

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



«Допустити до захисту»

в.о. зав. кафедри
к.е.н. доцент Корнієнко О.П.

«___» _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти **«бакалавр»**

на тему:

«Розробка бізнес-плану розвитку (на прикладі ПАТ «Автопродсервіс»)»

Виконав: студент 4 курсу, групи 2417ст
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

Остапенко В'ячеслав Сергійович

Керівник: к.е.н., доцент Жукова Олена Юріївна

Миколаїв – 2022 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ АДМІРАЛА
МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра інтелектуальної цифрової
економіки
Освітній рівень – перший
(бакалаврський)
Галузь знань 07 «Управління та
адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма – «Бізнес та приватне підприємництво»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Жукова О.Ю.

(підпис)

«_____» _____ 2022р.

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

Студенту Остапенку В'ячеславу Сергійовичу

1. Тема роботи: «Розробка бізнес-плану розвитку (на прикладі ПАТ
«Автопродсервіс»)»

Керівник роботи Жукова Олена Юріївна

Затверджені наказом ректора № _____ від «___» _____ 2022р

2. Термін подання роботи: 23 червня 2022 року

3. Вихідні дані по роботі:

законодавчі та підзаконні нормативні акти, що регулюють підприємництво в
Україні, організацію бухгалтерського обліку та фінансової звітності,
бухгалтерську та фінансову звітність підприємства, наукові роботи про
підприємницьку діяльність, розвиток автотранспортних підприємств,
нормативи, що регулюють охорону праці на підприємствах.

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

- 1) Підприємство як первинна ланка економіки
- 2) Оцінка результатів господарської діяльності ПАТ «Автопродсервіс»
- 3) Бізнес-план розвитку ТОВ «Промагротрейд»
- 4) Охорона праці

5. Перелік презентаційних матеріалів

- 1) Організаційна структура підприємства ПАТ "Автопродсервіс"
- 2) Аналіз руху основних фондів та нематеріальних активів ПАТ "Автопродсервіс" за 2020-2021 р.
- 3) Розрахунок коефіцієнтів зносу основних фондів та нематеріальних активів ПАТ "Автопродсервіс"
- 4) Дослідження показників рентабельності діяльності ПАТ "Автопродсервіс"
- 5) А) Споживачі нової послуги ПАТ «Автопродсервіс»
Б) Сегментування ринку послуг з вантажних перевезень
- 6) Система основних показників товарної політики ПАТ «Автопродсервіс»
Ціноутворення на нові вантажні послуги ПАТ «Автопродсервіс»
- 7) Таблиця доходів та витрат від реалізації розробленого бізнес-плану ПАТ «Автопродсервіс» у 2023 р., тис. грн.

6. Консультанти розділів роботи

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

Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи
1	Визначення наукового керівника роботи	01.09.2021р. – 15.09.2021р.
2	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником	15.09.2021р. – 30.09.2021р.
3	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи	01.10.2021 р. – 31.10.2021 р.
4	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	01.11.2021р. – 15.11.2021 р.
5	Збір статистичної інформації в термін проходження практики на базовому підприємстві (установі, організації)	15.11.2021 р. – 31.01.2022 р.
6	Розробка теоретичного розділу	01.02.2022р. – 29.02.2022 р.
7	Розробка аналітичного розділу	01.03.2022р. – 31.03.2022р.
8	Розробка проєктного розділу	01.04.2022р. – 30.04.2022р.
9	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків	01.05.2022 р. – 15.05.2022 р.
10	Редагування рукопису кваліфікаційної роботи та ознайомлення з ним наукового керівника	16.05.2022 р. – 30.05.2022 р.
11	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи	01.06.2022 р. – 10.06.2022 р.
12	Подання рукопису кваліфікаційної роботи для перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	10.06.2022 р.
13	Подання рукопису кваліфікаційної роботи на попередній захист	18.06.2022 р. – 23.06.2022 р.
14	Усунення зауважень кафедрального захисту та результатів перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	23.06.2022 р.
15	Розробка проєкту демонстраційного матеріалу та доповіді	25.06.2022 р. – 26.06.2022 р.
16	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	28.06.2022 р.
17	Захист роботи перед АК	02.07.2022 р.

Студент _____

(підпис)

(ПІБ)

Керівник роботи _____

(підпис)

(ПІБ)

Анотація: Розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Наведена характеристика підприємства «ПАТ Автопродсервіс», проаналізовані його виробничо-економічні показники. У практичній частині розроблено бізнес-план розвитку підприємства, який довів доцільність запропонованих заходів.

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

Abstract: Theoretical principles of creation and activity of the enterprise, the role of planning in entrepreneurial activity are considered. The characteristics of the enterprise "PJSC Avtoprodservice" are given, its production and economic indicators are analyzed. In the practical part the business plan of development of the enterprise which has proved expediency of the offered actions is developed.

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

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ.....10

1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції.....10

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.....17

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «АВТОПРОДСЕРВІС».....24

2.1. Характеристика підприємства.....24

2.2. Оцінка стану та динаміки виробничих ресурсів підприємства.....28

2.3. Оцінка результативності роботи підприємства30

РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН РОЗВИТКУ ПАТ «АВТОПРОДСЕРВІС».....40

3.1. Резюме.....40

3.2. Опис продукту.....41

3.3. Маркетинговий план.....42

3.4. Виробничий план.....52

3.5. Організаційний план53

3.6. Фінансовий план54

3.7. Оцінка ризиків.....58

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....62

ВИСНОВОК

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Можливість планування як конкретного виду діяльності обумовлена природою підприємства та визначається загальними умовами господарювання.

З загальноекономічної точки зору планування розглядається як механізм, який замінює ціни та ринок у внутрішньому середовищі підприємства. У межах ринкової системи господарювання головним координатором дій її учасників є ціни. Саме вони визначають вигідні для продавців та покупців обсяги та способи виробництва та споживання товарів. Підприємство як учасник ринкової системи також змушене підпорядковуватися ціновому механізму, закону попиту та пропозиції, оскільки воно не має можливості скасувати їхню дію. Але у внутрішньому середовищі кожного підприємства, механізм цін витіснений свідомими діями та авторитетними рішеннями власників та менеджерів. Керівники свідомо визначають основні напрями внутрішньої діяльності підприємства. Фірма ґрунтується на системі планових рішень. Поведінка та діяльність працівників визначаються та контролюються керівництвом підприємства.

Управлінський аспект планування впливає безпосередньо з природи менеджменту. З його допомогою можна визначити реальність цілей підприємства, співвідносячи їх з наявними чи необхідними для досягнення цих цілей ресурсами.

Кожна фірма, починаючи своєї діяльності зобов'язана чітко визначити потреба у фінансових, матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсах, джерела їх отримання, і навіть вміти точно розраховувати ефективність використання наявних у процесі роботи фірми. У ринковій економіці підприємці не можуть досягти стабільного успіху, якщо не будуть чітко та ефективно планувати свою діяльність, постійно збирати та акумулювати інформацію як про стан цільових ринків, становище на них конкурентів, так і про власні перспективи та можливості.

Бізнес-план є робочим інструментом і для фірм, що діють, який використовується у всіх сферах підприємництва. Багато бізнесменів його недооцінюють, вони не уявляють, наскільки наявність хорошого бізнес-плану здатна допомогти новому бізнесу добути капітал, визначити плани на майбутнє, скласти аналітичні таблиці, за якими можна буде оцінювати, як розвивається справа. Бізнес-план спонукає підприємця ретельно вивчити кожен елемент передбачуваного ризикового ринкового заняття. Напевно, у цьому процесі виявиться безліч слабких місць і проблем, усунення яких доведеться приділити значну увагу.

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

Метою кваліфікаційної роботи є огляд теоретичних засад планування діяльності підприємства, дослідження поточного стану підприємства та практична розробка бізнес-плану його розвитку.

Досягнення поставленої мети у роботі вирішуються такі:

- визначення економічної природи та функцій діяльності підприємства;
- вивчення особливостей планування діяльності підприємства;
- характеристика чинного підприємства;
- оцінка ресурсів та виробничих потужностей підприємства;
- оцінка результативності діяльності підприємства;
- розробка бізнес-плану розвитку ПАТ «Автопродсервіс».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є господарська діяльність ПАТ «Автопродсервіс».

Предметом дослідження є підвищення результатів діяльності підприємства шляхом розроблення та впровадження бізнес-плану його подальшого розвитку.

Інформаційну базу кваліфікаційної кваліфікаційної роботи складають законодавчі та підзаконні нормативні акти, що регулюють підприємництво в Україні, організацію бухгалтерського обліку та фінансової звітності,

бухгалтерську та фінансову звітність підприємства, наукові роботи про підприємницьку діяльність, розвиток автотранспортних підприємств, нормативи, що регулюють охорону праці на підприємствах.

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

Перший розділ кваліфікаційної роботи присвячений теоретичним аспектам діяльності підприємства, основним економічним законам, що регулюють підприємницьку діяльність. Розглянуто загальні засади планування підприємницької діяльності.

У другому розділі дається загальна характеристика підприємства, оцінюються ресурси та результати господарської діяльності підприємства.

У третьому розділі розроблено бізнес-план розвитку ПАТ «Автопродсервіс» із детальним аналізом основних економічних показників для нової автотранспортної послуги.

У четвертому розділі розглянуто питання охорони праці на досліджуваному підприємстві.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції

В результаті соціального поділу праці в кожній країні формується національний економічний комплекс, який складається з декількох сотень галузей промисловості (чим розвиненіше країна, тим більше галузей), в кожній з яких працюють десятки і навіть сотні тисяч підприємств. Підприємство є основною ланкою в народному господарстві, так як поєднує в собі особисті і матеріальні фактори виробництва, весь набір економічних товарів виробляється в процесі праці. Основними суб'єктами ринкової економіки є різні підприємства. Вони є основною, первинною організаційно-економічною ланкою національної економіки.

До підприємств відносяться заводи, заводи, шахти, електростанції, фермерські господарства, банки, магазини, університети, інші установи, які є незалежними суб'єктами господарювання. Вони створені для виробництва матеріальних благ і різних необхідних суспільству послуг. Стимулом для створення підприємства як суб'єкта підприємницької діяльності є отримання прибутку і використання його для задоволення соціальних і особистих потреб [2, с. 79].

Підприємства є основними виробниками товарів, які визначають ділову активність народного господарства. Темпи економічного зростання і добробуту населення країни залежать від ефективності їх господарської діяльності. Вчені пов'язують причини виникнення і функціонування будь-якого підприємства з соціальним поділом праці - спеціалізацією окремих суб'єктів господарювання. Певний набір факторів виробництва концентрується на підприємстві як первинній ланці народного господарства: засобах виробництва, фінансових ресурсах, робітниках тощо.

Тут виникають відносини господарської власності як між членами підприємства, так і між іншими суб'єктами господарювання. Саме на підприємстві здійснюється безпосереднє виробництво товарів або послуг, необхідних суспільству, споживачам (покупцям), первинний розподіл новоствореної вартості на первинні доходи (доходи підприємців, працівників, держави). Крім того, саме на підприємстві здійснюється поєднання працівників із засобами виробництва. Причому характер такого поєднання визначається формою власності на засоби виробництва і дає вид підприємства [10, с. 159].

Кожне підприємство вступає в економічні відносини з іншими суб'єктами господарювання (при купівлі засобів виробництва, наданні та отриманні послуг, отриманні кредитів і сплаті відсотків по них), державою (при сплаті податків і т.д.), іноземними підприємствами (при виробничому контракті, спеціалізації і т.д.) і т.д. Отже, соціально-економічна сутність підприємства є основною ланкою в народному господарстві, яка у взаємодії з іншими незалежними незалежними Суб'єкти господарювання забезпечують виробництво необхідних споживчих товарів (товарів і послуг) з метою привласнення прибутку.

Слід зазначити, що в сучасній економічній літературі суть підприємства трактується по-різному. Так, американські економісти К. Макконнелл і С. Брюс характеризують підприємство (завод) як установу у вигляді фабрики, ферми, шахти, магазину, виконує одну або кілька специфічних функцій з виробництва і розподілу товарів і послуг [24, с. 268]. У підручнику під редакцією А.А. Чуна «Основи економічної теорії» підприємство характеризується як самостійний суб'єкт господарювання, який за правом юридичної особи «здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою отримання прибутку» [29, с. 127]. Таке визначення більш точне, воно чітко розрізняє правові та економічні аспекти підприємства. Дещо по-іншому суть підприємства трактується вченими-економістами С.В. Мочерним і М.В. Довбенком. У підручнику «Економічна теорія» відзначають, що «підприємство - це система господарських відносин, в першу чергу майнових відносин, які формуються в ньому, а також між іншими суб'єктами господарювання щодо виробництва, обміну, розподілу і

споживання різних об'єктів нерухомості, а отже, їх привласнення, а також управління майном з метою привласнення прибутку» [27, с. 106].

Дане визначення дає вичерпний опис суті підприємства, розкриває його природу через призму майнових відносин в якісному і кількісному аспектах. Відповідно до Господарського кодексу [9] підприємство є самостійним суб'єктом господарювання, створеним компетентним державним органом або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних і особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності в порядку, встановленому законом.

Тип підприємства багато в чому залежить від характеру соціально-економічних відносин працівників із засобами виробництва. Якщо, наприклад, засоби виробництва належать індивідуальному власнику або групі власників, а робітників наймають за умови продажу робочої сили за певну заробітну плату, то це капіталістичні підприємства. Капіталісти також володіють тут економічною владою. Якщо засоби виробництва купують робітники, він стає колективним трудовим підприємством. Таким чином, основним критерієм розрізнення між підприємствами є тип власності. Давайте дізнаємося, які бувають основні види підприємств.

За наведеними вище критеріями (типом власності) в Україні і в багатьох інших країнах виділяють наступні основні види підприємств:

- державна - на основі державної форми власності. Оскільки вона розділена на національну і комунальну, відповідно, існують національні та комунальні підприємства;

- колективний - заснований на власності трудового колективу. Проводиться відмінність між колективними трудовими підприємствами (або народними підприємствами), кооперативними підприємствами, підприємствами громадських організацій та іншими приватними капіталістичними підприємствами, заснованими на власності фізичної особи (капіталіста), яка наймає робочу силу;

- колективні (акціонерні) - засновані на праві власності декількох власників капіталу, які наймають робочу силу;
- фізична (приватна) - на підставі приватної власності фізичної особи та її особистої роботи;
- сім'я - на основі роботи членів однієї сім'ї;
- спільні (змішані) - засновані на поєднанні різних форм власності, в тому числі із залученням іноземного капіталу.

Існують й інші критерії розрізнення підприємств. Так, за характером господарської діяльності вони поділяються на виробничі, торговельні, фінансово-кредитні, посередницькі, науково-виробничі об'єднання і т.д. За сферою діяльності виділяють місцеві, регіональні, національні, міжнародні підприємства. За кількісними показниками вони діляться на малі, середні і великі.

Ефективність підприємства багато в чому визначається його організаційною структурою. Звичайно, в різних галузях це не одне і те ж. Проте найбільш характерними структурними підрозділами підприємства є: виробництво, цехи, відділи, майданчики, бригади, бюро, лабораторії та ін.

Підприємства можуть добровільно об'єднуватися в профспілки, господарські об'єднання, концерни і т.д. за галузевими, територіальними та іншими принципами. Для організації ефективної господарської діяльності підприємству необхідно визначити свою стратегію (стратегічні цілі, завдання) і тактику.

Стратегічні завдання підприємства повинні визначати напрямки його діяльності на майбутнє: вдосконалення його продукції, забезпечення ефективності в технологіях, зниження витрат, підвищення якості, досягнення ефективності при низьких виробничих витратах, забезпечення достатньої рентабельності, визначення конкретних параметрів для досягнення результату.

Стратегія компанії передбачає створення комплексної системи заходів, спрямованих на досягнення довгострокових параметрів ефективності, реалізацію основної мети підприємства. Тактика підприємства - це засіб, що забезпечує

реалізацію обраної стратегії. Тактика визначає конкретні короткострокові завдання, що забезпечують постійне наближення до мети. Вона розробляється і впроваджується управлінськими і низовими робітниками. Рішення з соціально-економічних питань, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства, розробляються і приймаються його органами управління за участю трудового колективу і уповноважених ним органів. Призначення (обрання) керівника підприємства є правом його власника, з ним укладається договір (договір, договір) [23, с. 156].

На підприємствах, які використовують найману працю, укладається колективний договір між власником або уповноваженим ним органом і трудовим колективом, який регулює його виробничі, трудові та соціальні відносини з адміністрацією підприємства, відповідно до законодавства про колективні договори. Підприємство як незалежний суб'єкт господарювання виконує ряд функцій, в яких втілені основні принципи його діяльності.

Основні функції підприємства наступні: виробничо-технологічні, економічні, соціальні та зовнішньоекономічні.

Виробничо-технологічна функція полягає в забезпеченні виробничого процесу необхідними трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами, впровадженні науково-технічного прогресу, вдосконаленні організації та управління виробництвом. Ця функція показує, який максимальний обсяг випуску можна отримати з відпрацьованими факторами виробництва.

Економічною функцією є проведення маркетингових досліджень товарів і послуг з метою найбільш ефективного продажу виробленої продукції; здійснення господарських відносин з іншими суб'єктами ринку на підставі договорів (контрактів); найм співробітників і організація їх діяльності; розподіл і використання прибутку; сплата податків; інвестування тощо.

Соціальною функцією є поліпшення умов праці, життя і здоров'я, гарантії обов'язкового медичного страхування для всіх працівників підприємства та членів їх сімей; забезпечення підготовки кваліфікованих працівників; надання пільг своїм працівникам, які отримують службову освіту в навчальних закладах;

забезпечення певної кількості робочих місць відповідно до закону для працевлаштування неповнолітніх, інвалідів та інших категорій громадян, які потребують соціального захисту [25, с. 279].

Зовнішньоекономічною функцією є самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до чинного законодавства. Ця функція визначається місцем і роллю даного підприємства в міжнародному розподілі праці, зокрема, в таких формах його прояву, як предметна, детальна і технологічна спеціалізація, науково-дослідне співробітництво. Зовнішньоекономічна функція підприємства реалізується його здатністю використовувати кошти в іноземній валюті, відкривати свої представництва, філії та виробничі підрозділи за межами держави. Їх обслуговування здійснюється за рахунок цього підприємства. У сучасних умовах поглиблення міжнародного поділу праці підприємство стає головною фігурою зовнішньоекономічної діяльності.

Ці функції реалізуються в взаємозв'язку. Недооцінка будь-якого з них може негативно позначитися на загальному стані підприємницької діяльності, її кінцевих результатах.

Виконуючи свої функції, компанія відіграє дуже важливу роль в ринковій економіці. Як незалежний суб'єкт господарювання, враховуючи його економічні інтереси (отримання прибутку) і виробничі можливості, може вирішити такі важливі проблеми: повинні вироблятися товари, роботи, послуги і в якій кількості? Як і для кого виробляти ці товари або послуги? Кожне підприємство як суб'єкт господарювання, незалежно від форми власності, розміру, сфери діяльності та інших критеріїв, має прибуток (дохід) в результаті своєї господарської комерційної діяльності. Для цього він повинен діяти на принципах комерційного розрахунку і власному комерційному ризику.

Такими основними принципами є [30, с. 124]:

1. Самодостатність витрат (беззбитковість) і рентабельність. Цей принцип вимагає точного обліку і порівняння витрат і результатів, повного відшкодування собівартості продукції, отримання прибутку.

2. Самофінансування - його суть полягає не тільки в самодостатності витрат, але і в забезпеченні частини отриманого для підприємства прибутку в його повному розпорядженні. Джерелом фінансування підприємства є прибуток, амортизаційні відрахування, кошти, отримані від продажу цінних паперів, акцій та інших внесків громадян, трудового колективу підприємства. Іншими словами, розвиток підприємства повністю забезпечується власним капіталом, банківськими кредитами на комерційній договірній основі і за рахунок валютної виручки.

3. Матеріальний інтерес до кінцевих результатів праці. Цей принцип передбачає подолання досі існуючого «вирівнювання» в заробітній платі, створення умов для заохочення ініціативи, підприємництва, досягнення кращих кінцевих результатів.

4. Грошовий контроль за діяльністю підприємства. Кошти підприємств знаходяться на поточному рахунку в банку за місцем їх реєстрації або в іншому банку за його згодою. Банк здійснює всі види розрахунків підприємства, кредитні та касові операції. Компанія використовує векселі в економічному обороті. Якщо компанія систематично не виконує свої зобов'язання по розрахунках, вона може бути визнана банком неплатоспроможною, тобто банкрутом.

5. Повна економічна відповідальність за кінцеві результати управління, виконання його договірних зобов'язань. Основною формою реалізації цього принципу є економічні санкції - вилучення незаконно отриманих доходів, компенсація збитків, штрафів, пені, пені, пені, зменшення або позбавлення премій.

6. Економічна незалежність у межах, передбачених законом. Цей принцип передбачає самостійне формування підприємством програми діяльності; залучення матеріальних, технічних, фінансових і трудових ресурсів; ціноутворення на продукти та послуги; безкоштовне розпорядження прибутком, що залишився після сплати податків, зборів та інших платежів; здійснення

зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємством частки валютної виручки, що належить йому на свій розсуд.

Всі ці принципи комерційної господарської діяльності повинні безпосередньо забезпечувати організаційну основу інтенсивного характеру індивідуального відтворення на підприємстві з метою привласнення прибутку.

Крім того, на підприємстві існує єдиний поділ праці. Залежно від технологічного процесу виробництва, розмірів підприємства, на ньому функціонують основні і допоміжні цехи, секції, різні служби і відділи. Єдиний розподіл праці між працівниками здійснюється за професіями, спеціальностями і т.д. Підприємство вступає у відносини спеціалізації, співпраці з іншими підприємствами, тобто є важливою ланкою в техніко-економічних відносинах.

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

Однією з найважливіших функцій управління підприємством є планування його діяльності. Серед економістів немає консенсусу щодо характеру планування. Різні літературні джерела дають неоднозначні визначення поняття «планування» [5; 22; 33]:

- процес розробки та прийняття рішень, що дозволяють забезпечити ефективне функціонування та розвиток підприємства в майбутньому
- аналітична робота з визначення цілей, яких підприємство повинно досягти за певний проміжок часу і шляхів їх досягнення;
- вид управлінської діяльності, визначає перспективу і майбутній стан організації, шляхи і засоби її досягнення;
- процес конкретизації цілей розвитку підприємства, що виявляється у визначенні цілей, засобів і способів їх досягнення.

Планування розвитку підприємства є важливою умовою його виживання в умовах ринкової економіки. Планування з'явилося на певному етапі процесу

еволюційного розвитку і розглядається як цілісна система. Системний характер планування проявляється в тому, що всі види планів, які розробляються на підприємстві, повинні складати ціле, що складається з взаємозалежних частин, кожна з яких сприяє функціонуванню системи. Важливість планування неможливо переоцінити [28, с. 174].

Об'єктивний погляд на речі дозволяє виявити сильні і слабкі сторони, повністю виявити потреби, виявити можливості на ранній стадії і почати розробляти план дій з оптимізації досягнення цілей компанії.

Бізнес-план також дозволяє виявити виникнення труднощів або виявити їх джерела, і, таким чином, визначити способи їх усунення. В цілому бізнес-план допомагає уникнути багатьох неприємностей. Поява будь-якої підприємницької ідеї викликає безліч різноманітних питань: хто виступає конкретним покупцем, яким буде ринок продукції компанії, які кошти потрібні для реалізації проекту, виправдовує проект економічно.

Бізнес-план - це письмовий документ, в якому представлена суть підприємницької ідеї, способи і засоби її реалізації на ринку, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості її управління. визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту.

Планування - це вид, сфера діяльності органів управління підприємства щодо прогнозування майбутнього стану його економіки на основі врахування дії законів розвитку природи і суспільства, а також тенденцій розвитку підприємства, промисловості та народного господарства.

Процес планування полягає у визначенні мети, яку компанія прагне досягти протягом певного періоду, а також засобів, шляхів і умов її досягнення.

Планування як сфера і вид діяльності:

- об'єднує структурні підрозділи підприємства зі спільною метою;
- забезпечує всі процеси односпрямованістю, координацією;
- сприяє максимально повному і ефективному використанню наявних ресурсів.

Централізоване управління породило відповідну ідеологію директивного планування, яка розглядала план як закон, який не може бути змінений і повинен бути реалізований. Ринкова система управління орієнтує підприємство на планування як безперервний процес прогнозування змін зовнішнього середовища і адаптації внутрішніх факторів виробництва для розвитку і подальшого зростання.

Збалансований план має певні переваги перед ринком, але якщо ринок саморегулюється і забезпечує певну рівновагу, то незбалансований план повністю виключає розвиток. Бізнес-план класифікується за такими характеристиками [26, с. 141]:

- у сфері бізнесу;
- за масштабами діяльності;
- за характеристиками бізнес-продукту.

Розробка бізнес-плану - досить трудомісткий процес. Обробка бізнес-плану як комплексного багатофункціонального документа має кілька цілей. Бізнес-план - це інструмент залучення зовнішнього капіталу, необхідний для реалізації підприємницького проекту. Бізнес-план містить інформацію не тільки про виробничий, ринковий, організаційний, а й про фінансовий аспект майбутнього бізнесу. Все це створює надійний, реальний ґрунт для будівництва з кимось, у кого підприємець має намір взяти кредит на реалізацію свого проекту.

На початковому етапі реалізації підприємницького проекту бізнес-план служить основним інструментом комунікації між підприємцем і майбутнім постачальником, продавцями і співробітниками. Бізнес-план стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, економить час, налагоджує контакти.

Бізнес-план - це засіб моделювання системи управління майбутнім бізнесом. Практика показує, що успіх підприємницької діяльності визначається трьома факторами: правильним розумінням реальної ситуації на даний момент, чітким викладом цілей, яких хоче досягти підприємець, якісним плануванням процесів переходу з однієї позиції на іншу.

Бізнес-план - це спосіб попереднього виявлення перешкод і запобігання виникненню проблем на шляху до успіху. Розробка бізнес-плану зобов'язує підприємця моделювати ситуації, розробляти різні сценарії, координувати проблеми, які можуть стати перешкодою в підприємницькому проекті.

Це дає можливість передбачити багато проблем, уникнути труднощів або правильно підготуватися до них і заздалегідь визначити шляхи подолання перешкод. Бізнес-план - це спосіб розвитку особистісних якостей підприємця. Коли підприємець створює бізнес-план, він повинен охарактеризувати всі аспекти майбутнього бізнесу. У процесі розробки бізнес-плану підприємець набуває досвіду оцінки умов конкуренції, способів переміщення товарів на ринок з використанням переваг власного бізнесу і т.д. [18, с. 48].

Бізнес-план дає можливість перевірити реальність підприємницької ідеї перед її практичною реалізацією. Бізнес-план повинен бути детальним, він не обмежується обсягом, хоча лаконічність його написання необхідна [1, с. 47].

З теоретичної точки зору, в умовах ринкової економіки підприємці не можуть досягти успіху, якщо вони не планують чітко і ефективно свою діяльність, постійно збирають інформацію про ситуацію на ринку конкурентів, власні перспективи і можливості.

Планування на підприємстві одночасно дає ряд переваг, зокрема:

- системний підхід дозволяє робити помилки тільки на папері, а не на практиці,
- По завершенню підготовки плану з'являється відчуття впевненості в здатності такого плану і його успішної реалізації;
- планування показує, скільки грошей потрібно, для чого саме вони потрібні, коли і на який термін [43, с. 103].

В умовах регулювання ринку компанія самотійно виконує весь комплекс планових робіт. Надання підприємству незалежності означає не тільки скасування повної залежності його діяльності від уряду, але і надання широких прав при визначенні і реалізації виробничої програми, організації матеріально-технічного і кадрового забезпечення, шляхів розвитку підприємства, методів

трудової мотивації і економічної відповідальності за кінцеві результати роботи. Планування на підприємстві дозволить вам краще зрозуміти бізнес-процеси, ніхто не сподівається, що кожен захід, передбачений планом, відбудеться таким чином, але розуміння і знання, отримані в процесі розробки бізнес-плану, дадуть можливість підготувати персонал до готовності до будь-яких змін. Розробка бізнес-плану - це процедура, корисна з точки зору управління підприємством, адже бізнес-план чітко і детально описує процес функціонування компанії, показує, як її керівники планують досягти мети, є прикладом цивілізованого будівництва робіт на ринку і служить візитною карткою майбутнього проекту.

Планування необхідне не тільки на етапі створення нового підприємства, бізнес-план також складається існуючими фірмами для планування своєї діяльності на певний період часу (1 рік, 3 роки, 5 років) [14, с. 18].

Корпоративне планування охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі.

Головна зовнішня мета - переконати майбутніх партнерів і кредиторів в успіху бізнесу. Головна внутрішня мета бізнес-плану - стати основою управління бізнесом. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості запланованої діяльності, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності. Цінність планування залежить від корисності інформації, яку він містить. Корисна інформація, відповідно до принципу Джойгоу, відомого в управлінні, не може бути отримана з поверхневої або неправдивої інформації.

Тому в процесі формування інформаційного поля бізнес-плану особлива увага приділяється якості основної інформації. Основними показниками якості інформації вважаються об'єктивність; актуальність; своєчасність; комунікативність; Очевидність.

Таким чином, оскільки інформаційне поле бізнес-плану не може складатися тільки з фактичної інформації, будь-яке передбачення майбутнього, а також розробка бізнес-плану завжди характеризується певною мірою невизначеності. Навіть найкращий бізнес-план завжди базується на певних припущеннях щодо можливих обсягів продажів та їх динаміки, можливих цін на бізнес-продукцію, частки ринку та потужності.

Тільки після ретельного аналізу таких припущень і припущень засновники і кредитори зможуть оцінити ступінь їх ймовірності. Інформаційне поле планування - це сукупність документів або даних юридичного, політичного, комерційного і соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі обробки бізнес-плану. Перед виходом на ринок з продуктом продукт спочатку необхідно виготовити продукт. Часто приваблива з точки зору маркетингових позицій підприємницька ідея приречена на подолання перешкод виробничого характеру [34, с. 486].

Тому збір виробничої інформації, встановлення контактів і проведення попередніх переговорів з потенційними постачальниками і партнерами у виробничому співробітництві, є необхідним елементом у формуванні інформаційного поля бізнес-плану. Таким чином, зусилля підприємця в процесі формування інформаційного поля бізнес-плану повинні бути спрямовані в основному на пошук маркетингової, виробничої, фінансової та загальної економічної інформації.

Також слід використовувати основні джерела інформації. Інформаційне поле бізнес-плану не може складатися тільки з фактичної інформації. Будь-які припущення на майбутнє, в тому числі і розробка бізнес-плану, завжди характеризуються якимось ступенем невизначеності. Навіть кращий бізнес-план завжди ґрунтується на певних припущеннях щодо можливих обсягів продажів і їх динаміки, можливих цін на бізнес-продукцію. Запорукою успіху підприємницької діяльності є успішний старт бізнесу. Обробка бізнес-плану для початку нового бізнесу починається з розробки концепції, тобто тих фундаментальних рішень, які лежать в її основі.

Вирішальним етапом, від якого залежать всі інші бізнес-рішення, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. До основних питань обробки концепції майбутнього бізнесу відноситься вибір способу створення бізнесу. Традиційно розглядаються 3 основні методи [39, с. 221]:

Регулювання нового підприємства «з нуля»;

Придбання компанії, вже існує;

Придбання ліцензії, яка дає підприємцю право продавати товари або послуги великої фірми, вже дуже добре відоме споживачам.

На підготовчому етапі збирається та аналізується інформація про майбутній бізнес; уточнюються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі; оцінюються сильні і слабкі сторони компанії; визначається лінія компанії - основна мета, роль, шлях в бізнесі; формуються конкретні цілі діяльності компанії; аналізуються стратегічні альтернативи і вибирається стратегія компанії.

На основному етапі здійснюється обробка бізнес-плану. Головна мета даного етапу - довести економічну доцільність створення цього бізнесу, переконливо показати, як гроші або інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний прибуток. Інвестор повинен побачити прибуток не після, а перед вкладенням грошей в запропонований проект.

Виходячи з вищевикладеного, можна обґрунтовано говорити про актуальність вивчення питань планування для ефективної організації господарської діяльності підприємств. Результатом планувальної діяльності є план, який являє собою складну соціально-економічну модель стану підприємства і його підрозділів в майбутньому, характеризує пропорції і темпи розвитку. Об'єктом планування є виробничо-комерційна діяльність підприємства, його науково-технічний розвиток, соціальна сфера, охорона навколишнього середовища. Предметом планування є підприємство, цех, ділянка, виробнича лінія, робоче місце.

В основі планування лежить система об'єктивних економічних законів, серед яких:

- основний економічний закон, який змушує враховувати економічну ефективність суспільного виробництва з метою повного задоволення потреб населення і отримання прибутку;
- закон відповідності попиту і пропозиції, забезпечує рівновагу підприємства як економічної системи;
- закон цінності тощо.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПАТ «АВТОПРОДСЕРВІС»

2.1. Характеристика підприємства

Публічне акціонерне товариство (далі - ПАТ) "Автопродсервіс", створене відповідно до законодавчих і нормативних актів України та Статуту від 5 серпня 1998 року.

Статут ПАТ «Автопродсервіс» визначає наступні види діяльності:

- надання транспортних послуг юридичним та фізичним особам;
- здійснення пасажирських перевезень в межах України та за кордон;
- матеріально-технічне забезпечення та забезпечення підприємств, організацій, установ, громадян сировиною, матеріалами, обладнанням, запасними частинами тощо;
- розширення та реконструкція існуючих підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності;
- здійснення посередницьких, комерційних, дилерських і дистриб'юторських послуг виробничого і невиробничого характеру, виконання експортно-імпортних угод;
- оптова та роздрібна торгівля та надання послуг населенню;
- впровадження транспортно-експедиторських послуг;
- здійснення оренди, лізингу та факторингу;
- допомога іноземним інвесторам у розміщенні капіталу;
- оптова, роздрібна та комісійна торгівля (у тому числі дистанційна) промисловими, побутовими та харчовими товарами, а також споживчими товарами як для готівкової, так і для безготівкової оплати;
- оптова, роздрібна торгівля (у тому числі вихідна та дистанційна) паливно-мастильними матеріалами, серед яких: бензин, нафта, дизельне паливо, оливи;

- посередницькі послуги фізичним та юридичним особам, інша комерційна діяльність;
- представницькі послуги;
- консалтинг;
- лізингові, лізингові операції;
- здійснення зовнішньоекономічної діяльності в усіх видах діяльності, включаючи експорт та імпорт власних товарів, вироблених підприємством, товарів, придбаних у власність, а також здійснення експортно-імпортних операцій за договорами комісії та дорученнями третіх осіб.

Майно підприємства складається з основних засобів і оборотних коштів, а також інших цінностей, вартість яких відображається в незалежному балансі підприємства і належить йому на праві власності або повної господарської власності, користування і розпорядження.

Джерелами формування майна компанії є:

- 1) грошові та матеріальні внески власника підприємства;
- 2) доходи, отримані від реалізації продукції, а також від інших видів економічної діяльності;
- 3) кредити від банків та інших кредиторів;
- 4) доходи від цінних паперів;
- 5) придбання майна іншого підприємства, організації;
- 6) безоплатні або благодійні внески, пожертвування підприємств, організацій і громадян;
- 7) інші джерела, які не заборонені чинним законодавством.

Кошти компанії використовуються для: організації, розвитку та розширення виробничої діяльності, оплати праці працівників підприємства, участі в спільних підприємствах, придбання акцій та інших цінних паперів; вирішення питань соціального розвитку, а також поліпшення умов праці, життя і здоров'я співробітників. Норматив відрахувань підприємства до державного та місцевих бюджетів встановлюється відповідно до чинного законодавства.

Компанія має право створювати цільові фонди. Кошти використовуються ним самостійно. Кошти, не використані в поточному році, переносяться на наступний рік і не підлягають виведенню.

Управління підприємством здійснюється виконавчим органом - директором. Він уповноважений вирішувати всі питання господарської діяльності підприємства. Організаційна структура підприємства показана на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Організаційна структура ПАТ «Автопродсервіс»

Персонал підприємства - це сукупність співробітників підприємства, які володіють певними кваліфікаційними навичками роботи. Персонал включає всіх фізичних осіб, які перебувають на підприємстві щодо регульованої договірної зайнятості, оформленої у вигляді трудового договору або контракту. У 2021 році кількість працівників становила 124 особи.

Підприємство здійснює організацію праці, заходи щодо забезпечення виробничої дисципліни, охорони праці, дотримання правил санітарії та безпеки відповідно до чинного законодавства. Підприємство самостійно визначає загальну кількість співробітників, їх професійний і кваліфікаційний склад, необхідність залучення тимчасових працівників і підробітків. Компанія веде оперативний і бухгалтерський облік результатів своєї роботи, а також статистичну звітність.

Компанія самостійно вибирає форми планування своєї діяльності. Плануючи свою діяльність, компанія керується економічними стандартами, обмеженнями, споживчим попитом і ринковими умовами. Фінансова діяльність підприємства спрямована на створення грошових ресурсів для його виробництва і соціального розвитку, забезпечення зростання прибутку.

Прибуток формується з доходів господарської діяльності компанії після покриття матеріальних і прирівняних витрат, витрат на оплату праці, сплати банківських відсотків за кредитами і податками та інших платежів, передбачених законодавством України.

Розподіл чистого прибутку, що залишився в повному розпорядженні підприємства, здійснюється за результатами роботи за квартал і йде на формування коштів. Підприємство самостійно визначає види, розміри, порядок формування і використання коштів і оборотних коштів. Невикористані кошти в поточному році перераховуються на наступний рік і не підлягають виведенню.

ПАТ «Автопродсервіс» веде облік результатів своєї діяльності, веде бухгалтерську та статистичну звітність у порядку, встановленому чинним законодавством, та несе відповідальність за її достовірність.

Основними завданнями в діяльності підприємства є: повне задоволення потреб населення та організацій у пасажирських автомобільних перевезеннях; якість та безпека багажу та безпека пасажирських перевезень ефективного використання транспортних засобів та максимальне зниження транспортних витрат.

2.2. Оцінка стану та динаміки виробничих ресурсів підприємства

Ми проаналізуємо зміни абсолютних показників, які показують рух основних фондів і нематеріальних активів в табл. 2.1 (Додатки А-Г).

Таблиця 2.1

Аналіз руху основних засобів та нематеріальних активів

ПАТ "Автопродсервіс" за 2020-2021 р.

Показник	Початок 2020 року	кінець 2020 року	кінець 2021 року	Відхилення за 2020 рік		Відхилення за 2021 рік	
				Сума, тис грн	% до початку року	Сума, тис грн	% до кінця року
Основні засоби							
Залишкова вартість	8930,3	9385,1	10592,7	454,80	5,1	1207,6	12,9
Основні витрати	13257,0	14104,2	15756,5	847,20	6,4	1652,3	11,7
Експорт	4326,7	4719,1	5163,8	392,40	9,1	444,7	9,4
Нематеріальні активи							
Залишкова вартість	11,2	15,80	37,4	4,60	41,1	21,6	136,7
Основні витрати	13,3	600,0	600,0	586,70	4411,3	0,0	0,0
Експорт	2,1	8,2	15,4	6,10	290,5	7,2	87,8

Визначимо коефіцієнти економічної амортизації основних фондів підприємства, тобто відношення суми накопиченої амортизації до початкової (переоціненої) вартості відповідних основних засобів.

Для аналізу амортизації основних фондів і нематеріальних активів ми складемо таблицю. 2.2.

Таблиця 2.2

Розрахунок коефіцієнтів зносу основних фондів та нематеріальних активів

ПАТ «Автопродсервіс»

Показник	2020 початок	Кінець 2020 року	Кінець 2021 року
Коефіцієнт економічної амортизації основних засобів підприємства	32,6	33,5	32,8
Коефіцієнт економічної амортизації нематеріальних активів	15,8	1,4	2,6

Після аналізу таблиці. 2.1 і 2.2 можна зробити наступні висновки:

знизився коефіцієнт економічної амортизації основних фондів за аналізований період, що є позитивною тенденцією в діяльності підприємства; також знизився коефіцієнт економічної амортизації нематеріальних активів за досліджуваний період, що є позитивною тенденцією до діяльності підприємства.

Для подальшого вивчення структури матеріальних активів підприємства ми проаналізуємо другий розділ активу (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз структури оборотних активів ПАТ «Автопродсервіс»

Показник	початок 2020 року		кінець 2020 року		кінець 2021 року	
	Сума, тис грн	% до суми	Сума, тис грн	% до суми	Сума, тис грн	% до суми
Запаси:						
Виробничі запаси	1287,6	59,43	1824,1	70,96	2327,0	66,98
готова продукція	4,0	0,18	27,3	1,06	66,5	1,91
Товари	22,1	1,02	20,6	0,80	28,0	0,81
Дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги:						
чиста вартість продажу	251,7	11,62	349,0	13,58	366,4	10,55
Основні витрати	-	-	443,4	17,25	421,1	12,12
резерв сумнівних платежів	-	-	94,4	3,67	54,7	1,57
Дебіторська заборгованість:						
з бюджетом	7,9	0,36	54,2	2,11	97,6	2,81
За виданими авансами	0,0	0,00	67,5	2,63	98,6	2,84
за нарахований дохід	144,6	6,67	0,0	0,00	0,0	0,00
за внутрішніми розрахунками	333,0	15,37	0,0	0,00	0,0	0,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	40,9	1,89	42,0	1,63	56,5	1,63
Поточні фінансові інвестиції	0,0	0,00	0,0	0,00	1,7	0,05
Грошові кошти та їх еквіваленти:						
У національній валюті	74,9	3,46	186,0	7,24	181,3	5,22
Інші оборотні активи	-	-	-	-	250,4	7,21
Взагалі	2166,7	-	2570,7	-	3474,0	-

Аналіз відхилень в структурі оборотних активів досліджуваного підприємства наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз відхилень структури оборотних активів ПАТ «Автопродсервіс»

Показник	Відхилення для 2020		Відхилення для 2021	
	Сума, тис.грн	% до початку року	Сума, тис.грн	% до початку року
Резерви:				
Виробничі запаси	536,50	41,67	502,90	27,57
готова продукція	23,30	582,50	39,20	143,59
Товари	-1,50	-6,79	7,40	35,92
Дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги:				
чиста вартість продажу	97,30	38,66	17,40	4,99
Основні витрати	443,40	-	-22,30	-5,03
резерв сумнівних платежів	94,40	-	-39,70	-42,06
Дебіторська заборгованість:				
з бюджетом	46,30	586,08	43,40	80,07
для авансів, виданих	67,50	-	31,10	46,07
за нарахований дохід	-144,6	-100,00	0,00	-
для внутрішніх поселень	-333,0	-100,00	0,00	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1,10	2,69	14,50	34,52
Поточні фінансові інвестиції	0,00	-	1,70	-
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
У національній валюті	111,10	148,33	-4,70	-2,53
Інші оборотні активи	0,00	-	250,40	-
Взагалі	404,00	18,65	903,30	35,14

На основі аналізу можна зробити наступні висновки:

- загальна сума оборотних активів збільшилася на 1307 тис грн. (60,33%);
- найбільшу частку оборотних активів складають виробничі запаси, в цілому в період дослідження вони збільшуються, що свідчить про збільшення виробничої діяльності підприємства;
- Поточна внутрішня дебіторська заборгованість зросла на 6%.

2.3. Оцінка результативності роботи підприємства

Надалі ми проаналізуємо основні економічні показники підприємства на основі фінансової звітності підприємства (Додатки А-Д).

Розберемо динаміку балансу валюти та її структуру. Метою роботи є вивчення основних умов функціонування, структури майна і джерел капіталу підприємства, а також виявлення основних напрямків подальшого аналізу ефективності використання капіталу і зміцнення його фінансової стабільності.

Аналіз проводиться шляхом порівняння даних про загальну вартість майна компанії (балансової валюти) на початок і кінець звітного періоду.

Основними цілями аналізу є:

- вивчення початкових умов функціонування підприємства і зміни загальної суми і структури балансу, а також аналітична оцінка цих змін;
- визначення резервів для збільшення капіталу підприємства, зміцнення фінансово-економічного стану підприємства. Результат аналізу буде згрупований в аналітичну таблицю. 2.5 і таблиця. 2.6.

Аналіз таблиці. 2.5 і 2.6 роблять наступні висновки:

- це підприємство має значну частку необоротних активів у вартості майна підприємства в розмірі 81% у 2020 році та 77% на кінець 2021 року балансової валюти, що свідчить про нерухому структуру капіталу;

Аналіз валюти балансу та його структури ПАТ «Автопродсервіс»

Показник	початок 2020 року		кінець 2020 року		кінець 2021 року	
	Сума, тис грн	% для збалансування	Сума, тис грн	% для збалансування	Сума, тис грн	% для збалансування
Актив						
Необоротні активи	9105,7	0,81	9791,4	0,79	11514,2	0,77
Оборотні активи	2166,7	0,19	2570,7	0,21	3474,0	0,23
Витрати майбутніх періодів	13,9	0,00	16,9	0,00	40,5	0,00
Пасив						
Власний капітал	8614,1	0,76	9751,0	0,79	11487,0	0,76
Забезпечення наступних виплат та платежів	290,7	0,03	0,0	0,00	0,0	0,00
Поточні зобов'язання	2381,5	0,21	2628,0	0,21	3532,5	0,24
Доходи майбутніх періодів	0,0	0,00	2,4	0,00	9,2	0,00
Валюта балансу	11286,3		12379,0		15028,7	

Таблиця 2.6

Аналіз відхилень динаміки валюти балансу та його структури на
ПАТ "Автопродсервіс"

Показник	Відхилення для 2020		Відхилення для 2021	
	Сума, тис грн	% до початку року	Сума, тис грн	% до початку року
1	2	3	4	5
Актив				
Необоротні активи	685,70	7,53	1722,80	17,60
Оборотні активи	404,00	18,65	903,30	35,14
Витрати майбутніх періодів	3,00	21,58	23,60	139,64
Пасив				
Власний капітал	1136,90	13,20	1736,00	17,80
Забезпечення наступних виплат та платежів	-290,70	-100,00		
Поточні зобов'язання	246,50	10,35	904,50	34,42
Доходи майбутніх періодів	2,40		6,80	283,33
Валюта балансу	1092,70	9,68	2649,70	21,40

- збільшується сума коштів на витрати майбутніх періодів;
- за період 2020-2021 років збільшується обсяг власного капіталу, що свідчить про зміцнення стабільності підприємства;
- за період 2020-2021 років валюта балансу збільшилася на 33,15%, що свідчить про зростання ділової активності компанії;

Наступним кроком у діагностиці діяльності підприємства є аналіз динаміки і джерел капіталу. Для полегшення аналізу ми складемо аналітичні таблиці. 2.7 і таблиця. 2.8.

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки та структури джерел капіталу ПАТ «Автопродсервіс»

Показник	Початок 2020 року		кінець 2021 року		кінець 2021 року	
	Сума, тис грн	Структура, %	Сума, тис грн	Структура, %	Сума, тис грн	Структура, %
1	2	3	4	5	6	7
Статутний капітал	996	11,57	996	10,22	996	8,67
Інший додатковий капітал	7618	88,43	8628	88,49	9152	79,67

Продовження табл.2.7.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток "-")	-	-	126	1,30	1339	11,65
Взагалі	8614	-	9751	100,00	11487	-
Джерела формування боргового капіталу						
Інше забезпечення	12	0,44	-	-	-	-
Цільове фінансування	279	10,44	-	-	-	-
Кредиторська заборгованість за товари та послуги	117	4,36	1134	11,63	1637	46,35
Поточні зобов'язання за рахунками	1841	68,91	1492	15,30	1895	53,65
Інші поточні зобов'язання	424	15,85	-	-	-	-
Взагалі	2672		2628		3533	

Таблиця 2.8

Аналіз відхилень динаміки та структури джерел капіталу на
ПАТ "Автопродсервіс"

Показник	Відхилення на 2020 років		Відхилення за 2021 рік	
	Абсолютне	Відносний	Абсолютне	Відносний
Статутний капітал	996	0	996	0
Інший додатковий капітал	1011	0,13	524	0,06
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток "-")	126	100,00	1212	9,59
Взагалі	0,13	1736	1137	0,18
Джерела формування боргового капіталу				
Інше забезпечення	-12	-1,00	-	-
Цільове фінансування	-279	-1,00	-	-
Кредиторська заборгованість за товари та послуги	1018	8,73	503	0,44
Поточні зобов'язання за рахунками	-350	-0,19	404	0,27
Інші поточні зобов'язання	-424	-1,00		
Взагалі	-44	-0,02	905	0,34

Після аналізу таблиці. 2.7 і 2.8 роблять наступні висновки:

- нерозподілений прибуток збільшився на 956% у 2021 році;

- за 2 роки кредиторська заборгованість за товари і послуги збільшується з 117 тисяч до 1637 тисяч, що є негативною тенденцією в діяльності підприємства;
- рівень поточних розрахункових зобов'язань залишився на колишньому рівні, але його коливання спостерігалися.

Метою наступного етапу аналізу є визначення загальних пропорцій імобілізації капіталу підприємства в його власності, а також виявлення резервів для оптимізації структури активів. Далі формуємо аналітичну таблицю для вивчення динаміки і структури джерел капіталу (табл. 2.9 і табл. 2.10).

Таблиця 2.9

Аналіз структури активів балансу ПАТ «Автопродсервіс»

Актив	Початок 2020 року		Кінець 2020 року		Кінець 2021 року	
	Сума, тис грн	Структура, %	Сума, тис грн	Структура, %	Сума, тис грн	Структура, %
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:						
Залишкова вартість	11	0,10	16	0,13	37	0,25
Первісна вартість	13	0,12	600	4,85	600	3,99
Накопичена амортизація	2	0,02	8	0,07	15	0,10
Незавершене будівництво	2	0,02	9	0,07	415	2,76
Основні засоби:						
Залишкова вартість	8930	79,13	9385	75,81	10593	70,48
Залишкова вартість	13257	117,46	14104	113,94	15757	104,84
Знос (-)	4327	38,34	4719	38,12	5164	34,36
Довгострокова дебіторська заборгованість	163	1,44	318	2,57	433	2,88
Всього розділ I	9106	80,68	9791	79,10	11514	76,61
II. Оборотні активи						
Запаси:						

Продовження табл.2.9.

Виробничі запаси	1288	11,41	1824	14,74	2327	15,48
Готова продукція	4	0,04	27	0,22	67	0,44
Товари	22	0,20	21	0,17	28	0,19
Тиста реалізаційна вартість	252	2,23	349	2,82	366	2,44
Первинна вартість	0	0,00	443	3,58	421	2,80
Резерв сумнівних боргів	0	0,00	94	0,76	55	0,36
з бюджетом	8	0,07	54	0,44	98	0,65
за виданими авансами	0	0,00	68	0,55	99	0,66
за нарахованими доходами	145	1,28	-	-	-	-
за внутрішніми розрахунками	333	2,95	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	41	0,36	42	0,34	57	0,38
Поточні фінансові інвестиції	0	0,00	0	0,00	2	0,01
Грошові кошти та їх еквіваленти:						
У національній валюті	75	0,66	186	1,50	181	1,21
Інші оборотні активи	-	-	-	-	250	1,67
Всього за розділ II	2167	19,20	2571	20,77	3474	23,12
III. Витрати майбутніх періодів	14	0,12	17	0,14	41	0,27
Баланс	11286	-	12379	-	15029	-

За допомогою аналізу в таблиці. 2.9 і таблиця. 2.10 Можна зробити наступні висновки:

- найбільшою часткою активів у структурі балансу є необоротні активи 79,13%, але їх частка зменшується;

Таблиця 2.10

Аналіз відхилень структури активів балансу ПАТ «Автопродсервіс»

Актив	Відхилення за 2020 рік		Відхилення за 2021 рік	
	Абсолютне	Відносне	Абсолютне	Відносне
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				

Продовження табл.2.10.

Нематеріальні активи:				
Залишкова вартість	5	0,41	22	1,37
Первісна вартість	587	44,11	0	0,00
Накопичена амортизація	6	2,90	7	0,88
Незавершене будівництво	7	4,35	406	44,65
Основні засоби:				
Залишкова вартість	455	0,05	1208	0,13
Залишкова вартість	847	0,06	1652	0,12
Знос (-)	392	0,09	445	0,09
Довгострокова дебіторська заборгованість	156	0,96	114	0,36
Всього розділ I	686	0,08	1723	0,18
II. Оборотні активи				
Запаси:				
Виробничі запаси	537	0,42	503	0,28
Готова продукція	23	5,83	39	1,44
Товари	-2	-0,07	7	0,36
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:				
Тиста реалізаційна вартість	97	0,39	17	0,05
Первинна вартість	443	100,00	-22	-0,05
Резерв сумнівних боргів	94	100,00	-40	-0,42
Дебіторська заборгованість:				
з бюджетом	46	5,86	43	0,80
за виданими авансами	68	100,00	31	0,46
за нарахованими доходами	-145	-1,00	-	-
за внутрішніми розрахунками	-333	-1,00	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1	0,03	15	0,35
Поточні фінансові інвестиції	-	-	2	100,00
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
У національній валюті	111	1,48	-5	-0,03

Продовження табл.2.10.

Інші оборотні активи	-	-	250	100
Всього за розділ II	404	0,19	903	0,35
III. Витрати майбутніх періодів	3	0,22	24	1,40
Баланс	1093		2650	0,21

- оборотний капітал становить лише 19,20% активів, однак їх частка зросла до 23,12%, що свідчить про нерухомість структури балансу;

- дебіторська заборгованість компанії за товари, роботи, послуги, розрахунки та іншу дебіторську заборгованість становить невелику частку балансового активу, але має тенденцію до зростання, що є негативною тенденцією в розвитку підприємства.

Одним з основних етапів діагностики діяльності компанії є аналіз ефективності і формування і напрямків використання прибутку підприємства. Метою аналізу є вивчення джерел формування прибутку підприємства, способів його використання, а також виявлення основних резервів для вдосконалення механізму розподілу та системи управління.

Як відомо, рентабельність - це сума прибутку на одиницю виручки, собівартості, активів і тощо. Теоретично концептуальна формула коефіцієнтів рентабельності може бути змінена по-різному і таким чином формувати безліч показників, але на практиці доцільно використовувати коефіцієнти, які наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Дослідження показників рентабельності діяльності

ПАТ "Автопродсервіс"

№ п/п	Показник	Значення індикатора			Відхилення за 2020 рік		Відхилення за 2021 рік	
		2020 р. поч.	2020 р. кін.	2021 р. кін.	частина	%	частина	%
Рентабельність коефіцієнтів власного капіталу								
1	Рентабельність усіх активів за валовим прибутком	0,5628	0,6811	1,6356	0,1183	21,02	0,9545	140,14

Продовження табл.2.11.

2	Рентабельність активів за чистим прибутком	0,1968	0,1926	0,6239	-0,0042	-2,15	0,4313	223,96
3	Рентабельність власного капіталу від валового прибутку	0,7478	0,9572	1,0700	0,2094	28,00	0,1127	11,78
4	Рентабельність власного капіталу від чистого прибутку	0,2615	0,2707	0,4081	0,0091	3,49	0,1375	50,80
5	Коефіцієнт рентабельності фінансової діяльності	0,0000	0,5630	1,0058	0,5630		0,4428	44,02
6	Рентабельність необоротного капіталу	0,0000	0,2793	0,4401	0,2793		0,1608	57,56
7	Рентабельність функціонуючого капіталу	1,0680	1,0199	1,3340	-0,0481	-4,50	0,3140	30,79
Коефіцієнти рентабельності продажів								
8	Коефіцієнт рентабельності всіх операцій з валового прибутку	0,1834	0,1969	0,2318	0,0135	7,36	0,0348	17,68
9	Коефіцієнт рентабельності всіх операцій з чистого прибутку	0,0642	0,0557	0,0884	-0,0085	-13,20	0,0327	58,76
10	Коефіцієнт рентабельності основного бізнесу	0,0642	0,0558	0,0886	-0,0084	-13,06	0,0328	58,78
11	Показник чистого доходу	0,0535	0,0465	0,0738	-0,0070	-13,07	0,0273	58,78

Проаналізувавши показники рентабельності власного капіталу і продажів, можна зробити наступні висновки:

- підвищується рентабельність всіх активів по валовому прибутку за аналізований період, що свідчить про підвищення ефективності використання активів підприємства;

- Рентабельність активів від чистого прибутку зростає, причому з високою швидкістю рентабельності активів за валовим прибутком. Це свідчить про високу здатність активів генерувати чистий прибуток;

- рентабельність власного капіталу від валового прибутку збільшується на 43,2%, що є позитивною тенденцією в діяльності підприємства, оскільки свідчить про підвищення ефективності використання власного капіталу компанії;

- рентабельність власного капіталу від чистого прибутку зросла на 56,06%;

- коефіцієнт рентабельності фінансової діяльності зріс на 95,99%;

- рентабельність необоротного капіталу зросла на 102,51%;

- коефіцієнт рентабельності всіх операцій з валового прибутку збільшився на 26,34%, що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності компанії;

- коефіцієнт рентабельності всіх операцій по чистому прибутку збільшився на 37,69%, зростання свідчить про підвищення прибутковості операційної діяльності компанії;

- коефіцієнт рентабельності операційної діяльності збільшився на 47,51%, така позитивна тенденція свідчить про підвищення рентабельності основної діяльності підприємства без урахування інших доходів;

- показник чистого доходу збільшився на 37,94%, що свідчить про збільшення чистого доходу і чистого прибутку, який припадає на 1 грн. Доходів.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН РОЗВИТКУ ПАТ «АВТОПРОДСЕРВІС»

3.1. Резюме

ПАТ «Автопродсервіс» М.Ікораєвої здійснює регламентний маршрутний рух на 20 міських, 10 міжміських маршрутах та 12 міжнародних маршрутах до країн Східної та Західної Європи, країн Балтії, СНД. Крім того, автобуси виділяються на замовлення для туристичних поїздок організаціям та фізичним особам.

ПАТ «Автопродсервіс» має виробничу базу автобусів марок «ІК-256», «Сетра», «Мерседес», «Івеко», маршрутні таксі «ГАЗ», «Мерседес», сучасне технічне оснащення виробничих потужностей, висококваліфіковані водії, навчені працювати на пасажирських лініях, а також ремонтники і фахівці.

Середній міський автобус підприємства розрахований на перевезення 65-70 пасажирів. Довжина міського маршруту становить в середньому близько 10 км. Протягом дня він заповнюється на 70-80%, тобто в години пік салон повністю використовується, а протягом дня - напівпорожній. Під час поїздки один автобус середньої місткості перевозить близько 50 пасажирів, в день - до 1500. Вартість проїзду – 8 грн. (на «експрес» маршрутах і в маршрутних таксі це 9-10 грн.).

Так, досліджуване ПАТ «Автопродсервіс» в даний час спеціалізується в основному на наданні послуг з пасажирських перевезень. З метою диверсифікації та підвищення стійкості функціонування даного підприємства в цій кваліфікаційній роботі пропонується розглянути та обґрунтувати питання про доцільність забезпечення даного підприємства також послугами вантажних перевезень. Ці послуги планується зробити на автомобілях ГАЗ-330210.

3.2. Опис продукту

Ці послуги повністю відповідають сучасним законодавчим вимогам, тобто сертифіковані, і споживач, в разі будь-якого виду порушення продавцем послуг, зможе юридично відшкодувати вартість його шкоди. Даний вид послуг завжди залишиться на ринку, так як далеко не кожен підприємець, якому потрібна необхідність в вантажоперевезеннях, захоче мати власну вантажівку. В основному продавцями таких послуг є невеликі компанії, а також фізичні особи, які мають власні вантажівки.

Ці послуги мають ряд особливостей, основним з яких є великі стартові витрати на матеріально-технічну базу, що значно ускладнює вихід фірм і приватних підприємців на цей ринок, а відповідно, знижує конкуренцію. Ціни на даний вид послуг, звичайно, вимірюються в гривнях. за годину транспортування, незалежно від того, простоює автомобіль чи ні.

Крім того, слід зазначити, що ціни на ці послуги мають тенденцію постійно змінюватися, що знову пояснюється зміною цін на паливо, а також на автозапчастини. На сьогоднішній день вартість перевезення автомобілем марки «Газель» становить 229 грн. годину.

Послуги з вантажних перевезень споживаються в основному підприємствами, які не мають власного автомобільного транспорту, але потребують вантажних перевезень, а також підприємцями-нерезидентами, які приїжджають в наше місто з метою ведення бізнесу. Дана послуга задовольняє потреби людей в перевезенні різного роду вантажів. Його споживають досить регулярно, адже далеко не всі підприємства нашого міста можуть дозволити собі мати власний автомобільний транспорт, а, крім того, в наше місто, де є досить велика кількість підприємств, на які постійно приїжджає багато ділових мандрівників, які також регулярно потребують послуг автомобільного транспорту. Попит на послуги такого типу практично не змінився, так як в будь-якій економічній ситуації в країні, і в будь-який час року, людям необхідно

перевозити товари. Послуги такого типу коштують досить дорого, що пояснюється високими цінами на паливо, а також автозапчастини, але дозволити собі такі послуги може практично будь-яке підприємство, а також населення практично з будь-яким доходом.

Розробити сервіс такого типу дуже складно, однак при успішному веденні бізнесу є пропозиція розширити ринок послуг: якщо спочатку ринком буде тільки місто Миколаїв, то в подальшому планується відкриття філій в інших містах і селищах країни. Для подальшого розвитку сервісу і ринку збуту необхідно враховувати думку споживачів, для цього компанії необхідно провести опитування, респондентами яких будуть споживачі її послуг.

3.3. Маркетинговий план

На ринку міста Миколаєва щорічно витрачається близько 140 000 годин послуг вантажних перевезень. Цим показником буде потужність цього ринку в місті.

При повному використанні автомобіль «Газель» може бути реалізований з 265 робочими днями і 8 робочими годинами на добу обслуговування на рік.

Давайте визначимо реальний обсяг продажів. Якщо взяти досвід ведення бізнесу іншими підприємствами, можна згорнути близько 2500 годин на рік.

Виходячи з досвіду ведення бізнесу іншими підприємствами, можна зробити висновок, що попит на автопослуги приблизно однаковий протягом року. Тому заплановані 2500 годин на рік слід розділити на 12 місяців і отримати приблизний обсяг послуг, що надаються на місяць однією вантажівкою: 166,66 годин на місяць, тобто приблизно 208 годин. Вартість однієї години перевезення складе 250 грн. на даний момент. (табл. 3.2)

Таблиця 3.2

Прогнозні продажі щодо послуг вантажного перевезення одним автомобілем
ПАТ «Автопродсервіс» у 2023 році

Місяць	Кількість годин	Чисті продажі, грн
Січень	208	52000
Лютий	208	52000
Березень	208	52000
Квітень	208	52000
Травень	208	52000
Червень	208	52000
Липень	208	52000
Серпень	208	52000
Вересень	208	52000
Жовтень	208	52000
Листопад	208	52000
Грудень	208	52000
Взагалі	2496	624000

Клієнтура ринку вантажних послуг показана на рис. 3.1.

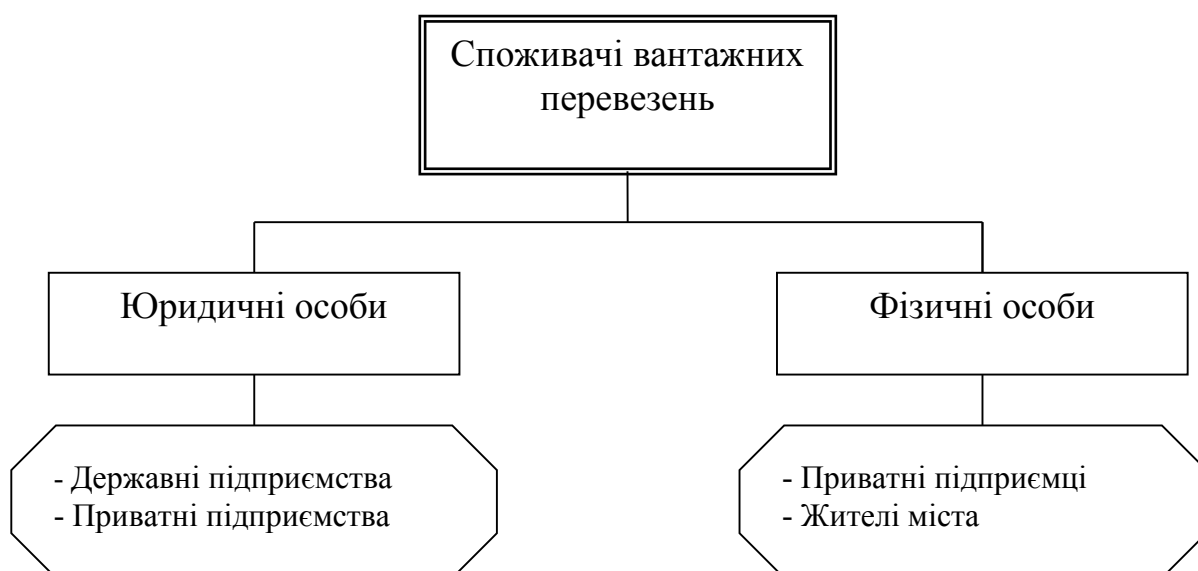


Рис. 3.1. Споживачі нової послуги ПАТ «Автопродсервіс»

Сегментувати ринок цієї послуги можна за доходами споживачів (рис. 3.2).

Найінтенсивнішою групою покупців є споживачі з середніми доходами. Вони в основному споживають ці послуги по 8-10 годин поспіль. Для них велике значення має якість перевезень, так як вони споживають таку послугу досить часто, і мають можливість вибрати перевізника.

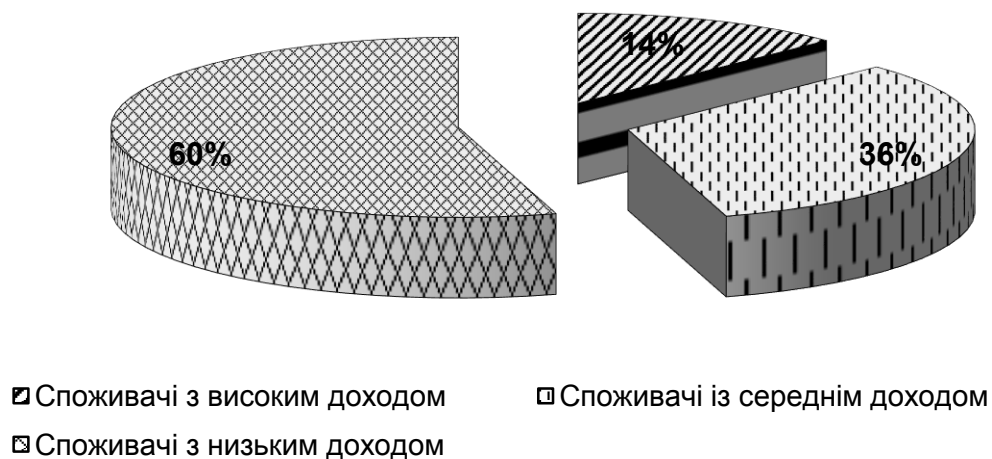


Рис. 3.2. Сегментування ринку послуг з вантажних перевезень

Споживачі з високими доходами не є основними споживачами цих послуг, так як вони в основному можуть дозволити собі мати власні вантажні перевезення, але якщо у них є потреба в даному виді послуг, то їх не дуже цікавить якість, адже вони недостатньо обізнані про стан ринку цих послуг.

Споживачі з низькими доходами споживають цю послугу досить рідко, так як не завжди в змозі оплатити автомобільні перевезення. Якщо ж вони споживають ці послуги, то якість послуг для них не є вирішальним фактором. Найважливішим фактором для них є їх вартість.

Але в подальшому сегментація ринку повинна трохи змінитися, адже з кожним днем ця послуга стає дорожчою, відповідно, споживачі хочуть отримувати більш якісні послуги, і ця послуга буде все менш доступною для споживачів із середніми доходами, не кажучи вже про споживачів з низькими доходами.

Щоб залучити найбільшу кількість клієнтів, необхідно знизити витрати, щоб ціна послуги як мінімум не зростала, відповідно, покинути найважливіший сегмент ринку - споживачів із середніми доходами. Також важливо вивчати потреби і попит на послуги за допомогою анкет. На основі отриманих даних можна встановити ставлення споживачів до даної послуги, а також отримати пропозиції щодо подальшого розвитку.

Основною початковою метою маркетингу буде проникнення на ринок міста Миколаєва, далі, в майбутньому, після декількох років роботи, можна буде проникнути на ринки міст і селищ Миколаївської області. Крім того, в далекому майбутньому планується розвиток ринків суміжних регіонів.

Сфера діяльності ПАТ «Автопродсервіс» не нова і швидко змінюється. Ці послуги надавалися постійно, але не дуже багато компаній пропонують такі послуги, так як автомобільний транспорт є дорогою, а не найприбутковішою інвестицією.

Виходячи з теорії М. Портера, доцільно проаналізувати конкурентне середовище шляхом вивчення дії його п'яти сил. П'ять сил, які діють в конкурентному середовищі фірм, що займаються вантажними перевезеннями, показані на рис. 3.3.

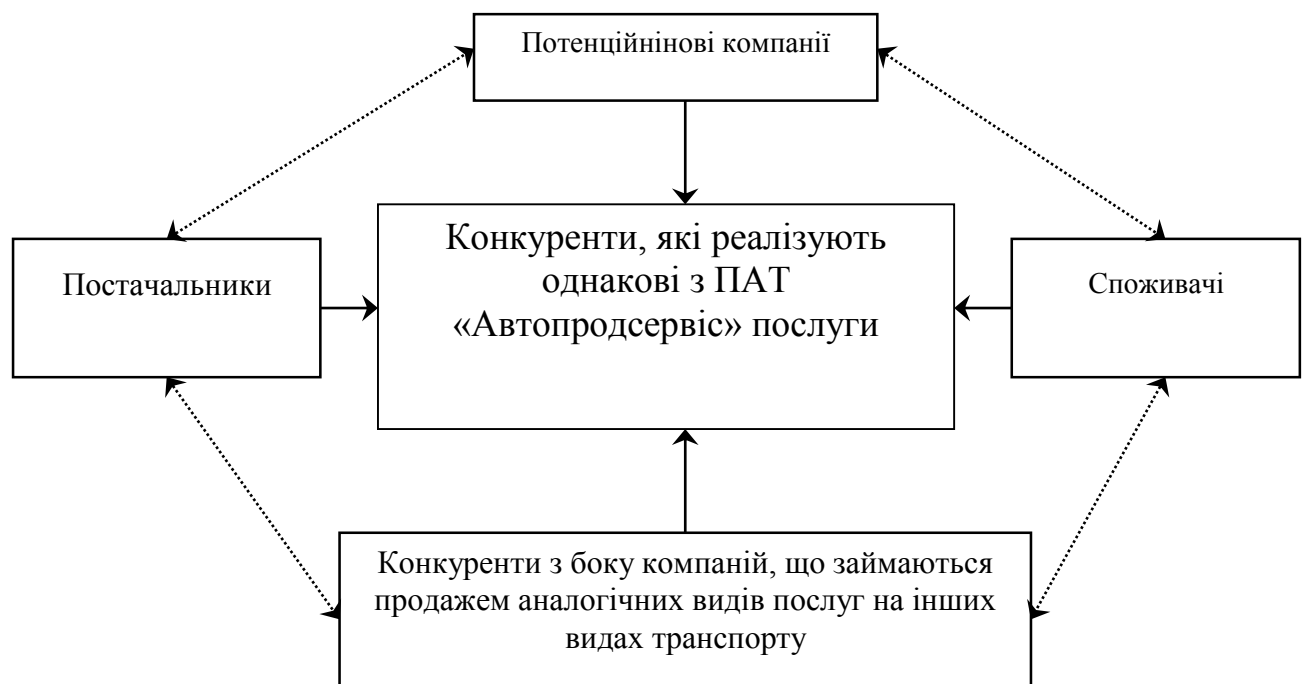


Рис. 3.3. П'ять сил конкурентного середовища ПАТ «Автопродсервіс»

Що стосується конкурентів, які продають подібні види послуг в інших видах транспорту, то автомобільний транспорт в порівнянні з іншими видами транспорту має ряд переваг в перевезенні вантажів.

До них відносяться:

- доставка від дверей до дверей;
- безпека товарів;
- зменшення потреби в дорогій і громіздкій упаковці;
- економія пакувального матеріалу;
- більш висока швидкість доставки вантажів вантажними автомобілями;
- можливість участі в мультимодальних перевезеннях;
- перевезення невеликих партій вантажів, що дозволяє компанії прискорити відвантаження продукції і скоротити термін придатності вантажу на складах.

Основна конкуренція виходить від приватних підприємців, які мають свій єдиний автомобіль, і забезпечують досить хорошу якість перевезень. Конкурентами можна вважати власників будь-яких вантажівок, тому не має значення, на якому автомобілі, яка марка, і яка вантажопідйомність буде здійснюватися це перевезення.

Великі фірми контролюють близько 70% ринку міста Миколаєва, решта частки належить приватним підприємцям, які пропонують споживачам більш прийнятні ціни, ніж великі фірми.

Всі конкуруючі фірми мають постійний, а головне, досить великий дохід від цієї діяльності, однак, незважаючи на це, фірми насправді не піклуються про будь-які різноманітні послуги, з впровадженням нових послуг.

Предметом найжорсткішої конкуренції даної послуги є, звичайно ж, ціна, тому підприємства і приватні підприємці намагаються всіма способами знизити вартість послуг.

У таблиці. 3.3 Проведено порівняльний аналіз конкурентів ПАТ «Автопродсервіс», які працюють у цьому бізнесі. При аналізі групі присвоєно бали від 1 до 10. 1 - дуже слабка позиція (слабкий фактор), ..., 10 - найвища позиція (сильний фактор).

Таблиця 3.3

Порівняльний аналіз конкурентів ПАТ «Автопродсервіс»

Фактори конкурентоспроможності	ПАТ "Автопродсервіс"	ПАТ "Трансавто-сервіс"	ТОВ «Астра-Транс»
Товар чи послуга	Вантажні послуги		
Якість	5	9	2
Техніко-економічні показники	5	4	8
Надійність	5	4	7
Ціна	5	7	3
Обсяги продажів	5	6	2
Терміни платежів	6	9	4
Реклама	4	9	3
Взагалі	35	48	29

Таким чином, на основі даних таблиці. 3.3 Можна стверджувати, що досліджуване підприємство конкурує з двома основними миколаївськими фірмами і займає серед них середню позицію. Основним конкурентом ПАТ «Автопродсервіс» є ТОВ «Астра-Транс».

Перш за все, при формуванні маркетингової товарної політики підприємства, яка включає в себе такі етапи, як розробка нових товарів і обслуговування вже проданих, компанії необхідно визначити основні показники продукту / послуги. Основні показники, що формують товарну політику ПАТ "Автопродсервіс" показано на рис. 3.4.

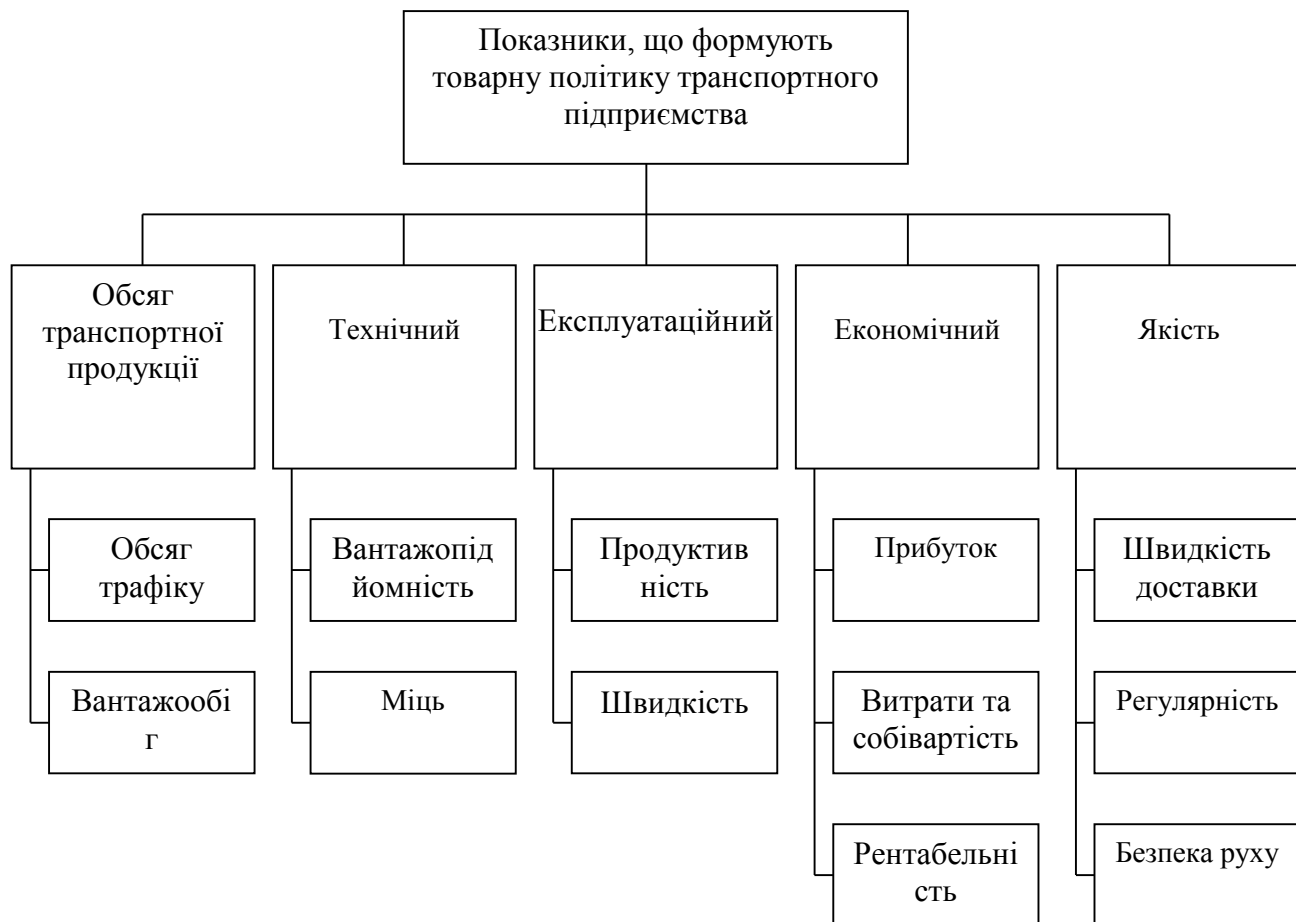


Рис. 3.4. Система основних показників товарної політики

ПАТ "Автопродсервіс"

Відповідно до асортименту послуги пропонується сформувати перелік технічних та економічних параметрів, яким вона повинна відповідати. Загальний перелік параметрів наведено у табл. 3.4.

Конкурентоспроможність товарів/послуг, які фірма пропонує споживачам, визначається за інтегральним показником конкурентоспроможності, що визначається за формулою:

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

де K - інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності товару/послуги;

Р - загальна кількість технічних та економічних параметрів, що відповідають міжнародним та національним стандартам за оцінками експертів;

С - загальна кількість технічних та параметрів, яка включена до експертної оцінки.

Таблиця 3.4

Загальний перелік вимог до конкурентоспроможних вантажних послуг

Параметри	Вимоги до послуг
Технічні	Відповідність міжнародним стандартам якості Відповідність національним стандартам якості Відповідність чинним міжнародним нормативам Відповідність чинним національним нормативам Відповідність чинним міжнародним законодавчим актам Відповідність чинним національним законодавчим актам
Економічні	Ціна послуги Вартість навчання персоналу Вартість ремонту Вартість технічного обслуговування Податок з транспортного засобу

Аналіз конкурентоспроможності послуг ПАТ «Автопродсервіс» представлений в табл. 3.5. Оцінка конкурентоспроможності проводиться за такими критеріями:

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

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

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

До $< 0,75$ – послуга не конкурентоспроможна.

Таким чином, розрахунок, наведений у табл. 3.5 свідчить про те, що з 11 параметрів, що характеризують нову послугу ПАТ «Автопродсервіс», 9 відповідають сучасним вимогам місцевого регіонального ринку та інтегральний

показник її конкурентоспроможності становить:

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

Таблиця 3.5

Оцінка конкурентоспроможності вантажних перевезень ПАТ «Автопродсервіс»

Ні п/п	Список параметрів	Стандартів
1. Технічні дані		
1.1	Відповідність міжнародним параметрам якості	1
1.2	Відповідність національним параметрам якості	1
1.3	Відповідність міжнародним нормативам	1
1.4	Відповідність національним нормативам	1
1.5	Відповідність чинним міжнародним законодавчим актам	0
1.6	Відповідність чинним національним законодавчим актам	1
2. Економічні показники		
2.1	Ціна послуги	1
2.2	вартість ремонту	1
2.3	Вартість навчання персоналу	0
2.4	Вартість технічного обслуговування	1
2.5	Податок, страхування	1
	Сума Р	9
	Сума С	11
	К	0,81

Для підвищення конкурентоспроможності сервісу компанії необхідно:

1. Домогтися відповідності міжнародним стандартам товарів і послуг.
2. Домогтися відповідності міжнародним законодавчим актам.

Ефективність діяльності компанії залежить від цінової політики. При

цьому розгляд цінової політики можливий тільки з точки зору цілей, які компанія ставить перед собою.

Важливим елементом маркетингової стратегії і тактики є встановлення цін на продукцію / послуги підприємства. Ціноутворення - це складний процес, на який впливає ряд динамічних факторів:

1. Реальні витрати;
2. Цінність для споживача;
3. Можлива реакція конкурентів;
4. Еластичність попиту на продукцію компанії;
5. Ціна конкурентів на аналогічну продукцію.

На досліджуваному підприємстві планується використовувати ціноутворення виходячи з виробничих витрат, однак планується орієнтуватися на середні ринкові ціни. Також планується створити низькі витрати, досить високу якість послуг, а також підтримувати ціну приблизно на середньому рівні. Формування ціни на вантажоперевезення ПАТ «Автопродсервіс» наведено в табл. 3.6.

На даний момент ціна цих послуг, як видно з таблиці. 3.6, становить 229 грн. за годину, це середня ціна по відношенню до цін конкурентів, зокрема, великі фірми мають ціну 250-260 грн. за годину перевезень, а приватні підприємці - від 200 грн. годину.

Ціна ПАТ «Автопродсервіс», в принципі, занижена, оскільки не повністю відображає витрати, попит і конкурентоспроможність послуги.

Таблиця 3.6

Ціноутворення на нові вантажні послуги ПАТ «Автопродсервіс»

Ні	Показник	Вартість, грн.
1	Основна заробітна плата	20,89
2	Додаткова заробітна плата	10,36

Продовження табл.3.6.

3	Відрахування із заробітної плати (36,8% від п. 1 + п. 2)	12,19
4	Витрати на утримання та ремонт вантажного автомобіля	50,57
5	Витрати реклами	10,66
Собівартість послуги за 1 годину.		94,67
Чистий прибуток за 1 годину.		134,33
Усього за 1 годину.		229

За такими цінами ПАТ «Автопродсервіс» здатне контролювати достатню частку ринку. Для збільшення частки ринку знову допоможе рекламна кампанія. Якщо конкуренти знизять або підвищать ціни, то, виходячи з ситуації на ринку, компанії також доведеться знижувати або підвищувати ціни на товари, це в першу чергу пов'язано з конкуренцією і небажанням втрачати своїх постійних клієнтів.

3.4. Виробничий план

Запланований обсяг перевезень ПАТ «Автопродсервіс» стабільний, він виходить з умов для завантаження автомобіля протягом робочого дня.

Таблиця 3.7

План обсягів виробництва та реалізації послуг, ч. експлуатації парку вантажних автомобілів (10 од.) у 2023-2025 роках

2023	2024	2025
20040	20040	20040

ПАТ «Автопродсервіс» має необхідне обладнання для технічного обслуговування та повноцінної експлуатації автомобілів ГАЗ-330210. Є необхідне додаткове гаражне приміщення для автомобілів. Ремонтні підрозділи не потребують додаткової підготовки персоналу, оскільки автомобілі цієї марки повністю сумісні і аналогічно оснащені мікроавтобусами Газель, що використовуються для пасажирських перевезень.

3.5. Організаційний план

Істотних змін в організаційній структурі досліджуваного підприємства з появою нового виду обслуговування не відбудеться. Організаційна структура ПАТ «Автопродсервіс» представлена на рис. 3.5. Планується бути адвокатом, крім інших відповідних обов'язків, він буде складати договори на пасажирські перевезення.

В даний час в компанії працює 124 людини. Їх кількість збільшиться на 1 юрист і 10 водіїв вантажівок і складе 135 осіб.

Компанію очолює генеральний директор. Всі керівники і співробітники призначаються наказом директора. Згідно з договором, заробітна плата виплачується двічі на місяць. Винагорода проводиться за ставками. Всі питання вирішуються відповідно до Трудового кодексу. Штатні працівники оплачуються за щомісячними тарифними ставками. Ремонтники отримують відрядну зарплату.

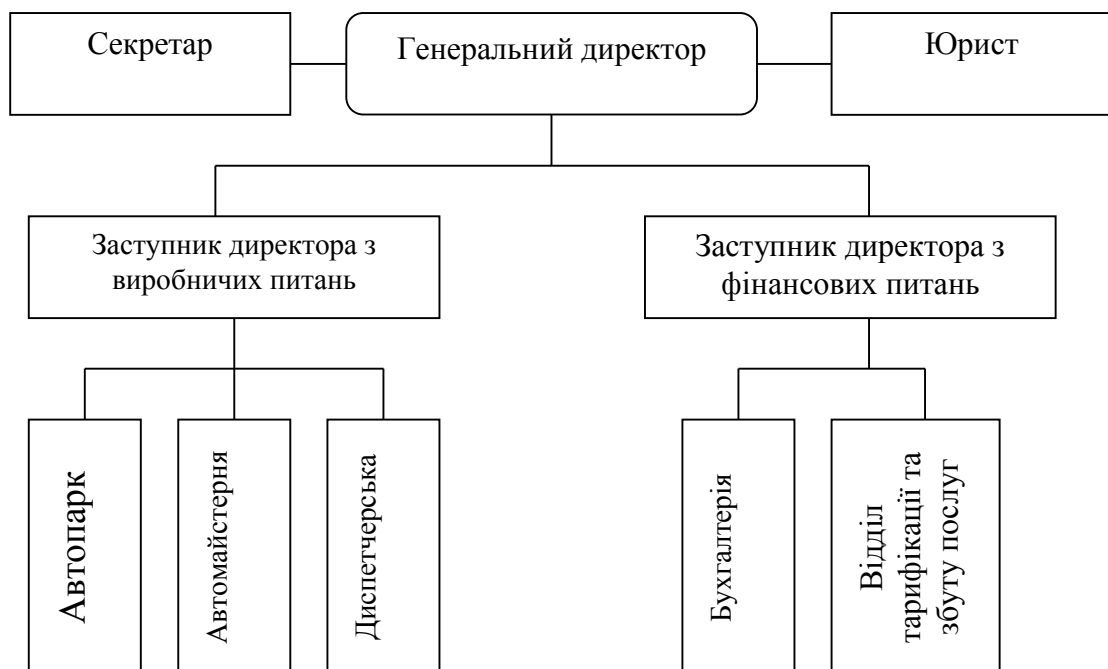


Рис. 3.5. Організаційна структура ПАТ «Автопродсервіс»

Таким чином, за умови виконання плану обсягів виробництва та реалізації послуг обсяг продажів складе 35070 тис грн. на рік.

Далі складаємо залишок грошових надходжень і платежів. Основним завданням залишку грошових доходів і витрат є перевірка синхронності надходження і витрачання коштів, тобто перевірка майбутньої ліквідності підприємства (табл. 3.10).

Складений залишок грошових надходжень і платежів свідчить про ефективність інвестування в вантажні перевезення, так як виручка значно перевищує необхідні платежі, а накопичена сума готівки за рік складе 57445,8 тис.

Крім того, необхідно скласти прогнозну таблицю доходів і витрат (табл. 3.11).

Прогнозована вартість чистого прибутку від продажу нового виду послуг становить 1736,80 тис.

Таблиця 3.10

Баланс надходжень та витрат від реалізації розробленого бізнес-плану ПАТ «Автопродсервіс» у 2023 р. (тис. грн.)

Показники	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопа д	Грудень
1. Наявність коштів на початку місяця	0	4264,6 5	9099,3	13934	18768,6	23603,3	28437,9	33272,6	38107,2	42941,9	47776,5	52611,2
2. Отримання коштів												
а) від реалізації	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350
б) надійшла дебіторська заборгованість	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
в) інші доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Загальна сума отриманих коштів	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350	8350
4. Усього наявність коштів (п. 1 + п. 3)	8350	12614, 7	17449,3	22284	27118,6	31953,3	36787,9	41622,6	46457,2	51291,9	56126,5	60961,2
5. Грошові виплати набік												
а) Виробничі запаси	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
б) виробничі витрати	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5	2588,5
в) розрахунки з бюджетом	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85	926,85
г) страхування	570	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
д) оплата кредиту	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
е) Закупівля обладнання	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ж) інші витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. Загальна сума готівкових платежів	4085,3 5	3515,3 5	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35	3515,35
7. Чистий грошовий потік	4264,6 5	4834,6 5	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65	4834,65
8. Готівка в кінці місяця	4264,6 5	9099,3	13933,95	18768,6	23603,3	28437,9	33272,6	38107,2	42941,85	47776,5	52611,15	57445,8

3.7. Оцінка ризиків

В економічній літературі існує достатньо велика кількість різноманітних класифікацій ризику. Найбільш узагальненою, на мій погляд, є класифікація, запропонована О.Л. Устенко і І.Т. Балабановим:

За характером наслідків:

чисті – можливість отримання негативного або нульового результату. До них відносять природно-природні, екологічні, політичні, транспортні і частина комерційних ризиків (майнові, виробничі і торгові);

спекулятивні – можливість отримання як позитивного, так і негативного результату. Це фінансові ризики (є частиною комерційних).

За сферами діяльності:

виробничий ризик – збитки від зупинки виробництва із-за загибелі або пошкодження основних і оборотних фондів, а також ризики, пов'язані з впровадженням у виробництво нової техніки і технології;

комерційний ризик – це невизначеність результатів від даної комерційної операції або ризик втрат в процесі виробничо-господарської діяльності, який може бути спричинений зниженням обсягів виробництва та реалізації продукції, підвищення виробничих витрат та ін;

фінансовий ризик – пов'язаний з купівельною спроможністю грошей і з інвестуванням капіталу. Цей вид ризику виникає коли підприємець (фірма) не може виконати свої фінансові зобов'язання.

За чинниками виникнення ризиків:

природні ризики – ризики, спричинені природними явищами: землетрусами, повеннями, бурями, пожежами, епідеміями і т.д.;

політичні ризики – можливість втрати прибутку внаслідок державної політики, тобто військових дій, революції, загострення внутрішньополітичної ситуації, націоналізації, конфіскації, ембарго, мораторію на зовнішні платежі, зміни податкового законодавства, заборона на конверсію національної валюти у валюту платежу і ін.;

екологічні ризики – ризики внаслідок відповідальності за забруднення довколишнього середовища;

транспортні ризики – пов’язані з перевезеннями вантажів автомобільним, морським, залізничним, річковим і повітряним транспортом;

торговельні ризики – збитки із-за затримки або відмови від платежів, непостачання товару і т.п.;

майнові ризики – ризики втрати майна підприємця від причин, які не залежать від нього.

Ризики, що пов’язані зі споживною здатністю коштів:

інфляційні ризики – знецінення доходів із-за зниження купівельної спроможності грошей. Інвестиційні ризики включають ризики втраченої вигоди, зниження доходності і прямих фінансових втрат:

ризики втраченої вигоди – втрати в результаті нездійснення будь-якого заходу (страхування, хеджування, інвестування і т.п.);

ризик зниження доходності – зменшення відсотків і дивідендів за внесками, кредитами і портфельними інвестиціями. Включає процентні і кредитні ризики;

процентні ризики – втрати кредитних установ із-за перевищення процентних ставок виплат щодо залучених коштів над ставками по наданих кредитах, а також ризики втрат інвесторів у зв’язку із зміною дивідендів по акціях і процентних ставок по облігаціях, сертифікатах і інших цінних паперах;

кредитні ризики – небезпека несплати позичальником основного боргу і відсотків за користування кредитом. Сюди ж відноситься неможливість емітента, що випустив боргові цінні папери, виплачувати борг і відсотки. Кредитний ризик є різновидом також і ризику прямих фінансових втрат.

дефляційні ризики – результат падіння рівня цін, зниження доходів і погіршення умов підприємництва;

валютні ризики – пов’язані зі зміненням курсу валют. Цей вид ризику відноситься до спекулятивних, тому втрати однієї сторони економічного процесу приносять додатковий прибуток іншій стороні;

ризиків ліквідності – втрати при реалізації цінних паперів і товарів;

За масштабами і розмірами ризику розділяють на: глобальний і локальний.

За аспектами: психологічний, соціальний, економічний, юридичний, політичний, медико-біологічний і т.д.

За ступенем об'єктивності: ризик з об'єктивною, суб'єктивною й об'єктивно-суб'єктивною ймовірністю.

За ступенем ризиконасиченості рішень: мінімальний, середній, оптимальний і максимальний.

За типами: раціональний, нераціональний, авантюрний.

За часом ухвалення рішення: ризик що випереджає, своєчасний, запізнений.

За чисельністю осіб, що приймають рішення: одноособовий і груповий.

За ситуацією: ризик в умовах визначеності (детермінований), в умовах невизначеності (стохастичний), в умовах конфлікту (конкуруючий).

Градація ризиків досить умовна, тому що окремі види ризиків можуть доповнювати, бути складовими одне одного.

В умовах наслідків світової фінансово-економічної кризи та нестабільного розвитку української економіки неможливо повністю уникнути можливих ризиків під час реалізації проєкту, але цілком можливо зменшити їх негативний вплив. Я проаналізував можливість критичних ситуацій, які можуть негативно вплинути на реалізацію проєкту, серед них: ризик несвоєчасного завершення робіт, ризик втрати майна, ризик зриву замовлень, ринковий ризик, політичний ризик, ризик цивільного приниження як власника транспортного засобу. ПАТ «Автопродсервіс» є власником транспортних засобів, що підлягають обов'язковому страхуванню.

Страхування вантажного автомобіля ГАЗ-330210 передбачено фінансовим планом у розмірі 570,00 грн на рік.

Аналіз показав, що в даний час ринкова ситуація для ПАТ «Автопродсервіс» сприятлива. Поява більш значущих конкурентів на ринку можлива не раніше, ніж через 2-3 роки.

Аналіз показав, що в даний час ринкова ситуація для ПАТ «Автопродсервіс» сприятлива. Поява більш значущих конкурентів на ринку можлива не раніше, ніж через 2-3 роки.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

Всі ті, хто влаштовується на роботу в ПАТ «Автопродспоживс», незалежно від їх освіти, досвіду роботи за цією професією або посадою, можуть бути допущені до роботи після проходження вступного інструктажу.

Вступна інструкція проводиться інженером з охорони праці або особою, на яку покладено обов'язки інженера з охорони праці (техніки безпеки). Інструкція і тестування знань записуються в реєстр вступної інструкції з обов'язковим підписом, який інструктує і інструктує.

За характером негативного впливу на функції людського організму фактори виробництва поділяються на шкідливі і небезпечні:

небезпечні - це електронна безпека і пожежна безпека; шкідливими є промисловий шум, вібрація, газове забруднення виробничої сфери, запиленість, аномальне освітлення працівників, аномальний температурний режим, наявність протягів, недостатній обсяг і площа на одного працівника, відсутність санітарно - побутових, приміщень і приладів.

Вимогами до безпечної організації робочого місця є:

- Приміщення має бути сухим, токонепровідним мати вуглекислотні або порошкові вогнегасники типу ОУ або ВП;
- Санітарні норми повинні забезпечувати здоров'я і безпечні умови праці виходячи з площі і обсягу на одного працівника, проходи між столами і стіною повинні забезпечувати вільний підхід;
- У приміщенні обов'язково повинна бути захисна заземлення і наявність захисних знаків.

Основними нормативними документами, охороною праці, Білоруською залізницею, охороною навколишнього середовища, протипожежною безпекою та санітарно-епідеміологічним благополуччям є Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про охорону

навколишнього природного середовища», Закон України «Про охорону праці» та інші нормативні акти.

Закон України «Про охорону праці» (стаття 4) декларує основні засади державної політики у сфері охорони праці:

- Пріоритет життя і здоров'я співробітників по відношенню до результатів виробничої діяльності підприємства;
- Повна відповідальність роботодавця за створення безпечних і нешкідливих умов праці;
- Обов'язковий соціальний захист працівників, повна компенсація особам, які постраждали внаслідок нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань;
- Використання економічних методів управління охороною праці, політики пільгового оподаткування, сприяє створенню безпечних і нешкідливих умов праці;
- комплексне вирішення проблем охорони праці на основі національних програм з цих питань та з урахуванням інших напрямів економічної та соціальної політики, досягнень у галузі науки і техніки та охорони навколишнього середовища;
- встановлення єдиних стандартів охорони праці для всіх підприємств незалежно від форми власності та видів їх діяльності;
- здійснення державної освіти, професійної підготовки та підвищення кваліфікації працівників з охорони праці;
- співпраця та консультації між роботодавцями та профспілками (представниками трудових колективів) при прийнятті рішень про охорону праці;
- Міжнародне співробітництво у сфері охорони праці, використання світового досвіду в організації роботи з метою поліпшення умов та підвищення безпеки праці.

Для реалізації цих принципів було створено Національну раду з питань безпечного життя при Кабінеті Міністрів України, Державний нагляд за охороною праці та охороною праці, Національний науково-дослідний інститут

охорони праці та охорони праці, Навчально-методичний центр державного нагляду за охороною праці та здоров'ям. Розроблено та реалізується національні, галузеві, регіональні та виробничі програми щодо покращення стану безпеки та гігієни праці робочого середовища. В обласних, районних, міських виконавчих органах є служби охорони праці.

Під виробничим приміщенням розуміється обмежений простір в спеціально спроектованих будівлях і спорудах, в яких постійно або періодично здійснюється трудова діяльність людей.

З урахуванням специфіки візуальної роботи найбільш підходящі приміщення з одностороннім розташуванням вікон, і бажано, щоб площа скла не перевищувала 25-50%. Найкраще, коли вікна орієнтовані на північ або північний схід. Це дозволить усунути небажаний сліпучий ефект сонячних променів. Вікна повинні бути обладнані регульованими пристроями (жалюзі, штори, зовнішні очі). Щоб включити появу відбитих відблисків в очах користувачів, поверхні в приміщенні повинні мати матову або напівматову текстуру. У приміщеннях із відео дисплейним терміналом (ВТД) підлога вважається покритою антистатичним лінолеумом. Наявність останнього також полегшує обов'язкове щоденне вологе прибирання.

Відповідний кольоровий дизайн виробничого приміщення з урахуванням вимог технічної естетики сприяє підвищенню ефективності, безпеки і поліпшенню умов праці. Правильно підібране фарбування стелі, стін, підвищує трудову активність, допомагає підтримувати чистоту і порядок у виробничому приміщенні.

При виборі кольорових тонів для фарбування виробничого приміщення і обладнання необхідно враховувати естетичні і психологічні особливості і характер роботи.

Колірні тони в залежності від відтінку діляться на теплі і холодні. На кафедрі економіки стеля жовтого кольору, її називають «теплыми» тонами, допомагає знизити втому від перенапруження. У приміщенні стелі висотою 3 м, довжина приміщення 6 м, ширина 5 м, 2 вікна 1,2 м на 2 м, 4 світильники з

люмінесцентними лампами типу BOB 01 (чотири лампова лампа) і один персональний комп'ютер.

При виконанні робіт на комп'ютерах необхідно дотримуватися вимог загальної інструкції з охорони праці.

Особам, які пройшли медичний огляд, професійну підготовку, вступну інструкцію з охорони праці та первинну інструкцію на робочому місці, дозволяється самостійно працювати на комп'ютерах. Надалі вони проходять повторні інструктажі з охорони праці на робочому місці раз на півроку, періодичні медичні огляди - раз на два роки.

Під час роботи на комп'ютерах, які включають термінали відображення відео (ВТД), на працівників можуть вплинути такі небезпечні та виробничі фактори:

- Підвищений рівень шуму на робочому місці (від вентиляторів процесора і аудіокарт)
- Підвищене значення напруги в електричному ланцюзі, замикання якого може відбуватися через організм людини;
- Підвищений рівень статичної електрики;
- Підвищений рівень електромагнітного випромінювання;
- Підвищена міцність електричного поля;
- Прямий і відбитий від екранів блиск, несприятливий розподіл яскравості в полі зору
- Фізичні перевантаження статичної та динамічної дії;
- Нервово і психічне перевантаження (розумове перенапруження, перенапруження аналізаторів, одноманітність положів, емоційне перевантаження).

Робочі місця оснащені ВДТ, повинні розташовуватися так, щоб уникнути прямого попадання світла в очі. Рекомендується розміщувати джерела освітлення по обидва боки екрану паралельно напрямку зору.

Щоб уникнути легких відблисків від екрану, клавіатури в напрямку очей користувача, від загальних освітлювальних ламп або сонячного світла, необхідно

наносити протиблікову сітку, спеціальні фільтри для екранів, захисні козирки, на вікна - жалюзі.

Фільтри з металевою або нейлоною сіткою не рекомендуються, так як сітка спотворює зображення за допомогою світлових перешкод. Найкращу якість зображення забезпечують скляні поляризаційні фільтри - вони усувають практично всі відблиски, роблять зображення чітким і контрастним.

При роботі з текстовою інформацією (в режимі введення даних, редагування і читання тексту з екрану ВДТ) найбільш фізіологічним є зображення чорних знаків на світлому (білому) полі.

Необхідно розмістити ВДТ на робочому місці так, щоб поверхня екрану знаходилася в центрі поля зору на відстані 400-700 мм від очей користувача. Рекомендується розміщувати елементи робочого місця таким чином, щоб на такій же відстані від очей користувача від екрану зберігалася клавіатура. Робота комп'ютерів супроводжується електромагнітним випромінюванням низьких рівнів, інтенсивність якого знижується пропорційно квадрату відстані від екрану. Оптимальним для працівника є відстань в 50 см від екрану ВДТ. Зручне робоче положення при роботі на комп'ютері забезпечується за рахунок регулювання висоти робочого столу, стільця і підніжки.

Рациональною робочою поставою можна вважати таке положення тіла, при якому ноги співробітника розташовані горизонтально на підлозі або на підніжжі, стегна орієнтовані в горизонтальній площині, верхні частини рук - вертикально, кут ліктьового суглоба коливається в межах 70-90, зап'ястя згинаються під кутом не більше 20 °, нахил голови - в межах 15-20 °.

Для нейтралізації зарядів статичної електрики в приміщенні, де виконуються роботи на комп'ютерах, в тому числі лазерних і світлодіодних принтерах, рекомендується підвищити вологість повітря за допомогою кімнатних зволожувачів повітря. Не рекомендується носити одяг з синтетичних матеріалів.

Щоб зменшити негативний вплив на здоров'я працівників виробничих факторів, пов'язаних з роботою на комп'ютерах, необхідно раціонально організувати режим роботи і відпочинку.

Тривалість регульованих перерв в робочій зміні повинна встановлюватися в залежності від виду і категорії трудової діяльності для таблиці ВДТ. 4.1.

Тривалість безперервного ВДТ без регульованої перерви не повинна перевищувати 2:00. Тривалість обідньої перерви визначається чинним законодавством про працю та правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства (організації, установи).

При 8-годинній робочій зміні повинні бути встановлені регламентовані перерви:

- Для першої категорії робіт на ВДТ - 2:00 після початку зміни і 2:00 після обідньої перерви (будь-яка тривалість 10 хвилин);

- для другої категорії - 2:00 після початку зміни (тривалістю 15 хвилин), 1,5 і 2,5 години після обідньої перерви (тривалістю 15 і 10 хвилин відповідно, або тривалістю 5-10 хвилин кожену годину роботи, в залежності від характеру технологічного процесу);

Таблиця 4.1

Тривалість регульованих перерв в робочій зміні

Категорія роботи	Група роботи			Тривалість перерви о 8 год. Працювати
	А-читання інформації з попереднім запиту (діалоговий режим роботи)	Б - введення інформації	В - творча робота в режимі діалогу з комп'ютером (налаштування програм, переклад, редагування текстів та ін.)	

Продовження табл.4.1.

	Кількість символів	Кількість символів	Годин	Хвилин
1	До 20000 року	До 15000	До 2	20
2	21000-40000	16000-30000	2,1-4,0	40
3	Більше 40000	Больш 30000	Більше 4	60

- Для третьої категорії роботи - 2:00 після початку зміни, 1,5 і 2,5 години після обідньої перерви (тривалістю 20 хвилин кожна або тривалістю 5-15 хвилин кожену годину роботи, в залежності від характеру технологічного процесу).

Під час регульованих перерв з метою зниження нервово-емоційної напруги і втоми зорового аналізатора, що розвивається у користувачів, усунення негативних наслідків гіподинамії і гіпокінезії, запобігання розвитку посотонічної втоми рекомендується виконувати комплекс вправ промислової гімнастики.

У разі раптового відключення електроенергії вимкніть комп'ютер в такій послідовності: периферійні пристрої, ВДТ, процесор, регулятор напруги; Вийміть вилки з розеток.

При виявленні ознак горіння (задимлення, запаху горіння) вимкніть обладнання, знайдіть джерело пожежі і вживайте заходів щодо її ліквідації, повідомте про це керівника робіт.

У разі виникнення пожежі негайно повідомляйте в пожежну службу, вживайте необхідних заходів для евакуації людей і приступайте до гасіння первинним обладнанням для гасіння пожежі.

ВИСНОВКИ

Після узагальнення теоретичного та практичного матеріалу на тему кваліфікаційної роботи, можна зробити такі висновки.

Підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, який має право юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою отримання прибутку.

У ринковій економіці підприємці не можуть досягти успіху, якщо не будуть чітко та ефективно планувати свою діяльність, постійно збирати інформацію про становище на ринку конкурентів, власні перспективи та можливості.

Після проведення аналізу ресурсних складових та результативності роботи досліджуваного підприємства, а саме ПАТ «Автопродсервіс» можна зробити такі висновки: коефіцієнт економічного зносу основних засобів за аналізований період зменшується, що є позитивною тенденцією в діяльності підприємства; коефіцієнт економічного зносу нематеріальних активів за досліджуваний період зменшується, що є позитивним для діяльності підприємства.

Загальна сума оборотних активів збільшилась на 1307 тис. грн. (60,33%); найбільшу частку оборотних активів становлять виробничі запаси, загалом за досліджуваний період збільшуються, що свідчить про підвищення виробничої активності підприємства; поточна дебіторська заборгованість із внутрішніх розрахунків збільшилася на 6%.

Проаналізувавши показники рентабельності капіталу та продажу, можна зробити такі висновки: рентабельність всіх активів за валовим прибутком за аналізований період зростає що свідчить про зростання ефективності використання активів підприємства; рентабельність активів з чистого прибутку зростає, причому зростає великими темпами показника рентабельності активів за валовим прибутком. Це свідчить про високу здатність активів генерувати

чистий прибуток; рентабельність власного капіталу за валовим прибутком зростає на 43,2% що є позитивною тенденцією в діяльності підприємства оскільки свідчить про підвищення ефективності використання власного капіталу підприємства; рентабельність власного капіталу чистого прибутку зростає на 56,06%; коефіцієнт рентабельності фінансової складової діяльності зростає на 95,99%; рентабельність незворотного капіталу зростає на 102,51%; коефіцієнт рентабельності всіх операцій із валового прибутку зростає на 26,34%, це свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності підприємства; коефіцієнт рентабельності всіх операцій із чистого прибутку зростає на 37,69%, це зростання свідчить про зростання прибутковості операційної діяльності підприємства; коефіцієнт рентабельності основної діяльності зростає на 47,51%; така позитивна тенденція свідчить про зростання прибутковості основної діяльності підприємства без урахування інших доходів; показник чистого доходу зростає на 37,94%, це свідчить про підвищення чистого доходу та чистого прибутку, який припадає на 1 грн. виручки підприємства.

З метою диверсифікації та підвищення стійкості функціонування даного підприємства у роботі запропоновано надання цим підприємством нових послуг із вантажних транспортних перевезень.

Ця послуга задовольняє потреби людей у перевезенні різноманітних вантажів. Вона споживається досить регулярно, тому що не всі підприємства нашого міста можуть дозволити собі мати власний автомобільний транспорт, і, крім того, у нашому місті є досить велика кількість підприємств, на які постійно приїжджає багато людей, які відряджають, які теж регулярно потребують автотранспортних послуг.

За рік на ринку міста Миколаєва споживається приблизно 100000 годин послуги з вантажних перевезень. Цей показник буде місткістю даного ринку на території міста. При повному використанні автомобіля "Газель" можна

реалізувати при 265 робочих днях та 8 робочих годинах на день $265 \cdot 8 = 2120$ годин послуги на рік.

Найбільш інтенсивною купівельною групою цієї послуги є споживачі із середніми доходами. Вони переважно споживають дані послуги по 8-10 годин поспіль.

Досліджуване підприємство конкурує з двома основними миколаївськими фірмами та займає середню позицію серед них. Головним конкурентом ПАТ "Автопродсервіс" є ТОВ "Астра-Транс".

Проведений аналіз показав, що з 11 параметрів, що характеризують нову послугу ПАТ «Автопродсервіс», 9 відповідають сучасним вимогам місцевого регіонального ринку та інтегральний показник її конкурентоспроможності становить 0,81.

На досліджуваному підприємстві планується використовувати ціноутворення виходячи з витрат виробництва, проте, планується орієнтуватися і середньоринкові ціни. Також планується створити низькі витрати, високу якість послуг, а ціною підтримувати приблизно на середньому рівні.

В даний час ПАТ «Автопродсервіс» використовуватиме прямий канал розподілу товару (послуги), який використовують підприємства, готові контролювати всю свою маркетингову програму, підтримувати тісний контакт зі споживачами.

Підприємство планує провести масштабну рекламну кампанію, оскільки необхідно здійснювати максимальний обсяг вантажних перевезень. Завдання даної рекламної кампанії наступні: підтримка позитивного іміджу ПАТ «Автопродсервіс», створення ефективного інформаційного поля (повідомлення до потенційних споживачів інформації про нову послугу, нові рейси, акції зі знижок, покращену якість сервісу та ін., Можливості та послуги), формування

довіри та переваги, збільшення комерційного завантаження вантажних перевезень.

Проведені розрахунки свідчать про ефективність запропонованих заходів. Їхнє впровадження дозволить отримати додатковий чистий дохід у сумі 20841,56 тис. грн. протягом 2023 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. - третій вид., стер. – М.: Знання, 2017. – 158 с.
2. Афанасьєв М.В., Телішевська М.І., Рудіка В.І. Оцінка ефективності організаційно-технічних засобів: Навчальний посібник. – М.: Вид. Будинок "ІНЖЕК", 2018. – 288 с.
3. Барніч Ю.А. Бізнес-план виробничої підприємницької діяльності: Навч. допомога. - М.: ВАТ "УкрНДІСВП", 2018. - 120 с.
4. Барро К., Барро П., Браун Р. Бізнес-план: Практ. посібник.: Перекл. з 3-го англ. вид. – М.: Т-во «Знання», КОО, 2017. – 285 с.
5. Белов М.А. Планування діяльності підприємства: навч. посібн. для самост. вивч. дисц. / М.А. Белов, Н.М. Євдокимова, В.Є. Москалюк та ін. / За ред. В.Є. Москалюка. – М.: Вид-во КНЕУ, 2018. – 252 с.
6. Бізнес-планування: Підручник/За ред. В.М. Попова, С.І. Ляпунова. – М.: Фінанси та статистика, 2017. – 672 с.
7. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. допомога. / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.А. Швиданенко, О.Г. Дерев'янка. - Другий вид., Доповн. – М.: Фінанси, 2018. – 379 с.
8. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібн. / П.В. Круш, С.А. Тульчинська Р.В. Тульчинський, С.А. Кириченко, О.В. Несправедливість, А.П. Кавт. – М.: Центр навч. літ-ри, 2020. – 206 с.
9. Господарський кодекс України від 16 січня 2018 року // Відомості Верховної Ради України. – 2018. – №18. - ст. 19-20.
10. Грицюк О.О. Економіка підприємства: Навч. допомога. – М.: Дакор, 2020. – 303 с.
11. Економіка підприємства: Навч. допомога. / А.В. Каліна, А.А. Котвицький, А.З. Стіжок. – М.: Знання України, 2019. – 323 с.
12. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А.В. Шегди. – М.: Знання, 2018. – 431 с.

13. Економіка підприємства: Підручник/За заг. Ред.. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивні. – М.: Фінанси, 2017. – 608 с.
14. Єршов С.В. Бізнес-планування як основа розвитку підприємництва: Монографія. – М.: Сігма, 2020. – 226 с.
15. Жидецький В.Ц. Охорона праці: Підручник. - третій вид., перероб. та повним. – Л., 2019. – 335 с.
16. Збірник бізнес-планів з коментарями та рекомендаціями // За ред. В.М. Попова. - Вид. 4-те, перероб. та повним. – М.: ЦУЛ, КіоРус, 2018. – 383 с.
17. Іванілов А.С. Економіка підприємства: Підручник. – М.: Центр навчальної літератури, 2020. – 728 с.
18. Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану/М.Ю. Куденко, С.М. Осипенко, І.Є. Веремейчик// Вестн. Міжнар. Слов'янськ. ун-ту. – Серія «Економічні науки». – 2019. – №1. – С. 47-48.
19. Кіндрацька І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія та практика: Підручник. – Л.: Магнолія Плюс, 2019. – 428 с.
20. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності. – М.: Фактор, 2017. – 244с.
21. Костенко Т.Д., Підгора Є.А. Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Рівненська В.В. Економічний аналіз та діагностика стану сучасного підприємства: Навч. допомога. – М.: Центр навчальної літератури, 2019. – 400 с.
22. Кузьмін А.Є. Основи менеджменту: підручник/Є.Є. Кузьмін, О. Мельник. – М.: Вид-во “Академвідів”, 2019. – 462 с.
23. Кучеренко В.Р., Карлов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. допомога. – М.: Знання, 2019. – 423 с.
24. Манів З.А., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. допомога. - Другий вид., стер. – М.: Знання, 2019. – 580 с.
25. Маханько В.Г. Планування виробничої діяльності підприємства з урахуванням конкурентоспроможності продукції // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2020. – Вип. 5. – С. 139-146.
26. Мочерній С.В., Довбенко М.В. Економічна теорія: Підручник. – М.: Академія, 2018. – 522 с.

27. Орлов А.А. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник – М.: Скарби, 2017. – 336 с.
28. Основи економічної теорії: Підручник/За ред. А.А. Чухна. – М.: Вища школа, 2017. – 642 с.
29. Планування та діагностика діяльності підприємств: Навч. допомога. / І.Р. Залуцький, В. М. Цимбалюк, С. Шевченка. – Л.: Новий Світ-2000, 2017. – 320 с.
30. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: Навч. допомога. – Львів: Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2019. – 223 с.
31. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. Допомога. – М.: Фінанси, 2017. – 160 с.
32. Саєнко М. Стратегія підприємства: підручник / М. Саєнко. - Тернопіль: Вид-во "Економічна думка". – 2019. – 390 с.
33. Семенов А., Станчевський В.К., Семенов А.Г., Расческа К.М. Організація та планування на підприємстві: Навч. Допомога. – М.: Центр навч. літерат., 2018. – 521 с.
34. Сладкевич В.П. Стратегічний менеджмент організацій: Підручник. – М.: Персонал, 2019. – 495 с.
35. Стратегічне управління: Підручник/О.М. Тищенко, Т.М. Хміль, С.К. Василик, Т.М. Чечетова-Терашвілі, О.В. Ревенко. – М.: ІНЖЕК, 2019. – 280 с.
36. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. допомога. – Житомир, 2018. – 419 с.
37. Тарасюк Г.М. Планова діяльність як системний процес управління підприємством: Моногр. – Житомир, 2018. – 469 с.
38. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. 2-ге вид. – М.: Каравелла, 2018. – 312 с.
39. Тубальцева О.М. Виробниче освітлення та його розрахунок. – Миколаїв: УДМТУ, 2017. – 84 с.

40. Фінансово-економічний аналіз: Підручник / Буряк П.Ю., Рімар М.В., Бец М.Т. та ін. За заг. ред. П.Ю. Буряки, М.В. Рімар. – М.: ВД “Професіонал”, 2018. – 528 с.

41. Хобчан М.І., Харів П.С., Бойчук І.М., Лотіш О.Л. Організація та планування виробництва: теорія та практика. Навч. Допомога. – Тернопіль: ТАНГ, 2017. – 193 с.

42. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. допомога. – Л.: Новий світ-2000, 2017. – 268 с.

43. Щуренко Н.В. Економічний аналіз: Навчальний посібник. – Львів: "Нове Світло-2000", 2017. – 344 с.

Баланс ПАТ «Автопродсервіс»

Актив	За 2019 рік	За 2020 рік	За 2021 рік
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
Залишкова вартість	11,2	15,8	37,4
Первісна вартість	13,3	24,0	52,8
Знос	2,1	8,2	15,4
Незавершене будівництво	1,7	9,1	451,4
Основні засоби:			
Залишкова вартість	8930,3	9385,1	10592,7
Первісна вартість	13257,0	14104,2	15756,5
Знос	4326,7	4719,1	5163,8
Довгострокові фінансові інвестиції:			
Які враховуються за методом участі у капіталі інших підприємств		0,0	0,0
Інші фінансові інвестиції		0,0	0,0
Довгострокова дебіторська заборгованість	162,5	381,4	432,7
Відстрочені податкові активи		0,0	0,0
Інші необоротні активи			0,0
Усього за розділом I	9105,7	9791,4	11514,2
II. Оборотні активи			
Запаси:			
Виробничі запаси	1287,6	1824,1	2327,0
Незакінчене виробництво		0,0	0,0
Готова продукція	4,0	27,3	66,5
Товари	22,1	20,6	28,0
Векселі отримані		0,0	0,0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
Чиста реалізаційна вартість	251,7	349,0	366,4
Первісна вартість		443,4	421,1
Резерв сумнівних боргів		94,4	54,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
З бюджетом	7,9	54,2	97,6
За виданими авансами		67,5	98,6
З нарахованих доходів	144,6	0,0	0,0
За внутрішніми розрахунками	333	0,0	0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	40,9	42,0	56,5
Поточні фінансові інвестиції		0,0	1,7
Кошти та їх еквіваленти:			
У національній валюті	74,9	186,0	181,3
Інші оборотні активи		0,0	250,4
Усього за розділом II	2166,7	2570,7	3474,0
III. Витрати майбутніх періодів	13,9	16,9	40,5
Баланс	11286,3	12379,0	15028,7

Продовження додатку А

Пасив	За 2019 рік	За 2020 рік	За 2021 рік
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	996,4	996,4	996,4
пайовий капітал			
Додатковий вкладений капітал			
Інший додатковий капітал	7617,7	8628,2	9152,0
Резервний капітал			
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)		126,4	1338,6
Неоплачений капітал			
Вилучений капітал		0,0	0,0
Усього за розділом I	8614,1	9751,0	11487,0
II. Забезпечення майбутніх витрат та платежів			
Забезпечення виплат персоналу			
інші забезпечення	11,7	0,0	0,0
цільове фінансування	279,0	0,0	0,0
Усього за розділом II	290,7	0,0	0,0
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків			
Довгострокові фінансові зобов'язання			
Відстрочені податкові зобов'язання		0,0	0,0
Інші довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків		0,0	0,0
IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків			
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями			
векселі видані			
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	116,6	1134,1	1637,2
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
З отриманих авансів		146,2	379,6
З бюджетом	307,6	349,3	726,1
Із позабюджетних платежів	34,1	43,2	51,4
зі страхування	99,6	104,4	143,2
З оплати праці	245,9	237,9	308,8
З учасниками	9,1	0,0	286,2
за внутрішніми розрахунками	1145,0	610,5	0,0
Інші поточні зобов'язання	423,6	0,0	0,0
Усього за розділом IV	2381,5	2628,0	3532,5
V. Доходи майбутніх періодів			
Баланс	11286,3	12379,0	15028,7

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПАТ «Автопродсервіс» 2021р.

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	За звітний період	За попередній період
1	2	3
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	56795,4	63544
Податок на додану вартість	9976,1	10591
акциз	0,0	4,1
Інші відрахування з доходів	0,0	
Чистий прибуток (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3,4	4,7
Вартість проданих товарів (товарів, робіт, послуг)	46815,9	52945
Валовий:	37988,8	40654,00
прибуток	0,0	
школа	8827,1	12291
Інші операційні доходи	0,0	
адміністративні витрати	210,9	169
Витрати на продаж	1974,2	2145
Інші операційні витрати	2901,9	3108
Фінансові результати від операційної діяльності:	1093,5	956
прибуток		
школа	3068,4	6251
Доходи від участі в капіталі	0,0	
Інші фінансові доходи	0,0	
Інші доходи	1,2	2,4
фінансові витрати	71,2	85
Витрати на участь у капіталі	0,0	
Різні витрати	0,0	
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:	128,6	86,9
прибуток		
школа	3012,2	6251
Податок на прибуток від звичайної діяльності	0,0	
Фінансові результати від звичайної діяльності:	1513,9	1563
прибуток		
школа	1498,3	4688
Надзвичайний:	0,0	
Доходи		
Витрати	0,0	
Податки на надзвичайний прибуток	0,0	
чистий:	0,0	
прибуток		
школа	1498,3	4688
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)		

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва індикатора	за звітний період	за попередній період
Матеріальні витрати	33461,8	19461,9
Витрати на оплату праці	4962,3	3140,7
Відрахування на соціальні заходи	1780,0	1138,0
Амортизація	772,5	492,4
Інші операційні витрати	5084,7	2268,8
Усього	46061,3	26501,8

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	За звітний період	За попередній період
1	2	3
Середньорічна кількість простих акцій		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		
Чистий прибуток, який припадає на одну просту акцію		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію		
Дивіденди на одну просту акцію		
Витрати на сплату відсотків	0,0	0,0
Підписка з податку на прибуток	0,0	0,0
Аванси видані на основні засоби		
Аванси, видані на нематеріальні активи		
Дебіторська заборгованість (основні фонди, нематер. активи)	4,5	
Кредиторська заборгованість (основні фонди, нематер. Активи)		108,5
в тому числі:		
Промбуд синтез		100,1
ПП «Булат та К»		0,7
МП "Канід"		7,7
Придбання основних засобів		1840,2
покращення основних фондів (капітального характеру)	106,8	
Зобов'язання з податку прибуток	84,5	305,3
Реалізація необоротних активів	0,3	
Інші фінансові доходи	62,2	
Інші фінансові витрати	66,1	
Надані позики працівникам	122,6	
Повернено позики працівниками	59,9	
Довгострокові позики визнані короткостроковими	11,4	
Отримані дивіденди від АТ		
Викуплені акції інших підприємств	1,7	
списання необоротних активів	57,0	
безкоштовно отримані активи (Амортизація)	4,7	