не дивлячись на це КП працює прибутково, і продовжує розвиватись.

2.2. Оцінка стану та динаміки виробничих ресурсів підприємства

Аналіз засобів праці розпочинають з вивчення обсягу та динаміки основних засобів. Збільшення вартості основних засобів може свідчити не тільки про ріст виробничого потенціалу підприємства, але і про зниження мобільності капіталу, зменшення власного оборотного капіталу та погіршення показників фінансової стійкості. Враховуючи ці негативні наслідки росту

вартості основних засобів, виникає необхідність детальної оцінки доцільності відволікання фінансових ресурсів на ці вкладення. В процесі аналізу досліджуваного підприємства перш за все слід розглянути технічний рівень розвитку виробництва, склад, структуру, показники руху, технічний стан та забезпеченість підприємства основними засобами.

Основні засоби, що беруть участь у виробництві, поділяють на активні, що безпосередньо діють на предмети праці (машини й устаткування), і пасивні, що створюють умови для виробничого процесу (будівлі, споруди, господарський інвентар та ін.). У нашому випадку на підприємстві є тільки машини і обладнання, та інструменти.

Для аналізу структури основних засобів підприємства, їх динаміки, рівня оновлення і зносу використаємо таблицю 2.1.

Таблиця 2.1.

Оцінка складу, структури і динаміки основних засобів за 2020 рік

Групи основних засобів	На початок періоду		На кінець періоду		Динаміка	
	Сума, тис.грн.	Структура, %	Сума, тис.грн.	Структура, %	абсолютна	відносна, %
Машини та обладнання	377	75,0	370	75,0	7	98
Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	126	25,0	124	25,0	2	98
Разом	503	100	494	100	9	98

За даними таблиці можна зробити висновок, що вартість основних засобів за звітний період зменшилась на 9 тис. грн. або на 2%, зменшення основних засобів відбулося за рахунок їх зносу, в даному випадку підприємство прийняло більш продуктивні методи виробництва. За даними таблиці реальне зменшення основних засобів становить 9 тис. грн..

Характеристику руху основних засобів дають коефіцієнт зносу. Технічний стан основних засобів характеризується коефіцієнтами зносу, придатності, їх віковим складом. Зіставляючи суму зносу основних засобів за аналізований період з їх первісною вартістю, розрахуємо коефіцієнт зносу.

$$2019 \text{ рік} \quad K=60/563=0.11$$

$$2020 \text{ рік} \quad K=69/563=0.12$$

Отже за період коефіцієнт зносу збільшився на 0.01, це свідчить про те, що технічний стан основних засобів треба оновлювати, проте їх стан задовільний.

Коефіцієнт придатності – це різниця між одиницею і коефіцієнтом зносу:

$$K_{\text{прид}} = 1 - K_{\text{зносу}}.$$

$$2019 \text{ рік} \quad K=1-0.11=0.89$$

$$2020 \text{ рік} \quad K=1-0.12=0.88$$

Очевидно що за даним показником основні засоби в задовільному стані і не потребують термінового оновлення.

Узагальнимо наші показники в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Розрахунок коефіцієнтів руху основних засобів за 2020 рік

№	Показники	На початок року	На кінець року
1.	Первісна вартість основних засобів (без врахування індексації), тис. грн.	563	563
2.	Первісна вартість основних засобів, тис.грн.	563	563
3.	Надійшло в звітному періоді основних засобів, тис. грн.	-	-
4.	Коефіцієнт оновлення (ряд.3 : ряд.1,)	-	-
5.	Вибуло в звітному періоді основних засобів	-	9
6.	Коефіцієнт вибуття (ряд.5 : ряд.1, гр.2)	—	0.016
7.	Сума зносу, тис.грн.	60	69
8.	Коефіцієнт зносу (ряд.7 : ряд.2)	0,89	0,88
9.	Коефіцієнт придатності	0,11	0,12

Ефективність використання основних засобів характеризується такими основними показниками:

- фондівдачею (як відношенням обсягу продукції до вартості основних засобів);
- фондомісткістю (як відношенням вартості основних засобів до обсягу продукції);
- рентабельністю основних засобів (як відношенням валового прибутку до вартості основних засобів);
- капіталовіддачею (як відношенням чистого доходу до вартості основних засобів);
- коефіцієнтом використання виробничої потужності. [8, с.208]

Одним із основних показників ефективності використання основних засобів є фондівдача, яка показує вартість виготовленої продукції в розрахунку на одну гривню авансовану в основні засоби.

Розглянемо показники ефективності використання основних засобів в порівняльній таблиці 2.3. за 2019 та 2020 рік. Приведені дані свідчать про те, що ефективність використання основних засобів є достатньо високою. Це підтверджується абсолютними значеннями показників фондівдачі, рентабельності та капіталовіддачі основних засобів.

Таблиця 2.3.

Оцінка показників ефективності використання основних засобів

Показники	Період		Відхилення
	2019р.	2020р.	
1. Обсяг продукції, тис. грн.	880	1108	-51.2
2. Середня вартість основних засобів, тис. грн.	500	498.5	-1.5
3. Валовий прибуток, тис. грн.	104.4	83	-21.4

4. Чистий дохід, тис. грн.	1237.6	1165	-72.6
5. Фондовіддача основних засобів (ряд.1 : ряд.2), грн.	1.76	2.2	0.44
7. Рентабельність основних засобів (ряд.3 : ряд.2)	0.2	0.17	-0.03
8. Капіталовіддача основних засобів (ряд.4 : ряд.2)	2.5	2.4	-0.1

Як бачимо з таблиці, у 2020 році фондовіддача зросла на 440 грн., тобто ефективність використання основних засобів покращується. Рентабельність знизилась на 0.03. Це стало результатом впливу коливання ціни на сировину.

Проаналізуємо структуру оборотних коштів за 2019 та 2020 роки у табл.2.4.

Таблиця 2.4.

Аналіз структури оборотних коштів

Показник	2019 рік		2020 рік		Відхилення	
	Сума, тис. грн.	% до підсумку	Сума, тис. грн.	% до підсумку	Сума, тис. грн.	% до початку року
Запаси:						
виробничі запаси	19	24	34	37	5	26

Дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги.	56.1	72	36	39	17.1	30.4
Дебіторська заборгованість за рахунками	0	0	11	12	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:						
у національній валюті	2.6	0.4	11	12	8.4	323
Разом	77.7	100	92	100	30.5	39.2

З аналізу видно, що за період на підприємстві значно зросла сума оборотних коштів. Це зростання відбулося за рахунок збільшення виробничих запасів та грошових коштів. Аналізуючи оборотні активи, бачимо, що в структурі найбільшу частку складають дебіторська заборгованість за товари, це свідчить про те, що покупці розраховуються не своєчасно.

Розрахуємо показники оборотності оборотних коштів за 2 роки у табл. 2.5

На підприємстві коефіцієнти оборотності оборотних коштів збільшується з 0,24 у 2019 році до 0,37 у 2020 році. Це свідчить про збільшення ефективності використання оборотних коштів, тому що підприємство від кожної гривні вкладеної в оборотний капітал отримує більше доходу. Коефіцієнт оборотності запасів зменшився, але не суттєво.

Таблиця 2.5.

Показники оборотності оборотних коштів

№ з/п	Показник	Значення показника	Позитивна динаміка
-------	----------	--------------------	--------------------

		2019р.	2020р.	
1	Робочий капітал, тис. грн. (P_k)	77.7	92.0	Незмінний
2	Маневреність робочого капіталу, M_k	0.24	0.37	Зростання
3	Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, K_o	10.9	16.1	Зростання
4	Тривалість обороту оборотних коштів, дні	33	22.4	Зменшення
5	Коефіцієнт оборотності запасів, K_{oz}	44.6	43.7	Зменшення

У підприємства є наявності робочий капітал, що означає фінансування частини оборотних коштів за рахунок власного капіталу, а значить спроможність підприємства підтримувати свою діяльність у випадку стягнення кредиторської заборгованості..

2.3. Оцінка результативності роботи підприємства

Фінансові результати підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупність виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. [10, с.187]

Розрахуємо структуру собівартості реалізованої продукції в табл. 2.6.

Таблиця 2.6.

Структура собівартості реалізованої продукції за елементами операційних витрат, тис грн. та %

Найменування показника	Код рядка	2019 рік	Структура, %	2020 рік	Структура, %
Матеріальні затрати	230	817.6	69	702	61
Витрати на оплату праці	240	231.7	20	288	26
Відрахування на соціальні заходи	250	85.3	7	106	9
Амортизація	260	7.9	1	9	1
Інші операційні витрати	270	37.4	3	34	3
Разом	280	1179.9	100,00	1139	100,00

Із таблиці видно, що за 2019 та 2020 роки найбільшу частку операційних витрат займають матеріальні затрати та оплату праці.

Проаналізуємо динаміку собівартості реалізованої продукції за 2 роки у табл.2.7.

Таблиця 2.7.

Динаміка собівартості реалізованої продукції за елементами
операційних витрат

Найменування показника	Код рядка	2019 р.	2020р.	Відхилення	
		тис. грн.		Абсолютне, тис грн.	Відносне, %
Матеріальні затрати	230	817,6	702	-115,6	-14,1
Витрати на оплату праці	240	231,7	288	56,3	24,3
Відрахування на соціальні заходи	250	85,3	106	20,7	24,3
Амортизація	260	8	9	1	14
Інші операційні витрати	270	37	34	-3,4	-9
Разом	280	1180	1139	-41	-3

Із таблиці вище видно, що за 2020 рік порівняно із 2019 роком зменшилися:

матеріальні витрати на 115.6 (14.1%), це пов'язано з купівлею нової упаковки на товар.

операційні витрати на 3.4 (9%) що пов'язано зі зростанням інфляції та нестабільністю курсу валют.

Всі інші показники зросли, що свідчить про стабільну роботу підприємства.

Проаналізуємо ліквідність досліджуваного підприємства у табл.2.8. Аналіз ліквідності дозволяє визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання. Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина боргів може бути сплачена негайно. Значення цього показника за 2019 р. становить 0.09 та 0.38 за 2020р..

Таблиця 2.8.

Показники ліквідності підприємства

№	Показники	Значення показників	
		2019 рік	2020 рік
1	Коефіцієнт готівкової ліквідності = = Грошові кошти та їх еквіваленти у національній та іноземній валюті: поточні зобов'язання	0,09	0,38
2	Коефіцієнт поточної ліквідності = = Сума оборотних активів: поточні зобов'язання	2,8	3,2
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності = = (Поточні фінансові інвестиції + Грошові кошти та їх еквіваленти у національній валюті + Грошові кошти та їх еквіваленти в іноземній валюті): поточні зобов'язання	0,09	0,38
4	Коефіцієнт швидкої ліквідності = = (Сума оборотних активів – виробничі запаси – товари): поточні зобов'язання	2,1	2
5	Чистий оборотний капітал = = Сума оборотних активів – поточні зобов'язання, тис. грн..	50.2	63

Аналіз ліквідності дозволяє визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання. Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності

показує, яка частина боргів може бути сплачена негайно. Значення цього показника за 2019 р. становить 0.09 та 0.38 за 2020р., що свідчить про збільшення рівня ліквідності порівняно з минулим роком.

Коефіцієнт поточної ліквідності показує достатність ресурсів, що можуть бути використанні для погашення його поточних зобов'язань. Значення цього показника на початок періоду становив 2.8 , а на кінець періоду помітна позитивна тенденція росту показника до 3.2. Це означає, що підприємство здатне погасити поточні зобов'язання протягом року.

Коефіцієнт готівкової ліквідності за 2019 рік відповідає нормі. Коефіцієнт швидкої ліквідності також відповідає нормі за 2020 рік. Чистий оборотний капітал в 2020 році зріс 12.8 тис. грн..

Розрахуємо показники ділової активності підприємства у табл.2.9.

Таблиця 2.9.

Показники ділової активності підприємства

	Показники	Значення показників		Відхилення
		2019 рік	2020 рік	
	Коефіцієнт оборотності активів = = Чистий дохід (виручка) від реалізації товарів: баланс активів (сума активів)	2,1	2	-0,1
	Коефіцієнт оборотності основних засобів = Чистий дохід (виручка) від реалізації товарів: первісна вартість основних засобів	2.2	2,1	-0,1

	Коефіцієнт оборотності статутного капіталу = = Чистий дохід (виручка) від реалізації товарів: статутний капітал	2,6	2.5	-0.1
--	--	-----	-----	------

За усіма показниками спостерігається тенденція падіння, це є негативним фактором для подальшого функціонування підприємства. Ступінь привабливості функціонування підприємства найточніше визначає показник рентабельності. Рентабельність – це якісний показник, який характеризує рівень використання наявних ресурсів у процесі виробництва. Проаналізуємо показники в табл.2.10.

Із таблиці 2.10. робимо висновок, що і в 2019 і 2020 роках підприємство працювало прибутково, проте треба відмітити, що показники за 2020 рік гірші ніж за попередній.

Таблиця 2.10.

Показники рентабельності підприємства

№	Показники	Значення показників	
		2019 рік	2020 рік
1	Коефіцієнт рентабельності активів = Чистий прибуток або збиток / Середнє значення активів (баланс активів)	0,07	0,02
2	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу = Чистий прибуток або збиток / Середнє значення власного капіталу (розділу 1 балансу)	0,08	0,02
	Коефіцієнт рентабельності діяльності = Чистий прибуток або збиток / Чистий дохід (виручка) від реалізації товарів, робіт, послуг	0,03	0,01

Із таблиці 2.10. робимо висновок, що і в 2019і 2020 роках підприємство працювало прибутково, проте треба відмітити, що показники за 2020 рік гірші ніж за попередній.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що підприємство рентабельне і працює ефективно. Деякі показники негативно змінились, але залишились в межах норми, такі зміни можна пояснити нестабільною економікою в країні за звітний рік.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН РОЗВИТКУ КП «Жовтневі ласощі»

3.1 Резюме

Кооперативне підприємство «Жовтневі ласощі» створено в 2001 році. Діяльність підприємства здійснюється відповідно до чинного законодавства України та згідно зі Статутом.

Функціонує на території Миколаєва. Основний вид економічної діяльності виробництво сухарів, печива, пирогів і тістечок тривалого зберігання, також підприємство виробляє продукцію на замовлення малого строку зберігання (торти весільні, на день народження, та ін.). Юридична адреса: вулиця Остапа Вишні, буд. 88, м. Миколаїв, Миколаївська обл., 54050.

Підприємство є юридичною особою, має самостійний баланс, але підпорядковується Центральній спілці споживчих товариств України, 70% майна належать Жовтневій районній споживспілці, (30% директору КП).

Основна виробнича продукція:

- печиво з наповнювачами;
- сухарі;
- тістечка;
- торти, пироги.

Задум розвитку: розширити сферу збуту, відкрити власний торговий відділ.

Мета: в результаті реалізації проекту добитись збільшення обсягу збуту продукції на 30%, отримати додатковий прибуток, знизити ціну продукту для споживача за рахунок усунення посередників, розширити мережу збуту.

Основні завдання:

1. Відкриття торгового відділу в межах підприємства.
2. Отримання додаткового прибутку для покриття витрат пов'язаних з відкриттям нових відділів.

Переваги власного торгового відділу :

1. Контроль за добросовісним виконанням обов'язків.
2. Робота без посередників, що в свою чергу робить ціну нижчою для споживача.
3. Можливість швидкого реагування на пластичність попиту.
4. Розширення мережі збуту.

Перспективи: вихід на ринок в сусідніх областях, збільшення об'ємів виробництва.

Фінансування проекту відбувається за рахунок власних коштів власників. Необхідна сума інвестування 260 000 гривень. Термін окупності 18,5 місяців. Рентабельність інвестицій проекту 22%.

3.2. Опис продукту

Дане КП спеціалізується на виготовлення кондитерських виробів з коротким терміном зберігання: печиво, печиво з наповнювачем, торти, пироги, тістечка.

Продукція характеризується високою якістю та оригінальним оформленням своєї продукції. Асортимент змінюється відповідно до сезону. Влітку виробництво переважно налаштоване на вироблення продукції без наповнювачів та тортів з масляним кремом, що пов'язано зі зберіганням товару. Взимку виготовляється більше пирогів та тортів з вершковим кремом, адже товар псується повільніше, і взимку більше свят. Також вагомий відсоток виробництва припадає на виготовлення кондитерських виробів на замовлення.

До переваг продукції нашого КП можна також віднести те, що для виробництва використовується сировина постачальників, які перебувають у власності одного з акціонерів підприємства, що у свою чергу робить товар дешевшим без втрати якості.

Розрахунки об'ємів виробів відбуваються лише після отримання замовлення від роздрібних торговців, що виключає факт поставки «несвіжого» товару.

3.3. Маркетинговий план

Вивчення попиту на продукцію

Так як на підприємстві немає власного відділу маркетингу, то реклама продукції в ЗМІ відсутня. За сучасних умов щоб бути конкурентоспроможним, необхідно проводити PR-діяльність. На ринку кондитерських виробів дуже багато конкурентів, тому необхідно звернути увагу споживача на переваги саме цього продукту. Зараз чітко просліджується тенденція до споживання печива виробництва якого більш наближене до домашньої випічки.

Реклама і просування продукції на ринок

Передбачаються наступні заходи:

- розміщення реклами в спеціалізованій пресі, бізнес-пресі, рекламних проспектів;
- розміщення реклами на біл-бордах;
- розміщення реклами на радіо.

Основою маркетингового плану є започаткування свого торгового відділу. Як показує досвід інших компаній, наявність торгового відділу на підприємстві дає змогу збільшити об'єми збуту товару більше ніж на 30 відсотків, що забезпечує отримання додаткового прибутку. Найбільше затрат в даному випадку припадає на оплату праці торгових агентів та доставку продукції.

Для відкриття торгового відділу необхідно:

1. Прийом на роботу досвідченого начальника торгового відділу для керівництва над торговими агентами, торгових агентів, водіїв, експедиторів.
2. Налаштування системи прийому та обробки замовлень.

3. Розробка системи доставки.
4. Закупівля вантажного транспорту для доставки товару.
5. Розробка кольорових презентерів.

Також необхідно враховувати що для ново найнятих торгових агентів потрібно провести серію тренінгів щодо специфіки реалізації товару виробника. Враховуючи що агенти будуть з досвідом роботи, то достатньо буде провести навчання яке стосується лише специфіки саме нашого продукту, що можна зробити силами співробітників підприємства, а це в свою чергу виключає потребу в найманні спеціалістів-маркетологів для проведення тренінгу.

Щодо фінансування роботи торгового відділу планується застосувати систему самофінансування. Сам принцип роботи відділу буде схожий на роботу дистрибуційних компаній, тобто ціна реалізації через відділ буде більша від ціни нашого підприємства на певний відсоток, саме цей відсоток і буде джерелом самофінансування.

Дослідження попередніх періодів показали, що на території Миколаєва та області сума реалізації товару на одну торгову точку в середньому 2000 грн. в місяць. Якщо дослідити досвід роботи дистрибуційних компаній, то можна зробити висновок, що один торговий агент може опрацьовувати біля 100 точок, тобто виручка від роботи трьох агентів за місяць може скласти 600000 грн.. Звідси, якщо націнка торгового відділу буде навіть не значною для споживача, припустимо 7%, то на утримання нашого торгового відділу припаде 42000 грн. Зведемо витрати торгового відділу в таблицю 3.1.

Отже, отримуємо: ціну дешевшу ніж в посередників на 13%; збільшення обсягів збуту на 30%; відкриття великих перспектив на майбутнє.

Так само передбачається співпраця з PR-агенціями.

Підсумуємо витрати необхідні для реалізації нашого маркетингового плану в таблиці 3.2 .

Таблиця 3.1

Витрати торгового відділу

№	Стаття витрат	Сума, грн.
1	Фонд оплати торгових агентів	21000
2	Оплата праці НТВ	8000
3	Оплата праці водіїв-експедиторів	7000
4	Відрахування на соціальний внесок	7400
5.	Пальне	5000
6.	Інше	5000
	Всього	37400

Таблиця 3.2

Витрати на реалізацію маркетингового плану

№	Стаття витрат	Сума, грн..
	Капітальні інвестиції	
1.	Закупівля вантажного автомобіля «Соболь».	150000
2.	Випуск кольорових презентерів та прайслистів.	2000
3.	Закупівля комп'ютерів з відповідним програмним забезпеченням.	15000
	Постійні витрати	
4.	Оплата праці начальника торгового відділу	8000
5.	Оплата праці торгових агентів (3 чоловіка)	21000
6.	Оплата праці водіїв-експедиторів	7000

3.4 Виробничий план.

Технологічна схема виробництва включає в себе шість ділянок:

1. Склад (розвантаження, сортування, маркування, укладання, зберігання).
2. Виробнича ділянка (випічка, виготовлення напівфабрикатів);
4. Склад напівфабрикатів (сортування, зберігання);

5. Пакувальна ділянка (складання, сортування, пакування);

6. Маркування (маркування упаковки).

Необхідне додаткове обладнання для реалізації бізнес плану вказане в таблиці 3.3 .

Планується збільшення реалізації продукції на 30%. Відповідно до цього необхідно збільшити виробництво на такий же відсоток. Дані зміни будуть відбуватись за рахунок збільшення чисельності основних робочих та закупівлею додаткового устаткування.

Таблиця 3.3

Необхідне обладнання

№	Найменування устаткування	Вартість (тис. грн.)
1.	Конвекційна піч Retigo HP 8	75,5
2.	Міксер планетарний OZTI OM 40 MF	27,5
3.	Разом	103,0

Необхідна кількість персоналу для реалізації бізнес-плану вказана в таблиці 3.4 .

Таблиця 3.4

Необхідна кількість персоналу

№	Посада	Кількість
1.	Управлінський апарат	3
2.	Пекарі	25
3.	Вантажники	2
4.	Водії-експедитори	2
5.	Торгові агенти	3

Комерційна стратегія бізнесу враховує сезонні коливання попиту на готову продукцію, проте кадрова політика підприємства передбачає однією з цілей успішної роботи - збереження і зміцнення висококваліфікованих

фахівців протягом всього календарного періоду. Одночасно, для вибраної тактики виробництва і реалізації продукції будуть потрібні резерви фінансових ресурсів для початкової закупівлі матеріалу. Також немає необхідності в оренді нових складів, так як раніше вони були заповнені не повністю. Нове устаткування споживає набагато менше електроенергії ніж старе, тому додаткові витрати на неї будуть незначними.

Загалом суттєвих змін в технології виробництва не планується, адже продукція й без того користується попитом. Проте якість може частково зрости за рахунок використання нової печі.

3.5 Організаційний план.

Організаційна структура підприємства кардинально не змінюється, але відкривається торговий відділ, відповідно усі кадрові нововведення стосуються нового відділу на підприємстві.

Охарактеризуємо нові посадові місця необхідні для реалізації бізнес-плану в таблиці 3.5 .

Таблиця 3.5

Характеристика посад торгового відділу

Назва	Характеристика	Обов'язки
Начальник торгового відділу	Керівник торгового відділу, голова над торговими агентами	Нарахування заробітної плати торговим агентам, розробка стратегії роботи відділу, відповідальний за виконання планів продажу, зіставлення генеральної заявки для виробництва, логістика
Торговий агент	Спеціаліст з продажу, посередник між виробником та точкою реалізації продукції	Реалізація товару роздрібним торговцям, розширення клієнтської бази, збір коштів за товар, просування іміджу торгової марки
Водій- експедитор	Людина яка займається безпосередньо доставкою товару	Доставка товару, зберігання товару в належному стані під час доставки, збір коштів за необхідності.

Видно що на начальника торгового відділу припадає багато різних обов'язків, зазвичай на великих підприємствах в торговому відділі є окремо

бухгалтер, логіст, оператор. Але так як наше підприємство є малим, і в зв'язку з малими об'ємами товарообороту ці обов'язки може виконувати одна людина.

Важливим фактором є дотримання усім персоналом своїх прямих обов'язків та ієрархії в середині колективу. Проте в той же час необхідна підтримка дружніх відносин в колективі для продуктивності роботи.

3.6.Фінансовий план

Реалізація бізнес-плану планується за рахунок власних коштів власників.

Для додаткової комплектації ділянок цеху технологічним обладнанням необхідно виконати закупівлю промислових печі та міксеру. Планується придбання німецького обладнання, що дозволить значно підвищити якість продукції та продуктивність роботи. В об'єкти інвестування також включені витрати на закупівлю вантажного авто та інші пов'язані з відкриттям торгового відділу та просуванням товару на ринок.

Так як товар не новий на ринку, і вже встиг себе зарекомендувати, то він не потребує значних витрат на просування. Витрат на оренду додаткових приміщень даний план також не потребує, адже КП має достатню площу для реалізації плану.

Капітальні витрати представленні в таблиці 3.6.

З таблиці бачимо що найбільшу питому вагу капітальних інвестицій займає придбання автомобіля. Це є нормальним явищем, адже власна система доставки є невід'ємною частиною плану.

Для впровадження бізнес-плану в життя необхідно розробити план реалізації проекту, в якому в обов'язковому порядку зазначити періоди реалізації кожної частини плану. Необхідно це для чіткого визначення періоду інвестування коштів. Період реалізації плану 24 місяці (2 роки).

Таблиця 3.6

Капітальні витрати

№	Стаття витрат	Сума, грн.
1.	Конвекційна піч Retigo HP 8	75500
2.	Міксер планетарний OZTI OM 40 MF	27500
3.	Закупівля вантажного автомобіля «Соболь».	150000
4.	Випуск кольорових презентерів та прайслистів.	2000
5.	Закупівля комп'ютерів з відповідним програмним забезпеченням.	5000
6.	Всього	260000

План робіт щодо реалізації бізнес-плану та отримання прибутку за 2024 та 2025 роки представлені в таблицях 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11.

1. Чистий дохід за весь період виконання замовлення дорівнює 156800 грн.

2. Чистий приведений дохід (ЧПД) – накопичений дисконтований ефект за розрахунковий період.

Розраховується наростаючим підсумком значень дисконтованого грошового потоку в кожному розрахунковому періоді (поточний чистий приведений дохід). Чистий приведений дохід за весь період – це значення показника в останньому періоді.

Чистий приведений дохід за весь період виконання замовлення дорівнює 57903.

3. Термін окупності з урахуванням дисконтування – тривалість найменшого періоду, за який поточний чистий приведений дохід стає і в подальшому залишається невід'ємним.

Визначається як сума номеру останнього періоду, в якому значення поточного чистого приведенного доходу від'ємне, та відношення цього значення по модулю до елемента приведенного грошового потоку в наступному періоді.

Таблиця 3.7

План робіт реалізації плану

Планована робота	Планований організаційний період (перший рік)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Оформлення необхідних документів												
Придбання необхідного обладнання												
Установка, пуск, наладка обладнання												
Підбір та навчання персоналу												
Розширення клієнтської бази												
Рекламна кампанія												
Запуск роботи відділу												

Таблиця 3.8

Прогроз отримання прибутку за 2024 рік.

Назва	2024 рік (помісячно)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Закупка сировини	70000	70000	80000	80000	70000	70000	70000	75000	75000	85000	85000	85000
Витрати на оплату праці	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000
Паливо	3500	3500	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Комунальні виплати	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Відрахування на соціальні заходи	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
Амортизація	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
ПДВ	36250	36250	38075	38075	36250	36250	36250	37800	37800	38000	38000	38000
Інші витрати	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Витрати	157750	159575	170075	168250	158250	158250	159800	164800	165000	175000	175000	137000
Дохід від продажу	181250	145000	152300	152300	145000	145000	145000	151200	151200	152000	152000	152000
Очікуваний прибуток	23500	23500	20300	20300	23000	23000	23000	24200	24200	15000	15000	15000
Податок на прибуток	4700	4700	4060	4060	4600	4600	4600	4840	4840	3000	3000	3000
Чистий прибуток	18800	18800	16240	16240	18400	18400	18400	19360	19360	12000	12000	12000

Таблиця 3.9

Прогроз отримання прибутку за 2025 рік.

Назва	2025рік (помісячно)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Закупка сировини	70000	70000	80000	80000	70000	70000	70000	75000	75000	85000	85000	85000
Витрати на оплату праці	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000	27000
Паливо	3500	3500	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Комунальні виплати	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Відрахування на соціальні заходи	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
Амортизація	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
ПДВ	36750	36750	38325	38325	37000	37000	37000	37800	37800	38500	38500	38500
Інші витрати	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Витрати	158250	158250	170325	170325	159000	159000	159000	164800	164800	175500	175500	175500
Дохід від продажу	183750	183750	191625	191625	185000	185000	185000	189000	189000	192500	192500	192500
Очікуваний прибуток	25500	25500	21300	21300	26000	26000	26000	24200	24200	17000	17000	17000
Податок на прибуток	5100	5100	4260	4260	5200	5200	5200	4840	4840	3400	3400	3400
Чистий прибуток	20400	20400	17040	17040	20800	20800	20800	19360	19360	13600	13600	13600

Таблиця 3.10

Прогноз грошових потоків для оцінки ефективності бізнес-плану за 2024 рік

Показники	2024 рік (помісячно)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Інвестиції,грн.	260000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Прибуток,грн.	18800	18800	16240	16240	18400	18400	18400	19360	19360	12000	12000	12000
Грошовий потік,грн.	-241200	18800	16240	16240	18400	18400	18400	19360	19360	12000	12000	12000
Коеф.диск.	0,983	0,966	0,949	0,932	0,915	0,899	0,882	0,865	0,848	0,831	0,814	0,797
Приведений .грошовий дохід,грн.	-237100	18161	15412	15136	16836	16542	16229	16746	16417	9972	9768	9564
Чистий приведенний дохід,грн.	-237100	-218939	-203527	-188391	-171555	-155014	-138785	-122039	-105621	-95649	-85881	-76317
Грошові притоки,грн.	180626	177502	181852	178595	169275	166315	163170	163485	160272	159967	156695	153422
Грошові відтоки,грн.	159688	158689,7	165254,1	160592,9	149007,8	146402,2	145000,8	146738,6	144024,3	147918	144892	111580

Таблиця 3.11

Прогноз грошових потоків для оцінки ефективності бізнес-плану за 2025 рік

Показники	2025 рік (помісячно)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Інвестиції,грн.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Прибуток,грн.	20400	20400	17040	17040	20800	20800	20800	19360	19360	13600	13600	13600
Грошовий потік,грн.	20400	20400	17040	17040	20800	20800	20800	19360	19360	13600	13600	13600
Коеф. диск.	0,78	0,763	0,746	0,729	0,712	0,695	0,678	0,661	0,644	0,627	0,61	0,593
Приведений .грошовий дохід,грн.	15912	15565	12712	12422	14810	14456	14102	12797	12468	8527	8296	8065
Чистий приведенний дохід,грн.	-76317	-60752	-48040	-35618	-20808	-6352	7750	20547	33015	41542	49838	57903
Грошові притоки,грн.	143325	140201	142952	139695	131720	128575	125430	124929	121716	120697	117425	114152
Грошові відтоки,грн.	127413	124636	130240	127272	116910	114119	111327	112132	109248	112170	109129	106088

Термін окупності з урахуванням дисконтування дорівнює $(18 + 6352,5 / 14202,4) = 18,45$ місяців.

За базу розрахунку коефіцієнту дисконтування беремо ставку депозиту одного з провідних банків України 20% річних для гривні.

4. Індекси доходності характеризують відносну віддачу проекту на вкладені в нього кошти:

- індекс доходності витрат – відношення суми дисконтованих грошових притоків (накопичених надходжень) до суми дисконтованих грошових відтоків (накопичених витрат).

Індекс доходності витрат = $3561996 / 3180475 = 1,12$.

- індекс доходності інвестицій – збільшене на одиницю відношення чистого приведенного доходу до обсягу інвестицій.

Індекс доходності інвестицій = $1 + \text{чистий приведений дохід} / \text{сума інвестицій} = 1 + 57903 / 260000 = 1,22$ [11, с.21]

Всі розрахунки ефективності показників зведемо в табл.3.12.

Таблиця 3.12.

Показники ефективності

Показники	Одиниці виміру	Значення
Інвестиції	грн.	260000
Прибуток в місяць(після виходу на 100% потужність)	грн.	15000
Чистий приведений дохід	грн.	57903
Термін окупності	міс.	18,45
Індекс доходності витрат		1,12
Індекс доходності інвестицій		1,22

На основі проведених розрахунків показників економічної ефективності робиться висновок про доцільність реалізації даного рішення на підприємстві, тобто про економічну доцільність відкриття торгового відділу в межах КП.

3.7 Оцінка ризиків

Можливі ризики та методи рішення представлені в табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Ризики та методи їх запобігання

Можливі ризики	Методи рішення
Нестабільне законодавство	швидке реагування на зміни в законодавстві
Конкуренція	- підвищення якості продукції, - сучасні виробничі лінії, - освоєння нових технологій, - навчання персоналу, - оптимізація обслуговування клієнтів - система знижок і т. д.
Відсутність сировини на ринку поставки	формування запасів
Подорожання сировини	своєчасна калькуляція цін на виготовлену продукцію
Сезонність попиту на продукцію	- рівномірне виробництво протягом року, - зберігання надлишку продукції, що виготовляється в складських приміщеннях в періоди спаду попиту, - збут надлишку в періоди піку попиту на продукцію
Відсутність попиту	- вивчення причини відсутності попиту - прийняття відповідних заходів для уникнення виникнення проблеми в майбутньому
Плинність кадрів	ефективна кадрова політика
Відмова співпраці роздрібних торговців	психологічна підготовка агентів

Під ризиком приймається ймовірність (загроза) втрати підприємством своїх ресурсів, недоотримання доходів або появу додаткових витрат, що виникли в результаті виробничої та фінансової діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

Поняття охорони праці визначається ст.1 Закону України «Про охорону праці»: «Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження здоров'я й працездатності людини в процесі праці».

Таким чином, охорона праці являє собою сукупність заходів та засобів, які характеризуються різною спрямованістю, але об'єднуються єдиною метою збереження здоров'я.

Основою при розгляді питань, що стосуються охорони праці на колективному підприємстві «Жовтневі ласощі» є колективний договір – найважливіший документ у системі нормативного регулювання взаємовідносин між власником і працівником з питань соціального характеру, у тому числі з питань охорони праці. У колективному договорі сторони передбачають забезпечення працівникам соціальних гарантій у галузі охорони праці на рівні не нижчому за передбачений законодавством, а також комплексні заходи, щодо досягнення встановлених нормативів безпеки, гігієни праці та виробничого середовища.

Розглянемо санітарно-гігієнічні вимоги на нашому КП в фінансовому відділі. Вимоги до приміщення на нашому підприємстві, задовольняють нормативним показникам.

Площу приміщень, в яких розташовують персональні комп'ютери, визначають згідно з чинними нормативними документами з розрахунку на одне робоче місце, обладнане ПК: площа - не менше 6,0 кв.м, обсяг - не менше 20,0 куб.м, з урахуванням максимальної кількості осіб, які одночасно працюють у зміні. Робочі місця повинні бути розташовані на відстані не менше

ніж 1 м. від стіни з вікном, відстань між бічними поверхнями комп'ютерів має бути не меншою за 1,2 м; відстань між тильною поверхнею одного комп'ютера та екраном іншого не повинна бути меншою 2,5 м; прохід між рядами робочих місць має бути не меншим 1 м³.

Заземлені конструкції, що знаходяться в приміщенні (батареї опалення, водопровідні труби, кабелі із заземленим відкритим екраном), надійно захищені діелектричними. У приміщенні з персональними комп'ютерами щоденно проводиться вологе прибирання.

В відділі є медичні аптечки першої допомоги та система автоматичної пожежної сигналізації з димовими пожежними сигналізації та переносними вуглекислотними вогнегасниками в кількості 2 шт. на кожні площі приміщення. Підходи до засобів пожежогасіння вільні.

Вимоги до організації робочого місця

Конструкція робочого місця користувача ПК забезпечує підтримання оптимальної робочої пози з такими ергономічними характеристиками: ступні ніг - на підставці для ніг; стегна - в горизонтальній площині; передпліччя - вертикально; лікті - під кутом 70 - 90 град. до вертикальної площини; зап'ястя зігнуті під кутом не більше 20 град. відносно горизонтальної площини, нахил голови - 15 - 20 град. відносно вертикальної площини.

Користування ПК є основним видом діяльності в відділі, тому ПК і його допоміжні пристрої (принтер, сканер) розміщується на основному робочому столі, з лівого боку. Кут між поздовжніми осями основного та приставного столів становить 90 - 140 град.

Висота робочої поверхні столу для ПК межах 680 - 800 мм, а ширина - забезпечує можливість виконання операцій в зоні досяжності моторного поля.

Робоче сидіння користувача ПК має такі основні елементи: сидіння, спинку, стаціонарні підлокітники. У конструкції сидіння є додаткові

елементи, що не є обов'язковими: підголівник та підставка для ніг. Робоче сидіння користувача ПК є підйомно-поворотним, воно регулюється за висотою, кутом нахилу сидіння та спинки, за відстанню спинки до переднього краю сидіння, висотою підлокітників.

Монітор та клавіатура розташовуються на оптимальній відстані від очей користувача, не ближче 600 мм, з урахуванням розміру алфавітно-цифрових знаків та символів.

Відстань від екрана до ока працівника наведена в табл.4.1.

Таблиця 4.1.

Відстань від екрану до ока

При розмірі екрану по діагоналі	Відстань від екрана до ока працівника
35/38 см (14"/15")	600 - 700 мм
43 см (17")	700 - 800 мм
48 см (19")	800 - 900 мм
53 см (21")	900 - 1000 мм

Розташування монітору забезпечує зручність зорового спостереження у вертикальній площині під кутом ± 30 град. від лінії зору працівника. Клавіатуру розміщується на поверхні столу або на спеціальній, регульованій за висотою, робочій поверхні окремо від столу на відстані 100 - 300 мм від краю, ближчого до працівника. Кут нахилу клавіатури має бути в межах 5 - 15 град. Робоче місце з ПК оснащено пюпітром (тримачем) для документів, що легко переміщується. Пюпітр (тримач) для документів рухомий та встановлений вертикально на тому ж рівні та відстані від очей користувача ПК, що і монітор.

Розміщення принтера або іншого пристрою введення-виведення інформації на робочому місці має забезпечувати добру видимість монітору,

зручність ручного керування пристроєм введення-виведення інформації в зоні досяжності моторного поля: по висоті 900 - 1300 мм, по глибині 400 - 500 мм . При потребі високої концентрації уваги під час виконання робіт з високим рівнем напруженості суміжні робочі місця з ПК необхідно відділяти одне від одного перегородками висотою 1,5 - 2 м.

Вимоги до освітлення

Відносно вікон робоче місце розміщено так, що природне світло з лівого боку ,що забезпечує коефіцієнт природної освітленості не нижче 1,5 %. Робоче місце, обладнане ПК розташоване так, що попадання в очі прямого світла не допускається. Джерела штучного світла рекомендується розташувати з обох сторін від екрану паралельно напрямку зору. Щоб уникнути світових блисків від екрану, клавіатури, освітлювальних пристроїв, сонця в напрямку очей застосовуються анти-блисківі сітки, спеціальні фільтри для екрану, захисні козирки, жалюзі на вікнах. Вікна приміщень повинні мати регульовальні пристрої для відкривання.

Штучне освітлення приміщення обладнане системою загального рівномірного освітлення. У приміщенні, переважають роботи з документами, тому допускається вживати систему комбінованого освітлення (додатково до загального освітлення встановлюються світильники місцевого освітлення). Загальне освітлення виконане у вигляді суцільних світильників, що розміщуються збоку від робочих місць паралельно лінії зору працівників. Допускається застосовувати світильники таких класів світлорозподілу:

світильники прямого світла - П;

переважно прямого світла - Н;

переважно відбитого світла - В.

Для підтримки допустимих значень мікроклімату та концентрації позитивних та негативних іонів передбаченні прилади зволоження та штучної іонізації, кондиціонування повітря.

Вимоги електробезпеки на підприємств КП дотримані нижче перерахованих норм.

Лінія електромережі для живлення персональних комп'ютерів, їх периферійних пристроїв (принтер, сканер тощо) виконується як окрема групова трипровідна мережа, шляхом прокладання фазового, нульового робочого та нульового захисного провідників. Нульовий захисний провідник використовується для заземлення (занулення) електроприймачів. Використання нульового робочого провідника як нульового захисного провідника забороняється. Нульовий захисний провід прокладається від стійки групового розподільчого щита, розподільчого пункту до розеток живлення. Не допускається підключення на щиті до одного контактного затискача нульового робочого та нульового захисного провідників.

Площа перерізу нульового робочого та нульового захисного провідника в груповій трипровідній мережі повинна бути не менше площі перерізу фазового провідника. Усі провідники повинні відповідати номінальним параметрам мережі та навантаження, умовам навколишнього середовища, умовам розподілу провідників, температурному режиму тощо. У приміщенні, де одночасно експлуатується або обслуговується більше п'яти персональних комп'ютерів, на помітному та доступному місці встановлюється аварійний резервний вимикач, який може повністю вимкнути електричне живлення приміщення, крім освітлення.

Персональний комп'ютери, периферійні пристрої повинні підключатися до електромережі тільки з допомогою справних штепсельних з'єднань і електророзеток заводського виготовлення. Штепсельні з'єднання та електророзетки крім контактів фазового та нульового робочого провідників

повинні мати спеціальні контакти для підключення нульового захисного провідника. Конструкція їх має бути такою, щоб приєднання нульового захисного провідника відбувалося раніше ніж приєднання фазового та нульового робочого провідників. Порядок роз'єднання при відключенні має бути зворотним. Необхідно унеможливити з'єднання контактів фазових провідників з контактами нульового захисного провідника. Неприпустимим є підключення комп'ютерів, периферійних пристроїв до звичайної двопровідної електромережі, в тому числі - з використанням перехідних пристроїв.

Електромережі штепсельних з'єднань та електророзеток для живлення персональних комп'ютерів, периферійних пристроїв слід виконувати за магістральною схемою, по 3 - 6 з'єднань або електророзеток в одному колі.

Штепсельні з'єднання та електророзетки для напруги 12 В та 36 В за своєю конструкцією повинні відрізнятися від штепсельних з'єднань для напруги 127 В та 220 В.

Для підключення переносної електроапаратури застосовують гнучкі проводи в надійній ізоляції. Тимчасова електропроводка від переносних приладів до джерел живлення виконується найкоротшим шляхом без заплутування проводів у конструкціях машин, приладів та меблях.

Таким чином, облаштування робочих місць на підприємстві КП «Жовневі Ласощі», обладнаних персональними комп'ютерами, забезпечує: належні умови освітлення приміщення і робочого місця, відсутність відблисків; оптимальні параметри мікроклімату; належні ергономічні характеристики основних елементів робочого місця.

ВИСНОВОК

В процесі виконання кваліфікаційної роботи зроблені наступні узагальнення, висновки і пропозиції:

1. Головними суб'єктами ринкової економіки є підприємства. Вони - основна, первинна організаційно-економічна ланка національного господарства та створюються для виробництва потрібних суспільству матеріальних благ та різноманітних послуг.

2. Провівши дослідження економічного стану підприємства можна зробити висновок, що підприємство рентабельне і працює ефективно. Деякі показники негативно змінились, але залишилися в межах норми, такі зміни можна пояснити нестабільною економікою в країні за звітний рік.

3. Головна ідея розвитку КП полягає у відкритті власного торгового відділу. Відповідно до цього змінюється структура підприємства та деякі принципи функціонування.

4. Розглянули нормативи з охорони праці та прийшли до висновків, що обране нами підприємство відповідає стандартам організації робочого місця.

Кооперативне підприємство «Жовтневі ласощі» створено в 2001 році. Діяльність підприємства здійснюється відповідно до чинного законодавства України та згідно зі Статутом. Функціонує на території Миколаєва. Основний вид економічної діяльності виробництво сухарів, печива, пирогів і тістечок тривалого зберігання, також підприємство виробляє продукцію на замовлення малого строку зберігання (торти весільні, на день народження, та ін..). Юридична адреса: вулиця Остапа Вишні, буд. 88, м. Миколаїв, Миколаївська обл., 54050.

Підприємство є юридичною особою, має самостійний баланс, але підпорядковується Центральній спілці споживчих товариств України, 70% майна належать Жовтневій районній споживспілці, (30% директору КП).

Основна виробнича продукція:

- печиво з наповнювачами;

- сухарі;
- тістечка;
- торти, пироги.

Задум розвитку: розширити сферу збуту, відкрити власний торговий відділ.

Мета: в результаті реалізації проекту добитись збільшення обсягу збуту продукції на 30%, отримати додатковий прибуток, знизити ціну продукту для споживача за рахунок усунення посередників, розширити мережу збуту.

Основні завдання:

3. Відкриття торгового відділу в межах підприємства.
4. Отримання додаткового прибутку для покриття витрат пов'язаних з відкриттям нових відділів.

Переваги власного відділу збуту:

5. Контроль за добросовісним виконанням обов'язків.
6. Робота без посередників, що в свою чергу робить ціну нижчою для споживача.
7. Можливість швидкого реагування на пластичність попиту.
8. Розширення мережі збуту.

Перспективи: вихід на ринок в сусідніх областях, збільшення об'ємів виробництва.

Фінансування проекту відбувається за рахунок власних коштів власників. Необхідна сума інвестування 260 000 гривень. Термін окупності не більше двох років. Рентабельність інвестицій проекту 22%.

Провівши розрахунки ми можемо вивести загальні данні:

1. Необхідна сума інвестицій 260 000 грн. .
2. Прибуток в місяць (після виходу на 100% потужність роботи відділу) 15000 грн. .
3. Чистий приведений дохід за строк впровадження проекту (24 місяці) 57903 грн. .
4. Термін окупності 18,45 місяців.

5. Індекс доходності витрат 1,12.

6. Індекс доходності інвестицій 1.22.

Всі ці показники свідчать про надійність і перспективність даного проекту. Виконання бізнес-плану дозволить досягти цих показників на практиці. Розроблений бізнес-план має практичну значущість і може бути застосований на практиці. В даному проекті пропонуються революційні та прибуткові заходи, які відкривають перед підприємством нові перспективи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України- Редакція від 03.02.2013
2. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 28.12.94 р. № 334/94 // Відомості Верховної Ради. – 1995. – № 4. – С. 28.
3. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навчальний посібник. – Вид.2-ге, доп./ С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.О. Швиденко, О.Г. Дерев'янко.- К.: КНЕУ, 2002.- 379с
4. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2004. — 400 с.
5. Горемыкин В.А. Бизнес – план: Методика разработки.45 реальных образцов бизнес- планов. 3-е изд., доп. и перераб. /В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов. - М.: «Ось - 89», 2002.- 864 с.
- 6.Друккер Петер. Як забезпечити успіх у бізнесі: новатор-ство і підприємництво: Пер. з англ. — К.: Україна, 2017.
7. «Економіка підприємств» - Горбонос Ф.В. 2017
8. «Економіка підприємства» - Гетьман О.О. 2016
9. «Економіка підприємства» - Іванілов О.С. 2015
10. Економіка підприємства - Ковальчук І.В. 2017
11. Єфімова Г. В., Марущак С.М. Методичні вказівки до виконання курсових робіт з дисципліни „Економічне обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків”. – Миколаїв: НУК, 2009. – 51с.
12. Інтернет ресурс «Бізнес-план» www.businessproekt.ru
13. Інтернет ресурс «Дебет-кредит» www.dtkt.com.ua
14. Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану / М.Ю. Куденко, С.М. Осипенко, І.Є. Веремейчик // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. екон. науки. — 2006. — 9, N 1.— Бібліогр.: 6 назв. — укр.
15. Квасницька С.С. «Фінанси підприємств» 2016 рік.
16. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Эк1. - 972 с.
17. Мочерний «[Основи економічних знань \(2001\)](#)»

18. Планування діяльності підприємства-Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Навчальний посібник. Київ: "Каравела", 2009
19. Приватбанк ставки депозиту www.privat.com
20. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 28.12.94 р. № 334/94 // Відомості Верховної Ради. – 1995. – № 4. – С. 28.
21. Статут КП «Жовтневі ласощі» 2001 рік. 18с.
22. Стратегічне планування діяльності підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Ноордін Ашаді Джелла; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2004. — 20 с. — укр.
23. Фінансовий аналіз: Навчальний посіб. / Г.В. Митрофанов, Г.О. Кравченко, Н.С. Барабаш та ін.; За ред. проф. Г.В. Митрофанова. – К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т.: 2002, - 301 с.
24. Чухно «Основи економічної теорії (2015)»
25. Щукін Б.М. Аналіз інвестиційних проектів: Конспект лекцій. - К.: МАУП, 2012..