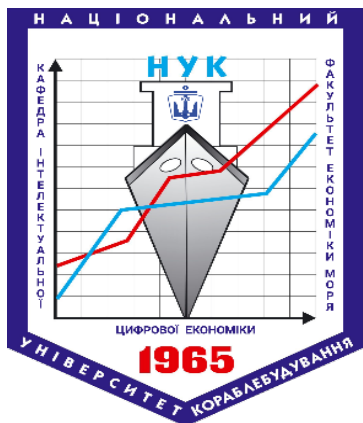


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ 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)

« 16 » 06 2023р.

(підпис зав. кафедрою)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: **Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення
нового підприємства виробничої сфери**

Виконав: студент IV курсу,

групи 4411

Спеціальності 051 Економіка

ОП Економіка підприємства

(шифр і назва спеціальності)

Гайингелдієв Б.Г.

(прізвище та ініціали)

Керівник доц. Комишник В.І.

(прізвище та ініціали)

Миколаїв – 2023 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Корнієнко О.П.

(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
(потрібне залишити)**

Студенту _____ . Гайингелдієву Бабамурату Гайингелдієвичу
(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства виробничої сфери

2. Керівник роботи доц. Комишник В.І.

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. Дослідження ринку і обґрунтування бізнес-ідеї

3. Бізнес-план створення нового підприємства

4. Охорона праці

5. Перелік презентаційних матеріалів: 1. Склад і зміст бізнес-плану 2. Динаміка обсягів реалізації промислової продукції в цілому та меблевої продукції в Миколаївській області; Обсяг виробництва меблів і темпи росту в Миколаївській області. 3. Динаміка показників власного обігового капіталу промислових підприємств України і Миколаївської області; Показники ліквідності підприємств - виробників меблів Миколаївської області 4. Pest-аналіз ТОВ «Ампір» 5. Аналіз конкурентного середовища ТОВ «Ампір» 6. Організаційна структура ТОВ «Ампір» 7. Місячний плановий обсяг реалізації продукції ТОВ «Ампір»

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)

Гайингелдієв Б.Г.

(ПІБ)

Керівник роботи

(підпис)

доц. НУК Комишник В.І.

(ПІБ)

АНОТАЦІЯ

Гайипгелдієв Б.Г. *«Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства виробничої сфери»* – бакалаврська робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 2023.

Розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Виконано аналіз меблевого ринку в Україні та обрано організаційно-правову форму підприємства, що створюється. У практичній частині розроблено бізнес-план створення нового підприємства, який довів високу ефективність проекту.

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

ANNOTATION

Gayipgeldiev B.G. *«Development and substantiation of a business plan for the creation of a new enterprise in the production sphere»* - a bachelor's degree in "bachelor". - National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov, Mykolaiv, 2023.

The theoretical foundations of the creation and operation of the enterprise, the role of planning in entrepreneurial activity are considered. An analysis of the furniture market in Ukraine was performed and the organizational and legal form of the enterprise to be created was chosen. In the practical part, a business plan for the creation of a new enterprise was developed, which proved the high efficiency of the project.

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

ЗМІСТ	стор.
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ	9
1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції	9
1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ	28
2.1. Аналіз ринку виробництва меблів	28
2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства	39
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	47
3.1. Резюме	47
3.2. Опис продукту	48
3.3. Маркетинговий план	49
3.4. Виробничий план	52
3.5. Організаційний план	56

3.6. Фінансовий план	
.....	59
3.7. Оцінка ризиків	
.....	63
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	
.....	65
ВИСНОВКИ	
.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	
.....	74
ДОДАТКИ	
.....	77

ВСТУП

Незважаючи на всі труднощі та проблеми в Україні в сфері приватного підприємництва зайняті вже мільйони людей. Однак бізнес - це зовсім особливий стиль життя, який передбачає готовність уживати самостійні рішення і ризикувати. Як усім добре відомо, гарантії успіху не може дати ніхто. Рівень «смертності» підприємств дуже високий – близько 50% усіх нових підприємств перестають існувати протягом першого року функціонування. У деяких країнах, наприклад у Великобританії, цей показник набагато вище, чим в інших. Але навіть у Сполучених Штатах, де створення нових підприємств всебічно підтримується, рівень невдач у бізнесі набагато вище офіційно очікуваного рівня. Феномен падіння підприємств широко досліджувався і вивчався, але удається виявити та усунути вплив лише деяких факторів, що приводять до цього. Типовими причинами краху підприємств є: загальний економічний спад, випуск товарів, що не задовольняють потреби ринку, неправильне управління і маркетинг і, звичайно ж, неадекватне фінансування.

Сучасна економічна ситуація, пов'язана з діяльністю в ринкових умовах, диктує підприємствам новий підхід до внутріфірмового планування. Планування необхідне будь-якій організації, яка має намір уживати якісь дії в майбутньому. Підприємства змушені шукати такі форми й моделі планування, які забезпечували б максимальну ефективність прийнятих рішень. Оптимальним варіантом досягнення цього є бізнес-план.

Бізнес-план це документ, який описує всі основні аспекти комерційного підприємства, аналізує всі проблеми, з якими воно може зіштовхнутися, а також визначає способи вирішення цих проблем.

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

- в економіку йде нове покоління підприємців, багато хто з них ніколи не керували якою-небудь комерційною структурою, і тому дуже погано уявляють усе коло проблем, що їх очікують, особливо в ринковій економіці;

- господарські проблеми змінюються і 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.

Призначення бізнес-плану полягає в тому, щоб допомогти керівництву підприємства розв'язати такі основні завдання, як:

- вивчити місткість і перспективи розвитку майбутнього ринку збуту;
- оцінити ті витрати, які будуть необхідні для виготовлення і збуту потрібної цьому ринку продукції, і порівняти їх з тими цінами, по яких можна буде продавати свої товари, щоб визначити потенційну прибутковість задуманої справи;
- виявити можливі перешкоди в реалізації продукту або послуг;
- визначити контрольні показники, по яких можна буде регулярно визначати підйом і спад виробництва.

Бізнес-план – спеціальний інструмент менеджменту, який використовується у сучасній ринковій економіці незалежно від масштабів, сфери діяльності і форми підприємництва. Успіх у звичайній ринковій торгівлі, вихід фірми з новим продуктом на ринок без повного і ясного уявлення про перспективи справи, що порушує, неможливі без розробки надійних попередніх орієнтирів і реального плану дій.

Метою даної дипломної роботи є розробка економічного обґрунтування доцільності створення підприємства з виробництва меблів ТОВ «Ампір».

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- розглянути соціально-економічну природу підприємства, його основні функції, роль планування в його діяльності;
- проаналізувати розвиток ринку виробництва меблів в Україні;
- розробити бізнес-план створення нового підприємства.

Об'єктом дослідження в дипломній роботі є ринок виробництва меблів і підприємство ТОВ «Ампір», а предметом – забезпечення ефективного створення і розвитку підприємства шляхом впровадження відповідного бізнес-плану.

Дана робота містить у собі чотири основні розділи.

У першому розділі докладно розглядаються соціально-економічна природа підприємства й роль планування в його діяльності.

Другий розділ присвячений аналізу ринку виробництва меблів в Україні, а також обґрунтуванню необхідності створення нового підприємства.

У третьому розділі розроблений бізнес-план створення нового підприємства з виробництва меблів.

У четвертому розділі розглянуті питання охорони праці й навколишнього середовища на підприємстві.

Загальний обсяг роботи 79 аркушів, у ній міститься 3 малюнки та 11 таблиць. Список використаної літератури включає 30 джерел.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1. Соціально-економічна природа підприємства і його основні функції

В умовах ринкових відносин підприємство є основною ланкою всієї економіки, оскільки саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, надаються необхідні послуги.

Підприємство - це самостійний, організаційно відособлений господарюючий суб'єкт виробничої сфери народного господарства, який виробляє і реалізує продукцію, виконує роботи промислового характеру або надає платні послуги [14, с.25].

Підприємство має конкретну назву - завод, фабрика, комбінат, шахта, майстерня й т.п.

Будь-яке підприємство є юридичною особою, має закінчену систему обліку та звітності, самостійний бухгалтерський баланс, розрахунковий і інші рахунки, печатку із власним найменуванням і товарний знак (марку).

Головною метою (місією) створення й функціонування підприємства є одержання максимально можливого прибутку за рахунок реалізації споживачам виробленої продукції (виконаних робіт, зроблених послуг), за допомогою якої задовольняються соціальні та економічні запити трудового колективу і власників засобів виробництва.

На основі загальної місії підприємства формуються й встановлюються загальнофірмові цілі, які обумовлюються інтересами власника, розмірами капіталу, ситуацією усередині підприємства, зовнішнім середовищем і повинні бути конкретними та вимірними, орієнтованими в часі, досяжними й взаємно підтримуваними.

Кожне підприємство - це складна виробничо-економічна система з багатогранною діяльністю. Найбільше чітко виділяються напрямки, які слід віднести до головних [8, с.18]:

- 1) комплексне вивчення ринку (маркетингова діяльність);

2) інноваційна діяльність (науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, впровадження технологічних, організаційних, управлінських і інших нововведень у виробництво);

3) виробнича діяльність (виготовлення продукції, виконання робіт і надання послуг, розробка номенклатури й асортименту, які адекватні попиту на ринку);

4) комерційна діяльність підприємства на ринку (організація і стимулювання збуту виробленої продукції, послуг, дійова реклама);

5) матеріально-технічне забезпечення виробництва (постачання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, забезпечення всіма видами енергії, технікою, устаткуванням, тарою, і т.д.);

6) економічна діяльність підприємства (усі види планування, ціноутворення, облік і звітність, організація й оплата праці, аналіз господарської діяльності й т.п.);

7) післяпродажний сервіс продукції виробничо-технічного й споживчого призначення (пусконаладжувальні роботи, гарантійне обслуговування, забезпечення запасними частинами для ремонту і т.д.);

8) соціальна діяльність (підтримка на належному рівні умов праці і життя трудового колективу, створення соціальної інфраструктури підприємства, що включає власні житлові будинки, їдальні, лікувально-оздоровчі й дитячі дошкільні заклади, ПТУ і т.д.).

Діяльність підприємства впорядковують численні юридичні акти, основними з яких є: Господарський кодекс України [2], статут підприємства та колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Господарський кодекс України визначає порядок створення, реєстрації, ліквідації й реорганізації підприємства.

Згідно з існуючим законодавством підприємство може створюватися власником або за рішенням трудового колективу; у результаті примусового поділу іншого підприємства відповідно до антимонопольного законодавства; у результаті виділення зі складу діючого підприємства одного або декількох структурних підрозділів, а також в інших випадках.

Підприємство включається до державного реєстру України від дня його реєстрації. Для здійснення цієї процедури необхідні заява, рішення засновника про створення, статут і інші документи по перелікові, визначеному Кабінетом Міністрів України.

Ліквідація та реорганізація підприємства проводяться за рішенням власника і при участі трудового колективу, або за рішенням суду або арбітражу, а також у випадках: визнання його банкрутом; якщо ухвалене рішення про заборону діяльності підприємства; якщо рішенням суду визнані недійсними установчі документи й в інших випадках.

Керування підприємством здійснюється відповідно до статуту на основі комбінації прав власника і принципів самоврядування трудового колективу. Власник може делегувати свої права по управлінню підприємством раді підприємства або іншому органу, передбаченому статутом підприємства, що й представляє інтереси власника та трудового колективу.

Майно підприємства складають основні фонди й обігові кошти, а також інші цінності, вартість яких відображається в балансі підприємства. Джерелами його формування є [14, с.54]:

- грошові й матеріальні внески засновників;
- доходи від основної й інших видів діяльності;
- доходи від цінних паперів; кредити банків і інших кредиторів;
- капітальні вкладення та дотації з бюджетів;
- надходження від роздержавлення та приватизації власності;
- безоплатні або благодійні внески підприємств, організацій і громадян і інші джерела.

Підприємство користується і розпоряджається майном за своїм розсудом: продає, передає безоплатно, обмінює або здає в оренду.

Узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства згідно із Господарчим кодексом України є прибуток (дохід), порядок використання якого визначає власник.

Підприємство самостійне визначає фонд оплати праці без обмеження його росту з боку державних органів, мінімальний розмір оплати праці найманих робітників (не може бути менше ризи малозабезпеченості, встановленої законодавством України), установлює форми, системи й розміри оплати праці й інші види доходів працівників.

Підприємство самостійно здійснює планування діяльності і визначає перспективи розвитку, виходячи з попиту на вироблену продукцію. Основу планів складають договори, укладені зі споживачами продукції, робіт, послуг, і постачальниками матеріально-технічних ресурсів.

Підприємство реалізує свою продукцію за цінами і тарифами, встановленими самостійно або на договірній основі. У розрахунках із закордонними партнерами застосовуються контрактні ціни відповідно до умов і цінами світового ринку.

Питання соціального розвитку, включаючи поліпшення умов праці, життя й здоров'я членів трудового колективу і їх родин, вирішуються трудовим колективом за участю власника відповідно до статуту підприємства, колективним договором і законодавчими актами України.

Держава гарантує дотримання прав і законних інтересів підприємства: забезпечує йому рівні правові й економічні умови господарювання, незалежно від форм власності; сприяє розвитку ринку й регулює його за допомогою економічних законів і стимулів, реалізує антимонопольні заходи; забезпечує пільгові умови підприємствам, що впроваджують прогресивні технології, що створюють нові робочі місця.

Підприємство відповідає за порушення договірних зобов'язань, кредитно-розрахункової й податкової дисципліни, вимог до якості продукції, за забруднення навколишнього середовища. Підприємство повинне забезпечувати безпеку виробництва, санітарно-гігієнічні норми та вимоги з захисту здоров'я його працівників, населення й споживачів продукції.

Контроль над окремими сторонами діяльності підприємства здійснюють: державна податкова адміністрація, податкова поліція та державні органи, на які покладений нагляд за безпекою виробництва, праці, протипожежної й екологічної безпеки, інші органи, визначені законодавством України.

Підприємство діє на підставі Статуту, який затверджується власником майна, а для державних підприємств - також при участі трудового колективу.

У статуті підприємства визначаються: власник і повне найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, органи керування і порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборних органів, порядок утворення майна, умови реорганізації і припинення діяльності підприємства.

У статут можуть включатися положення: про трудові відносини; про повноваження, порядок створення і структуру ради підприємства; про товарний знак та ін.

Класифікація підприємств може бути дана з використанням ряду ознак [5,с.39-42].

По меті та характеру діяльності можна виділити два види підприємств: підприємницькі (комерційні) і непідприємницькі (некомерційні), існування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави.

Відповідно до форм власності, установленими Законом України про власність, можуть діяти підприємства наступних видів:

- індивідуальні підприємства, засновані на особистій власності фізичної особи й винятково його праці;
- приватні підприємства, засновані на власності окремого громадянина, із правом наймання робочої сили;
- сімейні підприємства, засновані на власності й праці членів однієї родини;
- державні підприємства, засновані на загальнодержавній власності;
- колективні підприємства, засновані на власності трудового колективу підприємства;

- спільні підприємства, засновані на базі об'єднання майна різних власників. У числі їх засновників можуть бути іноземні юридичні особи й громадяни;
- орендні підприємства, засновані на договірному тимчасовому володінні й використанні майна, яке необхідно орендареві для здійснення підприємницької діяльності. Об'єктами оренди можуть бути цілі майнові комплекси підприємств, їх структурних підрозділів або окремі одиниці майна.

Підприємства різняться за ознакою належності капіталу: національні, закордонні (капітал є власністю іноземних підприємців, що контролюють їхню діяльність) і змішані.

За формою господарювання виділяють господарські товариства, що представляють об'єднання підприємців.

Вид підприємства можуть визначати технологічна (регіональна) цілісність і ступінь підпорядкованості. За цією ознакою відрізняються головні й дочірні підприємства і їх філії. Головні підприємства контролюють діяльність дочірніх і філій.

Дочірнє підприємство є юридично самостійним і організаційно відособленим, самостійно здійснює комерційні операції й становить звітний баланс, але контрольний пакет акцій належить головному підприємству.

На відміну від дочірніх підприємств філія не користується юридичною й господарською самостійністю, не має власного статуту й балансу, діє від імені й з доручення головного підприємства. Майже весь акціонерний капітал філії належить головному підприємству.

По функціонально-галузевому виду діяльності виділяють наступні види підприємств: промислові, сільськогосподарські, транспортні, торговельні, виробничо-торговельні, торговельно-посередницькі, будівельні, інноваційно-впроваджувальні, лізингові, банківські, страхові, туристичні, підприємства зв'язку й т.п.

Відповідно до обсягів господарського обороту підприємства й чисельності його працівників підприємство може бути віднесене до малих, середніх і великих.

До малих належать підприємства, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої

діяльності не перевищує суму, еквівалентну 8 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Підприємства можуть поєднуватися в:

- асоціації - договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності, але лише в тій області, до якої має відношення асоціація;
- корпорації - договірні об'єднання, створені на основі комбінації виробничих, наукових і комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;
- консорціуми - тимчасові статутні об'єднання промислового й банківського капіталу для досягнення загальної мети. Після виконання завдань консорціум припиняє своє існування;
- концерни - статутні об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі і т.д. на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємців;
- картелі - договірні об'єднання підприємств однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності;
- синдикати - різновид картельної угоди, що припускає реалізацію продукції через єдиний спільний збутовий орган або вже наявну збутову мережу одного з учасників об'єднання;
- трести - монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, у єдиний виробничо-господарський комплекс. Оскільки тут інтегруються всі напрямки діяльності, такі підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність;
- холдинги - специфічні організаційні форми об'єднання капіталів. Подібні об'єднання утворюються, коли акціонерне товариство само безпосереднє не займається виробничою діяльністю, а лише використовує свої фінансові кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших акціонерних фірм із метою фінансового контролю над їхньою роботою й одержання доходу на вкладений в акції капітал;

- фінансові групи (фінансово-промислові групи) - об'єднання юридично і економічно самостійних підприємств різних галузей народного господарства, при формуванні яких у якості головних ставиться завдання об'єднання банківського капіталу та виробничого потенціалу. Фінансову групу очолюють один або кілька банків, які розпоряджаються капіталом підприємств, що входять в об'єднання, координують усі сфери їх діяльності. При цьому основним доходом діяльності банку повинні бути дивіденди від підвищення ефективності роботи підприємств, а не відсоток на кредит.

1.2. Роль планування в забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

Досвід багатьох процвітаючих компаній промислово розвинених країн показує, що в умовах ринку з його жорсткою конкуренцією планування господарсько-виробничої діяльності є найважливішою умовою їх виживання, економічного росту і процвітання, успішної реалізації прийнятої стратегії розвитку підприємства [32, с.112-136]. І насправді, якщо стратегія підприємства є принциповою установкою його розвитку на майбутнє, то планування являє собою визначення оптимальних шляхів виробництва і реалізації продукції, оскільки в ньому здійснюється як ув'язування ресурсів, потенціалу підприємства із цілями його розвитку в часовому періоді, так і зі способами їх досягнення. Більше того, в умовах невизначеності економічного розвитку, наявності ризиків і твердої конкуренції, властивій ринковій системі господарювання, воно стає практично єдиною умовою, що вносить певну стійкість при здійсненні виробничо-господарської діяльності підприємства. Саме воно дозволяє підприємству на основі наявних внутрішніх можливостей спроектувати потрібну організацію виробництва і реалізації продукції з урахуванням змін, що відбуваються в господарському середовищі.

Суть планування проявляється в конкретизації цілей розвитку всієї фірми та кожного підрозділу окремо на певний період; визначенні господарських завдань,

засобів їх досягнення, термінів та послідовності реалізації; виявлення матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, які необхідні для вирішення поставлених завдань.

У процесі уточнення завдань і досягнення цілей виникає низка проблем, розв'язання яких становить основний зміст планування діяльності підприємства. Класична схема цього процесу є досить формалізованою. Послідовність можна подати у вигляді шести основних фаз.

Перша фаза – постановка проблеми. Сутність її полягає у визначенні завдання, що вимагає вирішення (проблеми). Для цього порівнянням фактичного стану з бажаним виявляють проблему; аналізують причини, що її викликали; з'ясовують і визначають загальні цілі, що є значущими для постановки проблеми на рівні підприємства, а також деталізовані задачі та підзадачі для її розв'язання з урахуванням наявних обмежень.

Друга – пошук альтернативних рішень. На цій фазі визначають можливі дії (альтернативи): підбирають варіанти можливих рішень; формують уявлення про вплив чинників за кожною з альтернатив і спільних для них усіх; вибирають ті альтернативи, що підлягають докладному вивченню.

Третя фаза – оцінювання. Тут оцінюють альтернативи за критерієм досяжності ними найважливіших цілей; оцінюють альтернативи в аспекті їхнього впливу на досягнення цілей за умов передбачуваності, а також за умов неоднозначних очікувань майбутньої ситуації в зовнішньому середовищі; моделюють наслідки реалізації альтернатив за умови зміни самих цілей та обмежень.

Четверта – прийняття рішення. На цій фазі вибирають альтернативу, що підлягатиме реалізації: зіставляють і аналізують оцінені альтернативи, ураховують результати моделювання; вибирають для реалізації одну з альтернатив, що забезпечує досягнення мети найбільшою мірою.

П'ята – реалізація. Для здійснення обраної альтернативи докладно розробляють план реалізації; віддають розпорядження про реалізацію, і вона розпочинається.

Шоста – контроль. На цій фазі з'ясовують успіх реалізації: визначають результати виконання плану; порівнюють фактичні результати із запланованими; аналізують результати відхилень; у разі потреби приймають рішення про новий цикл розгляду проблеми.

Планування – це розроблення і встановлення керівництвом підприємства системи кількісних і якісних показників його розвитку, в яких визначаються темпи, пропорції і тенденції розвитку підприємства як у поточному періоді, так і на перспективу.

Разом з тим планування буде діючим тільки в тому випадку, якщо воно буде відповідати наступним вимогам:

По-перше, планування повинне відповідати на запитання: що, коли і як може відбутися?

По-друге, реалізацію обраної альтернативи майбутнього розвитку необхідно здійснювати на основі рішень, прийнятих сьогодні.

По-третє, планування є безперервний процес прийняття рішень, у ході якого встановлюються і уточнюються за часом мети і завдання розвитку підприємства у зв'язку зі змінами, що відбуваються довкола нього, і визначаються ресурси для їхнього виконання.

По-четверте, планування слід здійснювати за принципом, згідно з яким функціонування підприємства повинне бути рентабельно і забезпечувати грошові надходження і прибуток в обсязі, що задовольняє зацікавлені в результатах роботи підприємства групи осіб (власників, засновників, колективів акціонерів, державу і т.п.).

У п'ятих, у силу відмінностей у характері проявлення факторів виробництва і завдань, що впливають із окремих напрямків діяльності підприємства, планування підрозділяється на довгострокове і короткострокове. Так, питання, пов'язані із придбанням устаткування і характером його використання, кадровою політикою, визначенням асортиментів продукції і ринку збуту вимагають їхнього розгляду на

тривалий період. У той же час питання, що стосуються поточного забезпечення підприємства сировиною і матеріалами, плати за енергію, воду, необхідно розглядати на короткостроковий період.

Реалізація цих вимог передбачає, що планування в процесі свого здійснення повинне дотримуватися наступних принципів [24, с.48-49]:

- гнучкість, що передбачає постійну адаптацію до змін середовища функціонування підприємства. Його дотримання вимагає коректування плану при різних змінах зовнішнього і внутрішнього середовища;
- безперервність, що передбачає змінний характер планування, насамперед у частині систематичного перегляду планів, «зрушуючи» період планування {наприклад, після завершення звітного місяця, кварталу, року};
- комунікативність, під якою розуміється координація і інтеграція зусиль (або принцип холізму по Р.Акофу). Усе повинне бути взаємопов'язане і взаємозалежне;
- участь, що передбачає важливість залучення в нього всіх можливих учасників процесу функціонування підприємства;
- адекватність, тобто відображення реальних проблем і самооцінки в процесі планування. Адекватність передбачає, що, процеси які реально відбуваються з раціональною точністю повинні моделюватися при розробці плану підприємства;
- комплексність як взаємозв'язок і відображення в плані всіх напрямків фінансово-господарчої діяльності підприємства;
- багатоваріантність, що дозволяє вибрати найкращу з альтернативних можливостей досягнення поставленої мети. Дотримання цього принципу вимагає розробки різних сценаріїв майбутнього розвитку підприємства виходячи з імовірнісних сценаріїв розвитку навколишнього середовища;
- ітеративність, що передбачає неодноразове ув'язування вже складених розділів плану (ітерації). Це обумовлює творчий характер самого процесу планування.

Найважливішими цілями, які переслідуються в плануванні на підприємстві, як правило, є: обсяг продажів товарної маси, прибуток і доля ринку.

У виробничій діяльності підприємств застосовуються наступні види планування.

Залежно від тривалості планового періоду виділяють перспективне (довгострокове і середньострокове) і поточне (короткострокове) планування.

Довгострокове планування зазвичай охоплює трирічний або п'ятирічний періоди і визначає загальну стратегію підприємства в рамках « продукт-ринок ». При розробці плану вивчаються варіанти розширення виробництва і зниження витрат. Прогнозуються зміни в номенклатурі продукції і уточнюється політика у функціональних сферах. Результатом цього плану є формулювання довгострокових цілей, складання довгострокових проектів і прийняття довгострокової політики в основних галузях.

Середньострокове планування (від 2 до 3-х років) ураховує можливості всіх підрозділів на основі їх власної оцінки. Розробляється план підприємства з маркетингу, план виробництва, план по праці і фінансовий план.

Поточне планування зазвичай розраховане на рік, півроку, квартал, місяць і включає обсяг виробництва, план по праці і заробітній платі, планування матеріально-технічного забезпечення, собівартості, прибутку, рентабельності і т.д.

Бізнес-планування є однією з форм планування розвитку організації. На відміну від стратегічного й тактичного планування, бізнес - планування носить розовий характер.

У ринковій економіці бізнес-план є робочим інструментом і для новостворюваних і для діючих фірм, використовуваних у всіх сферах підприємництва. Багато менеджерів його недооцінюють. Вони не уявляють, наскільки наявність хорошого бізнес-плану здатна допомогти їм добути капітал, визначити плани на майбутнє, скласти аналітичні таблиці, за якими можна буде оцінювати, як розвивається справа. Бізнес-план спонукає менеджера ретельно вивчити кожен елемент передбачуваного ризикового ринкового заняття. Напевно в цьому процесі виявиться безліч слабких місць і пропусків, усуненню яких доведеться надати істотну увагу. Там же,

де з такого роду проблемами справитися неможливо, сам факт їх виявлення дозволить ухвалити рішення про відмову від інвестицій ще до того, як вкладатимуться засоби.

Якщо підприємець попрямує до комерційного кредитора або потенційного інвестора з відмінними інноваційними ідеями, але без готового бізнес-плану, його обов'язково попросять підготувати відповідну планову програму і прийти ще раз, або, що ще гірше, його взагалі не сприймуть всерйоз і більше не запросять. Бізнес-план обов'язково повинен бути ретельно підготовлений і представлений, якщо підприємець хоче, щоб з ним мали справу.

Мета розробки бізнес-плану – спланувати господарську діяльність фірми на найближчі і віддалені періоди відповідно до потреб ринку і можливостей отримання необхідних ресурсів.

При всьому різноманітті форм ринкового підприємництва існують ключові положення, застосовні практично у всіх сферах комерційної діяльності, для різних підприємств і організацій, необхідні для того, щоб своєчасно підготуватися, усунути потенційні труднощі, небезпеки і тим самим зменшити ризик в досягненні поставлених цілей. Розробка стратегії і тактики виробничо-господарської діяльності фірми є найважливішою задачею для будь-якого бізнесу.

По-перше, планування є ключем до процвітання в бізнесі. Успіх підприємницької діяльності визначається трьома чинниками:

- правильним розумінням реальної ситуації в даний момент.
- чіткою, постановкою цілей, яких хоче досягти підприємець.
- якісним плануванням процесів переходу з одного стану в інший.

План з його конкретною комерційною метою і програмою дій щодо їх досягнення виконує роль гіда, що веде бізнес лабіринтом економіки. Іншими словами, бізнес-план – це засіб, за допомогою якого підприємець може управляти своїм бізнесом.

По-друге, розробка бізнес-плану примушує підприємця моделювати ситуації і розглядати проблеми, які можуть перешкоджати успіху підприємницького почину. Це дозволяє попередити багато ускладнень або (в крайньому випадку) краще підготуватися до труднощів, наперед намітити шляхи їх подолання.

По-третє, бізнес-план – це засіб залучення позикового капіталу, необхідного для розвитку бізнесу. Цей план забезпечує не тільки виробничу, ринкову і організаційну, але і фінансову інформацію про майбутню фірму. Ця інформація дозволяє визначати, скільки необхідно стартового капіталу, як він буде витрачений на погашення кредитів, який ступінь ризику бізнесу і т.п. Таким чином, бізнес-план – це основа конструктивних відносин з потенційними інвесторами, тобто з тими, хто займатиме гроші для реалізації проекту.

По-четверте, на початковому етапі бізнес-план служить основним інструментом комунікацій між підприємцем і зовнішнім світом. План повинен переконати майбутніх постачальників, продавців і найнятих робітників у тому, що підприємницька ідея є приваблива, обґрунтована і реальна для здійснення плану.

По-п'яте, в процесі складання бізнес-плану розвиваються здібності підприємця як менеджера – набувається досвід оцінки умов конкуренції, способів просування товарів на ринок, використання переваг бізнесу, фінансового планування, розробки різних сценаріїв діяльності. Складаючи бізнес-план, підприємець-менеджер ретельно аналізує всі економічні аспекти своєї ідеї, перевіряє її на раціональність і реалістичність. Можливо, в результаті підготовки бізнес-плану з'ясується, що перешкоди на шляху до реалізації підприємницького задуму не можуть бути усунені. Такі висновки краще зробити в проекті, а не тоді, коли на створення фірми вже витрачені час, гроші і зусилля підприємця.

До найважливіших функцій бізнес-планування відносяться [10, с.16] :

- ініціювання (активізація, стимулювання й мотивування планованих дій, реалізація проектів і окремих заходів);
- прогнозування (передбачення й обґрунтування ідеального стану організації на основі аналізу та урахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища);

- оптимізація (забезпечення вибору найбільш ефективного варіанта розвитку організації в умовах впливу конкретних факторів);

- координація і інтеграція (визначення взаємозв'язків і взаємозалежності всіх структурних підрозділів організації: орієнтацією їх на досягнення єдиної мети);

- безпека управління (забезпечення інформацією про існуючі ризики для сучасного вживання заходів по зниженню їх негативного впливу);

- упорядкування (створення єдиного порядку для успішної роботи та відповідальності за прийняті рішення);

- контроль (оперативне відстеження виконання плану, виявлення помилок і можливостей його коректування);

- виховання й навчання (безперервний процес навчання співробітників при реалізації бізнес-плану розвитку організації, у тому числі й на власних помилках, сприяє підвищенню ефективності їх роботи);

- документування (подання спланованих дій у вигляді єдиного документа, який дозволяє судити про успішність або помилковість дій менеджерів організації)

Крім того, бізнес-план як результат процесу бізнес-планування сприяє залученню інвестиційних ресурсів (банківських кредитів, коштів іноземних інвесторів, бюджетних і інших коштів).

Для підвищення ефективності бізнес-планування розвитку організації необхідні як мінімум чотири складові:

- 1) методична й методологічна основа бізнес-планування;
- 2) інформаційна основа бізнес-планування (результати діагностики умов розвитку організації);
- 3) організаційна основа бізнес-планування (організаційна структура та структура управління організації повинні відповідати вимогам бізнес-плану розвитку організації);
- 4) програмно-технологічна основа бізнес-планування.

При розробці до вмісту бізнес-планів пред'являються наступні вимоги.

Бізнес-план орієнтовно повинен займати 40-50 сторінок, для більш масштабних проектів допускається обсяг до 80 сторінок [7, с. 20].

Бізнес-план починається з титульного аркуша, потім іде зміст, далі – основні розділи й додатки.

На титульному аркуші бізнес-плану звичайно представляється наступна інформація: найменування проекту й короткий виклад його сутності; назва й організаційно-правова форма підприємства, що реалізує проект; короткі відомості про авторів проекту (прізвище, ініціали, посада й контактна інформація); вартість проекту; вимоги конфіденційності.

Зміст являє собою перерахування розділів бізнес-плану із вказівкою сторінок. У ньому виділяють найбільш важливі пункти залежно від вимог конкретного проекту.

Пропонована приблизна структура бізнес-плану включає наступні розділи [11, с. 95]:

- 1) Резюме;
- 2) Характеристика продукції, що випускається, і надаваних послуг;
- 3) Оцінка ринку збуту;
- 4) План маркетингу;
- 5) План виробництва товарів;
- 6) Організаційний план;
- 7) Потенційні ризики;
- 8) Фінансовий план;
- 9) Додатки.

При розробці можна дотримуватися будь-якої структури бізнес-плану, відповідної до загальновизнаних стандартів.

В «Резюме» віддзеркалюють основну ідею проекту й узагальнюють висновки по розділах бізнес-плану, а також приводять результати розрахунків економічної ефективності реалізації даного бізнес-плану. При складанні «Резюме» слід дати відповіді на наступні питання: для чого й у якому обсязі потрібні інвестиції, у чому суть проекту і які основні параметри проекту?

У розділі «Опис бізнесу» бізнес-плану дається загальний опис компанії, характеристика товарів і послуг, які організація пропонує або має намір запропонувати ринку. Також, у цьому розділі дається аналіз галузі в цілому, і формулюються мети компанії.

Розділ бізнес-плану «Аналіз ринку» пов'язаний з вивченням ринку збуту, визначенням попиту на продукцію, аналізом конкурентів і дозволяє підприємцеві чітко представити, хто, чому й у яких кількостях купує або буде купувати продукцію даної організації.

Слабке знання ринку є однією з основних причин невдачі багатьох комерційних проектів.

У розділі «План маркетингу» приводять інформацію про маркетингову стратегію (стратегічне планування) і маркетинговий комплекс та програму дій (тактичне планування) організації. Найважливіше місце тут займають аспекти, пов'язані зі створенням конкурентоспроможної пропозиції і його постійним відновленням. Вихідним моментом є визначення потреб цільових покупців і ефективно задоволення їх за допомогою продуктів ринкової новизни.

У розділі «План виробництва» указують місце виробництва продукції, приводять програму виробництва й реалізації продукції із вказівкою обсягів виробництва, необхідних виробничих потужностей (будинків, споруджень, технологій, устаткування, задіяних у виробництві і реалізації продукції), умов їх придбання і потреби у відновленні. Стратегія матеріально-технічного забезпечення програми виробничої діяльності включає розрахунки потреби в матеріальних ресурсах і обґрунтування вибору постачальників ресурсів виходячи з їхньої репутації, досвіду роботи з ними, умов поставок, орієнтовних цін, а також можливі альтернативні джерела постачання ресурсами.

У розділі бізнес-плану «Організаційний план» наводять дані про керівництво (власниках) організації (раді директорів, вищому керівництві, а також менеджерах, що відіграють важливу роль у реалізації бізнес-плану).

У розділі «Потенційні ризики» указують фактори, що впливають на величину конкретних видів ризиків, пов'язаних з реалізацією проекту (технологічний, організаційний і управлінський ризик, ризик матеріально-технічного забезпечення, фінансовий, економічний і екологічний ризик). Проводиться аналіз імовірних ризиків та пропонуються заходи щодо їхнього зниження.

Розділ «Фінансовий план» повинен містити прогноз руху грошових потоків від реалізації бізнес-плану (надходження і виплати по операційній фінансовій і інвестиційній діяльності) і опис поточного фінансового стану організації. Крім того,

представляють план доходів і витрат, у який включають прогноз обсягу продажів і оцінку всіх статей витрат, а також дані про передбачуваний обсяг інвестицій по проекту із вказівкою джерел фінансування.

Закінчується бізнес-план «Додатками», куди можуть входити деякі фінансові розрахунки, не наведені в розділі «Фінансовий план», документи, що підтверджують та роз'яснюють відомості, що наведені в бізнес-плані, рекламний матеріал і т.і. Крім того, додатки можуть містити додаткову інформацію, що представляється розроблювачем за своїм розсудом.

Зведемо склад та зміст бізнес-плану у табл.1.1.

Таблиця 1.1.

Склад і зміст бізнес-плану

№ п/п	Розділ	Зміст
1	2	3
1	Резюме	- ціль плану; - потреба у фінансах і їх призначення; - короткий опис бізнесу і його цільового клієнта; - що робить ваш бізнес несхожим на бізнес ваших конкурентів; - що повинне викликати довіру до вашого бізнесу; - виписки з основних фінансових пропозицій
2	Ціль і завдання	- аналіз ідеї; - основні напрямки й ціль діяльності; - характеристика виду економічної діяльності.
3	Продукт (послуга)	- ознайомлювальний опис продукції (послуги) і їх застосування; - специфіка продукції (послуги), відмінності або унікальність; - технологія й кваліфікація, необхідні у вашому бізнесі; - ліцензії/патентні права (якщо буде потреба); - майбутній потенціал продукту (послуги).
4	Аналіз ринку	- покупці; - конкуренти (їх сильні й слабкі сторони); - сегменти ринку, його розмір і можливості росту; - склад вашої клієнтури; - вплив конкуренції.

Продовження табл.1.1

1	2	3
5	План маркетингу	- маркетингове розміщення (забезпечення конкурентоспроможності продукції (послуг) - основні характеристики продукції (послуг) у порівнянні з конкуруючими; - ціноутворення; - схема поширення товарів; - методи стимулювання продажу.
6	План виробництва	- розташування приміщень; - устаткування; - схема розповсюдження продукції;
7	Персонал	- планування потрібної кількості персоналу; - характеристика персоналу; - методи стимулювання.
8	Обсяг необхідних засобів	- собівартість продукції, - обсяги продажу, прибутки; - ризики.
9	Детальний фінансовий план (бюджет)	- прогнозування обсягу продажу; - оцінка прибутку; - аналіз обігу засобів; - таблиця річного балансу.

Таким чином, у бізнес-плані повинні бути відображені місткість і перспектива ринку продукції, дана оцінка передбачуваних витрат на виробництво і реалізацію продукції, співставлені витрати із прогнозованим рівнем прибутку та визначена доцільність розвитку виробництва в існуючих економічних умовах.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

2.1. Аналіз ринку виробництва меблів Миколаївської області

Меблі в тому розумінні, яке вкладають в це слово сьогодні, з'явилися дуже давно. Що ж до їх комерційного виробництва, то воно набуло інтенсивного розвитку у XVII-XVIII століттях, коли з'явилися цехи мебльовиків і мануфактури. Можна стверджувати, що меблева промисловість є однією з найстаріших у світі, а ринок меблів знаходиться на стадії зрілості.

Меблі на Заході здавна вважають предметом першої необхідності, а, як відомо, найбільш надійним є заробіток саме на предметах першої необхідності. Така ідея досить швидко стала зрозумілою та популярною і в Україні. До того ж в українського виробника є чимало конкурентних переваг: дешева робоча сила, власна екологічно чиста сировина, значний потенціал ринку, що розвивається неймовірними темпами. На ринку меблів густо від товару і виробників, імпортер трапляється щоразу рідше (у певних сегментах імпортер панує завдяки відсутності вітчизняної продукції), а дорожчі меблі продаються краще від дешевих. На підвищений попит меблевої продукції, у свою чергу, впливають позитивні тенденції у сфері будівництва. Таким чином, «меблевий бум» є похідним від «будівельного».

Розподіл світового ринку меблів між основними групами країн останніми роками залишається майже незмінним. Приблизно 42% світового виробництва меблів забезпечують країни Західної Європи (так звані ЄС 25), у грошовому вимірі ця цифра становить 95,4 млрд. євро. На другому місці США, Канада та інші країни групи NAFTA - 26 % світового виробництва (57 млрд. євро). Третю сходинку посідають азійські країни на чолі з Китаєм - 23% світового виробництва (51,4 млрд. євро); вони демонструють найбільш швидке зростання, причому лідерами регіону за обсягами виробництва є Китай (19,4 млрд. євро) та Японія (16,2 млрд. євро). Експерти прогнозують подальше зростання частки азійських країн [4, 5]. Серед країн перше місце впевнено посідає США з 45,5 млрд. євро, що складає 21 % у світовому обсязі.

За Сполученими Штатами йде трійка країн, чії показники є приблизно однаковими - 20 млрд. євро, або 9-9,5 % світового обсягу меблевої індустрії; це Італія, Німеччина та Китай.

На момент отримання незалежності меблева промисловість України була представлена потужними деревообробними комбінатами та меблевими фабриками, які мали застаріле обладнання і не були морально й технічно підготовлені до конкурентної боротьби з іноземними компаніями. Фактично до 2000 року більшість цих підприємств припинила діяльність. Натомість протягом 2000-2020 рр. зростали обсяги виробництва малих меблевих підприємств, а також обсяги імпорту.

Меблеве виробництво поступово переміщується до сектору малого бізнесу. В Україні в 2020 р. налічувалось 1,8 тис. підприємств - юридичних осіб меблевої промисловості (у т.ч. 1,6 тис. малих підприємств). Станом на 2021 р. близько 30% пропозиції на українському ринку меблів формувалась продукцією малих і так званих мікропідприємств [5, 6]. Продажем меблів і комплектуючих для них займалося понад 8000 магазинів, устаткуванням для виробництва меблів - 120 компаній.

Сьогодні не почуєш жодної розмови без згадування поняття криза економіки, яка зумовила споживчу кризу (відмова від купівлі товарів тривалого користування на користь товарів щоденного попиту, збільшення відкладеного попиту).

Меблевий бізнес, як і кожен інший, переживає складні часи. Хоча, завдяки кризі, в Україні не відбувся перерозподіл меблевого ринку. Найбільше постраждав сегмент ринку м'яких меблів. Якщо виробники корпусних меблів орієнтовно втратили від 10 до 20% обсягів продажу, то зменшення обсягів продажу диванів сягає 40-50%. Але не у всіх і не завжди. Криза - чудовий тест «на виживання». Слабкі виробники мають можливість стати ще слабшими, сильні – зміцніти і стати набагато сильнішими. Це дає змогу українським виробникам залишатися лідерами ринку. Тепер настав момент капітального ремонту свого бізнесу - знову треба вчитися, впроваджувати нові методи реалізації меблів, удосконалювати вже існуючі процеси. Насправді, більшість із меблевиків лише тепер почали задумуватися над тим, хто покупець і чого він очікує.

За різними оцінками, сьогодні на українському ринку меблів діє 350-500 вітчизняних виробників та близько 230 закордонних. [35, 36]. Провідними регіонами, де здійснюється виробництво меблів, є Волинська область (19,4 % від загального обсягу реалізованої продукції), Київська (15,8%) і Харківська (14,4 %) області, м. Київ (11,1 %), Дніпропетровська область (9,3 %). Також до регіонів з розвинуеною меблевою промисловістю належать Львівська, Закарпатська та Житомирська області (від 6,7 % до 3,2 %).

Меблева промисловість - одна із складових промислового комплексу Миколаївської області, де за останні роки спостерігаються низькі темпи зростання виробництва. Якщо загалом у промисловості області темп приросту обсягу реалізованої продукції у 2021р., порівняно з 2016 р., становив 89,8%, то у меблевій промисловості - 85,6% (рис. 2.1).

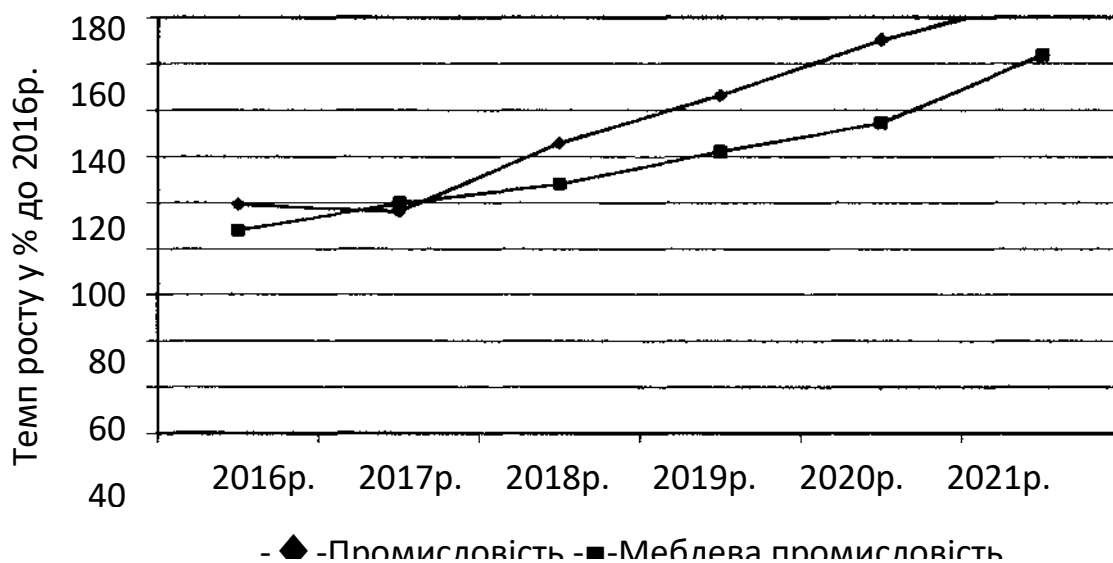


Рис. 2.1. Динаміка обсягів реалізації продукції промисловістю та меблевою промисловістю Миколаївської області

За оцінками фахівців з меблевого виробництва, місткість ринку торік залишалася стабільною на рівні \$290-310 млн. У сегментації змін також не відбулося: 63% припадає на хатні (побутові) меблі, 27% – на офісні, 10% – спеціальні меблі (зокрема, торговельне обладнання). Отже, сегмент спеціальних меблів динамічно

розвивається, офісних – вступає у стадію насичення попиту, а побутових – також нарощує темпи. У найближчій перспективі виробництво і реалізація спеціальних меблів виглядає найбільш привабливо. Частка хатніх меблів розподіляється приблизно так: 30% – м'які меблі, 20% – кухні, 20% – корпусні меблі для віталень і передпокоїв, 15% – спальні, 10% – дитячі кімнати, 5% – меблеві дрібниці.

Втім така сегментація досить умовна, адже, наприклад, віяння останніх років – вбудовані шафи-купе – «відгризають» частку сегменту передпокоїв, гарнітурів для віталень і спалень. Наразі можливість використати простір максимально ефективно і власноруч сконструювати шафу стають дедалі вагомішим чинником вибору вбудованих шаф. За неофіційними даними провідних компаній ринку, щорічно попит стабільно зростає в усіх регіонах. Інші експерти говорять про 40% річного зростання попиту в цьому сегменті.

За словами українських меблевиків, майже усі матеріали і комплектуючі вони змушені імпортувати, оскільки вітчизняні підприємства неспроможні забезпечити продукцією належної якості. З огляду на це й ціни на такі меблі дещо вищі.

Кожен спектр меблевого ринку поділяють на кілька цінових рівнів: елітний, дорогий, середній і дешевий. Орієнтиром у ціновій політиці для багатьох виробників є «золота» середина [36].

Країни, з яких імпортують меблі в Україну, поділені на три групи: ті, що більшу частину продукції постачають за цінами, нижчими від середнього рівня; за цінами середнього рівня і за цінами вище середнього. До першої групи однозначно відносять Польщу. Продукція цієї країни вже давно конкурує з вітчизняними меблями у нижчому ціновому рівні. До другої групи належать Чехія, Югославія, Словаччина, Данія, Румунія. Третю групу представляють Італія, Німеччина, Бельгія, Іспанія.

За співвідношенням «ціна-якість» такі популярні зараз на ринку багатофункціональних меблів шафи-купе посідають перші позиції, оскільки гарантують споживачам численні переваги (економія простору, надійність, зручність у використанні тощо).

Цілком закономірним нині є пошук відповіді на запитання: шафа-купе – розкіш чи потреба? Якщо кілька років тому шафи-купе були екзотичним явищем, не відомим пересічному українцю, то впродовж останнього часу саме цей вид умеблювання набув поширення. Проте це не лише особливість вітчизняного ринку меблів, навпаки – це європейські тенденції. Слід зазначити, що до нас популярність цих «домашніх помічників» прийшла досить пізно. Це пояснюється деякою консервативністю покупців та їх довготривалою прихильністю до так званих меблевих гарнітурів – корпусних меблів.

Шафи-купе, залежно від призначення та особливостей помешкання (площа, висота стелі, нестандартні форми, опуклості, нерівності, наявність мансарди), виготовляються на основі різних розсувних систем – Sevroll, Senator, Komandor, Kraft, Braun, Stanley тощо. Шафа-купе – це значно більше ніж меблі, адже завдяки їм досягається економія місця та збільшення простору, якого у наших малогабаритних квартирах так бракує. Шафи-купе є однією з форм вбудованих меблів, які сприяють перетворенню непотрібних та незручних ніш, комор та закутків у корисні та місткі об'єми. За допомогою шафи-купе можна навіть перепланувати приміщення і отримати додатковий простір. Можливість індивідуального проектування дозволила їм зайняти місце як у спальнях чи передпокоях, так і в офісах.

Тому важливо знати, з чого вона складається, чим визначається її якість, а отже, надійність та довговічність. Основною відмінністю шафи-купе є використання розсувних дверей (як у купе поїзда, від чого й пішла назва шаф). Саме від того, якою буде розсувна система, залежить якість, зручність та довговічність шафи. Розсувна система – це профіль та роликовий механізм. Роликові механізми можуть встановлюватись зверху, знизу і в комбінованому варіанті. Верхнє розташування звільняє від необхідності монтажу нижніх направляючих, але коштує дорожче. Нижні направляючі надійніші, але вони можуть засмічуватись пилом та дрібним сміттям, тому потребують додаткового прибирання. Профілі бувають сталеві та алюмінієві. Алюмінієвий профіль дорожчий, але тільки він може бути закритий з усіх боків і повністю сховати роликовий механізм. Крім того, він стійкий до ме-

ханічних пошкоджень та більш надійний. З точки зору відповідності сучасним світовим тенденціям, саме використання алюмінієвих деталей, а також застосування у технології виробництва нових металевих сплавів, які відрізняються підвищеною витривалістю, свідчить про логічне продовження теми «Hi-tech» одночасно з впровадженням нових концепцій. Наприклад, модним не лише в Україні, а й у світі є комбінування скла, дерева та металу. На відміну від попередніх років, коли популярними були матові поверхні, сьогодні модними є блискучі. Основною вимогою залишається дотримання лаконічних форм у стилі «мінімалізму».

Якість шафи-купе переважно залежить від якості її зборки і встановлення, наскільки точно враховані всі особливості приміщення, можливі нерівності, точності виготовлення деталей.

За видами продукції випуск меблів у Миколаївській області наведений у табл.2.1.

Таблиця 2.1

Виробництво меблів у Миколаївській області
та темпи росту 2021 р. порівняно з 2020р.

Види меблів	Вироблено за 2021р.	2021р.у % до 2020р.
Меблі для сидіння (переважно з дерев'яним каркасом), шт.	682	45,5
Меблі конторські (офісні) та для підприємств торгівлі, шт.	1764	68,4
Меблі кухонні, шт.	187	25,3

Така ситуація пов'язана з тим, що продукція меблевих підприємств протягом останніх років не має належного збуту. Виробництво меблів випереджує їх реалізацію. Результатом цього є збільшення тривалості обороту оборотного капіталу, нагромадження на складах підприємств-виробників значних залишків нереалізованої готової продукції і наявність значних сум заборгованості - дебіторської і кредиторської.

Виробничий потенціал меблевих підприємств дає змогу сьогодні цілком забезпечити потреби внутрішнього ринку в меблях. Однак більшість згаданих товарів

через їхню високу собівартість, зумовлену високими цінами на енергоносії, сировину і матеріали, виявилися неконкурентоспроможними.

Незворотні зміни, що відбулися у всіх ланках господарського механізму в Україні, потребують залучення значних коштів у стислий термін господарювання. Із огляду на обмеженість внутрішніх джерел фінансових ресурсів, вітчизняним підприємствам необхідне зовнішнє фінансування.

Розрахуємо обсяг власного оборотного капіталу та його частку в загальній величині оборотного капіталу для промисловості України у цілому та у Миколаївської області зокрема за 2017-2021 рр. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка обсягів та питомої ваги власного оборотного капіталу в загальному обсязі оборотного капіталу промислових підприємств України та Миколаївської області

Власний оборотний капітал	2017р.		2018р.		2019р.		2020р.		2021р.	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн..	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Промислових підприємств України	10666,8	6,5	13900,4	7,1	20950,2	9,4	36363,8	14,8	65198,5	22,2
Промислових підприємств Миколаївської обл.	114,8	12,3	31,5	3,8	45,9	5,4	80,5	7,4	117,0	9,3

За даними табл. 2.2, власний оборотний капітал протягом 2017-2018 рр. становив незначну частку в загальній його структурі у промисловості України в цілому, але починаючи з 2019 року частка власного оборотного капіталу значно змінюється в позитивний бік. Аналізуючи динаміку змін частки власного оборотного капіталу на промислових підприємствах Миколаївської області можна сказати, що у 2018 році порівняно із 2017 стався великий спад, але потім тенденція розвитку змінювалась у позитивний бік підвищуючи частку власного оборотного капіталу на підприємствах.

Аналізуючи динаміку рівня ліквідності матеріалізованих форм оборотного

капіталу, слід звернути увагу на фактори, що зумовили її зміну. Негативним є те, що впродовж досліджуваного періоду зменшення частки низьколіквідних активів за рахунок збільшення питомої ваги середньоліквідних визначалося, насамперед, зростанням частки дебіторської заборгованості у структурі оборотного капіталу.

Така ситуація свідчить, що адаптація діючих підприємств до умов ринкового середовища, що сприяє підвищенню ліквідності матеріалізованих форм оборотного капіталу, ліквідності всіх активів і платоспроможності підприємства, взагалі відбувається дуже повільно. Це показують і найхарактерніші показники ліквідності: коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт швидкої (проміжної ліквідності), коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності (коефіцієнт покриття) (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Показники ліквідності підприємств-виробників меблів
у Миколаївській області

Показники	Роки							Норма-ти-вне значення
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,04	0,02	0,06	0,05	0,05	0,05	0,2-0,25
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,41	0,56	0,43	0,44	0,60	0,84	0,81	1,0
3. Коефіцієнт поточної ліквідності	1,38	1,73	1,39	1,09	1,23	1,47	1,33	1,0-1,5

Примітки: розраховано за даними Миколаївського обласного управління статистики

В основу розрахунку цих показників закладено ідею зіставлення величини високоліквідних, середньоліквідних та низьколіквідних матеріалізованих форм оборотного капіталу і величини поточних зобов'язань.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності є найжорсткішим критерієм ліквідності підприємства. Він характеризує ту частину короткотермінової заборгованості, яку

підприємство має змогу погасити негайно. Зростання середнього значення цього показника, що відбувалося впродовж досліджуваного періоду в меблевій промисловості Миколаївської області, свідчить, безумовно, про позитивну тенденцію. Але це зростання зовсім незначне (0,04), і значення згаданого коефіцієнта досить низьке, порівняно з мінімальним нормативним значенням - 0,2.

При цьому слід звернути увагу на думку окремих фінансистів, які вважають, що оскільки нормативні значення для показників ліквідності запозичені із зарубіжної практики, то вони не сповна відповідають нашому ринковому середовищу, показникам національних стандартів фінансової звітності та є завищеними.

Значення коефіцієнта швидкої ліквідності відображає прогностні платіжні можливості підприємств за умови вчасних розрахунків із дебіторами. Цей коефіцієнт враховує якість матеріалізованих форм оборотного капіталу і є точнішим показником ліквідності, ніж наступний показник - коефіцієнт загальної ліквідності, оскільки при його розрахунку враховують ліквідніші активи (запаси не враховують). Однак визначення ліквідності за ним досить суперечливе. Якщо цей показник зростає, що в нашому випадку відбулося внаслідок збільшення дебіторської заборгованості, то це навряд чи можна сприймати як поліпшення платоспроможності підприємств.

Коефіцієнт поточної ліквідності - найбільш узагальнюючий показник ліквідності балансу. Цей коефіцієнт характеризує, чи достатньо оборотного капіталу для погашення поточних зобов'язань підприємства. Як свідчать дані табл. 2.3, упродовж 2015-2021 рр. середнє значення цього показника є прийнятним і свідчить про платоспроможність підприємств-виробників меблів в цілому.

Кожна організація є відкритою системою, яка перебуває у постійній взаємодії із зовнішнім середовищем. Зовнішнє середовище – сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх щодо підприємства умов і чинників.

На діяльність ТОВ «Ампір» впливають політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники (табл. 2.4):

PEST-аналіз ТОВ «Ампір»

Види чинників	Приклади
Політичні чинники (Р)	1) Податкова політика і законодавство
	2) Стабільність уряду
	3) Антимонопольне законодавство
Економічні чинники (Е)	1) Вартість сировини та енергоносіїв
	2) Рівень інфляції
	3) Вартість товарів конкурентів
	4) Контроль над цінами і заробітною платою
	5) Тенденції ВВП
	6) Процент і курс національної валюти
	7) Стадії ділового циклу
	8) Надійність постачальників
Соціальні чинники (S)	1) Демографічна структура населення
	2) Спосіб життя, звички населення
	3) Активність споживачів
	4) Мобільність населення
Технологічні чинники (Т)	1) Нові технології
	2) Нові продукти
	3) Рівень НДДКР
	4) Нові патенти
	5) Захист інтелектуальної власності

Отже, із зовнішнього середовища на розглянуте підприємство впливає багато чинників, які можна класифікувати залежно від характеру впливу на середовище прямої (мікросередовище) та непрямої (макросередовище) дії.

На Миколаївському ринку потенційними конкурентами можуть бути підприємства, що зараз ефективно працюють. Серед них можна визначити такі підприємства як: ПП «Артіль», «Мебель-АРТ», меблева фабрика «НастЮля», салон меблів

«Каштан», ТОВ компанія «Меблеві технології», мебелева фабрика «Шик», ТМ «БиоМебель», фірма «Дом Мебели» і т.д. Проведемо аналіз конкурентів ТОВ «Ампір» (рис. 2.2).

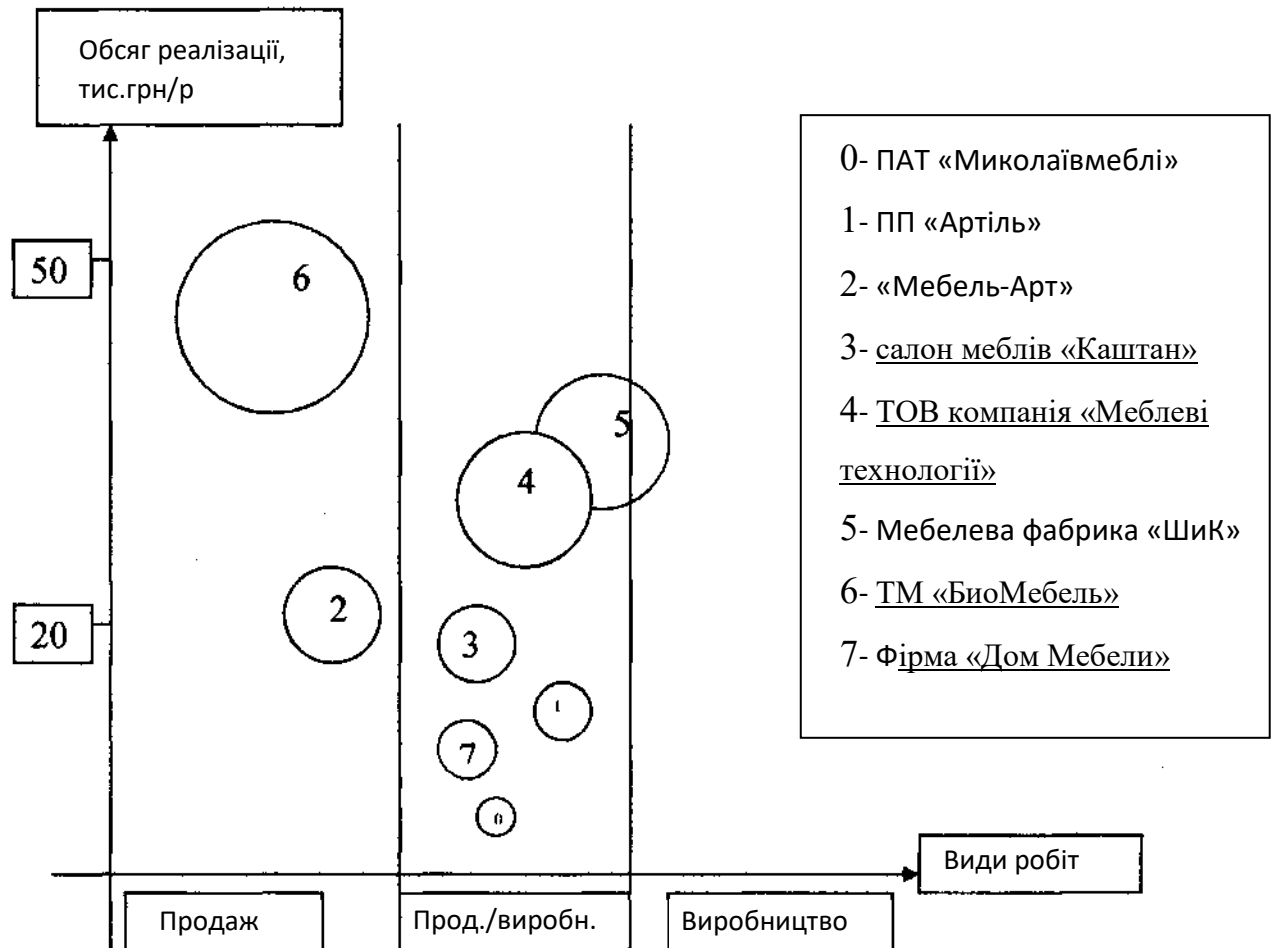


Рис. 2.2. Аналіз конкурентів ТОВ «Ампір»

Отже, основними потенційними конкурентами ТОВ «Ампір» в теперішній час є виробники, що працюють у сегменті продаж/виробництво. Здебільшого вони представлені на регіональному ринку. Це компанії, які позиціонують на ринку таку продукцію як офісні меблі та меблі для дому. Оказують конкуренцію фабриці також загальнонаціональні підприємства, що реалізують продукцію за нижчою ціною ніж у місцевих виробників.

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

Підприємство, що розглядається, буде створюватись у Миколаївській області в м. Миколаїв. На даному підприємстві буде налагоджене виробництво корпусних меблів для офісних та житлових приміщень. За класифікацією КВЕД підприємство відноситиметься до секції Б - що охоплює обробну промисловість, належить до підсекції БИ - під назвою «Інше виробництво, не віднесене до інших угруповань», до 36 розділу (виробництво меблів; інші види виробництва), до 36.1 групи (виробництво меблів), до таких класів як: 36.11, 36.12, 36.13 та підкласів: 36.11.1, 36.11.2, 36.12.1, 36.12.2, 36.13.0.

Розглянемо більш детально склад кожного із перерахованого підкласу.

36.11.1 - виробництво стільців та сидінь. Цей підклас включає:

- виробництво стільців та крісел з різного матеріалу для офісів, майстерень, житлових приміщень;
- виробництво стільців та сидінь з різного матеріалу для кінотеатрів, театрів тощо;
- виробництво сидінь для транспортних засобів з різного матеріалу;
- оброблення сидінь типу набивки, драпірування.

36.11.2 - виробництво стільців та сидінь спеціалізованими підприємствами за індивідуальними замовленнями населення.

36.12.1 - виробництво меблів для офісів та магазинів. Цей підклас включає:

- виробництво спеціалізованих меблів для магазинів: лотків, вітрин, полиць тощо;
- виробництво меблів для офісів, крім стільців та крісел.

36.12.2 - виробництво меблів для офісів та магазинів спеціалізованими підприємствами за індивідуальними замовленнями населення.

36.13.0 - виробництво кухонних меблів. Цей підклас включає:

- виробництво спеціалізованих кухонних меблів;
- виробництво меблів для ванних кімнат.

Дуже багато людей напевно хоч раз замислювалися про те, що виготовлення

меблів є досить прибутковою справою. Досить пройти по магазинах, щоб зрозуміти: вартість будь-якого готового предмету меблів, будь то стіл, стілець, шафа або диван, як мінімум в два-три рази дорожче вартості усіх використовуваних для цього матеріалів: деревини, фурнітури і т.д.

Проте, ідея виготовляти меблі відвідує далеко не кожного. Причина цього в тому, що багато людей перебувають у владі ряду поширених помилок, що заважає їм спробувати себе в цьому цікавому і прибутковому бізнесі.

Більшість людей вважає, що для виготовлення меблів необхідно відкрити спеціалізовану фабрику, яка має у своєму складі кілька цехів, склади, розвинену інфраструктуру і десятки співробітників різних спеціальностей. Але сьогоднішні реалії такі, що створювати меблі можна власними руками у звичайній міській квартирі.

Справа в тому, що пристойно заробляти на виготовленні та продажу меблів можна, займаючись лише виконанням кінцевих операцій по збірці предметів меблів, опускаючи основну частину технологічного процесу.

При цьому ваші витрати на створення продукції будуть лише трохи вище аналогічних витрат, понесених меблевою фабрикою, а розміри прибутку будуть набагато вище: адже вам не доведеться витратити значну частину на оплату праці численних співробітників, що займатимуться виготовленням листів ДСП, ДВП і іншої сировини, оренду надто великих площ приміщень і т.д. Розглянемо весь процес на конкретному прикладі.

Отже, припустимо, ви вирішили виготовити комплект меблів для кухні, куди входять плита, мийка, обідній і обробний столи, стільці, навісні і підлогові шафи, витяжка. Для створення більшості згаданих предметів нам потрібно ЛДСП (ламінована деревинно-стружкова плита).

На одну стандартну кухню йде, в середньому, 15-20 квадратних метрів цього матеріалу. Вартість одного метра квадратного ЛДСП в оптовому магазині складає близько 150-180 грн. Там же вам запропонують кромку для обклеювання, вартість якої варіюється в межах 3-7 грн.

В результаті, всі витрати на підготовку основного матеріалу для виготовлення однієї кухні складуть 1000 -1600 грн.

Після того, як основа готова, можна вирушати за фасадами і стільницями - все це ви знайдете на заводах. Потім необхідно придбати скло, яке необхідно розрізати на потрібні шматки.

Тепер необхідно придбати фурнітуру: саморізи, трубки, ручки, сушки і т.д. Все це ви легко знайдете на оптовій базі. Залишилось придбати світильники, знайти які також не складе ніяких труднощів. Ну, а техніку (витяжку, варильні поверхні і т.д.) можна придбати в будь-якому магазині, що реалізовує продукцію цього типу.

Таким чином, після відвідування декількох торгових точок і майстерень ви обзаводитеся безліччю заготовок, з яких у лічені години можна змонтувати цілу кухню. Для цього вам потрібно мінімальний досвід, який легко напрацьовується за кілька днів, і стандартний набір інструментів: розпилювальний станок, дріль, шуруповерт, набір викруток і т.д.

Вартість матеріалу, витраченого на меблі для однієї кухні, складе приблизно 5000 грн., продати ж її ви зможете в два рази дорожче. При цьому зовнішній вигляд і якість вашої кухні не поступатимуться фабричним, а вартість буде на 25- 30 відсотків менше.

Працюючи у вільний від основної роботи час, зібрати одну кухню можна за 5-7 днів, якщо ж зробити цей бізнес своїм головним заняттям, впоратися з виготовленням цих меблів можна дня за три, найнявши декілька робітників - за тиждень можна збирати по 2 - 3 кухні.

Також з легкістю ви можете конструювати та виготовляти шафи купе, які останнім часом стали дуже популярними в Україні. Таким чином як ми бачимо даний бізнес є вигідним і перспективним на майбутнє.

Враховуючи те, що в Україні росте досить велика кількість деревини – можна організувати поставку такої деревини як дуб з заходу країни, та почати виробляти екологічно чистий продукт, що на теперішній час все більше покупців намагаються придбати. На заході Європи всі споживачі акцентують увагу саме на екологічно чистому продукті, щоб підтримати своє здоров'я на високому рівні, наші вітчизняні

покупці також останні декілька років намагаються підтримати даний «європейський» світогляд на навколишнє середовище та на взаємодію із нею. До того ж мода повертається на товари з натуральної сировини - тим паче що на самій деревині можна вирізати чудові візерунки, чого не зробиш на звичайних листах ДСП.

В Миколаєві виготовляється дуже велика кількість корпусних меблів з ДСП, з фасадами МДФ і т.д., але всі ці меблі є дуже схожими один на одного, вони розрізняються кольорами, розмірами, але їх загальна сутність, конструкція залишається незмінною. Якщо покупець є доволі заможним, то він може замовити більш цікаві меблі, в основному з МДФ, з Італії, Румунії і ряду інших країн. Моя мета створити підприємство, що працюватиме на всі верстви населення - більш економні меблі, створені з листів ДСП, меблі середнього класу - де, можливо частково використовуватиметься натуральна деревина, наприклад на фасадах кухонь, або красиві якісні стекла будуть вставлені в фасадні рамки МДФ, та більш дорогі меблі для більш заможного населення - виготовлятиметься дані меблі лише під замовлення, корпус буде обумовлюватися - колір, тип сировини (натуральна деревина, колір деревини, відтінок, можливо це також буде ДСП), фасади кухонь будуть вирізані із різними малюнками, що також обумовлюватимуться, тип скла, тип гравірування, можливо будемо об'єднувати із кованими виробами, тобто все обговорюватиметься до дрібниць. Це звичайно забере більше часу та сировина коштуватиме більше, більше праці міститиме данні проекти, але я вважаю що при наявності коштів - за допомогою мого підприємства та професійного персоналу можна перетворити свій дім у свою мрію не звертаючись до інших країн, та заради якої даних коштів не шкода буде. Тим паче в Україні достатньо працівників, що знають свою роботу та вони можуть працювати не гірше тих самих італійців, просто їх потрібно трошки підштовхнути, дати їм можливість творити.

Організаційно правову форму підприємства я обираю Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). ТОВ – це форма організації підприємства, за якої його учасники роблять певний пайовий внесок у статутний капітал і несуть обмежену відповідальність у межах своїх внесків. Як і акціонерне товариство, товарис-

тво з обмеженою відповідальністю за своїми зобов'язаннями відповідає теж належним йому майном. І ця відповідальність є, за загальним правилом, повною (відшкодування всіх заподіяних збитків), якщо тільки за даним видом зобов'язань не передбачено обмеженої відповідальності. Поняття ж «обмежена відповідальність» тут означає, що при зверненні стягнення на майно товариства за його боргами, пайовик втрачає лише свій пай (внесок), а на решту його майна ця відповідальність не поширюється (наприклад, при банкрутстві товариства).

У цьому розумінні й відповідальність акціонерів у акціонерному товаристві є також обмеженою, бо вони відповідають за зобов'язаннями товариства лише в межах належних їм акцій. У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється статутний капітал, розмір якого не встановлюється.

До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю кожен з учасників зобов'язаний внести до тимчасового розрахункового рахунку в банку не менше 50 % зазначеного в установчих документах вкладу, що підтверджується документами, виданими банківською установою. Учасник зобов'язаний повністю внести свій вклад не пізніше 1 року після реєстрації товариства.

Одною з відмінностей товариства з обмеженою відповідальністю від акціонерного товариства є те, що учасник товариства з обмеженою відповідальністю може передати свою частку (чи її частину) одному чи кільком учасникам цього товариства, а якщо інше не передбачено установчими документами, то і третім особам лише за згодою інших учасників. Учасники товариства користуються переважним правом придбання частки учасника, який її відступив, пропорційно їхнім часткам у статутному фонді товариства або в іншому, погодженому між ними розмірі.

Будь-який з учасників має право вийти з товариства зі сплатою йому вартості частини майна товариства, пропорційної його частці у статутному фонді. На вимогу учасника та за згодою товариства вклад може бути повернений повністю або частково в натуральній формі.

Учасник також може бути виключеним з товариства за рішенням зборів учасників, якщо систематично не виконує свої обов'язки або якщо його дії суперечать досягненню цілей товариства.

Управління ТОВ здійснюється за допомогою системи органів, які формують учасники товариства. Функції з управління товариством поділяються між його органами:

- вищим – зборами учасників;
- виконавчим – дирекцією (директором);
- контролюючим – ревізійною комісією.

Вищим органом товариства з обмеженою відповідальністю є збори учасників, що складаються з учасників або призначених ними представників. До компетенції зборів учасників товариства з обмеженою відповідальністю належить:

1. Визначення основних напрямів діяльності товариства і затвердження його планів та звітів про їх виконання;
2. Внесення змін до статуту товариства;
3. Обрання та відкликання членів виконавчого органу та ревізійної комісії;
4. Затвердження річних результатів діяльності товариства, звітів і висновків ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку;
5. Створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їхніх статутів та положень;
6. Винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб товариства;
7. Затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів товариства, визначення його організаційної структури;
8. Встановлення розміру, форми і порядку внесення учасниками додаткових вкладів;
9. Вирішення питання про придбання товариством частки учасника;
10. Виключення учасника з товариства;
11. Визначення умов оплати праці посадових осіб товариства;
12. Затвердження договорів (угод), укладених на суму, що перевищує зазначену в статуті товариства;
13. Прийняття рішення про припинення діяльності товариства.

Статутом товариства до компетенції зборів учасників можуть бути віднесені й

інші питання.

Рішення вважається прийнятим, якщо за нього проголосують учасники, що володіють у сукупності більш як 50% загальної кількості голосів учасників товариства.

Збори учасників товариства з обмеженою відповідальністю скликаються не рідше як 2 рази на рік, якщо інше не передбачено установчими документами. Такі збори вважаються повноважними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), які володіють у сукупності більш як 60% голосів.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється виконавчий орган: колегіальний (дирекція) або одноособовий (директор). Членами виконавчого органу можуть бути також і особи, які не є учасниками товариства. Дирекція (директор) вирішує всі питання діяльності товариства, за винятком тих, що входять до виключної компетенції зборів учасників, її повноваження при цьому визначено ст. 62 Закону України «Про господарські товариства» та установчими документами товариства.

Контроль за діяльністю виконавчого органу товариства з обмеженою відповідальністю здійснює ревізійна комісія, що утворюється зборами учасників товариства з їх числа у кількості не менше трьох осіб. Її діяльність регламентовано ст. 63 Закону України «Про господарські товариства».

Відповідальність товариства в цілому і його учасників зокрема обмежується розміром та частками статутного капіталу. Законом України «Про господарські товариства» або іншими актами мінімальній розмір статутного капіталу не визначений, отже він може бути еквівалентним будь-якій сумі. Статутний капітал ТОВ може бути сформований декількома шляхами: за допомогою майнових внесків та/або за допомогою грошових внесків учасників ТОВ. Формування статутного капіталу майном передбачає відчуження майна засновників у власність ТОВ. Формування статутного капіталу за рахунок грошових внесків передбачає внесення відповідної суми грошових коштів на рахунок ТОВ. Законодавством України передбачена можливість формування статутного капіталу ТОВ не в повному обсязі від зазначеного. Таким чином статутний капітал може бути сформований не менше ніж

на 50% від суми зазначеної в статутних документах. В такому випадку засновники зобов'язані сформувати статутний капітал ТОВ в повному обсязі в зазначений законодавством для цього термін.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резюме

ТОВ «Ампір» займатиметься виробництвом і продажем корпусних меблів для кухонь, столових, спалень, кабінетів та передпокоїв.

Мета проекту - отримання прибутку від виробництва і реалізації продукції за низькими конкурентоспроможними цінами при збереженні високих споживчих параметрів. Здійснення проекту дозволить забезпечити постійну пропозицію продукту та надалі розширити асортимент продукції і збільшити обсяг виробництва.

Короткостроковими цілями проекту є:

- запуск на початок 2019 р. виробничого комплексу для виробництва меблів;
- закупівля нового обладнання, наймання працівників.

Довгостроковими цілями проекту є:

- зниження витрат і підвищення рентабельності продукції;
- завоювання ринку;
- розширення технічних, матеріальних і фінансових можливостей підприємства.

До негативних характеристик, які піддаються коригуванню та усуненню, можна віднести нестабільні обсяги майбутніх продажів, оскільки попит на продукцію буде у великій мірі залежати від загальної економічної ситуації в країні (дана продукція не є предметом першої необхідності).

Ринок реалізації продукції підприємство визначило межами Миколаєва та Миколаївської області. Перевагою обраного напрямку діяльності є відсутність проблеми нестачі трудових ресурсів.

Набір робочої сили планується здійснити шляхом укладання контрактів з працівниками на заздалегідь обумовлений термін. Потенційними споживачами продукції є як юридичні особи (невеликі фірми), так і широке коло населення із низьким, середніми та високими доходами.

Загальні відомості:

Скорочена назва - ТОВ «Ампір»;

Місце розташування - м. Миколаїв, Миколаївська область;

Діяльність: група 36.1 Виробництво меблів.

3.2. Опис продукту

В наш час український ринок завантажений великою кількістю меблів, що виробляються невеликими підприємствами, у котрих відсутні відділи, що розробляють нові концепти меблів, відроджують нові ідеї, через це на ринку насичена велика кількість однотипних меблів. Інший великий сегмент на ринку меблів - дистриб'ютори, що продають меблі з-за кордону - більшість це країни Італії, Румунії та деякі з Європи. Якщо споживач бажає обладнати свої помешкання меблями з новими ідеями - він звертається в більшості випадків до дистриб'юторів із закордонними меблями. На мою думку це велика помилка українських виробників та дистриб'юторів. їм необхідно більше думати та виробляти та продавати український продукт - це призведе й до збагачення виробника, й до нижчої, конкурентної ціни для споживача та через це казна нашої держави буде швидше наповнюватись грошима через податки. Саме через це я й вважаю що країна потребує нове підприємство із новими ідеями, і саме цим я планую займатись.

Товар підприємства ТОВ «Ампір» вироблятиметься в загальній кількості з листів ДСП, ДВП, МДФ та з натурального дерева. Будуть присутні деякі деталі кованих виробів, котрі будуть зроблені зі сталі.

Деревина завозитиметься з західної України, так як дана частина країни збагачена лісами, а відповідно й натуральною деревиною. Підприємство працюватиме на всі верстви населення - більш економні меблі, створені з листів ДСП, меблі середнього класу - де, можливо частково використовуватиметься натуральна деревина, наприклад на фасадах кухонь, або красиві якісні стекла будуть вставлені в фасадні рамки МДФ, та більш дорогі меблі для більш заможного населення - виго-

товлятимуться дані меблі лише під замовлення, корпус буде обумовлюватися - колір, тип сировини (натуральна деревина, колір деревини, відтінок, можливо це також буде ДСП), фасади кухонь будуть вирізані із різними малюнками, що також обумовлюватимуться, тип скла, тип гравірування, можливо будемо об'єднувати із кованими виробами, що на даний момент не використовується у практиці виготовлення меблів. Фурнітура для меблів буде замовлятися доволі великими партіями безпосередньо у виробників. Планується закуповувати у двох виробників:

«ДС» - фірма, що виробляє дешеву меблеву фурнітуру для меблів в КНР;

«Blum» - фірма, що виготовляє якісну фурнітуру для меблів в Німеччині.

На підприємстві діятиме відділ дизайнерів, що створюватимуть нові ідеї, пропонувати клієнтам нові концепції меблів, що звичайно підсилить конкурентоздатність підприємства. Асортимент компанії буде активно оновлюватись, щоб мати можливість в короткі терміни вийти на загальнонаціональний ринок, у зв'язку з цим буде створена автоматизована лінія виробництва однотипних меблів.

Матеріали, які використовуватимуться у виробництві, матимуть гігієнічний висновок і сертифікат якості. Деревина буде висушуватись за європейською технологією.

Завдяки автоматизації виробничого етапу процес освоєння нових моделей меблів не викликатиме ніяких проблем. В комп'ютер будуть вводиться нові дані, і дизайнерська мрія в буквальному сенсі починатиме втілюватись в життя. Суворі вимоги до якості власної продукції, бажання і вміння експериментувати, - далекосяжні перспективи, які базуватимуться на популярності моделей і доступності їх цін - ось ознаки сучасного підприємства ХХІ століття.

3.3. Маркетинговий план

На стадії появи продукції на ринку для товару необхідно створити початковий попит, тобто максимізувати попит на дану продукцію та витиснути з ринку традиційних виробників. Досягти таких результатів можна лише використовуючи

інструменти маркетингу, це такі як: маркетингові дослідження, товарна політика, канали збуту, ціна, реклама, сервісне обслуговування. Для успішного впровадження маркетингової політики підприємства необхідно проаналізувати та використати всі ці інструменти впровадивши свій комплекс маркетингу. Саме для цих завдань на фірмі необхідна команда маркетологів, яка являтиметься відокремленим відділом, що буде підпорядковуватись безпосередньо саме директорів фірми.

Першочергове завдання маркетингового плану - є вирішення місцезнаходження виробничого комплексу підприємства. Меблевий цех не наносить дуже великої шкоди навколишньому середовищу, але все ж краще такі виробничі комплекси створювати за територією міста. Таке розташування дасть декілька вигід. По-перше, будівництво виробничого комплексу за містом буде набагато дешевшим, так як земля в місті коштує набагато вище ніж за містом. По-друге, враховуючи наявність звукоізоляційних матеріалів в комплексах та повітряних фільтрів, деякий шум від виробничого обладнання та викид шкідливих часток у повітря через постійне лакування меблевих поверхонь буде негативно позначатися у місті. При цьому необхідно враховувати і віддаленість від торгової мережі, слід вибрати місце, що не буде дуже віддаленим від магазинів продажу продукції, адже це підвищить його собівартість, що може призвести до негативних наслідків комерційної діяльності підприємства. Враховуючи всі ці критерії, я вважаю, що більш вигідно буде розмістити виробничий комплекс у передмісті Миколаєва «Тернівка». Я вважаю, що це буде найоптимальніший вибір, так як знаходження виробництва можна розмістити там доволі далеко від помешкань людей, та не по далеку проходитиме міжміська дорога «Миколаїв - Херсон», що дасть нам ще один позитивний чинник.

Не менш значиме завдання маркетингового плану - є вибір розташування торгових точок підприємства та вибір яким чином прорекламувати себе споживачам. Магазин для реалізації продукції не буде купуватися з початку існування підприємства. Я вважаю більш доцільно буде взяти магазин в лізинг і через деякий час з отриманого прибутку цей магазин викупити у власника. Розташування магазину слід обрати у центрі міста, де кожного дня проїжджає велика кількість людей - це призведе до того що магазин може працювати в якості реклами та це дасть більшу

вірогідність, що споживачі прогулюючись містом зайдуть до магазину, подивитись що нового відкрили у їх місті, полюбити дані меблі та у випадку купівлі нових меблів - зробити це саме в нашому магазині. Рекламу можна піднести споживачеві різними шляхами, але більш дійові для невеликих підприємств - це реклама через інтернет, телебачення, білборди, візитки, виставки, газети, журнали та радіо.

Можна впевнено сказати, що реклама в інтернеті, на білбордах та за допомогою виставок - є найбільш ефективною, тобто буде доцільно більшість капіталу, що вкладатиметься в рекламу - направляти саме в ці види реклами, але слід не забувати й про інші.

Враховуючи те, що з початку підприємство буде орієнтовано лише на Миколаїв та Миколаївську область - рекламу в інтернеті потрібно використовувати лише на сайтах, що більше всього проглядають миколаївці, тобто дана реклама повинна бути орієнтована лише на наших цільових споживачів. Рекламу на білбордах необхідно розташовувати у центрі міста та буде доцільно розташувати по одному білборди з рекламою нашого підприємства у кожному районі, що віддалений від центру міста. Участь у виставках, я вважаю, необхідно приймати й на національному рівні. Крупні виставки не слід пропускати - це допоможе показати себе споживачам всієї країни, можна наладити відносини із дистриб'юторами з різних кінцівок країни та таким чином можна знайти покупців на елітні меблі даної компанії.

Кожний маркетинговий відділ вимагає доволі високий рівень витрат на його утримання. У компаніях зі світовим ім'ям на утримання маркетинг компанії виділяється більше 50 % доходу від продажу продукції, але вони вимушені йти на ці кроки, адже лише заради даного відділу їх впізнав весь світ, й без даного відділу компанія швидко відійде «на задній план» завдяки своїм конкурентам.

Розрахуємо у табл. 3.1 загальні витрати на утримання маркетингового відділу.

Таблиця 3.1

Розрахунок витрат на утримання маркетингового відділу у 2018 р.

Стаття витрат	Необхідні витрати
---------------	-------------------

	Сума, тис. грн.	Частка, %
ЗП персоналу	180	36,4
Відрядження	50	10,1
Реклама	90	18,2
Виставки	100	20,2
Адміністративні витрати	50	10,1
Різне	25	5,1
Витрати на маркетинг	495	100,0

Таким чином, на впровадження маркетингової політики на підприємстві коштуватиме для фірми 495 000 грн. за 2018 рік, або 41 250 грн. в місяць.

3.4. Виробничий план

Технологія виробництва корпусних меблів складається з ряду етапів, які можуть відрізнятись в залежності від виду продукції. Наприклад для виготовлення стандартної шафи купе технологія буде складатись з таких 5 етапів:

- 1) розкрій плит (ДСП або ДВП) на заготовки;
- 2) личкування торців заготовок (з ДСП) крайкою;
- 3) свердління сполучних отворів (присадка);
- 4) збирання (з використанням фурнітури та ручного інструменту);
- 5) пакування.

Але підприємство «Ампір» виробляє також й корпусні меблі на замовлення покупців. Процес виготовлення товару у даному випадку міститиме 10 етапів:

- 1) дизайнер їде до покупця та знімає розміри площ, де будуть встановлюватись меблі компанії;
- 2) дизайнер подає підтверджені покупцем ескізи майбутнього товару;
- 3) закупка необхідної сировини;
- 4) розкрій плит (ДСП, ДВП або натуральної деревини) на заготовки;
- 5) личкування торців заготовок (з ДСП) крайкою / покриття деревини морилкою та лаком;

- 6) свердління сполучних отворів (присадка);
- 7) збирання (з використанням фурнітури та ручного інструменту);
- 8) пакування;
- 9) доставка;
- 10) монтажні роботи.

Ця технологія також може змінюватись від виду замовлення. Наприклад, підприємство у виробництві товарів може використовувати ковані вироби, котрі в процесі виробництва також необхідно обробити, зварити підходящі деталі для замовлення та покрити фарбою. Лише після цього ковані вироби монтуються у корпус відповідних меблів.

Для виробництва меблів необхідно буде все виробниче приміщення поділити на такі дільниці:

- склад оброблюваних матеріалів - ДСП, МДФ, ДВП, деревини, стільниць, тощо;
- дільниця форматного розкрою та крайколичкування;
- дільниця для лакування та покраски;
- дільниця для сушки лакованих та крашених виробів;
- дільниця свердління та складання;
- склад фурнітури, крайки, клею-розплаву та інших витратних матеріалів;
- побутові приміщення для персоналу.

Повний цикл виробництва меблів потребує певну кількість різних верстатів. Більш детально різновиди цих верстатів та їх вартість розглянемо у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Потрібне основне і допоміжне обладнання

Найменування устаткування	Модель	Кількість	Ціна за одиницю, грн.	Загальна вартість, грн.

1	2	3	4	5
Устаткування для виробництва				
1. Форматно-розкроювальний	SC30P Casadei machine	1	175060	175060
2. Крайко личкувальний	СК 60-1	1	40000	40000
3. Фрезерний	ФСШ1А	1	50000	50000
4. Верстат по дереву	WM1922	1	15000	15000
5. Рейсмусовий	DMS - 41	1	48000	48000
6. Фугувальний	DMA-41	1	39000	39000
7. Торцювальний верстат	Metabo KS 216 Lasercut	1	5000	5000
8. Стрічково-шліфувальний	ШЛПС - 2750	1	41000	41000
9. Зварювальний апарат	Ресанта САИ - 190	1	5000	5000
10. Пульверізатор	Paint Zoom	2	1350	2700
11. Компресор	Abac C-FC2/24 CM2 R/L	1	3475	3475
Допоміжне обладнання				
1. Шуруповерт	Зенит ЗША 18М	6	2180	13080
2. Перфоратор	Bosch PST 700 PE	3	1625	4875
3. Дриль	Metabo BE 4006	3	2750	8250
4. Степлер	Sparky TI4	3	1375	4125

Продовження табл. 3.2.

1	2	3	4	5
5. Струбцини	F-типа S/R 80*200	15	192	2880

6. Труборіз	Rothenberger 30	3	525	1575
7. Фен	Sturm HG 2000	3	1500	4500
8. Лобзик	Bosch PST 700 PE	3	1625	4875
9. Набір столярного інстру- менту	-	3	3750	11250
10. Витратні матеріали	-	3	3750	11250
11. Касовий апарат	Datées MP-50 Junior	1	3550	3550
12. Ноутбук	Lenovo IdeaPad	1	19500	19500
Разом:				500945

Отже, згідно із табл. 3.2 витрати на устаткування складатимуть 500945 грн. З них 424235 грн. - це витрати на основне обладнання, а 76710 грн. - витрати на допоміжне обладнання.

Для того щоб не понести великих витрат на початку виробництва виробничі та торгові площі підприємство на початку своєї діяльності орендуватиме. Враховуючи специфіку виробництва, необхідну кількість ділянок на виробничій площі та габарити устаткування для зручного виготовлення меблів необхідно 700 м². Таку площу можна орендувати на вул. Новозаводській за 5000 грн./міс. Торгова площа братиметься в оренду на пр. Центральному. Коштуватиме 50 м² 5000 грн./міс. Отже на оренду виробничого та торгового приміщення кожного місяця для підприємства коштуватиме 10 000 грн.

3.5. Організаційний план

Компанія «Ампір» є товариством з обмеженою відповідальністю. ТОВ - це

господарське товариство, засноване однією або кількома особами, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких визначається статутом. Діяльність товариств з обмеженою відповідальністю в Україні врегульована Цивільним кодексом України та спеціальним законом "Про господарські товариства".

На підприємстві працюватиме 17 штатних робітників. Серед них:

1 - технолог виробництва, який займатиметься слідкуванням за процесом виробництва та зварюванням кованих елементів для елітних меблів. Ми об'єднаємо ці обов'язки, так як ковані елементи будуть присутні в основному елітних на меблях під замовлення та кількість їх буде там не велика, так як це лише деталі в якості декору, тобто не має сенсу наймати ще одну людину на таку маленьку кількість праці.

2 - маркетологи, що будуть досліджувати ринок збуту, організовувати рекламні акції, слідкувати за проведенням цікавих підприємству виставок і т. ін.

1 - дизайнер, що буде знімати розміри площ, на яких будуть встановлюватися меблі під замовлення, пропонувати покупцеві нові ідеї різноманітних меблів та розробляти ескізи цих меблів.

1 - бухгалтер - економіст. Дана особа вестиме всю бухгалтерську документацію на підприємстві.

1 - продавець, що пропонуватиме меблі у магазині.

2 - це особи, що займатимуться розпилом листів ДСП, ДВП та деревини на готові деталі та обклеюванням деталей з ДСП кромкою.

2 - столяри.

1 - лакувальник-фарбувальник, що покриватиме дерев'яні вироби морилкою та лаком, а готові ковані деталі - покриттям проти іржі та краскою.

6 - складальники-монтажники. Вони будуть розбиті попарно, отже збирати меблі, відвозити їх покупцеві та монтувати будуть саме вони.

Технолог виробництва, як керівник буде виконувати функції охорони праці. Він маючи певні навички навчатиме персонал заходам безпеки та стежитиме за його правильним дотриманням. Так як на підприємстві багато предметів, що мо-

жуть легко загоріти або бути причиною займання - по підприємству буде розташовано пінні та порошкові ручні вогнегасники, також буде встановлено в деяких дільницях тумблери, що дозволять швидко вимкнути струм з мережі.

Організаційну структуру ТОВ «Ампір» розглянемо на рис. 3.1

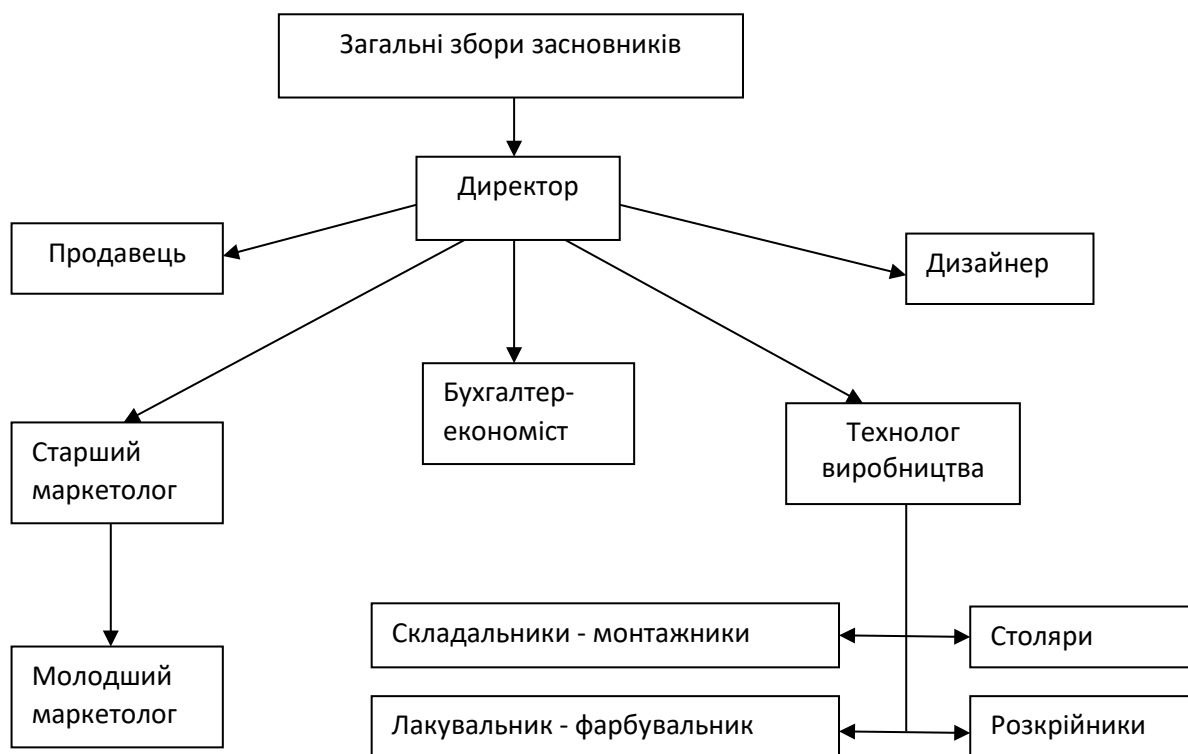


Рис 3.1. Організаційна структура ТОВ «Ампір»

Отже, директор компанії підпорядковується засновникам в складі трьох осіб, директору компанії підпорядковується 5 осіб, які виконують свої прямі обов'язки. Серед них:

- 1) продавець - працює в магазині безпосередньо із покупцем пропонуючи найкращі меблі саме для нього відповідно до його вимог та можливостей, відправляє замовлення у виробничий цех на виготовлення проданих виробів;
- 2) бухгалтер-економіст - займається веденням всіх фінансових документів.
- 3) дизайнер - розробляє нові моделі меблів для серійного виробництва підприємством та персональними моделями покупцям, що замовляють елітні меблі;

4) старший маркетолог - розповсюджує рекламу по місту, слідкує за розвитком ринку виробництва меблів, слідкує за проведенням виставок меблів по Україні. Йому підпорядковується молодший маркетолог.

5) технолог виробництва - слідкує за правильним виконанням роботи виробничих ділянок на підприємстві, є відповідальною особою за охорону праці, зварює ковані елементи на елітні меблі. Технологу виробництва підпорядковується 11 осіб, що безпосередньо виробляють меблі.

Так як проектоване підприємство відноситься до сфери виробництва, то планується п'ятиденний робочий тиждень із режимом роботи з 9.00 до 18.00 з перервою на обід, відповідно до вимог „Кодексу про працю”.

Розраховуємо прямий фонд заробітної плати основних робітників. Для них встановлена відрядно-преміальна система праці. Використання цієї форми оплати праці потребує встановлення обґрунтованих норм виробітку, чіткого обліку їхнього виконання, що особливо важливо, воно не повинно призводити до погіршення якості послуг, порушень технологічних режимів, техніки безпеки, а також до перевитрачання сировини, матеріалів, енергії.

Річний фонд оплати праці всіх виробників розглянемо у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Розрахунок місячного та річного фонду оплати праці робітників.

Найменування посади	Кількість штатних одиниць	Місячний оклад, грн.	Річний ФЗП, грн.
1	2	3	4
1) Директор	1	20000	240000
2) Бухгалтер- економіст	1	16000	192000

Продовження табл. 3.3

1	2	3	4
---	---	---	---

3) Дизайнер	1	15000	180000
4) Продавець	1	7000	84000
5) Старший маркетолог	1	9000	108000
6) Молодший маркетолог	1	8000	96000
7) Технолог виробництва	1	10000	120000
8) Складальник - монтажник	6	48000	576000
9) Лакувальник - фарбувальник	1	7000	84000
10) Столяр	2	14000	168000
11) Розкрійник	2	14000	168000
Всього	18	168000	2016000

Отже, місячний фонд оплати праці складатиме 168000 грн. в місяць або 2016000 грн. в рік.

3.6. Фінансовий план

Розраховуємо собівартість продукції, що виробляється на підприємстві у таблиці у додатку А.

З розрахунку собівартості продукції можна прослідкувати розмір цін на вироби ТОВ «Ампір». Собівартість кухонні меблів економ класу, середнього класу та еліт складатиме 1950 грн., 3292,95 грн. та 10005,6 грн. за 1 м./п. відповідно. В офісних меблях собівартість в розмірі 2081,4 грн./шт. за економ клас, 4812,6 грн./шт. за середній клас та 15354 грн./шт. за меблі класу еліт. Собівартість меблів для гостьових та спальних кімнат складатиме: економ клас - 4694,55 грн./шт., середній клас - 8698,95 грн./шт. та еліт клас - 24810 грн./шт.

Розрахуємо річний обсяг запланованої реалізації продукції у табл. 3.4.

Таблиця 3.4.

Річний обсяг запланованої реалізації продукції ТОВ «Ампір».

Найменування виробу	Собівартість, грн.	Прибуток, грн. (30 %)	ПДВ, грн.	Ціна реаліз., грн.	Заплан. кільк. виробів, шт.	Об'єм річної реалізації, грн.
Кухонні меблі, м./п.						
Економ клас	1950	585	507	3042	20	60840
Середній клас	3292,95	987,885	856,167	5137,002	20	102740,04
Еліт клас	10005,6	3001,68	2601,456	15608,736	15	234131,04
Офісні меблі, шт.						
Економ клас	2081,4	624,42	541,164	3246,984	10	32469,84
Середній клас	4812,6	1443,78	1251,276	7507,656	10	75076,56
Еліт клас	15354	4606,2	3992,04	23952,24	3	71856,72
Меблі для гостьових та спальних кімнат, шт.						
Економ клас	4694,55	1408,365	1220,583	7323,498	5	36617,49
Середній клас	8698,95	2609,685	2261,727	13570,362	5	67851,81
Еліт клас	24810	7443	6450,6	38703,6	2	77407,2
Всього	-	-	-	-	-	758990,7

Отже, у табл. 3.4 бачимо, що річна реалізація продукції складає 758990,7 грн., з них ПДВ складає 126498,45 грн., а прибуток складає 145959,75 грн.

Розрахуємо чистий прибуток. Чистий прибуток (Net Income) – частина балансового прибутку підприємства, що залишається в його розпорядженні після сплати податків, зборів, відрахувань і інших обов'язкових платежів до бюджету. В нашому випадку чистий прибуток дорівнюватиме різниці від операційного прибутку суми податку на прибуток і податку на єдиний соціальний внесок.

Податок на прибуток підприємств - це прямий податок, сплачуваний підприємствами з прибутку, одержаного від реалізації продукції (робіт, послуг), основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також із прибутку від орендних операцій, роялті та від позареалізаційних операцій.

$$\text{Податок на прибуток} = 145959,75 * 0,18 = 26272,75 \text{ грн.}$$

Єдиний соціальний внесок - це єдиний платіж до Пенсійного фонду, який міститиме в собі декілька внесків на соціальне та пенсійне страхування. Для роботодавця розмір цього соціального внеску буде коливатися в залежності від діяльності, і визначатися так званими класами ризику (класів ризику 67). Перший, найменший, має відрахування в сумі 36,76 відсотка, останній, найбільший, - 49,7 відсотка. Враховуючи те, що за класифікацією КВЕД підприємство відноситься до 36 розділу ми можемо з впевненістю сказати що підприємство відноситься до 44 класу ризику. Даний клас характеризується тим, що розмір соціального внеску складає 38,1%. Отже, розрахуємо розмір єдиного соціального внеску:

$$145959,75 * 0,381 = 55610,66 \text{ грн.}$$

Звідси розрахуємо розмір чистого прибутку:

$$145959,75 - (26272,75 + 55610,66) = 64076,33 \text{ грн.}$$

Розрахуємо фондівіддачу та фондомісткість основних виробничих фондів.

Фондовіддача — це відношення вартості випущеної продукції у вартісному виразі до середньорічної вартості основних виробничих фондів. Вона виражає ефективність використання засобів праці, тобто показує, скільки виробляється готової продукції на одиницю основних виробничих фондів.

$$\text{Фондовіддача} \text{ дорівнює } 758990,7 / 500945 = 1,51 \text{ грн.}$$

Фондомісткість - показник, що характеризує вартість основних виробничих фондів, яка припадає на одиницю вартості валової (товарної) продукції. Обчислюють як відношення середньорічної вартості основних виробничих фондів до річного обсягу валової (товарної) продукції. Фондомісткість - показник, обернений показникові фондівіддачі.

$$\text{Фондомісткість} \text{ дорівнює } 1 / 1,51 = 0,66 \text{ грн.}$$

Показники ефективності розраховуються на підставі грошового потоку, який відображає сальдо надходжень і витрат в кожному розрахунковому періоді. Інвестиціями є вкладення капіталу підприємства (600 тис. грн.), надходженнями є виручка від реалізації. Сформовані грошові потоки для розрахунку показників ефективності інвестицій на період в 18 місяців наведені в таблиці у додатку Б.

Коефіцієнт дисконтування - це допоміжний рядок для розрахунку приведених значень різночасових елементів грошового потоку. Для сформованого грошового потоку елементи кожного періоду приводяться до одного моменту часу шляхом множення на коефіцієнт дисконтування:

$$\alpha = \frac{1}{(1+i)^t}, \quad (3.1)$$

де i - ставка дисконту, приймається на рівні установленної інфляції на період реалізації проекту, а саме 2013 рік (згідно із думкою НБУ рівень інфляції в 2016 році складе 12%); t - порядковий номер розрахункового періоду.

Показники економічної ефективності:

1. Чистий дохід - накопичений ефект (сальдо грошового потоку) за розрахунковий період. Розраховується наростаючим підсумком значень грошового потоку в кожному розрахунковому періоді (поточний чистий дохід). Чистий дохід за 18 місяців дорівнює 538,5 тис. грн.
2. Чистий приведений дохід - 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 18 місяців дорівнює 437,2 тис. грн.

3. Термін окупності - тривалість найменшого періоду, за який поточний чистий дохід стає і в подальшому залишається невід'ємним. Визначається як сума номеру останнього періоду, в якому значення поточного чистого доходу від'ємне, та відношення цього значення по модулю до елемента грошового потоку в наступному періоді.

Термін окупності дорівнює $(10 + 0,9 / 56,75) = 10,01$ місяців.

На основі проведених розрахунків показників економічної ефективності можна зробити висновок про доцільність реалізації даного рішення на підприємстві.

3.7. Оцінка ризиків

Вибрана сфера бізнесу відноситься до добре освоєної області підприємництва, а ступінь ризику пов'язаний з невдачею, відноситься до середнього рівня. Найбільш значимими ризиками проекту є :

- непередбачені витрати;
- валютний ризик;
- нестійкість попиту;
- зниження цін конкурентами;
- ріст цін на матеріали.

Одним з способів реагування на загрози для бізнесу є страхування. Страхування тісно пов'язане з підприємницькою діяльністю, яка не можлива без ризику. За допомогою страхування створюються певні фінансові гарантії стабільності й прибутковості виробництва на випадок настання всіляких несприятливих ситуацій, у якій рано чи пізно до певної міри опиняється кожна підприємницька структура, включена в мінливий не передбачений ринковий механізм. Страхування є не тільки спосіб захисту господарства від руйнівних стихійних лих, але й засіб подолання несприятливих періодів в економічній ринковій кон'юктурі.

Якісний аналіз є найбільш складним етапом в проведенні загального аналізу ступеня ризику проекту. В ході якісного аналізу аналізуються чинники ризику в залежності від специфіки досліджуваного проекту, встановлюються потенційні області ризику та, після цього, ідентифікуються всі можливі ризики. За результатами якісного аналізу ризику отримується інформація щодо того, які види ризику існують для даного проекту, які наслідки їх впливу, способи зниження.

Результати якісного аналізу пропонується представити в вигляді табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Аналіз чинників ризику проекту

№ з/п	Чинники ризику проекту	Наслідки їх впливу
Зовнішні чинники		
1	Інфляція	Підвищення цін на сировину, і як наслідок - збільшення собівартості
2	Економічна нестабільність в країні	Удорожчення фінансування проекту
3	Зміна політичної ситуації	Зміна торгівельно-політичної політики
4	Зміна податкового кодексу	Зменшення прибутку
5	Невиконання постачальниками зобов'язань	Зрив строків здачі проекту
6	Катаклізми	Часткове або повне руйнування підприємства
Внутрішні чинники		
1	Нещасні випадки на підприємстві	Непередбачувані витрати, зниження ділової репутації та зниження працездатності працівників
2	Помилки в проектуванні	Брак продукції, збільшення витрат пов'язаних з усуненням помилок
3	Некваліфікованість виробничих працівників	Збільшення браку продукції, недосягнення запланованої продуктивності
4	Недоліки в управлінні	Зрив строків закінчення робіт, нераціональне використання ресурсів
5	Страйк	Підвищення витрат на ЗП та зрив строків закінчення проекту
6	Неправильне оформлення звітності	Штрафні санкції з боку держави

Отже, на підприємство має вплив багато внутрішніх та зовнішніх факторів, від чого безпосередньо може залежати діяльність та прибутковість підприємства.

РОЗДІЛ IV

ОХОРОНА ПРАЦІ

Охорона праці відіграє важливу роль, як суспільний чинник, оскільки, яким б вагомими не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я, а тим більше життя - те і інше дається лише один раз. Необхідно пам'ятати, що через нещасні випадки та аварії гинуть на виробництві не просто робітники та службовці, на підготовку яких держава витратила значні кошти, а перш за все люди.

Окрім соціального, охорона праці має, безперечно, важливе економічне значення - це і висока продуктивність праці, зниження витрат на оплату лікарняних, компенсацій за важкі та шкідливі умови праці.

Основоположним законодавчим документом в галузі охорони праці є Закон України "Про охорону праці", дія якого поширюється на всі підприємства, установи і організації незалежно від форм власності, на усіх громадян, які працюють, а також залучені до праці на цих підприємствах.

Отже, охорона праці - це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних засобів і заходів, спрямованих на збереження здоров'я та працездатності людини в процесі праці.

Умови праці - сукупність факторів виробничого середовища і трудового процесу, які впливають на здоров'я та працездатність людини в процесі її професійної діяльності.

Шкідливий виробничий фактор - виробничий фактор, вплив якого може призвести до погіршення стану здоров'я, зниження працездатності працівника.

Небезпечний виробничий фактор - виробничий фактор, дія якого за певних умов може призвести до травм або іншого раптового погіршення здоров'я працівника.

Відповідно до ГОСТ 12.0.003-74 небезпечні та шкідливі фактори за природою дії поділяються на такі групи: фізичні, хімічні, біологічні та психофізичні.

До фізичних небезпечних та шкідливих виробничих факторів належать: рухомі машини та механізми; пересувні частини виробничого устаткування; підвищена запиленість та загазованість повітря робочої зони; підвищена чи понижена температура поверхонь устаткування, матеріалів чи повітря робочої зони; підвищений рівень шуму, вібрацій, інфразвукових коливань, ультразвуку, іонізуючих випромінювань, ультрафіолетової чи інфрачервоної радіації; підвищені чи понижені барометричний тиск, вологість, іонізація та рухомість повітря; небезпечне значення напруги в електричному колі; підвищена напруженість електричного чи магнітного полів; відсутність чи нестача природного світла; недостатня освітленість робочої зони; підвищена яскравість світла; пряме та відбите випромінювання, що створює засліплюючу дію.

До хімічних небезпечних та шкідливих виробничих факторів належать хімічні речовини, які за характером дії на організм людини поділяються на загальнотоксичні, подразнюючі, сенсibilізуючі, канцерогенні, мутагенні, такі, що впливають на репродуктивну функцію.

До біологічних небезпечних та шкідливих виробничих факторів належать патогенні мікроорганізми (бактерії, віруси, мікроскопічні гриби та ін.) та продукти їх життєдіяльності, а також макроорганізми (рослини та тварини).

До психофізичних небезпечних та шкідливих виробничих факторів належать фізичні (статичні та динамічні) і нервово-психічні перевантаження (розумове перенапруження, перенапруження органів чуття, монотонність праці, емоційні перевантаження).

До окремих несприятливих факторів виробничого середовища може призвести до виробничої травми-порушення анатомічної цілісності організму людини або його функцій внаслідок впливу виробничих факторів.

Наслідком дії несприятливих виробничих факторів може бути професійне захворювання - патологічний стан людини, обумовлений роботою і пов'язаний з надмірним напруженням організму або несприятливою дією шкідливих виробничих факторів.

Конструкція робочого місця, його розміри та взаємне розташування його

елементів повинні відповідати антропометричним, фізіологічним та психофізіологічним характеристикам людини, а також характеру роботи. Обладнане згідно з вимогами стандартів робоче місце забезпечує зручне положення людини. Це досягається регулюванням положення крісла, висоти та кута нахилу підставки для ніг за умови її використання, або висоти та розмірів робочої поверхні. Повинне забезпечуватись виконання трудових операцій в зонах моторного поля (оптимальної досяжності, легкої досяжності та досяжності) в залежності від необхідної точності і частоти дій.

Організація робочих місць повинна забезпечувати стійке положення та вільності рухів працівника, безпеку виконання трудових операцій, виключати або допускати лише в деяких випадках роботу в незручних позиціях, котрі зумовлюють підвищену втомлюваність. Загальні принципи організації робочого місця:

- на робочому місці не повинно бути нічого зайвого; всі необхідні для роботи предмети повинні знаходитись поряд з працівником, але не заважати йому;
- ті предмети, котрими користуються частіше, розташовуються ближче, ніж ті предмети, котрими користуються рідше;
- предмети, котрі беруть лівою рукою, повинні знаходитись зліва, а ті предмети, котрі беруть правою рукою, повинні знаходитись справа,
- якщо використовують обидві руки, то місце розташування пристосувань вибирається з врахуванням зручності захоплення його двома руками;
- небезпечніше, з точки зору можливості травмування працівника, обладнання повинне розташовуватись вище, ніж менш небезпечне;
- організація робочого місця повинна забезпечувати необхідну оглядовість.

Засоби відображення інформації повинні бути розташовані в зонах інформаційного поля робочого місця з врахуванням частоти та значущості інформації, типу засобів відображення інформації, точності і швидкості спостереження та зчитування.

Під вентиляцією розуміють сукупність заходів та засобів призначених для

забезпечення на постійних робочих місцях та зонах обслуговування виробничих приміщень метеореологічних умов та чистоти повітряного середовища, що відповідають гігієнічним та технічним вимогам. Основне завдання вентиляції - вилучити із приміщення забруднене або нагріте повітря та подати свіже.

Вентиляція класифікується за такими ознаками:

- за способами переміщення повітря - природна, штучна (механічна) та суміщена;
- за напрямком дії повітря - припливна, витяжна, припливно-витяжна;
- за місцем дії - загальнообмінна, місцева, комбінована.

Природна вентиляція відбувається в результаті теплового та вітрового напорів. Тепловий напір обумовлений різницею температур, а значить і густини внутрішнього і зовнішнього повітря. Вітровий напір обумовлений тим, що при обдуванні вітром будівлі, з її навітряної сторони утворюється підвищений тиск, а підвітряної - розрідження.

Штучна (механічна) вентиляція, на відміну від природної, дає можливість очищувати повітря перед його викидом в атмосферу, вловлювати шкідливі речовини безпосередньо біля місць їх утворення, обробляти припливне повітря (очищувати, підігрівати, зволожувати), більш цілеспрямовано подавати повітря в робочу зону.

Розрізняють чотири основні схеми організації повітрообміну при загальнообмінній вентиляції: зверху вниз, зверху вверх, знизу вверх, знизу вниз.

Природна і штучна вентиляція повинні відповідати наступним санітарно-гігієнічним вимогам:

- створювати в робочій зоні приміщень нормовані метеореологічні умови праці (температуру, вологість і швидкість руху повітря);
- повністю усувати з приміщень шкідливі гази, пари, пил та аерозолі або розчиняти їх до гранично допустимих концентрацій;
- не вносити в приміщення забруднене повітря з суміжних приміщень;
- не створювати на робочих місцях протягів чи різкого охолодження;
- бути доступними для управління та ремонту під час експлуатації;

- не створювати під час експлуатації додаткових незручностей (вібрації, шуму і т.д.).

Системи опалення являють собою комплекс елементів, необхідних для нагрівання приміщень в холодний період року. До основних елементів систем опалення належать джерела тепла, теплопроводи, нагрівальні прилади.

Системи опалення поділяють на:

- місцеві

відноситься пічне та повітряне опалення, а також опалення місцевими газовими та електричними пристроями.

- центральні

відносяться, водяне, парове, панельне, повітряне, комбіноване.

Для створення сприятливих умов зорової роботи, які б виключали швидку втомлюваність очей, виникнення професійних захворювань, нещасних випадків і сприяли підвищенню продуктивності праці та якості продукції, виробниче освітлення повинно відповідати наступним вимогам:

- створювати на робочій поверхні освітленість, що відповідає характеру зорової роботи і є не нижчою за встановлені норми;
- не повинно чинити засліплюючої дії як від самих джерел освітлення, так і від інших предметів, що знаходяться в полі зору;
- забезпечити достатню рівномірність та постійність рівня освітленості у виробничих приміщеннях, щоб уникнути частоті переадаптації органів зору;
- не створювати на робочій поверхні різких та глибоких тіней;
- повинен бути достатній для розрізнення деталей контраст поверхонь, що освітлюються;
- не створювати небезпечних та шкідливих виробничих факторів;
- повинно бути надійним і простим в експлуатації, економічним та естетичним

Залежно від джерела виробниче освітлення може бути: природним, що створюється прямими сонячними променями та розсіяним світлом небосхилу; штуч-

ним, що створюється електричними джерелами світла та суміщеним, при якому недостатнє за нормами природне освітлення доповнюється штучним

Природне освітлення поділяється на: бокове (одно або двостороннє), що здійснюється через світлові отвори (вікна) у зовнішніх стінах, верхнє, здійснюване через ліхтарі та отвори в дахах і перекриттях; комбіноване - поєднання верхнього та бокового освітлення.

Штучне освітлення може бути загальним та комбінованим. Загальним називають освітлення, при якому світильники розміщуються у верхній зоні приміщення рівномірно або з врахуванням розташування робочих місць. Комбіноване освітлення складається із загального та місцевого. Місцеве освітлення створюється світильниками, що концентрують світлових потік безпосередньо на робочих місцях.

Пожежа - це неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується в часі і просторі та створює загрозу життю та здоров'ю людей, навколишньому середовищу, призводить до матеріальних збитків.

Система протипожежного захисту - це сукупність організаційних заходів, а також технічних засобів, спрямованих на запобігання впливу на людей небезпечних факторів пожежі та обмеження матеріальних збитків від неї (ДСТУ 2272-93).

Попередження розповсюдження пожеж, в основному визначається пожежною безпекою споруд і будівель і забезпечується: правильним вибором необхідного ступеня вогнестійкості будівельних конструкцій; розташуванням приміщень та виробництв з урахуванням вимог пожежної безпеки; встановленням протипожежних перешкод в будівлях, системах вентиляції, паливних та кабельних комунікаціях; правильним об'ємно - планувальним рішенням будівель і споруд; обмеження витікання та розтікання горючих рідин при пожежі; улаштуванням проти димного захисту; проектуванням шляхів евакуації; заходами щодо успішного розгортання тактичних дії по гасінню пожежі.

Щодо виконання норм "Охорони праці" на підприємстві, можна сказати, що всі вони виконані.

По - перше, щодо організації робочого місця, то вона виконана бездоганно. Кожне робоче місце обладнане необхідними засобами інформації, біля них стоять

дуже зручні стільці, положення яких регулюється для кожної людини окремо.

По - друге, тут використовується штучна загально обмінна вентиляція, повітря циркулює зверху вгору. Очищення та зволоження повітря проводиться за допомогою кондиціонерів. В офісі встановлено кондиціонер фірми "Samsung", якій забезпечує необхідну вологість та температуру повітря. Завдяки цьому пристрою можливо не тільки охолоджувати, а й обігрівати повітря. Рівень шуму кондиціонера складає 355 дБ, що на 1,5 дБ менше, ніж у інших кондиціонерів(доведено експериментально). Використовуючи режим "Saving" можливо зменшити споживання електроенергії на 18% (з 923 WH до 761 WH). Використання режиму "Nature" зменшує температурні коливання, наближає їх до біоритмів людини, й створює в приміщенні приємне середовище чистої природи.

По - третє, система опалення в цьому приміщенні - центральна. Використовують повітряне та водяне опалення. Повітряне забезпечується за допомогою встановлених кондиціонерів, які можуть працювати в режимі нагріву повітря.

По - четверте, це приміщення забезпечене засобами пожежегасіння. Це такі засоби, як пожежні комплекти, а також електрична пожежна сигналізація автоматичної дії.

По - п'яте, в цьому відділі використовується природне та штучне комбіноване освітлення.

Найбільш поширений метод розрахунку освітлення приміщення - це метод коефіцієнта використання світлового потоку. Призначений для розрахунку загального рівномірного освітлення горизонтальних поверхонь при відсутності великих предметів, що затіняють, з урахуванням світла відбитого стінами і стелею. За даним методом визначаються світловий потік і потужність ламп, необхідні для створення заданої освітленості, а також кількість світильників, необхідних для створення заданої освітленості.

Таким чином, умови охорони праці на підприємстві задовольняють усім вимогам.

ВИСНОВКИ

В умовах ринкових відносин підприємство є основною ланкою всієї економіки, оскільки саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, виявляються необхідні послуги.

Підприємство - це самостійний, організаційно відособлений господарюючий суб'єкт виробничої сфери народного господарства, який провадить і реалізує продукцію, виконує роботи промислового характеру або надає платні послуги.

Будь-яке підприємство є юридичною особою, має закінчену систему обліку й звітності, самостійний бухгалтерський баланс, розрахунковий і інші рахунку, печатка із власним найменуванням і товарний знак (марку).

Головною метою (місією) створення й функціонування підприємства є одержання максимальне можливого прибутку за рахунок реалізації споживачам виробленої продукції (виконаних робіт, зроблених послуг), на основі якої задовольняються соціальні й економічні запити трудового колективу й власників засобів виробництва.

Найважливішим видом діяльності будь-якого підприємства є планування, як основа всіх інших видів діяльності.

Бізнес-планування є однією з форм планування розвитку підприємства, найбільш відповідної сучасним умовам.

У ринковій економіці бізнес-план є робочим інструментом і для діючих фірм, і для формування нового бізнесу, який може використовуватися у всіх сферах підприємництва.

Ціль розробки бізнес-плану – спланувати господарську діяльність фірми на найближчий і віддалені періоди відповідно до потреб ринку й можливостями одержання необхідних ресурсів.

Крім того, бізнес-план як результат процесу бізнес-планування сприяє залученню інвестиційних ресурсів (банківських кредитів, коштів іноземних інвесторів, бюджетних і інших коштів).

У дипломній роботі була поставлена мета розробити бізнес-план створення підприємства з виробництва меблів.

Проведений аналіз ринку в цій сфері показав, що попит на виробництво меблів в м.Миколаєві досить високий, та ще й стабільно збільшується. Новостворюване підприємство ТОВ «Ампір» буде конкурентоспроможним.

Розроблений бізнес-план дозволив визначити всі необхідні умови для організації підприємства, потребу в обладнанні, матеріальних і трудових ресурсах, фінансуванні.

Розрахунки фінансових показників проекту свідчать про його високу ефективність. Річний прибуток складатиме майже 146 тис.грн. Чистий приведений дохід за 18 місяців дорівнює 437,2 тис. грн. Строк окупності вкладень становить менш 1 року. На основі проведених розрахунків можна зробити висновок про доцільність реалізації даного проекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України //Відомості Верховної Ради (ВВР), 1996, №30, ст.141
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. №436 - IVУ/Відомості Верховної Ради (ВВР), 2003, №18, №19 - 20, № 21 - 22, ст. 144
3. Агафонова Л. Г., Рога О. В., Підготовка бізнес-плану: практикум., - К.: “Знання”, КОО, 2016р.
4. Андрущак Є.М. Діагностика банкрутства українських підприємств // Фінанси України. - 2018. - №9. – с. 118 - 124
5. Бандурка А.М., Червяков И.М., Посилкина О.В. Финансово-экономический анализ: Учебник. Харьков: Ун-т МВД, 2014. 523 с.
6. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – М:ФОРУМ:ИНФРА-М, 2013. –272 с.
7. Бизнес-план : Учеб.- практ. пособие / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Т. А. Грамотенко, Ю. А. Олейникова. - М. : Книга сервис, 2013. - 96 с.
8. Бизнес-планирование: Полное руководство / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун ; Пер. с англ. М. Веселковой. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2013. - 400 с. - (Ун-ты бизнеса).
9. Возний О.М. Розробка бізнес-плану. - Миколаїв: НУК, ПІДО, 2015.
10. Галенко, В. П. Бизнес-планирование. Создание успешного бизнес-плана на предприятии / В. П. Галенко, Г. П. Самарина, О. А. Страхова. - С.Пб. : Питер, 2014. - 384 с.
11. Горемыкин, В. А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В. А. Горемыкин. - 2-е изд. - М. : Ось-89, 2017. - 576 с.
12. Грабовецький, Б. Є. Економічне прогнозування і планування : Навч. посібник / Б. Є. Грабовецький. - К. : Центр навч. літ., 2016. - 188 с.
13. Економічний аналіз. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «облік та аудит» / За ред. д.е.н., проф. Бутинця. Житомир ПП «Рута»,-2013.-680 с.
14. Економічний аналіз: Навч. посібник/М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М.

І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2013. — 556 с.

15. Європейська федерація виробників меблів (За даними Європейської федерації виробників меблів) // Меблеві технології. - 2015. - № 1 (22). - С. 13-14.

16. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями / За ред. В.М. Попова. - 4-е вид., перероб. і доп. - К. : ЦУЛ, 2013. - 382 с.

17. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: Навч.посіб. - К.: Знання-Прес, 2016. - 207 с.

18. Коробов М.Я. Фінансово економічний аналіз діяльності підприємств: Навч.посіб. - К.: Т-во «Знання», КОО, 2013. - 378 с

19. Максютів, А. А. Бізнес-план підприємства : финансовый бюджет : учеб.- практ. пособие / А. А. Максютів. - М. : Приор-издат, 2015. - 96 с.

20. Маркіна І.А. Менеджмент підприємства. - К.: Вища школа, 2010. - 76с.

21. Методичні рекомендації з аналізу та оцінки фінансового стану підприємств. Рекомендації, затверджена наказом Центральної спілки споживчих товариств України Укоопспілка 28.07.2016.

22. Орлов, О. О. Планування діяльності промислового підприємства : Підруч. / О. О. Орлов. - К. : Видав. дім "Скарби", 2014. - 336 с.

23. Основы прогнозирования и планирования в организации : Учеб. пособие / А. А. Лихачев, Н. А. Орехов, Е. В. Ерохина, Э. С. Мамбетшаев. - М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э Баумана, 2013. - 304 с

24. Пивоваров, К. В. Планирование на предприятии : учеб. пособие / К. В. Пивоваров. - М. : Дашков и К, 2016. - 232 с.

25. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Тернопіль. Економічна думка, 2015, - 415 с

26. Світовий конгрес меблевіків: цифри, факти, тенденції // Меблеві технології. 2015. - № 6 (27). - С. 12-15

27. Сідун В.А. Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства. К.: Кондор, 2013. - 468 с.

28. Тарасюк, Г. М. Планування діяльності підприємства : навч. посібник /

Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. - К. : Каравела, 2013. - 432 с.

29. Європейська федерація виробників меблів (За даними Європейської федерації виробників меблів) // Меблеві технології. - 2017. - № 1 (22). - с.13-14.
[http: //www.infomebli.com.ua/12564](http://www.infomebli.com.ua/12564)

30. Світовий конгрес меблевіків: цифри, факти, тенденції // Меблеві технології. - 2016. - № 6 (27). - с.12-15. [http: //www.infomebli.com.ua/65329](http://www.infomebli.com.ua/65329)

ДОДАТКИ

Додаток А

Розрахунки собівартості продукції підприємства, грн.

Статті витрат	Види продукції								
	Кухонні меблі, м./п.			Офісні меблі, шт.			Меблі для гостьових і спальних кімнат, шт.		
	Економ клас	Середній клас	Еліт клас	Економ клас	Середній клас	Еліт клас	Економ клас	Середній клас	Еліт клас
- матеріали	795	1800	7200	630	2400	8400	1560	4500	10500
- амортизація О.Ф.	21	24	90	35,4	48,6	444	70,8	99	669
- ЗП осн.	330	540	1500	300	720	2550	450	1050	7500
- комунальні витрати	30	45	90	30	45	90	45	60	150
- доставка	60	60	60	240	240	240	240	240	240
- оренда виробничого приміщення	150	150	150	201	201	201	417	417	417
- монтаж	120	120	150	150	150	150	300	300	300
Розподілені накладні витрати									
- ЗП адмін.	120	157,5	240	120	315	1200	450	630	1800
- оренда торг. приміщення	150	150	150	201	201	201	417	417	417
- витрати маркетингового відділу	174	246,45	375,6	174	492	1878	744,75	985,95	2817
Усього	1950	3292,95	10005,6	2081,4	4812,6	15354	4694,55	8698,95	24810

Додаток Б

Грошові потоки для розрахунків показників ефективності інвестицій, тис. грн.

Показник	Період будівництва, міс.																		
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Грошові потоки	0,0	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3	63,3
Дисконтованні грошові потоки	0,0	62,6	62,0	61,4	60,8	60,2	59,6	59,0	58,4	57,8	57,3	56,7	56,1	55,6	55,0	54,5	53,9	53,4	52,9
Чистий дохід	-600,0	-536,8	-473,5	-410,3	-347,0	-283,8	-220,5	-157,3	-94,0	-30,8	32,5	95,8	159,0	222,3	285,5	348,8	412,0	475,3	538,5
Чистий приведений дохід	-600,0	-537,4	-475,4	-414,0	-353,2	-293,0	-233,4	-174,4	-116,0	-58,2	-0,9	55,8	111,9	167,5	222,5	277,0	330,9	384,3	437,2
Коефіцієнт дисконтування	1,0000	0,9901	0,9803	0,9706	0,9610	0,9515	0,9420	0,9327	0,9235	0,9143	0,9053	0,8963	0,8874	0,8787	0,8700	0,8613	0,8528	0,8444	0,8360