

НУБІП України

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.05 – КМР. 466 "С" 2021.03.16. 09 ПЗ

ОХРИМЕНКА ЯРОСЛАВА АНДРІЙОВИЧА
2021 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
НУБІП України
Факультет аграрного менеджменту

005.511(083.92):615.47:617.7
НУБІП України

ПОГОДЖЕНО
Декан факультету

аграрного менеджменту

НУБІП України
А. Д. Остапчук
(підпис)
_____ 2021 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

НУБІП України
Л. В. Шинкарук
(підпис)
_____ 2021 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НУБІП України

на тему «Бізнес-план пристрою для людей з вадами зору»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

НУБІП України

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Шинкарук Лідія Василівна

(підпис)

НУБІП України

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

д.е.н., доцент

(науковий ступінь та вчене звання)

Деліні Марина Миколаївна

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

(підпис)

Охріменко Ярослав Андрійович

(ПІБ студента)

НУБІП України
КМІВ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ

І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор Шинкарук

Л.В. (підпис)

2021

року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Охріменка Ярослава Андрійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Бізнес-план пристрою для людей з вадами зору»

затверджена наказом ректора НУБіП України від “16” березня 2021 р. № 466

Термін подання завершеної роботи на кафедру 23 листопада 2021 р

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-правові акти

України; словникові та довідникові джерела; тези; електронні джерела; іноземні джерела.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Дослідити теоретичні засади соціального підприємництва з виробництва товарів для людей з інвалідністю

2. Розробити бізнес-план пристрою для людей з вадами зору

3. Здійснити оцінку щодо обґрунтування ефективності проекту

Дата видачі завдання “11” листопада 2020 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Деліні М.М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Охріменко Я.А.

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

НУБІП України

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 63с., 26 рис., 23 табл., 12 додатків, 40 джерел.

Мета роботи- розкриття основних елементів проекту з виробництва пристроїв для людей з порушенням зору.

Об'єкт дослідження- процес створення портативного навушника для людей з відсутністю зору.

Методи дослідження- абстрактно-логічний, порівняльний, вертикальний, горизонтальний та коефіцієнтний аналізи

Аналіз фінансового стану підприємства дає нам змогу оцінити тенденції у його функціонуванні, причини такого стану, визначити шляхи розвитку та подальшої долі підприємства.

У першому розділі розглянуті роль соціального підприємництва у розвитку економіки, особливості розвитку ринку для людей з вадами зору, та аналіз цінової політики.

У другому розділі розглянуті основні характеристики пристрою, цілі та завдання проекту, організаційно виробничий план проекту. Було визначено фінансовий та інвестиційний план підприємства. Також, було сформульовано організацію продажів і аналіз споживачів та охарактеризовано SWOT-аналіз.

У третьому розділі, на основі усіх попередніх досліджень, було розкрито оцінку ефективності проекту та його оцінка специфічних ризиків.

ФІНАНСОВИЙ СТАН, ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ, ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ, ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ, ДІЛОВА І РИНКОВА АКТИВНІСТЬ

НУБІП України

НУБІП України

| | |
|------------|---|
| ВСТУП..... | 5 |
|------------|---|

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО

ПІДПРИЄМНИЦТВА З ВИРОБНИЦТВА ТОВАРІВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ.....

| | |
|--|----|
| 1.1. Роль соціального підприємництва у формуванні ринку для людей з інвалідністю | 7 |
| 1.2. Аналіз цінової політики..... | 12 |
| 1.3. Особливості ринку для людей з вадами зору..... | 18 |

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ПРИБРОЮ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ

| | |
|---|----|
| ЗОРУ..... | 22 |
| 2.1. Основні характеристики пристрою, цілі та завдання проекту..... | 22 |
| 2.2. Організаційно-виробничий план проекту..... | 27 |
| 2.3. Фінансовий план підприємства..... | 33 |
| 2.4. Інвестиційний план підприємства..... | 42 |
| 2.5. Організація продажів та аналіз споживачів..... | 47 |
| 2.6. SWOT-аналіз підприємства..... | 50 |

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ.....

| | |
|--|----|
| 3.1. Оцінка ефективності проекту..... | 53 |
| 3.2. Оцінка специфічних ризиків проекту..... | 57 |
| Висновки..... | 59 |
| Список використаних джерел..... | 61 |

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

Зір-є основною складовою будь-якої людини на землі. Без цієї особливості для будь-якої живої істоти життя було б набагато ускладненим і незручним.

Усю загальну інформацію про навколишнє середовище (понад 90%) кожне живе створіння сприймає через зорову систему. Завдяки обробці світлового сигналу, яка починається у сітківці ока, ми в змозі вільно рухатися, бачити речі перед собою, відчувати небезпеку для себе і оточуючих та інше. Тому порушення зору чи його повна відсутність суттєво впливає на розвиток та освіченість людини.

В даний час різке скорочення рухової активності і збільшення зорових навантажень у більшій частини населення Землі, призвели до серйозних проблем з зоровим апаратом.

Сьогодні більше 50% людей у світі страждає короткозорістю, зростають і вікові зміни очей, що призводить до далекозорості. Причому, тривожна тенденція збільшення порушень зору в даний час не тільки не зменшується, але це й збільшується.

А саме ці порушення у діяльності зорового аналізатора викликають у людини труднощі у пізнавальній діяльності, обмежують її можливості. Таким чином, живий організм отримує менше інформації про довкілля (як в кількісному, так і в якісному відношенні), ніж інші з нормальним зором.

Зрозуміло, що люди з порушеннями зору потребують особливих умов для повноцінного всебічного розвитку.

І у цей час ця проблема все більш набуває актуальності, так як кожна людина хоче повною мірою насолодитися життям та зрозуміти, як це бачити світ таким, який він є насправді. І з приводу розвитку технологій у 21 столітті, те, що про що раніше могли лише задумуватися та мріяти, на даний момент стає одним із важливіших проривів сьогодення.

Мета дослідження: Розкриття основних елементів проекту з виробництва пристроїв для людей з порушенням зору.

Об'єкт дослідження: процес створення портативного навушника для людей з відсутністю зору.

Предмет дослідження: теоретико-методичні засади бізнес-проекування з виробництва пристрою для людей з відсутністю зору.

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА З ВИРОБНИЦТВА ТОВАРІВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ

1.1. Роль соціального підприємництва у формуванні ринку для людей з інвалідністю

Важливою рисою розвитку економіки світу останнім часом стало усвідомлення важливості людського фактору при виробництві товарів, послуг й підприємництва в цілому. Людські ресурси стають першочерговими в управлінні проектами, а інвестиції в людський капітал найбільш ефективними. Соціальна

орієнтація ринку стає запорукою сталого та потужного розвитку економіки країн світу, що також сприяє поширенню соціальних інновацій та соціальному підприємству, яке стає доволі поширеним.

Соціальне підприємство – це відносно молодий інструмент бізнесу в Україні, який через інноваційні концепти реагує на соціальні виклики, створює додаткову соціальну цінність та, водночас, генерує дохід для свого подальшого розвитку. Одна з основних винагород для соціального підприємця – це визнання його місії та результатів роботи.[1]

Реалізація соціально інноваційної підприємницької діяльності допомагає вирішити низку проблем. Актуальність розвитку соціального підприємництва в Україні посилюється в контексті завдань реінтеграції Донбасу, оскільки воєнний конфлікт супроводжується численними економічними проблемами, а державних коштів на відновлення інфраструктури та соціальні заходи недостатньо. За цих умов соціальне підприємство може створювати сприятливе бізнес-середовище, підтримувати активну громадську позицію його учасників, інновації, суспільну солідарність, що забезпечить більш ефективний вихід з кризи.[2]

Вперше згадку про «соціальне підприємство» та «соціального підприємця» можна знайти в 1960-х роках в англomовній літературі з питань соціальних трансформацій. У 1980-х роках ці терміни отримують широкого вжитку завдяки зусиллям Білла Дрейтона, засновника компанії Ашока. Він є

юристом за освітою, попрацював у McKinsey десять років і чотири роки – в адміністрації президента Картера помічником начальника управління з охорони довкілля США. На даний момент займається пошуком та фондуванням соціальних підприємців по всьому світу. До прикладів соціального

підприємництва можна віднести Флоренс Найтінгейл, яка заснувала перше училище для медсестер, Роберту Оуена – відомого економіста та засновника кооперативного руху та ін. [3].

Найбільш поширене визначення соціального підприємця належить Григорі Дізу, по його словам – це прийняття на себе місії створення і підтримки

соціальної цінності, виявлення і використання нових можливостей, здійснення процесу інновацій и навчання, рішучість дій, не обмежена розташованими ресурсами та висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності [4].

Враховуючи основні тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні, а також загальні тенденції на ринку праці, актуальності набирає питання забезпечення робочими місцями людей з особливими можливостями. Це є важливим питанням не лише для вітчизняної економіки та соціальної моделі, а й для всього розвиненого світу, адже інклюзивний розвиток економіки можливий

лише за її збалансованого розвитку, зокрема соціальної складової. Основною проблемою тут є факт, що традиційних підприємців відлякують люди з “особливостями”. І саме вирішення цього питання, одна з найгостріших проблем на даний момент і потребує розв’язку. За прикладом міжнародних підприємців,

існує багато прикладів, коли закриті цехи непрацюючих підприємств трансформуються в офісні центри із працевлаштуванням представників вразливих груп населення, і з прибутками, що спрямовуються на вирішення місцевих проблем. Тому, на нашу думку, в Україні це цікавий приклад для соціальних підприємців через те, що в нашій країні багато будівель, які

знаходяться в жахливому стані і на цікаві владі. Соціальне підприємництво також стає важливою тенденцією та актуалізується за умов поширення соціальної відповідальності бізнесу, яка

спрямована на відповідальність підприємств перед соціумом, що проявляється у різних формах, в тому числі й працевлаштуванню людей з особливими потребами.

Для бізнесу загальна робота побічна, тобто спеціальний фонд був створений після того, як накопичилися надлишки вигоди. Для соціального підприємництва це не опосередкована робота, а головна. Так, якщо незмінний бізнес дає близько 10% доходу на соцпотреби, це не означає, що він вважається громадським. У цій історії буде доцільніше говорити про податкове відрахування у межах роботи з корпоративної суспільної відповідальності.

В 21 столітті в Україні соціальне підприємництво працює в межах малого та середнього бізнесу і як інструмент фінансування у себе самих громадських організацій, що прагнуть фінансової стабільності. Поки що воно не може охопити великий бізнес за обсягом своєї діяльності та можливостей. [5]

В Україні точної офіційної статистики щодо кількості людей з порушеннями зору немає, за неофіційними даними, – це приблизно 100 тисяч людей, з них понад 10 тисяч - діти. [6]. Цим людям потрібна допомога, але державна підтримка зводиться до невеликої пенсії і мізерного переліку “технічних засобів реабілітації”, які видають в центрах соціального захисту. Але

це не є реальною допомогою, що в змозі вирішити проблему. Їй тому одним із шляхів подолання цієї проблеми може стати більш повна соціалізація людей з особливими потребами. Так, це може бути здійснено допомогою різного приладдя, яке допоможе більш повноцінному життю таких соціальних груп.

Нами пропонується виробництво навушника з функцією GPS, який буде підключатися до вашого телефону, і буде контролювати кожен ваш рух, поки він буде активний. За допомогою маленької камери, яка знаходиться на кінці пристрою, програма буде бачити перед собою перешкоди, сходишки, бордюри, інших людей і т.д. І, згідно цього, буде передавати вам сигнал про те, що

знаходиться попереду вас. І, на нашу думку, це є ідеальним варіантом для людей з обмеженими можливостями, так як сам пристрій малий, не заважає вашому звичайному життю, і все, що для нього треба це сам пристрій і мобільний

телефон. Передбачається, що даний пристрій допоможе більшій соціалізації людей з особливими потребами та зробить їх повноцінними учасниками ринку праці України.

Виробництво подібного приладдя є прикладом соціального підприємництва, адже спрямована на розв'язання значущої соціальної проблеми – повноцінного та якісного життя людей з вадами зору та їхнього залучення до ринку праці.

Ринок товарів(послуг) для людей з обмеженими можливостями має різний спектр відгалужень. Він є дуже різноманітний, так як включає у себе: тростини,

говорячі визначники кольору та калькулятори, прилади для письма, собаки-поводирі та інше.

У 1911 році в Бельгії багато незрячих виходили на вулицю з червоними прапорцями, а в Данії, Швеції і Німеччині - пов'язували жовту стрічку з трьома чорними точками. Однак ні прапори, ні стрічки не справлялися з сигнальними функціями і ніяк не допомагали орієнтуванню.^[7]

Але згодом найпершими допоміжними засобами для людей з особливими можливостями стали звичайні тростини. Допоміжна палиця має свою певну історію. Спочатку функцію опори і захисту людини виконувала палиця, потім-

посох. Але саме слово "тростина" з'явилося приблизно в XV столітті. І тоді поступово набувало популярності і до сих пір нею користується доволі багато людей.

У 1931 році з'явився такий вид тростини, як біла. Цей тип використовувався вже безпосередньо як ортопедичний засіб для людей з вадами зору.

У категорії білих тростин, які використовують люди з вадами зору, є три типи:

-довгі тростини, які є найефективнішими для людей, які повністю позбавлені зору

-ідентифікаційні тростини, що використовуються людьми, у яких погіршений зір і в основному повинні попередити інших про свій стан

-підтримуючі тростини, які забезпечують рівновагу для тих, хто відчуває незначні вади зору.

- дитячі тростини: цей варіант працює так само, як і довга палиця для дорослих, але призначений для використання дітьми, тому вона менше і легша.[8]

Біла тростина як допоміжний і ідентифікаційний засіб мобільності для незрячих систематично застосовується з 1921 року. Хоча незрячі і користувалися палицями як допоміжними засобами для орієнтації з давніх часів, одним з можливих винахідників білої тростини іноді називають британського фотографа

Джеймса Бігза, що втратив зір і нібито забарвив свою тростину в білий колір, щоб звертати на себе увагу під час переміщення по вулицях. Однак традиційно датою початку користування незрячими білої тростини вважається 7 лютого

1931, коли Гійї д'Ебермон в присутності французьких міністрів урочисто подарувала незрячим 2 перші білі палиці у Франції. Після цього понад 5 тисяч палиць були надіслані незрячим французам, в тому числі ветеранам, які втратили зір під час Першої світової війни.[9]

У США після другої світової війни біла тростина стала вдосконалюватися, щоб полегшити сліпим орієнтацію на вулиці. Доктор-реабілітолог Річард Гувер багато зробив у цьому напрямку: спостерігав і експериментував, особисто відчував тростини і методи, зав'язуючи собі очі. Так, він прийшов до висновку, що довша тростину зручніше для пересування, так як завдяки ній можна вивчати перешкоди, що знаходяться попереду людини.

У 1970 році Міжнародна федерація сліпих в США запропонувала заснувати Міжнародний день Білої тростини, пізніше ініціативу підтримали європейські країни. СРСР приєдналася в 1987 році [10]

Та технології не стояли на місці і найновітніше із цієї сфери, що є на ринку зараз-це ультразвукова тростина для сліпих.

Корейська компанія Primro розробила ультразвукову тростину для сліпих. Палиця розпізнає перешкоди в діапазоні 25 градусів в горизонтальному

напрямку і 50 градусів по вертикалі. Ультразвуковий сенсор реагує на об'єкти розміром до 3 см на відстані 2 метрів від людини.

Воно являє собою електронний пристрій, який надівається на зап'ясті і посилає звуковий або вібросигнал про наближення перешкоди або потенційну небезпеку [11].

Переходимо до не менш важливої речі для людей з особливими можливостями.

Говорячі визначники кольору-прилад призначений для визначення близько 150 кольорів однотонних поверхонь (за винятком прозорих і дзеркальних). Інформація надається у вигляді мовних повідомлень через вбудований гучномовець.

Визначник кольору працює від двох мізинчикових батарей розміру AAA напруга 1,5 вольт. Відключається автоматично через 30 секунд після завершення його використання. Можна також використовувати акумулятори. Вставляти батареї просто і зручно. Пристрій поставляється із спеціальним шнурком для перенесення [12]

Є ідеальним варіантом для визначення кольору одяжі, правильної сортування речей для прання і т. д. Але із мінусів, це те, що ціна такого апарату варіюється від 5-8 тис. грн.

Наступний вид, тепер вже послуг для людей з вадами зору є собака-провідник.

Собака-провідник - спеціально навчений тварина, яке може допомагати незрячим і людям зі слабким зором пересуватися поза приміщеннями і уникати перешкод.

Як провідників для людей собаки використовується вже кілька сотень років.

Перші школи для підготовки собак-поводирів було створено в Німеччині під час Першої світової війни з метою підвищення мобільності ветеранів, які втратили зір в результаті військових дій. У 1929 році була створена перша школа

в США (в Нашвіллі, штат Теннессі; з 1931 року - в Моррістауні, Нью-Джерсі). У Великобританії подібні школи були створені в 1931 році.

Тренування цих собак є доволі таки непростою задачею, та й до того ж не дешевим. Наведемо пару фактів:

-витрати в конкретний момент часу в середньому складають 90 000 грн.;

-на виховання одного чотирилапого друга загалом йде від 12-15 місяців;

-для навчання, найкращим варіантом є саме піврічні цуценя;

-після завершення тренувального курсу кращих друзів людини передають

в сім'ї для соціалізації, після повернення з яких підправляють поведінку за допомогою додаткового навчання.

Тварини, які пройшли «акредитацію» отримують спеціальний сертифікат з можливістю доступу в транспорт і громадські місця. [13]

Собак-провідників навчають ходити на півкорпуса попереду власника, а веде він її на спеціальній шлейки з жорсткою дугою, що дозволяє краще відчувати виховання.

І дуже особливим винятком для таких собак є «розумний непокір». Правильно навчена собака не повинна виконувати команду, якщо це загрожувало б господареві-інваліду [14]. Замість цього собака приймає власне рішення, тобто проявляє розумну непокору.

1.2. Аналіз цінової політики та політика компанії

Найпопулярнішими виробниками тростин є (табл. 1)

Таблиця 1.1. Номенклатура відомих тростин

| Назва | Середня ціна(грн) |
|----------|-------------------|
| AmbuTech | 900 |
| Garcia | 500 |
| OSD | 380 |

AmbuTech-є провідним канадським виробником і постачальником тростин для сліпих і слабозорих.

З моменту свого створення в 1985 році компанія виросла в домінуючого постачальника цієї продукції в Європі і Північній Америці. AmbuTech постачає тростини в більш ніж 50 країн по всьому світу.

“Ми вирости з двох головних причин. Ми захоплюємося якістю та інвестуємо в найкращі технології виробництва”.

“Ми знаємо, що якщо тростина, якою користується людина зламається через те, що її зробили неправильно, це може бути децю більше, ніж звичайна незручність, це може бути катастрофа”.

“Наші постійні інвестиції в наші передові технології виробництва дають зрозуміти те, що кожна тростина Ambutech розробляється на замовлення відповідно до особливостей наших клієнтів. Ми використовуємо автоматизацію, яка прибирає будь-які недоліки та дозволяє нам неймовірно оперативно виготовляти тростини. І головне те, кожна наша річ оброблена вручну! Не дивлячись на велику кількість замовлень, які ми отримуємо, пройде не більше тижня, як ця “чарівна паличка” дійде до вас у руки.

“У нас завжди головна ціль, культура слухати наших клієнтів! Ми покладаємося на людей, які кожен день користуються нашими тростинами, аби у разі чого люде залишали свій фідбек і ми могли розуміти, щоб ми могли покращити чи виправити у наступний раз. Ваші пропозиції привели до створення наших скловодкнистих і графітових тростин і нашого широкого спектру товарів. Ми прислухалися до того, що ви хотіли, і зробили усе можливе, аби дати вам це, починаючи від нашої зефірної насадки до наконечника, розробленого для пересування по найгіршій місцевості”.[15]

Саме такої політики дотримується одна з найпопулярніших компаній з виробництва тростин у світі.

Від скромного початку - всього однієї моделі тростини, AmbuTech тепер має найширший асортимент тростин серед виробників. AmbuTech є постійним новатором в області виробництва ціпків для незрячих. Завод AmbuTech виробляє продукцію під замовлення, що дозволяє оперативно враховувати всі побажання клієнтів.[16]

García, як торгова марка Sucesores de Manuel García, S.L.- це сімейне підприємство, яке було засноване у 1880 році. Воно зародилося, як компанія, що виготовляє ручки для інструментів для обробки полів і пащиць для пастухів.

У 1945 році до керівництва компанією приєднався Мануель Гарсія Мартінес-молодший. Саме від цього моменту і починається подальший розвиток компанії, так як його робота в післявоєнні роки була життєво важливою. Він шукав нові робочі формули і почав механізувати виробничий процес. У 1980 році його діти продовжили керувати його бізнесом. Виробничу систему знову модернізували і вони перейшли на нові потужності.

Завдяки тому, що прогрес не стояв на місці, компанія адаптувалася до нових реалій, використовуючи все новіші матеріали для виготовлення своєї продукції, але й ніколи не забували про свої корені.

Після довгої історії, присвяченому розробленню палиць для ходьби і через невпинно зростаючу потребу людей похилого віку і не тільки у покращенні якості життя, компанії змогла створити дещо корисне і чудове у 2004 році, а саме новий підрозділ під назвою AYUDAS MOVILIDAD (допомоги для пересування), який охоплює такі галузеві технічні засоби як: пересування, домашній огляд та повсякденне життя. [17]

Іспанські тростини TM García відомі своєю якістю і міцністю. Виробник уважно і креативно підійшов до розробки моделей тростин, враховуючи всі вимоги своїх клієнтів. [18]

Компанія « OSD » - це італійський провідний виробник і імпортер товарів медичного призначення, який за 10 років існування зміг перетворити своє ім'я в міжнародний бренд. Заснована в 2003 році італійцем Андреа Маммі і українським лікарем Костянтином Мірза, спочатку невелика фірма за цей час обзавелася довгостроковими зв'язками і надійними партнерами, а також зростає до великої компанії, що складається зі справжніх професіоналів і фахівців своєї справи.

Діяльність "OSD" заснована на повному циклі виробництва та розповсюдженні медичної техніки та обладнання загального призначення.

починаючи від контролю над розробною лінією та завершуючи якісним постпродажним сервісом.

“Ми є ексклюзивними представниками OSD (Італія), ROHO (США), Proges (Італія), SANO (Австрія), Alu Rehub (Норвегія). А також офіційним імпортером продукції з 8 країн світу, серед яких: Італія, Норвегія, Австрія, Німеччина, США, В'єтнам, Тайвань, Китай.”

Таких головних принципів дотримується компанія:

1)Технологія. Ми створюємо та імпортуємо тільки передову продукції з приводу якості. Висока надійність матеріалів та склад- це основні показники, на які ми безпосередньо орієнтуємося у процесі вироблення, а також при відборі імпортованих медичних товарів для подальшої реалізації. Чи треба говорити, що таких серйозний процес потребує повної професійної віддачі профільних фахівців. І за багато років існування ми змогли зібрати таку команду.

2)Інновації. Сучасні та інноваційні методи в роботі дозволяють нам позиціонувати себе як надійного партнера, який цінує цей статус, а тому невпинно прагне відкривати нові грані та вдосконалювати існуючі технології на українському ринку медичних товарів.

3)Благополуччя. Для нас важливо, щоб кінцевий споживач був задоволений покупкою. Забезпечити клієнтів якісним товаром- наша головна місія та орієнтир у роботі. Не менш значущим для нас і успішний розвиток бізнесу партнерів, тому ми маємо особливо привабливу комерційну пропозицію для торгуючих компаній. [19]

Переходимо до іншого типу товару.

Найпопулярніші виробники серед визначників кольору. (табл.2)

Таблиця 1.2. Номенклатура відомих визначників кольору

| Назва | Середня ціна(грн) |
|-----------|-------------------|
| Colorino | 6200 |
| Радуга-02 | 3200 |

CareTec – компанія, основними товарами яких є прилади для людей з обмеженими можливостями, а саме складні розмовні та тактильні високотехнологічні продукти, але основною річчю, за яку вони отримали свою популярність є визначник кольорів.

Компанія має додаткову дистрибуторську мережу майже по всьому світу, та зокрема у всій Європі. За деякі свої розробки CareTec вже отримала свої заслужені нагороди. Серед них є такі як:

-“Премія Луї Брайля” Німецької асоціації сліпих;

-“Премія Вінстона Гордона” Канадської асоціації сліпих, неофіційна

Нобелівська премія цієї галузі.

У галузі складних електронних продуктів слід виокремити такі новаторські досягнення, як пристрої розпізнавання кольорів і глюкози у крові, а в найпростіших- CashTest, трафарет, який використовують для вимірювання а згодом і визначення вартості банкнот, які зараз є в активному використанні серед мільйонів людей в багатьох країнах, а також Draftsman, креслярська дошка для сліпих.

“З нагоди нашого заснування в 1988 році ми також привнесли в нашу компанію проект, що стосується нових клавіатур, а також нових методів запису, перевірки та читання, надалі іменованих «iDeell». В інтересах повноти нашого проекту ми також звернули нашу увагу на шрифт Брайля для сліпих і почали розробляти продукти Брайля. Хоча ми досягли успіху, ми потім відійшли від шрифту Брайля і звернулися до різноманітних продуктів, які не мають пояснень,

які можна запропонувати для покупки незрячим споживачам без будь-якої підготовки. Але також тому, що ми не побачили відповідності між шрифтом Брайля та нашим проектом «iDeell». На нашому ринку для незрячих ми є середньою компанією, належимо до приблизно тридцяти компаній, які діють у всьому світі, наша різноманітність продуктів виділяє нас серед більшості наших конкурентів, ми постійно розробляємо нові продукти та маємо відносно велике поширення мережу, яку ми прагнемо розширити.”[20]

"Colorino" (Колорін) - Це портативний прилад, який виробляється у Австрії для оперативного визначення більше 150 кольорів і відтінків з голосовим повідомленням результату для сліпих людей. Colorino вже використовується багатьма людьми по всьому світу, допомагаючи їм вибрати правильний колір одягу, визначити стиглі фрукти та овочі за кольором (наприклад, полуницю, помідори, тощо), щоб сортувати брудну білизну за кольором перед кожним пранням. Прилад промовляє певний колір російською мовою, крім визначення безпосередньо кольору, може допомогти в пошуку джерел світла і навіть розрізняє штучний світло або денної. Також можна відрізнити природне світло від штучного. Якщо потрібно, результат вимірювання також можна вивести через навушники замість внутрішнього гучномовця. [21]

Портативний електронний прилад для визначення кольору з голосовим виходом "Радуга-02" є спеціальним приладом для сліпих людей, що дозволяє без сторонньої допомоги визначати колір однотонної непрозорої, недзеркальної поверхні. Інформація надається користувачеві у вигляді мовних повідомлень через вбудований гучномовець. Визначник кольору живиться від батареї типу «Крона», розташованої в спеціальному доступному відсіку, що дозволяє замінювати її в міру необхідності. У разі критичного розряду батареї видається попереджувальне мовне повідомлення. [22]

Тепер розберемо вибір собаки-провідника.
Найкращими собаками-провідниками для таких людей є:

- німецька і шотландська вівчарка;
- різеншнауцер;
- доберман;
- ротвейлер;
- королівський пудель;
- німецький боксер;
- австралійська вівчарка (ауссі)
- лабрадор [23]

Весь цей список включає професіоналів свого діла, і серед них не можна виділити кращого чи гіршого варіанту, але можна виділити найпопулярнішого. Це є лабрадор. Такі пси миролюбні, спокійні, поступливі. Висота в холці рідко перевищує 50 см, що сприяє комфортному пересуванню по вулиці. Серед собак-поводирів порода з назвою лабрадор вважається найпопулярнішою, її вибирають близько 80% людей з порушеним зором. Такі тварини люблять дітей і з легкістю замінюють няню. [24]

1.3. Особливості ринку для людей з вадами зору

На даний момент часу товари для людей з обмеженими можливостями займає свою певну частину ринку.

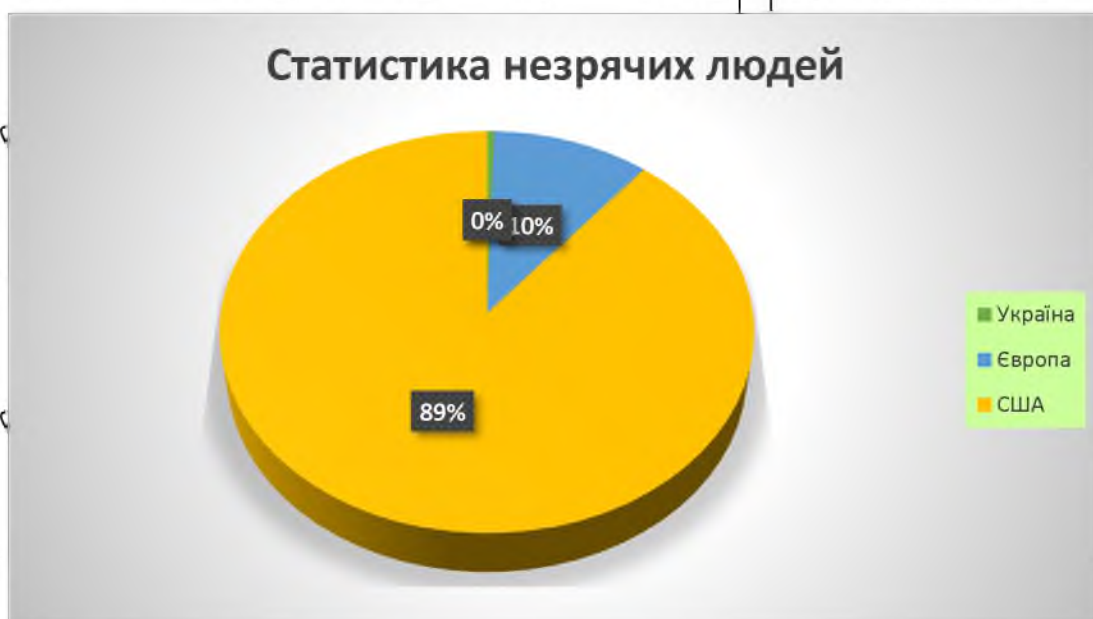


Рис. 1.1. Статистика незрячих людей [25]

Як можна побачити з даної діаграми, здебільшого весь ринок товарів з обмеженими можливостями спрямований на американський сегмент, так як кількість таких людей там переважає інші сектори.

В Україні кількість повністю незрячих людей становить 40 тис. людей. Це є 1% порівнюючи США та Європу разом

У Європі цей показник є дещо більшим, який досягає 9 млн. Він уже становить 10%.

А у США, зсилаючись звісно на масштаби, кількість людей з обмеженими можливостями у зорі зводиться у 7,7 млн. осіб. І на них припадає вже залишкові 89%.

І це беручи до уваги тільки ці 3 регіони. Якщо взяти решту країн, які залишились, то загалом весь цей обсяг людей досягатиме однієї до 40 млн на 2020 рік. І на жаль, за прогнозами, ця кількість буде тільки зростати. По підрахункам Національної федерації сліпих(NFB), до 2050 року частка таких людей збільшиться як мінімум у 2 рази. Тому ця проблема набуває більшої актуальності з кожним роком. [25]

І саме 3 основні товари(послуги) для людей з обмеженими можливостями займають найбільшу частину ринку.



Рис.1.2. Товари та послуги(розраховано автором на основі власних досліджень)

На використання тростин випадає близько 45% усього населення Землі, так як вони є прості у використанні і мають досить невелику ціну і цей пристрій може собі дозволити кожна людина.

Собаки-провідники займають приблизно 30% ринку. Ця послуга є дуже популярною та затребуваною, але у зв'язку своєї вартості, яка варіюється від 15-25 тис. грн (530-890\$) та й саме доглядання та піклування домашнього вихованця коштує грошей, тож цей спосіб допомоги у своєму житті можуть собі дозволити загалом люди з середнім заробітком й більше.

Визначники кольору займають найменшу частину ринку серед трьох вище зазначених способів, так як він й одним з останніх впроваджених на ринок товарів, який тільки починає набирати популярності, але все ж таки цей вид товару більше підходить лише для побутових задач удома, тому має лише 10% охоплення ринку на даний момент.



Рис.1.3. Товари та послуги в Україні(розраховано автором на основі власних досліджень)

Як можна побачити з наведених даних, в Україні статистика є відмінною.

На тростики у нас припадає 70% використання. Тому є причиною середня заробітна плата і пенсії в нашій країні. Так як це є одним з найдешевших товарів, то це є одним із кращих варіантів для населення України.

На жаль, на собак-провідників випадає лише 10% населення, так як велика ціна за цю послугу не дозволяє багатьом нашим людям з вадами зору її придбати та надалі забезпечувати.

На визначники кольору лучається 5%, як у рисунку 1.2, так і тут, причиною є новизна продукту й його побутовість.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ПРИСТРОЮ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ

2.1. Основна характеристика, цілі та завдання проекту

Бізнес-планування - це сучасний і досить відомий термін на сьогоднішній день в бізнес-середовищі. Але розробка бізнес-планів та ведення роботи в руслі постійного бізнес-планування з урахуванням усіх аспектів наданої думки (постійний прогноз ринку, стану конкурентного середовища, формування намірів для впровадження якихось змін тощо) на російських місцях присутні на відчутній відстані від європейських практик іноземних держав

Майже всі бізнесмени, які пропрацювали не одну іноземну газету з розробки бізнес-планів і намагаються триматися призначень, викладених у них, стикаються з нерозглянутими там та й невідомими на Заході проблемами. На відміну від країн, ділове планування в Україні містить ряд індивідуальностей [26, с. 59].

Українське законодавство на сьогоднішній день не змінило обов'язковості розробки бізнес-плану. Кінцевий вважається свіжим документом для більшості українських компаній [27, с. 115]. Незважаючи на потяг держави приєднатися до європейського суспільства і збільшити стереотипи якості продукції, пропозицій та основ ведення бізнесу, важливо поширена позиція, що заперечує необхідність розробки розгорнутого бізнес-плану і передбачає як кандидатуру коротке техніко-економічне обґрунтування. Іноді є, що відсутність пропрацьованого бізнес-плану може бути відшкодовано знанням глибин вітчизняного бізнесу та інтуїцією.

Що із себе наразі представляють пристрої для сліпих людей? У першому розділі було наведено декілька найпопулярніших на даний момент речей, які зараз у всіх на слуху і ще будуть у найближчому майбутньому. Але всі вони вже не є новими та і прямо кажучи не вирішують напряду проблему для людей з вадами зору, вони скоріш є допоміжними засобами.

Історія знає безліч видатних незрячих вчених: це Микола Лобачевський, Лев Поитрягін, Володимир Зубов, Ігор Проскураков, Луї Брайль, Галілео Галілей. Всесвітню популярність здобули музиканти Іван Маланін, Діана Гурцька, Андреа Бочеллі, Рей Чарльз, Стіві Вандер; письменники Гомер, Хорхе Луїс Борхес.

Кожна історія становлення незрячої людини в минулому пов'язана з подоланням великих труднощів і вірою близьких, які доклали чималих зусиль, щоб талановиті інваліди змогли реалізувати свій потенціал і досягти успіхів.[28]

І тепер, у 21 столітті, у час новітніх та все більш незвичних технологій, можна буде знайти рішення питання, аби це було б і зручно, і просте у використанні, і навіть надасть своєї особливості. Це є особливий навушник з функцією GPS, який буде підключатися до вашого телефону, і буде контролювати кожен ваш рух, поки він буде активний. І назва цьому, на перший

погляд, дивному і чудному пристрою-є Freedom.(з англ.-свобода, воля). Він буде виглядати як малий гаджет білого кольору діаметром 5-6 см., зробленого з нешкідливого для людської шкіри пластику. Для більшого розуміння, якщо простими словами, то його можна буде порівняти з блютуз-наушником. Але на пристрої буде певна особливість, аби можна було б виділити людину, яка його

носить і зрозуміти, що це саме персона з вадами зору. Але якщо цього буде замало, бо скоріш за всього не завжди інші люди будуть вдивлятися у щось біле у вусі. Тому, в додаток цьому люди з відсутнім зором будуть носити спеціальні яскраві пов'язки на руках з визначальним візерунком, які вже остаточно дадуть зрозуміти, що перед вами саме така особистість.

У вашому мобільному пристрої буде знаходитися безпосередньо додаток, який буде зв'язаний з вашим навушником. Його скачування та налаштування робиться у 2 кроки. Тобто це не викличе ніякої проблеми. І цю програми зможуть спокійно використовувати як діти від 8-19 років, так і дорослі від 20 років та

більше. За допомогою маленької камери, яка знаходиться на кінці пристрою, програма буде бачити перед собою перешкоди, сходинки, бордюри, інших людей і т. д. І, згідно цього, буде передавати вам сигнал про те, що знаходиться попереду

вас. При наближенні до, наприклад, пішохідного переходу, програма вам буде попереджати голосом, як у гугл-перекладача і разом з цим буде супроводжуватися вібрацією з однією амплітудою, а при скороченні відстані з пішоходом, буде надана вібрація іншої амплітуди і т. д. А у разі небезпеки зі сторони пішоходів, автомобілів чи інших непередбачених лих, про це буде попереджено заздалегідь, так як додаток працює у режимі реального часу.

Аби успішно запустити проект, потрібен певний захист. А точніше для нашого випадку- це є патент. І це є СЕРТИФІКАТ ВІДПОВІДНОСТІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ВИМОГАМ МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ ISO 9001:2015.

У липні 2018 року на Державному підприємстві «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент) проведено ресертифікаційний аудит з метою підтвердження відповідності системи менеджменту якості (СМЯ) вимогам стандарту ISO 9001:2015.

Аудит виконано ТОВ «Глобал Сертифік» – представником міжнародного сертифікаційного органу «DEKRA» в Україні.

За результатами аудиту підтверджено відповідність СМЯ Укрпатенту вимогам ISO 9001:2015 та видано новий сертифікат строком на три роки до вересня 2021 року.

Область сертифікації:

- науково-технічна експертиза заявок щодо об'єктів права інтелектуальної власності та процеси забезпечення експертизи;
- технічне адміністрування державних реєстрів та підготовка відомостей щодо заявок, патентів, свідоцтв та міжнародних реєстрацій для публікації в офіційних бюлетенях;
- інформаційний пошук щодо заявлених об'єктів права інтелектуальної власності, підготовка відповідних звітів, зокрема за заявками на винаходи відповідно до Договору про патенту кооперацію. [29]



Рис.2.1 Сертифікат (патент)[29]

Нові технології міцно ввійшли в наше повсякденне життя, серед них можна виділити й смартфон, який став невід'ємною частиною у нашому сучасному суспільстві. Тенденції користування смартфоном є важливими для аналізу так як на основі цього можна сформувавши ідею бізнесу та розробити проєкт. Так як у цьому маленькому пристрої можна виконувати дуже багато корисних речей: від простих дзвінків і фото до проведення банківських операцій та визначення своєї геопозиції, то можливості, які можна реалізувати на основі нього достатньо великі.

Для визначення кількості користувачів, які застосовують всі ці функції, ми провели статистику безпосереднього використання смартфоном людьми.

На даний момент популяція земного шару складає приблизно 7,83 млрд. осіб. Згідно зі звітом ООН, в даний час це число збільшується зі швидкістю 1%

на рік. Це означає, що з початку 2020 року загальна чисельність населення світу збільшилася більш, ніж на 80 мільйонів чоловік [30].

З 2018 року спостерігається стрімке зростання користування смартфоном серед усіх верств населення, незалежно від віку, статі та професії:

- у лютому 2018 року відсоток активного користування смартфоном становив 2,9 млрд. 1 людей віком від 45+ стало 30,1% від усього населення – на противагу 40,9% населення від 18-45 років;

- у травні 2020 року ця кількість людей вже зросла до 6, 055 млн. 1 становила 52,5 % людей 45+, а кількість користування серед молоді становила

64,6 %, що теж значилося непоганим зростанням у порівнянні із статистикою у 2018;

- станом на січень 2021 року ця цифра зросла до 6, 378 млн. людей, а з них 56,4 % людей від 45+ років вже мають у своєму активному користуванні смартфон у порівнянні з 68,6 % його користування осіб від 15-45 років [31].

Важливим для аналізу та майбутніх проектних ідей є дослідження цілей використання смартфона. Наразі найбільш популярним є його застосування з метою виходу в мережу Інтернет. Так, перегляд сайтів є основною активністю для 64% користувачів. Майже такий відсоток людей використовує смартфон

також для гри – 62%. Для голосових викликів та листування смартфон використовують 56% та 54% користувачів відповідно [32]. Що дає змогу побачити, що найбільше зараз цей гаджет використовується не для здійснення дзвінків, а для ігор та пошуку інформації в мережі Інтернет.

Особливу зацікавленість викликає інформація щодо соціальних мереж, які також можуть бути встановлені у смартфонах та активно користуються попитом.

Наразі у світі налічується 4,2 мільярда користувачів соціальних мереж. У 2020 р. це число збільшилось на 490 мільйонів (13%) у зрівнянні з 2019 р. Кількість

користувачів соціальних мереж в даний час складає більше 53% населення світу,

чому сприяла пандемія COVID-19. Цікаво, що соціальними мережами користується приблизно 80% користувачів Інтернет.

Як вже було сказано вище, це буде прямим аналогом GPS-навігатором, які вже доволі таки довгий час використовують у повсякденному транспорті. Це є ідеальним варіантом для людей з обмеженими можливостями, так як сам пристрій малий, не заважає вашому звичайному життю, і все, що для потрібно для повного щастя це сам пристрій і мобільний телефон з виходом у інтернет.

Так як було проведено певне опитування щодо використання смартфонів українськими громадянами ми маємо наступну інформацію:

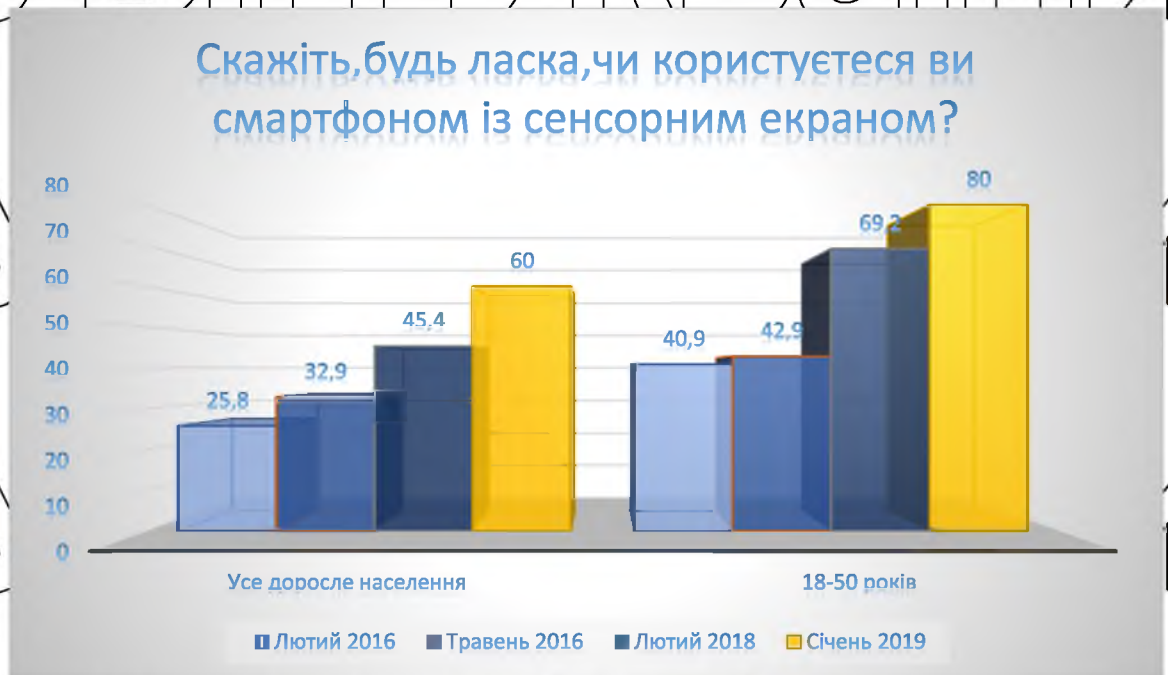


Рис. 2.2 Користування смартфоном [33]

З цієї інформації стає зрозумілим, що з кожними наступними роками смартфонами користуються все більше і більше громадян, як і молоде населення, так і доросле, 2019 рік це підтверджує. [34]

Цей гаджет хоч і являється у своєму роді річчю нового покоління, те чого раніше ще не існувало і не мало прямих конкурентів, все одно буде легкодоступним на ринку товарів людей з обмеженими можливостями. Так як підприємство не ставить за мету, аби річ була для показу престижу чи великого достатку. Freedom має намір просто покращити життя цим людям, щоб кожен був у змозі спробувати та відчути на собі, як це наповнити своє життя новими емоціями та барвами.

2.2. Організаційно-виробничий план проекту

Проведені американськими фахівцями дослідження зарекомендували, що в 80% випадків підставами невдач початкових бізнесменів, які прагнуть створити малий бізнес, є некомпетентність і недоступність управлінського досвіду. Складаючи бізнес-план, слід йти з такого, що ці дані популярні ще трейдерам (партнерам). Тому треба переконати їх у правильності обраної форми організації бізнесу, довести, що ви, ваша команда спеціалістів має змогу зробити ваші мрії реальністю. [35]

Аби фірма, підприємство змогло повноцінно функціонувати, треба найняти певну групу людей і розставити усе по своїх місцях. Тобто потрібно мати цілковиту уяву в плані розробки організаційно-виробничого плану.

Організаційною та юридичною формою бізнесу у нашому випадку є Товариство з обмеженою відповідальністю. У складі існують такі учасники:

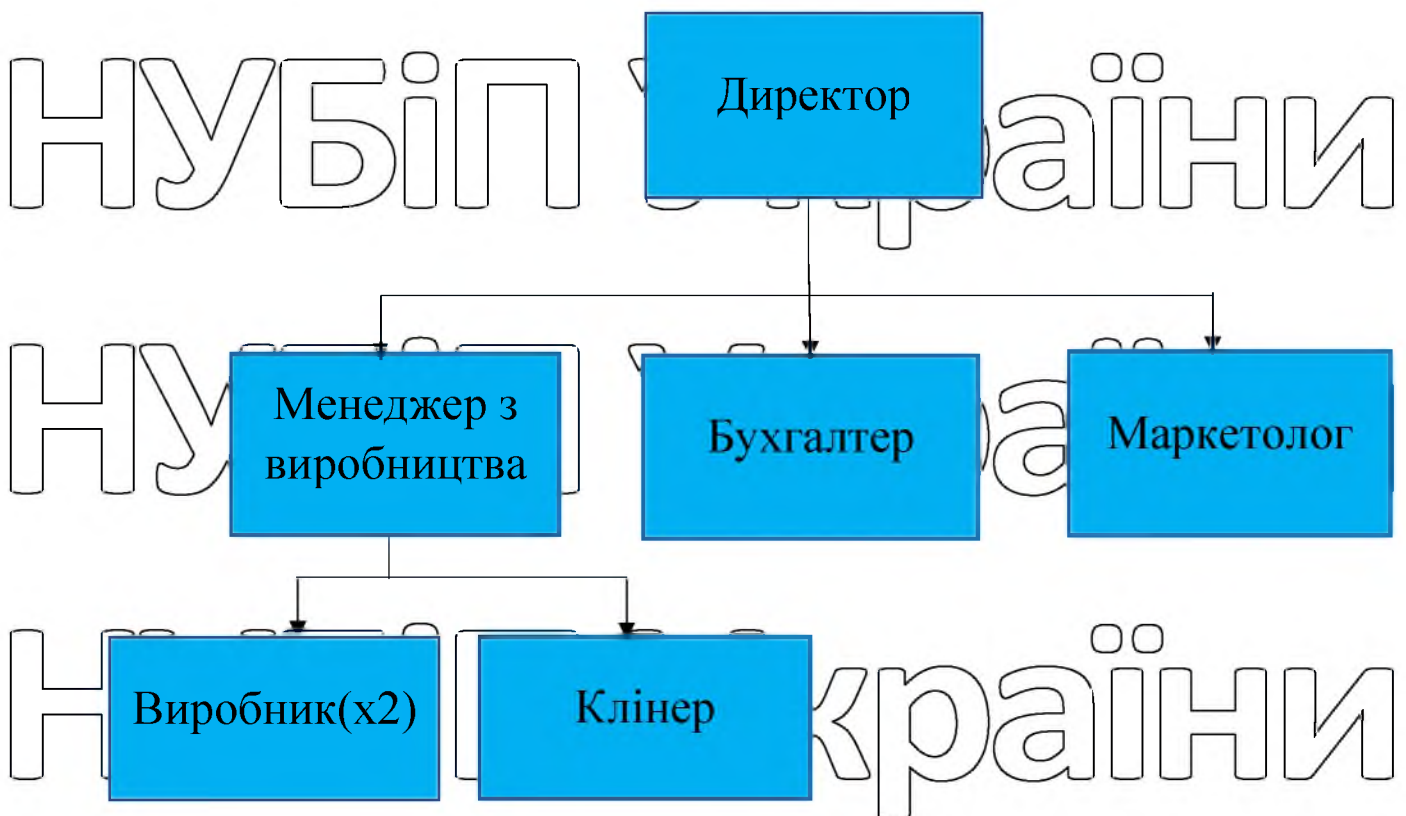


Рис.2.3. Організаційна структура проекту(складено автором на основі власних досліджень)

Директор (власник) це є людина, яка керує загальним процесом у компанії, бере на себе відповідальність щодо наймання та звільнення персоналу, прибуток підприємства, тобто успіхи та провали і т. д. Словом, зона відповідальності у нього досить велика.

Менеджер з виробництва є (якщо брати компанію з невеликим штатом працівників) правою рукою директора. На нього відповідає як і частина обов'язків директора так і контроль праці за підлеглими (виробниками, клінерами), оборотом товарів чи послуг, слідкує за виробництвом, за поставками, допомагає складати чеклісти і т. д.

Бухгалтер - в його обов'язки входить: організація бухгалтерського звіту, господарсько-фінансової діяльності, контроль за використанням матеріальних і фінансових ресурсів, контроль за збереженням власності підприємства: складання та подання в зазначений термін фінансової звітності і т. д.;

Маркетолог - його обов'язок полягає в управлінні сприймаємою цінністю продукту компанії. Тобто на його руки лягає подальша доля товару і від роботи цієї людини з ринком і його складовою залежить майбутнє товару чи послуги. Простими словами, займається просуванням товару, таргетуванням, сегментуванням ринку, малює портрет потенційного клієнту, вирішує, де краще і вигідніше буде використання реклами, відкрита чи закрита реклама буде актуальна на певний момент часу і т. д.

Виробник - безпосередньо той, хто саме цей товар і виробляє. Є фізичною складовою компанії, завдяки кому весь прибуток компанії стає можливим.

Людина, буде контролювати роботу станка і зможе все зробити належним чином у разі виникнення проблеми на виробництві

Клінер слідкує за чистотою у залі. Зазвичай прибирання необхідне у місці, де працює виробник товару, так як там і проводиться основна робота. Але й клінер буде відповідальний за миття вікон, прибирання полиць, читки станків і т. д.

Здається проста на вигляд схема, яка на перший погляд може здатися не такою важливою при створенні компанії, але за статистикою, саме 80%

початкових бізнесів зазнавали невдачі, навіть ще не вийшовши на ринок. І неправильність побудови такої схеми і стала причиною. А вона є тільки початковою ескізною бізнес-плану кожного нині існуючого підприємства на даний момент.

На таблиці, яку ви знайдете у додатку А видна розширена інформація з приводу заробітної плати усім робітникам. А саме тепер, видна сума як і без податків, так і безпосередньо з ЄСВ (22%), що дає нам більш детальну інформацію з приводу виплат.

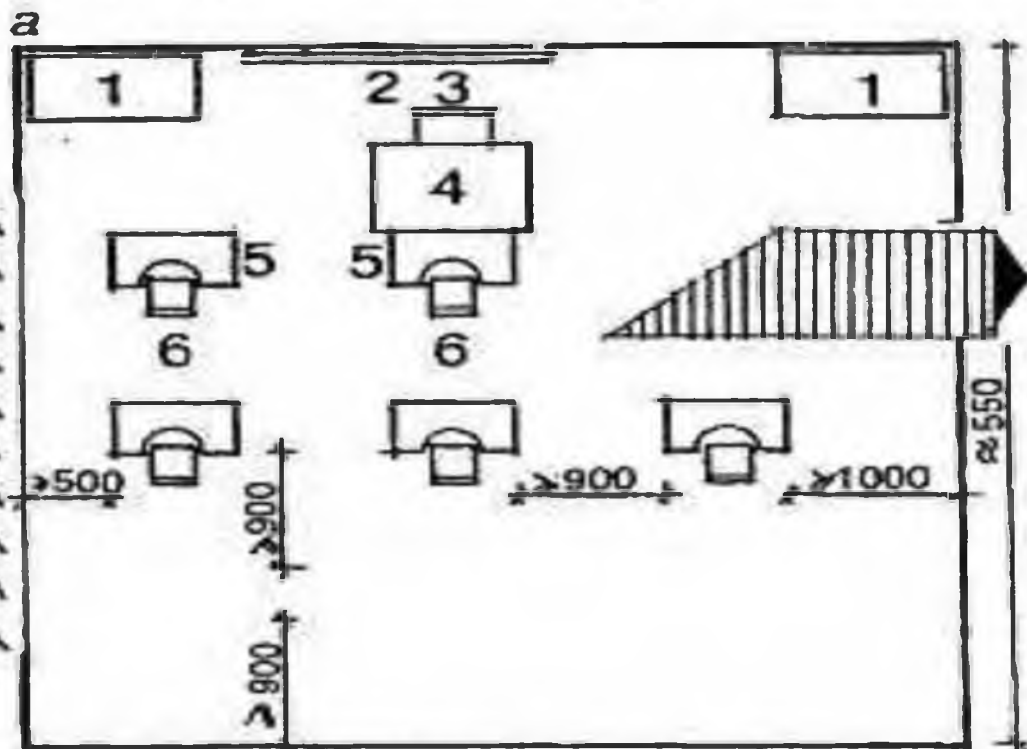


Рисунок 2.4. Проектування приміщення (складено автором на основі власних досліджень)

По цьому рисунку стає ясним те, що таке проектування є одним із найкращих, так як для кожної людини виділено достатньо місця для виконання своїх обов'язків і водночас залишається багато місця для простороного переміщення по залу.

Хоч у нас і є стала кількість виробництва товару, але план продажів буде відрізнятися від загальної кількості виробництва, так як відомо що поліг на

товари чи послуги у січні, тому є меншим, ніж наприклад у грудні перед святами.

Таблиця 2.1. Діаграма Ганта (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Етапи проекту | Час початку проекту, дні | Тривалість, дні |
|--|--------------------------|-----------------|
| Підписання інвест. договору | 0 | 30 |
| Загальна схема | 0 | 30 |
| Внесення до держ. реєстру | 40 | 20 |
| Підбір місця розташування та оформ. документації | 60 | 30 |
| Придбання обладнання | 90 | 35 |
| Установка обладнання | 125 | 10 |
| Налаштування та перевірка обладнання | 135 | 15 |
| Найм персоналу | 150 | 40 |
| Навчання персоналу | 190 | 40 |
| Проведення маркетингової компанії | 230 | 60 |

Кожен цей період важливий для створення компанії і її успішного розвитку і на кожний із них, як і треба, виділена доволі багата кількість днів, аби не виникало проблем по ходу її існування

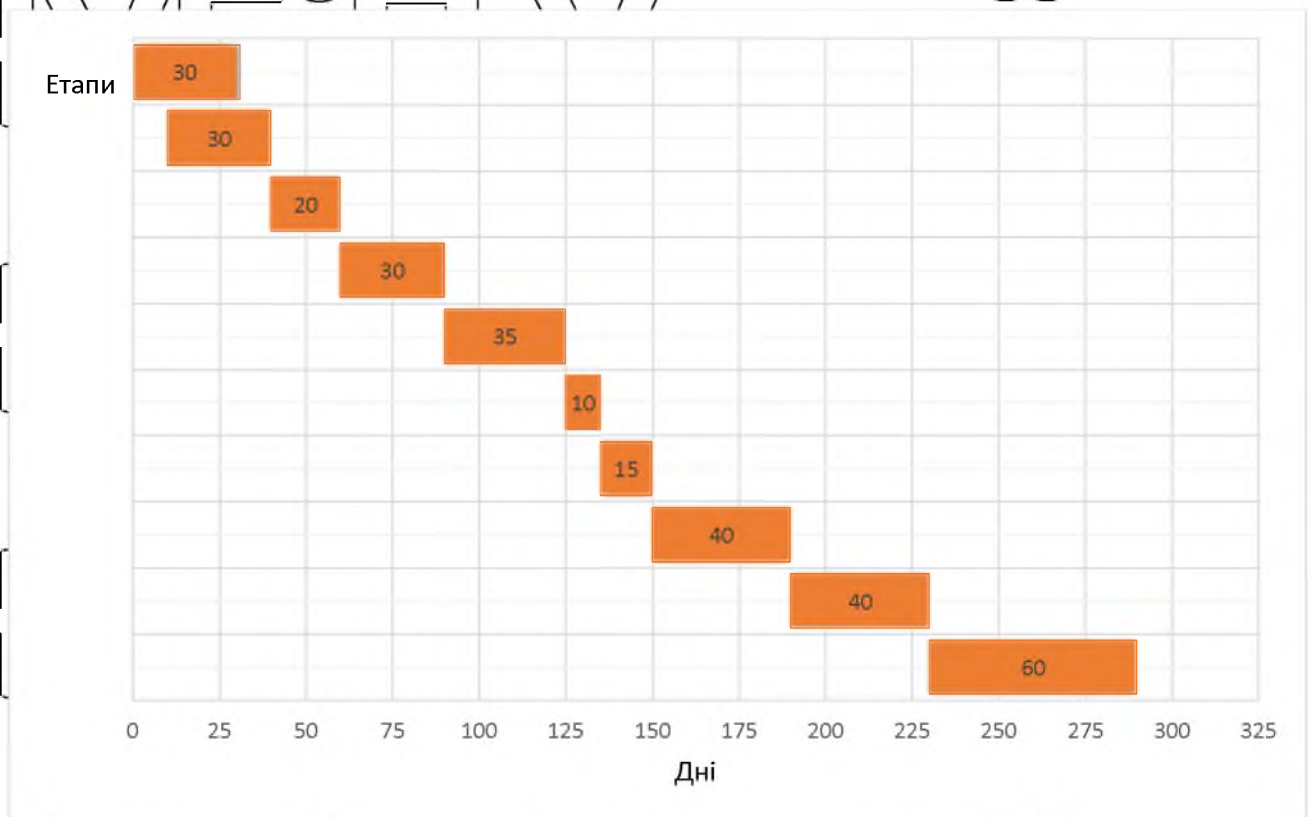


Рисунок 2.5. Діаграма Ганта (розраховано автором на основі власних досліджень)

Прогноз витрат проекту

Чітко прорахувавши всі потрібні витрати і розподіливши за статтею витрат маємо наступні показники:

-Змінні витрати(6 885 799 грн.):

е)витрати на розробку програмного забезпечення(1 350 000 грн. на 5 років мінімум. Кінцева вартість прорахована на інтернет-порталі, яка спеціалізується на розробці ERP-систем, CRM-систем та програмних забезпечень різного типу. Її вартість створення такого залежить від початкової вартості самого проекту. А саме від 7%. А так як витрати становлять 19 233 260 без урахування амортизації, то отримуємо приблизно вище наведену суму).

в)витрати на виробництво(6 885 799 грн. за 5 років, розрахувавши їх за допомогою вище наведених доходів підприємства).

-Постійні витрати(12 347 461 грн.):

а)оплата праці(7 367 184 грн. за 5 років, прорахувавши заробітну плату кожного найнятого робітника);

б)ССВ(1 620 780 грн., які ми прораховували згідно 22 відсотків ССВ.;

в)оплата за опалення(137 606 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

г)оренда(1 020 000 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

г)непередбачувані витрати(120 000 грн за 5 років, якщо взяти в місяць по 2000 грн.);

д)витрати на рекламу в інтернеті(524 160 грн. за 5 років, взявши середні ціни за розміщення у соц. мережах, реклами на youtube і т.д.);

є)витрати на рекламу по ТУ(840 000 грн. за 5 років, взявши середні значення цін щодо показу на телебаченні);

ж)оплата за водопостачання(71 500 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

з)оплата за електроенергію(90 000 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

и) витрати на внутрішню рекламу (138 000 грн. за 5 років, взявши за основу приблизну суму витрати на такий вид реклами, і) амортизація (147 500 грн. за 5 років, прорахувавши її завдяки сумі витрат та інвестиційного плану).

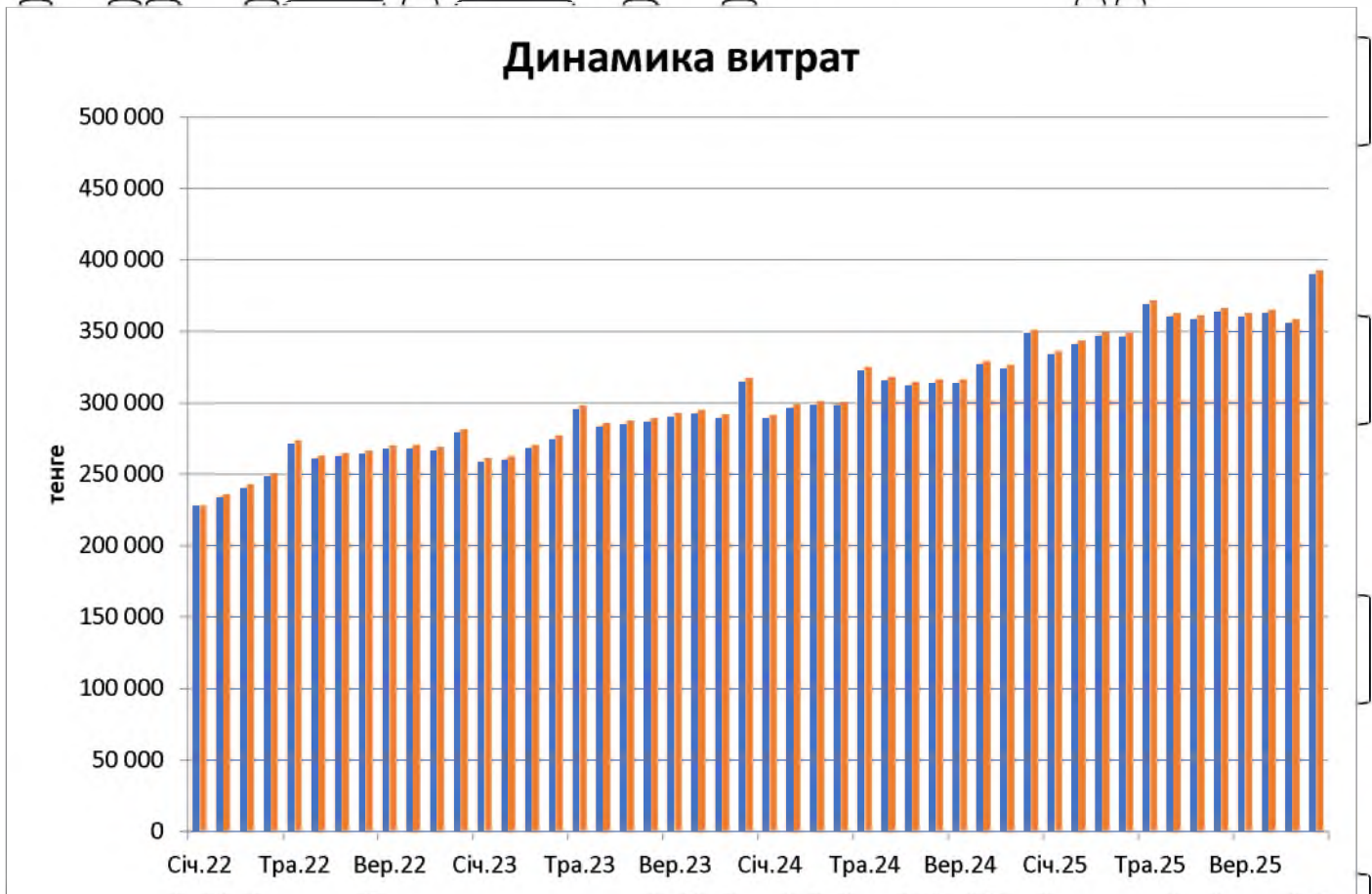


Рисунок 2.6. Динаміка витрат по місяцях (розраховано автором на основі власних досліджень)

Як ми бачимо за цим рисунком, найбільші витрати припадають на травневі свята, що і логічно, так як зазвичай, на цей період йде більше всього покупок.

НУБІП України

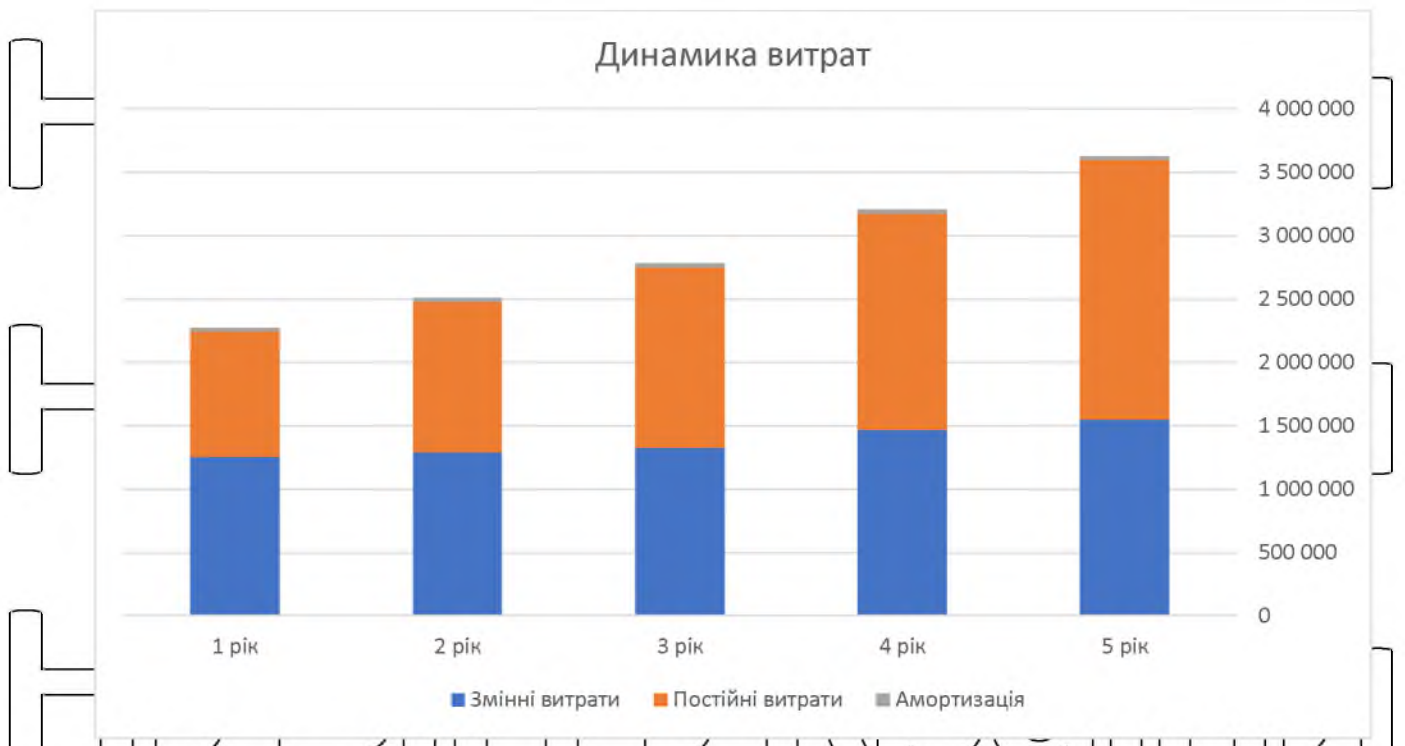


Рисунок 2.7. Статистика витрат за рік (розраховано автором на основі власних досліджень)

По цій статистиці видно, що з кожним роком витрат стає більше, так як з кожним роком ростуть зарплатні плати, оренда приміщень, водостачання, електроенергія та ін.

А на цьому рисунку ми бачимо загальну структуру затрат на підприємстві за 5 років.



Рисунок 2.8. Структура затрат (розраховано автором на основі власних досліджень)

По вище наведеній структурі видно, що на постійні витрати виділяється найбільша сума із всіх- 63,95% так як вони монотонно зростають, потім йдуть змінні витрати- 35,29% і останньою залишається амортизація с 0,76%.

2.3. Фінансовий план підприємства

Прогноз доходів проекту та продажів.

Слід почати з того, що початкова вартість даного продукту становитиме 5900 грн. І середня кількість товару за місяць, за приблизними розрахунками, тенденцією ринку, сегментації і т.д. становитиме приблизно 63-65 штук.

Варто зазначити, що мінімальна тривалість цього проекту для його окупності триватиме 5 років і за весь цей час доход від проекту (з урахуванням ПДВ) буде складати сума у розмірі 24 781 499 грн. Відсоток з ПДВ буде становити 4 956 300 грн. Отож, сума без податку на цей момент буде дорівнювати 19 825 199 грн.:

а) надходження за перший рік становитимуть 4 548 000 грн. (без податку 3 638 400 грн.);

б) надходження за другий рік становитимуть 4 666 000 грн. (без податку 3 732 800 грн.);

в) надходження за третій рік становитимуть 4 784 099 грн. (без податку 3 827 279 грн.);

г) надходження за четвертий рік становитимуть 5 256 000 грн. (без податку 4 204 800 грн.);

г) надходження за п'ятий рік становитимуть 5 527 400 грн. (без податку 4 421 920)

За вище наведеною інформацією можна сказати, що з кожним роком прибутки підприємства трохи збільшуються, що не може не казати, що наш пристрій має попит на ринку. А особливо гарний скачок у прибутку видно на 4-му році існування.

Таблиця 2.2. Доходи по рокам (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Стаття доходів | Усього | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|------------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <i>Ваш продукт 1</i> | 23 281 499 | 4 248 000 | 4 366 000 | 4 484 099 | 4 956 000 | 5 227 400 |
| <i>Усього, в т.ч.</i> | 24 781 499 | 4 548 000 | 4 666 000 | 4 784 099 | 5 256 000 | 5 527 400 |
| <i>Виручка без ПДВ</i> | 19 825 199 | 3 638 400 | 3 732 800 | 3 827 279 | 4 204 800 | 4 421 920 |
| <i>ПДВ</i> | 4 956 300 | 909 600 | 933 200 | 956 820 | 1 051 200 | 1 105 480 |

За даною таблицею видно, як поступово, з кожним роком, доходи від продажів ростуть.

Різниця після 2-го року становить 118 000 грн;

Різниця після 3-го року становить 188 099 грн;

Різниця після 4-го року становить 471 901 грн;

Різниця після 5-го року становить 271 400 грн.

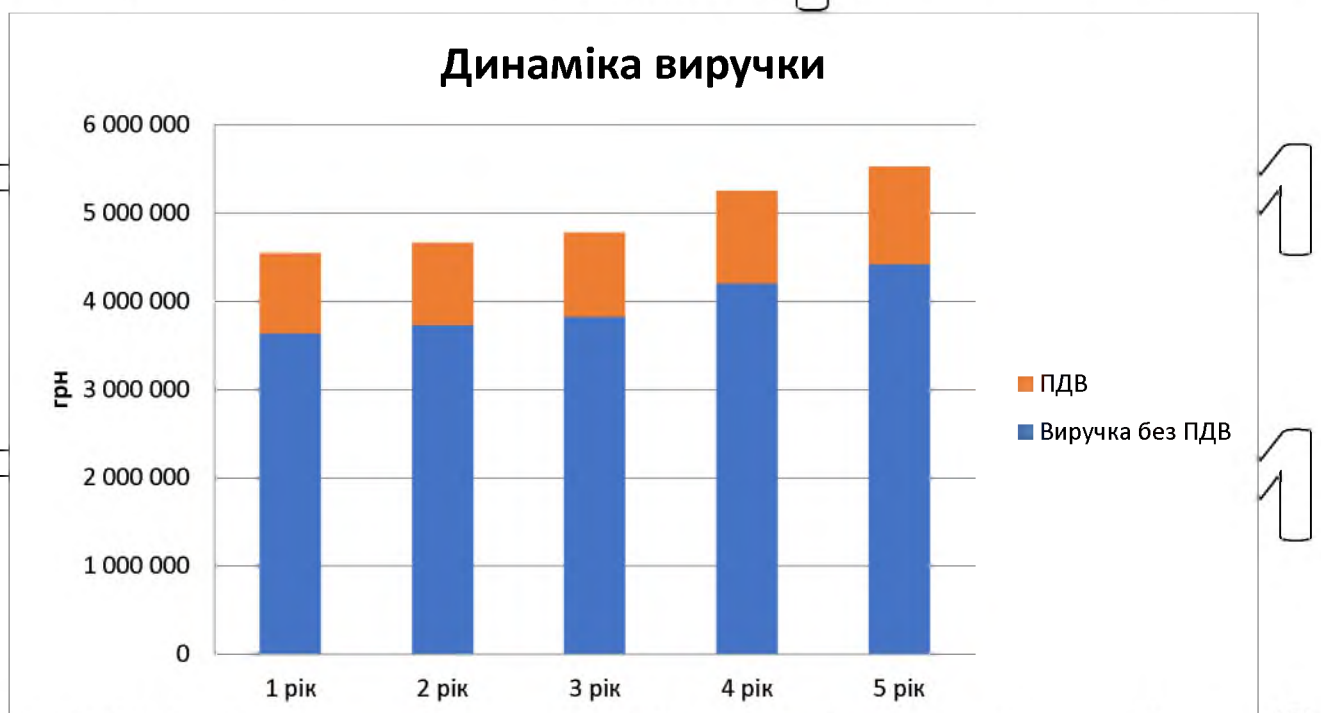


Рисунок 2.9. Динаміка виручки по роками (розраховано автором на основі власних досліджень)

За цією динамікою по рисунку більш чітко видно чистий прибуток та виручку без ПДВ.

Згідно росту ринку, які наведені у таблиці, видно системний зріст. Беручи початкову стадію реалізації та безпосередньо виведення на ринок нашого

продукту, початкове число є 1,01. Змінення вже починає бути помітним через 1 квартал (4 місяці) і становить 1,02. І беручи до уваги те, що проєкт розрахований на 3 роки, кінцеве значення становитиме 1,10, що дає нам змогу зрозуміти привабливість даного проєкту з боку фінансових надходжень.

Найсуттєвіший прибуток по місяцях звичайно буде приходиться на середину-кінець весни (травневі свята і т.д), та також у передноворічній і різдвяній свята (грудень та січень).



Рисунок 2.10. Динаміка виручки по місяцях (розраховано автором на основі власних досліджень)

За даним рисунком видно коливання прибутку помісячно, і найвищі показники припадають на травневі та на новорічні свята, а найменший - це період від січня до лютого включно.

Розрахунок податків

Загальні податки даного проєкту за 5 років становлять 699 259 грн. Усі податки були прораховані за формулою (ПДФО 18%). Важливо розподілити усю цю суму на 5 років його існування, отже:

- 1-ий рік- 203 679 грн;
- 2-ий рік- 168 999 грн.

НУБІП України

-3-ій рік- 126 946 грн;
 -4-ий рік- 117 364 грн;
 -5-ий рік- 82 271 грн.

Таблиця №2.3. Податки підприємства(розраховано автором на основі власних досліджень)

| Податки | Усього | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| ПДВ | 699 259 | 203 679 | 168 999 | 126 946 | 117 364 | 82 271 |
| Усього: | 699 259 | 203 679 | 168 999 | 126 946 | 117 364 | 82 271 |

По цій таблиці видно, що з кожним роком сума податків підприємства зменшується. Порівняно з першим і останнім роком дана цифра змінилася на 121 408 грн, що вже може казати про успішність нашого якісного пристрою.

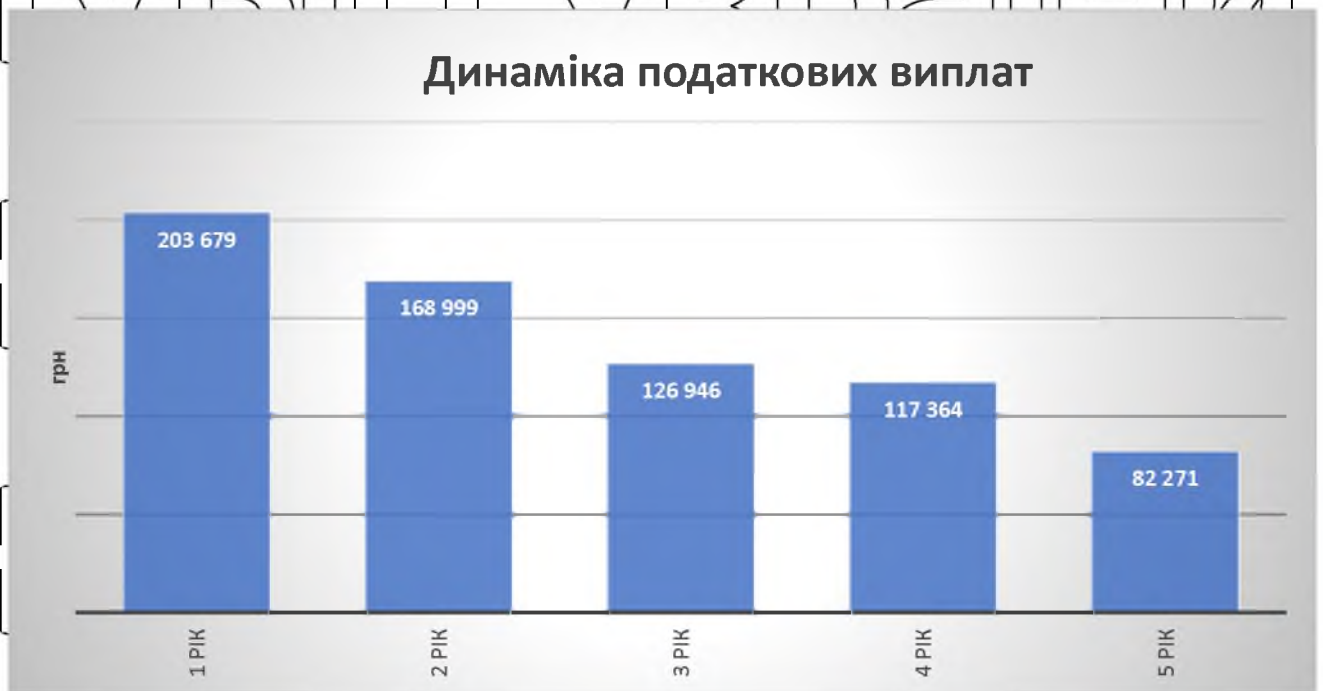


Рисунок 2.11. Динаміка податкових виплатів(розраховано автором на основі власних досліджень)

На рисунку вище наочно видно, на скільки змінювалася сума податкових виплат з кожним роком.

Як видно з графіку вище, з кожним роком сума податків стає більшою, так як і прибуток підприємства поступово зростають.

Перейдемо до звігу про фінансові результати. Згідно даних, наведених у таблиці СУП. Модель у Excel, виходить що:

1) Чистий прибуток від продукції підприємства становитиме 3 072 280 грн. за 5 років існування.

2) Чистий прибуток накопиченим підсумком становитиме 3 072 280 грн. за 5 років існування.

3) Чистий прибуток + амортизація становитиме 3 219 780 грн. за 5 років існування.

4) Чистий прибуток - амортизація накопиченим підсумком становитиме 3 219 780 грн. за 5 років існування.



Рис. 2.12. Чистий місячний прибуток (розраховано автором на основі власних досліджень).

Як ми бачимо зі статистики, непоганий прибуток від товару припадає на травневі свята і найбільший стрибок видно під кінець року (Новий рік та різдвяні свята).



Рисунок 2.13. Чистий місячний прибуток накопиченим підсумком (розраховано автором на основі власних досліджень)

Дана інформація показує, що починаючи приблизно з середини 2-го року вже видно непоганий скачок у травні і надалі він тільки іде угору до кінця 5-го року.



Рисунок 2.14. Грошовий потік від проекту (розраховано автором на основі власних досліджень)

Грошовий потік від проекту постійно коливається, але видно дуже великі підйоми квітні і в особливості у травні та у грудні за рахунок багатой кількості свят.

Таблиця 2.4. Грошовий потік за весь час (розраховано автором на основі власних досліджень)

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| Грошовий потік від проекту | 4 719 780 |
| Грошовий потік накопиченим ітогом | 4 719 780 |

Тут ми бачимо сталу суму у розмірі 4 719 780 грн. грошового потоку від проекту за весь період його існування (5 років).

Перейдемо безпосередньо до **фінансового аналізу проекту**.

Показники рентабельності:

1) Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку за 5 років у середньому значенні за проектом складатиме 13%. Звісно ж найбільший відсоток рентабельності припадатиме на травневі та новорічні свята.

2) Рентабельність реалізації продукції проекту EBITDA за 5 років складатиме 17%.

3) Рентабельність активів проекту за 5 років існування становитиме 8,3%.

Оборотність активів:

1) Оборотність активів проекту у середньому за 5 років існування становитиме 13,96 одиниці.

Показники основної діяльності:

а) середній обсяг реалізації продукції грн/міс. складатиме 388 025 грн за 5 років існування;

б) середній обсяг поточних витрат грн/міс. складатиме 322 708 грн. за 5 років існування;

в) середнє EBITDA грн/міс. складатиме 65 317 грн. за 5 років існування;

г) середній чистий прибуток грн/міс. складатиме 51 205 грн. за 5 років існування;

г) середній грошовий потік грн/міс. складатиме 78 663 грн. за 5 років існування.



Рисунок 2.15. Показники основної діяльності (розраховано автором на основі власних досліджень)

Більш наглядна та детальна інформація показана на графіку вище, і видно, що обсяг реалізації й 388 025 грн на середній обсяг витрат у розмірі 322 708 грн, що є позитивною складовою. ЕВІТДА складає 65 317 грн. Чистий місячний прибуток становить 51 205 грн. А грошовий потік являється 78 663 грн.

Аналіз чутливості проекту

Таблиця 2.5. Коефіцієнти чутливості (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Коефіцієнти чутливості | |
|--|-----|
| Коефіцієнти чутливості за ціною реалізації | 1,0 |
| Коефіцієнти чутливості за об'ємом реалізації | 1,0 |
| Коефіцієнти чутливості за вартістю сировини | 1,0 |

Після вище наведених фінансових розрахунків перейдемо до більш детальних і точних цифр щодо **амортизації**:

- 1) обладнання для виробництва за 5 років є 10 330 787 грн.
- 2) безпосередньо нарахування амортизації, як ми вже знаємо, становить 147 500 грн.

А тепер запишемо її помісячне нарахування. Воно становить 2500 грн. і ця сума є незмінною.



Рисунок 2.16. Амортизаційні відрахування (розраховано автором на основі власних досліджень)

А тепер зазначимо у підприємстві грошові одиниці, які залишилися на протязі 5 років.



Рисунок 2.17. Майно на балансі підприємства (розраховано автором на основі власних досліджень)

Таблиця 2.6. Грошові амортизаційні операції (розраховано автором на основі власних досліджень)

| По рокам | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|--|---------|---------|--------|--------|--------|
| Майно на балансі на початок звітного періоду | 0 | 122 500 | 92 500 | 62 500 | 32 500 |
| Накопичена амортизація | 27 500 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| Введено основних коштів | 150 000 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Майно на балансі на кінець звітного періоду | 122 500 | 92 500 | 62 500 | 32 500 | 2 500 |

2.4. Інвестиційний план підприємства та організація продажів

І. Загальна інформація про бізнес

1. Назва фірми (підприємства): Freedom

2. Організаційно-правова форма: Виробничі кооперативи

3. Мета підприємства:

- Основна: Зробити незрячих людей повноцінними

- Додаткова: Покращити життя

- Перспективна: Розповсюдити "свободу" по всьому світу

4. Приблизні річні обсяги виробництва (надання послуг, проведення робіт),

од.: 800 штук

5. Орієнтовна чисельність працівників, чсл.:

6. Необхідна площа приміщень для ведення бізнесу, м²

- Виробнича: 38

- Офісна: 30

7. Приблизний капітал для становлення бізнесу (стартовий капітал), тис грн. 2 227 500 грн.

II. Продукт (послуги, роботи)

1. Обсяг виробництва (надання послуг, проведення робіт, продажу товарів)

- Річний: 780

- Місячний: 69

2. Асортимент та дизайн (асортиментна політика): Маленький навушник (схожий на блютуз-гарнітуру) із вбудованою камерою на кінці пристрою, яка має кут огляду у 180 градусів (базова і поки що єдина модель даного товару)

3. Розширення асортименту (найближчі перспективи): Поки що не маємо наміру, але така можливість розглядається, так як за планом, кожного року продажі будуть зростати і в асортимент можливе оновлення у вигляді нового кольору чи безпосередньо повністю оновленого пристрою

4. Якісні характеристики: Компактний, зручний, універсальний, стильний.

Підійде для будь-якої особи, так як має просту незамисловату форму

5. Відмінність від конкурентів. Конкурентів, як таких, поки що не має на ринку

6. Життєвий цикл товару (назвіть стадію циклу взагалі): Етап впровадження

7. Оцінка переваг товару: Прийнятна ціна, якісний, незвичайний (в гарному сенсі) вигляд. Приємний на дотик, не буде викликати подразнень на шкірі. У людей не виникнуть проблеми щодо користування цим невеликим пристроєм

8. Конкурентоспроможність (розрахунок конкурентоспроможності): У даного товару є гарні шанси у конкурентоспроможності у майбутньому, так як зараз конкретних аналогів цього товару не має, та є декілька схожих продуктів, але функції їх трохи відмінні, що дає нам змогу зайняти свою нішу на національному ринку і не тільки

III. Споживачі (цільова аудиторія)

Таблиця / 2.7. Аналіз споживачів (розраховано автором на основі власних досліджень)

| | |
|------------------------------------|---------|
| Назва | Freedom |
| Чисельність потенційних споживачів | 1000 |
| Вік | 12-70 |

| Стать | ч/ж |
|--|-----------------------------------|
| Національність (якщо має значення) | - |
| Грошовий дохід за 5 років, грн. (річний, місячний) | р-24 781 499 грн м-413 024 грн |
| Реальні потреби споживачів на місяць, од. | 65 |
| Реальні потреби споживачів на рік, од. | 775 |

Згідно вище наведеної інформації, прорахована середня чисельність потенційних споживачів, яка дорівнює 1000 осіб на рік. Для нашого пристрою немає обмежень за віком і за статтю. І, відповідно до цих даних, прорахований прибуток за місяць і за рік.

IV. Попит та пропозиція

Таблиця 2.8. Попит та пропозиція (розраховано автором на основі власних досліджень)

| | |
|---|---|
| 1. Назва | Freedom (послуги, роботи) |
| 2. Місткість ринку на рік, од. | 800 |
| 3. Тенденції ринку | Збільшиться переважна кількість товару для людей з обмеженими властивостями |
| 4. Співвідношення попиту і пропозиції на ринку | 775/1000 |
| 5. Прогноз обсягу продажів з урахуванням конкурентів на рік | ~775 |
| 6. Тенденції змін попиту, од. | Від 10-20 |
| 7. Зміна тенденцій факторів попиту (назвіть кілька) | Економічна складова Демографічні показники |
| 8. Оцінка еластичності попиту | Еластичність попиту буде залежати від самого місця продажі, від інфляції та в загалом від реклами |

IX. Витрати

Кожного року будемо виробляти по 800 пристроїв

Таблиця 2.9. Інвестиційний план складових виробу та інших витрат (розраховано автором на основі власних досліджень)

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| 1. Пластик | 128 800 |
| 2. Обладнання | 400 000 |
| 3. Камера | 472 000 |
| 4. Динаміки | 164 000 |
| 5. Функція під'єднання Bluetooth 4.1 | 444 800 |
| 6. Кабелі та інші комплектуючі | 108 000 |
| 7. Фарба | 78 400 |
| 8. Загальні витрати | 1 796 000 |

За таблицею в Excel, прораховані витрати на матеріали безпосередньо виготовлення наших пристроїв. Так як, наше підприємство відрізняється своєю якістю і передовими технологіями, дані затрати мають такі значення.

Якщо поррахувати витрати з інвестиційного плану та додати витрати на заробітну плату для усіх працівників, то собівартість на загальне виробництво продукції на 1 рік становитиме: $1\,796\,000 + 990\,000 = 2\,786\,000$ грн.

Тепер розрахуємо середню ціну на витрати на 1 одиницю товару:

Ціна на виробництво 1 одиниці товару: $2\,786\,000 / 800 = 3\,483$ грн.

Поточна ціна = 5 900 грн.

Витрати це не тільки оренда приміщення, опалення, виробництва і т.д. Також важливо знати, скільки грошей потрібно буде виділити на такі речі як:

- проектування приміщення (180 000 грн.- ця сума буде взяти під час відкриття і розпочатку діяльності проекту як такого);

- закупівля обладнання (1 250 000 грн. буде становити приблизна вартість на декілька станків і їх доповнень згідно цін на ринку. Ці обладнання будуть закупатися раз на рік і у разі якихось проблем у виді поломок будуть безпосередньо ремонтуватися);

- початковий маркетинг та позиціонування підприємства (190 000 грн.- приблизна ціна на загальне просування та рекламу товару. Раз на рік буде проводитися повторний огляд ринку з урахуванням усіх змін і буде. Звісно

виділятися певна кількість грошей із вище наведеної суми для повторного його вивчення у разі чого);

-реєстрація підприємства(1500 грн- стала ціна реєстрації);

-інші витрати(106 000 грн.- залишкові витрати, які можуть знадобитися у

реалізації і подальшій роботі над проектом, такі як: списання необоротних

активів, втрати від неопераційних курсових одиниць, втрати від зменшення

корисності активів та ін.);



Рисунок 2.18. Графік інвестиційних витрат(розраховано автором на основі власних досліджень)

Інвестиційні витрати будуть припадати лише на перший рік, так як туди входять початкові витрати, такі як: проектування приміщення, закупівля обладнання та програмне забезпечення, початковий маркетинг та позиціонування підприємства, реєстрація та інше.

Структура інвестиційних витрат



Рисунок 2.19. Структура інвестиційних витрат (розраховано автором на основі власних досліджень)

За діаграмою видно більш конкретну інформацію, а саме

- 1) закупівля обладнання та програмне забезпечення - на нього припадають найбільші витрати (83%);
- 2) початковий маркетинг та позиціонування підприємства (9%);
- 3) проектування приміщення (8%).

2.5. Маркетинговий план

Маркетинговий план — це документ, у якому сформульовані основні цілі маркетингу та шляхи їх досягнення. План містить систему заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей, їхній зміст, забезпечення ресурсами, а також обсяги, методи, послідовність і строки виконання робіт різного характеру.

Мета планування маркетингу — зменшення маркетингових ризиків за рахунок зниження неоднозначності умов діяльності та зосередження ресурсів до найбільш перспективних напрямів. []

V. Фірмовий стиль

Для більш повного осмислення іміджу вашої фірми спробуйте позначити її фірмовий стиль і окремі елементи рекламної діяльності в взаємозв'язку з цілями підприємства.

1. Назва фірми: Freedom
2. Девіз фірми: У вільному тілі-вільний дух
3. Фірмовий колір (кольори): Білий

VI. Конкуренція

Таблиця 2.10. Аналіз конкуренції (розраховано автором на основі власних досліджень)

| | Fingerreader | SensoLite Nova Plus |
|---|--|---|
| 1. Обсяги виробленої продукції, наданих послуг, проведених робіт | Роботи починалися ще з 2014 року, але не відомо коли вони вийдуть у продаж | Вироблено від 700-1000 штук |
| 2. Статутний капітал, тис. грн.. | Невідомо | 30000 грн |
| 3. Прибуток, тис. грн. | Поки немає | Від 140000 грн |
| 4. Кількість клієнтів, чол. | Від 5-10 | 300-400 |
| 5. Групи обслуговуваних споживачів, од. | Не більше 10 піддослідних | 500 |
| 6. Частка ринку, % | Немає | 5% |
| 7. Стратегія розвитку (види наданого товару, послуг, у тому числі перспективні) | Дати змогу сліпим почати читати, як повноцінні люди | Вимірювання рівня глюкози для сліпих |
| 8. Ціни на товари, послуги, роботи | Приблизно 200\$ | Від 500-1000 грн |
| 9. Знижки на товари та їх періодичність (перерахувати) | Поки немає | 10-15% кожен місяць |
| 10. Заходи з продажу товарів та їх просування | Ще немає | Розміщування в інтернет магазині, у звичайних магазинах |
| 11. Переваги конкурентів | Інноваційність | Багатофункціональність |
| 12. Недоліки конкурентів | Ціна | Ціна |
| 13. Прогноз розвитку конкуренції | Серйозна конкуренція | Серйозна конкуренція |

Таблиця 2.14. Організація продажів (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Умови продажів | Загальна інформація |
|---|--|
| 1. Обсяги продажів (за місяць) од, в тому числі: - Власна торгова точка; - Інші джерела реалізації; | -65 -м. Київ -продажі по всій Україні |
| 2. Чисельність продавців, чел. | Від 5-7 осіб |
| 3. Канали розповсюдження товарів, послуг | Спеціалізовані аптеки, лікарні, виставки (згодом супермаркети, гіпермаркети і т. д.) |
| 5. Посередники | Підприємці |
| 6. Хто здійснює транспортування (доставка, навантаження) | Звичайні робочі вантажники |
| 7. Рівень обслуговування, %. | 80% |
| 8. Складські запаси | Є у наявності на Київських складах |
| 9. Нестандартні варіанти продажів: | - продажі на виставках - рекламування на вулиці - рекламні ролики - у майбутньому Call-центри |

2.6. SWOT-аналіз підприємства

Аби створювати будь-яке підприємство, потрібно дуже ретельно його проаналізувати. Одним із найвірогідніших варіантів для нас буде створення SWOT-аналізу, який дасть нам відповіді на певні питання і допоможе знайти плюси та мінуси нашого пристрою.

Сильні сторони

- технологічні переваги;
- доступна ціна;
- якісна продукція за рахунок матеріалів;
- підходить для будь-якого віку

Слабкі сторони

- відсутність веб-сайту;
- необхідність мати смартфон середнього гатунку для підтримки додатку;

| | |
|--|---|
| | -на даним момент відсутність можливості продажів за кордон |
| Можливості -оновлення додатку кожен рік; -розширення географії продажів; -зміна дизайну(формфактору) | Загрози -інфляція; -дефіцит матеріалів; -поява нових конкурентів. |

Рисунок 2.20 SWOT-аналіз (складено автором на основі власних досліджень)

Сильні сторони.

Наше підприємство спеціалізується на передових та новітніх технологіях, тому технологічні переваги нашого пристрою є безсумнівно великим плюсом, що дасть нам змогу завоювати підтримку від простих людей.

Завдяки компактності та універсальності пристрою, ціна його буде складати 5 900 грн за 1 штуку. За таку невелику ціну ви отримуєте цілий комплект вирішень ваших проблем у маленькому навушнику, який змінить ваше життя на краще.

Якісні складові продукту- запорука успіху. Кожна деталь нашого пристрою являється гарантом якості. Камера, пластик, кабелі, фарба, динаміки, блютуз-з'єднання- усе разом вони складають одне слово- якість.

Також, особливість нашого пристрою заключається у тому, що він підходить для людей будь-якого віку. Будь-то дитина, чи людина похилого віку. Наш продукт є до максимуму універсальним, доступним для всіх.

Перейдемо до слабких сторін.

Не обійшлося і без недоліків. Першим із них є поки що відсутність веб-сайту, що знижує поінформованість для певної частини людей. Також це означає, що покупна можливість певний період часу буде нижча, так як відомо, що на

даний момент 80% усіх брендів мають свій веб-сайт і це облегчує життя для потенційних клієнтів.

Наступною неприємністю є те, що для повного функціонування пристрою потрібен мобільний додаток. Аби додаток працював без багів та глюків, потрібен телефон як мінімум середнього гатунку, приблизно від 6 000 грн., що не для кожного буде представлятися можливим.

На момент запуску і в найближче майбутнє поки що не розглядається функція продажу за кордон, що теж, безсумнівно є мінусом, так як і в сусідніх країнах знайшовся б свій покупець.

Наступне - можливості.

Буду проводитися стабільне і масштабне оновлення додатку кожен рік і невеликі апдейти кожні 2-3 місяці, аби усе працювало без збоїв та не виникало б ніяких неполадок.

З кожним наступним роком буде проводитися сегментації клієнтів, і згідно зростанню продажів, буде розширюватися географія продажів. Тобто, товар буде розповсюджуватися у більше різних кутків України.

Зміна формфактору(зовнішнього вигляду) буде гарним плюсом для тих, у кого будуть проблеми з утриманням апарата у вусі. І аби він не випадав і щільно тримався у вусі, при потребі будемо змінювати вигляд пристрою, щоб б підходило будь-якій людині.

І останнє - загрози.

Інфляція, мабуть є головною проблемою не тільки для нашого підприємства, а і в принципі для кожного початкового проекту. Так як, із-за інфляції знецінюється валюта, ціни на похідні продукти для пристрою ростуть - росте і сама ціна на продукт.

На даним момент, є проблема у отриманні певних матеріалів у належній кількості. А саме камер та кабелів для пристрою. І у майбутньому, якщо ця проблема не зникне, це може викликати певний дефіцит щодо виготовлення нових товарів.

Хоч зараз і немає прямих конкурентів для нашого підприємства, у найближчому майбутньому ця може запросто змінитися. Тому це є останньою, але не менш важливою загрозою для нас.

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ

3.1. Оцінка ефективності проекту

Наразі перейдемо до розрахунку точки беззбитковості, а з даних таблиць

екселю, ми маємо наступне:

Таблиця 3.1. Розрахунок точки беззбитковості (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Параметри | Значення при плановій потужності |
|--|----------------------------------|
| Виручка | 23 281 499 |
| Витрати | 20 061 719 |
| Постійні витрати | 13 175 920 |
| Змінні витрати | 6 885 799 |
| Прибуток до вирахування податку на прибуток | 3 219 780 |

З усіх наведених вище даних ми бачимо, що виручка перевищує витрати на 3 219 780 грн за 5 років існування підприємства, що автоматично робить наш приєднаний затребуваним на ринку.

Таблиця 3.2. Значення точки беззбитковості (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Значення точки беззбитковості: | |
|--|------------|
| Точка беззбитковості, % реалізації продукції | 80,4% |
| Точка беззбитковості, грн реалізації продукції | 18 709 489 |
| Точка беззбитковості, грн в середньому на міс. | 311 825 |
| Величина операційного важеля | 70,4% |

Точка беззбитковості становить 80,4%, що обіцяє нам гарні новини і говорить нам про гарну окупність проекту.

Загальна сума буде становити 18 709 489 грн. при повній реалізації продукції за весь період існування проекту.

В місяць ця сума складатиме 311 825 грн.

А величина операційного важеля становитиме 70,4%, що теж, очевидно, є чудовим показником для підприємства

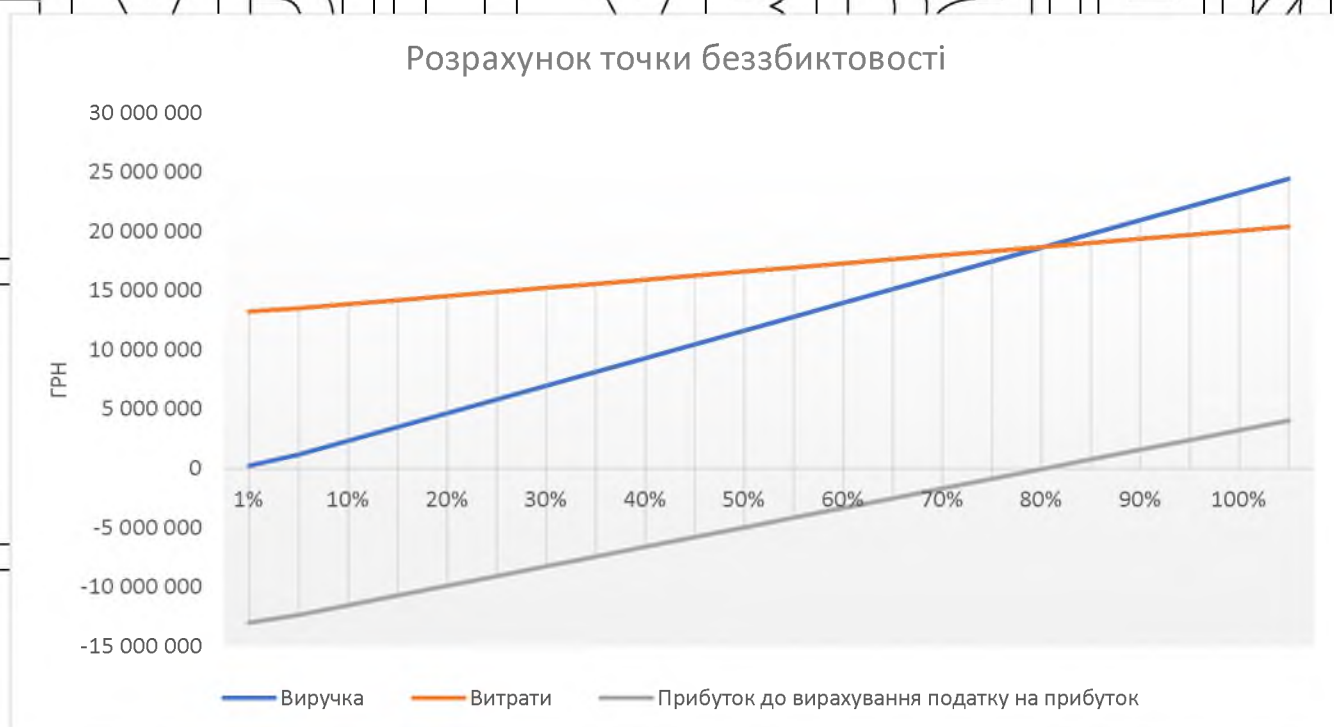


Рисунок 3.10 Розрахунок точки беззбитковості (розраховано автором на основі власних досліджень)

За даним рисунком можна більш наглядно побачити криву беззбитковості нашого проекту. Виручка починає перевищувати витрати не одразу, але все ж під кінець починає приносити свої плоди.

Таблиця 3.3. Інвестиційний аналіз (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Грошові потоки без урахування схеми фінансування | Усього |
|--|-----------|
| Грошовий потік за проектом | 2 599 780 |
| Інвестиції | 2 227 500 |
| Розрахунок простого термну окупності, міс. | 22 |

За таблицею вище видно, що грошовий потік за проектом буде становити 2 599 780 грн. за 5 років.

Числі інвестиції становитимуть 2 227 500 грн.

З цих даних можна побачити, що проект за весь його період існування буде окупним. А саме, посилаючись на інформацію з Excel, початок його чистого

прибутку припадатиме на листопад кінця 2-го року- 90 324 грн. І надалі ця сума буде тільки зростати.



Рисунок 3.2. Дисконтований грошовий потік накопиченим підсумком (розраховано автором на основі власних досліджень)

Більше детально інформацію щодо дисконтованого грошового потоку накопиченим підсумком можна побачити вище. Під початок 4 року він починає йти вгору, що є позитивною новиною для нас.

Таблиця 3.4. Дисконтовані грошові потоки (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Дисконтовані грошові потоки | Усього |
|---|-----------|
| Коефіцієнт дисконтування | 43 |
| Дисконтований грошовий потік | 1 387 329 |
| Дисконтовані інвестиції | 2 201 707 |
| Розрахунок дисконтованого терміну окупності | 26 |

Коефіцієнт дисконтування становить 43 одиниці.

Дисконтований грошовий потік дорівнює 1 387 329 грн. за 5 років.

Дисконтовані інвестиції становлять 2 201 707 грн.

Та розрахунок вже дисконтованого терміну окупності становитиме 26 місяців.

У цьому разі термін окупності вже буде більшим ніж у таблиці, яка наведена вище. І продукт почне приносити чистий прибуток у березні 3 року існування проекту- 4 637 грн

Таблиця 3.5. Окупність проекту(розраховано автором на основі власних досліджень)

| Показник | Значення |
|---|-----------|
| Норма дисконту | 15,1% |
| Ставка дисконту % на міс. | 1,2% |
| PВ (Простий термін окупності), міс. | 22 |
| PВ (Простий термін окупності), роки | 1,8 |
| DPВ (Дисконтований термін окупності), міс. | 26 |
| DPВ (Дисконтований термін окупності), роки | 2,2 |
| PI (Індекс доходності за проектом) | 1,25 |
| Доходність за проектом | 0,25 |
| IRR (Внутрішня норма доходності), % на міс. | 3,72% |
| IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік | 55,1% |
| NPV (Чистий дисконтований дохід) | 556 617 |
| NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу | 3 332 171 |

Тут ми бачимо усю інформацію сформовану в невелику таблицю і ще раз переконаємося, що з вигратами на даним момент наше підприємство чекає зріст грошових коштів у найближчому майбутньому.

Таблиця 3.6. Термінальна вартість бізнесу(розраховано автором на основі власних досліджень)

| Термінальна вартість бізнесу | |
|--|-----------|
| Чистий грошовий потік, рік | 622 111 |
| Довготерміновий темп росту | 1,0% |
| Термінальна вартість бізнесу | 2 775 554 |
| NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням продажу бізнесу | 3 332 171 |

За 1 рік, чистий грошовий потік буде становити 622 111 грн.

Темп росту за весь період буде мати 1%.

Термінальна вартість нашого підприємства буде мати суму у розмірі 2 775 554 грн.

Та головний показник, а саме NPV(чистий дисконтований дохід) з урахуванням продажу бізнесу буде становити 3 332 171 грн.

Що дає нам змогу зрозуміти, що загальна сума є доволі таки великою для того, щоб казати про гарний потенціал підприємства.

Таблиця 3.7. Критерії ефективності проекту (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Критерії ефективності проекту | |
|-------------------------------|----------|
| Чистий дисконтований дохід | більше 0 |
| Індекс дохідності | більше 1 |
| Дохідність по проекту | більше 0 |



Рисунок 3.3. Дисконтований грошовий потік (розраховано автором на основі власних досліджень)

За рисунком видно, що тільки на початку йде стовбець вниз, так як це перший місяць і йде впровадження грошей у проект, а потім йде стабільний показник на всі 5 років існування.

3.2. Оцінка специфічних ризиків проекту

Тепер перейдемо до такого пункту нашого проекту як його специфічні ризики:

Таблиця 3.8. Специфічні ризики (розраховано автором на основі власних досліджень)

| Специфічні ризики | Поправка на ризик, % |
|---|----------------------|
| Вплив держави на тарифи | 1,00% |
| Зміна цін на сировину, матеріали, енергію, комплектуючі | 0,20% |
| Управлінський ризик власника / акціонерів | 1,00% |
| Вплив ключових постачальників | 0,50% |
| Вплив сезонності попиту на продукцію | 0,10% |
| Умови залучення капіталу | 0,30% |
| Разом, поправка за специфічний ризик: | 3,10% |

На мою думку, також для підприємства будуть присутні такі ризики як технічні, так як із-за недостатньої кількості деталей на ринку на даний момент ставить під питання стабільне масове виробництво пристроїв.

Також, будуть мати місце і економічні ризики, так як зміни в економіці із-за кон'юнктури ринку, інфляція, зміна рівня управління можуть негативно вплинути на підприємство в цілому.

І останні, але не менш важливі- є політичні ризики. Вони обумовлені зміною політичної обстановки, тобто, простими словами, зміною діючої влади, а це тягне за собою зміну щодо підприємницької діяльності, підняття арени, водопостачання, електропостачання і т.д.

Таблиця 3.9. Модель оцінки CAPM(розраховано автором на основі власних досліджень)

| Показник | | |
|--------------------------------------|------------------|---------------|
| Безризикова ставка(номинальна) | | 3,00% |
| Ринкова премія | | 6,11% |
| Безборговий коефіцієнт Бета | | 83,00% |
| Попередня вартість власного капіталу | | 8,07% |
| Премія за розмір | | 4,00% |
| Специфічний ризик компанії | ризик оцінювансі | 3,10% |
| Ставка дисконтування | | 15,17% |

Найбільший вплив на наш соціальний проект будуть мати саме:

- вплив держави на тарифи;
- вплив ключових постачальників.

Хоч на вплив від держави і не можна оказати прямиий ефект, а ось робота з постачальниками матиме найважливішу частину, яка зв'язана з ризиками підприємства.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

ВИСНОВКИ

Хоч ринок товарів та послуг для людей з обмеженими можливостями вже доволі непогано розвинувся за останні 200 років свого існування, ще є чимало людей у світі, яким би не забракло допомоги з їх основною проблемою і так як технології не стоять на місці, у епоху 21 століття це стає все більш можливим.

За минулі 20 років з'явилися такі речі, як визначники кольору, вимірник глюкози та інші інноваційні товари для людей з серйозними вадами чи взагалі повністю нездатних бачити. Вони надали серйозного поштовху усій цій індустрії і допомагають знаходити вирішення проблем для людей все більш та більш дивовижними способами.

З власних спостережень мені відомо, що сліпі люди найчастіше користуються диктофоном, аудіоплеєром, комп'ютером або буца змога записати попередньо надану інформацію, якщо в цей момент немає такої змоги, а потім, наприклад, шрифтом Брайля занотовують коротку, стислу інформацію для того щоб швидко переглянути перед іспитом студенту чи перед важливим докладом дорослій людині.

Тому створення такого GPS апарату, який дозволить спростити та прискорити переписання інформації за допомогою мовою Брайля, є дуже важливим, так як усе записане цією блютуз-гарнітурою буде передаватися у режимі реального часу і з приводу цього, повсякдення осіб з вадами зору помітно покращиться, так як вони зможуть:

-“бачити” відразу будь-яку перешкоду перед собою(будь то людина чи предмет);

-будуть попереджені про небезпечну ситуацію на вулиці(у разі її виникнення);

-буде в цей же момент надана інформації про автомобільний трафік на дорозі перед вами, колір світлофора, тобто буде прокладений найоптимальніший маршрут для людини.

Людина завжди має право вибору та яким чином вона хоче вчитися, працювати чи просто спокійно відпочивати. І на нашу думку, використання

такого пристрою нового типу у повсякденні людині з обмеженими
можливостями значно змінить ринок таких товарів на краще.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

Снісок використаних джерел

1. Соціальне підприємство як інструменти вирішення соціальних проблем: веб-сайт. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpriemnytstvo-efektyvnyy-instrument-podolannia-sotsial-nykh-vytkiviv-v-ukraini/
2. Соціальне підприємництво в Україні: веб-сайт. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalny-rozvitok/rozvitok-socialnogo-pidpriemnytstva-y-ukraini-ta-yogo-rol-u>
3. Сотула О.В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки О.В. Сотула. *Ефективна економіка*. 2014. №4: веб-сайт. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988> (дата звернення 26.10.2021).
4. Попович Д.В. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства. Д.В. Попович, М.С.Б. Баранова. Молодий вчений. -2017. -№5. – С. 701-705. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_5_158. (дата звернення: 26.10.2021).
5. Соціальна робота для бізнесу: веб-сайт. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsialne-pidpriemnytstvo-vak-v-dpovyd-susplstva-na-sotsaln-potrebi
6. Кількість людей з вадами зору: веб-сайт. URL: http://cgz.vn.ua/problematika-gromadskogo-zdorovya/problematika-gromadskogo-zdorovya_524.html (дата звернення 26.10.2021)
7. Історія створення звичайної тростини: веб-сайт. URL: <http://www.trosti.com.ua/ua/history.html> (дата звернення 26.10.2021).
8. Біла тростина, що із себе являє і яка різниця зі звичайною: веб-сайт. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/White_cane (дата звернення 26.10.2021).
9. Як біла тростина стала визначним відкриттям: веб-сайт. URL: <http://dherbemont.free.fr/en/textes/cannes.html> (дата звернення 26.10.2021).
10. Міжнародний день білої тростини: веб-сайт. URL: <http://inva.tv/obzory-i-stati/10693-den-beloj-trocti> (дата звернення 26.10.2021).

11. Новітня ультразвукова тростина: веб-сайт. URL: <http://www.mobiledevice.ru/sonic-primpo-trost-dia-slepih-ultrazvuk.aspx> (дата звернення 26.10.2021).
12. Говорящий визначник кольору: веб-сайт. URL: <https://www.smartaids.ru/catalog/product/govoryashchiy-opredelitel-tsveta-colorino-aystriya/> (дата звернення 26.10.2021).
13. Вимоги щодо тренування собак-провідників: веб-сайт. URL: <https://poradum.com.ua/the-hands/doglyad-za-tvarinami/63450-sobaka-povodir-poroda-krashhix-foto-skilki-koshtuye.html> (дата звернення 26.10.2021).
14. *Froling, Joan.* International Association of Assistance Dog Partners: веб-сайт. URL: <https://www.iaadp.org/tasks.html> (дата звернення 26.10.2021).
15. Компанія AmbuTech: веб-сайт. URL: <https://ambutech.com/pages/about> (дата звернення 26.10.2021).
16. Тростини AmbuTech, яким є один із найпопулярніших виробників: веб-сайт. URL: <http://www.trosti.com.ua/ambutech.html> (дата звернення 26.10.2021).
17. Історія компанії ТМ Garcia: веб-сайт. URL: <https://www.garcia1880.com/en/garcia-1880/> (дата звернення 26.10.2021).
18. Іспанський виробник тростин ТМ Garcia: веб-сайт. URL: <https://prom.ua/p497060723-trost-garcia-classico.html> (дата звернення 26.10.2021).
19. Італійський виробник тростин OSD: веб-сайт. URL: <https://csd.ua/about/> (дата звернення 26.10.2021).
20. Компанія CareTec, історія та становлення: веб-сайт. URL: <https://www.caretec.at/Information/AboutUs> (дата звернення 26.10.2021).
21. Австралійський визначник кольору для сліпих: веб-сайт. URL: <http://www.trosti.com.ua/color.no.html> (дата звернення 26.10.2021).
22. Російська версія визначника кольору для людей з обмеженими можливостями: веб-сайт. URL: <http://www.trosti.com.ua/ua/raduga-02.html> (дата звернення 26.10.2021).
23. Критерії вибору собак-провідників: веб-сайт. URL: <https://dogcatfan.com/537-sobaki-povodvri.html> (дата звернення 26.10.2021).

24. Чому лабрадор є одним із найкращих виборів на роль собаки-провідника: веб-сайт. URL: <https://sobaka.guru/porody/povodyni-dva-slepvyh/> (дата звернення 25.10.2021).

25. Статистика незрячих людей по світу: веб-сайт. URL: <https://www.thomasnet.com/insights/smart-cane-helps-blind-people-navigate-the-world/> (дата звернення 26.10.2021).

26. Чичун. В. А., Паламарчук В. Д. Бізнес-планування як фактор успішності підприємницької діяльності. *Соціум. Наука. Культура.* – 2010. – 21(18). – 86с. – С. 58-63.

27. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник. Алексєєва М. М. – К.: Фінанси і статистика, 2011. – 248 с.

28. Відомі люди з відсутністю зору: веб-сайт. URL: <https://lala.lanbook.com/kak-vysokie-tehnologii-izmenili-zhizn-nezryachih-lyudej> (дата звернення 26.10.2021)

29. Сертифікат відповідності системи менеджменту якості вимогам міжнародного стандарту ISO 9001: 2015: веб-сайт. URL: <https://ukrpatent.org/uk/articles/certificates> (дата звернення 26.20.2021)

30. Кількість населення планети Земля: веб-сайт. URL: <https://androidinsider.ru/analitika/interesnaya-statistika-smartfony-soczseti-internet.html> (дата звернення 26.20.2021)

31. Статистика користування смартфоном за 2018 рік у світі: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/> (дата звернення 26.20.2021)

32. Статистика користування мережі інтернет у світі: веб-сайт. URL: <http://mobile-review.com/news/kazhdyj-chetvertyj-polzovatel-smartfona-provodit-s-nim-bolee-7-chasov> (дата звернення 26.20.2021)

33. Користування смартфонами в Україні: веб-сайт. URL: <https://itc.ua/news/issledovanie-45-vseh-vzroslyih-zhiteley-ukrainyi-uzhe-polzuyutsya-smartfonomi-a-k-2020-godu-ih-proniknovenie-vozrastet-do-70-infografika/> (дата звернення 26.10.2021).

34. Популярність смартфонів у 2019 році в Україні: веб-сайт. URL: <https://delo.ua/business/smarfonomi-polzuiutsja-bolee-poloviny-ukraincev-351535/> (дата звернення 26.10.2021).

35. Причини невдач початкових підприємців: веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/29630/> (дата звернення 26.10.2021)

36. Мета маркетингового плану: веб-сайт. URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/toma-4/4-1-planuvanna-marketingu> (дата звернення 26.10.2021)

37. Деліні М.М., Охріменко Я.А. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору [Електронний ресурс]: зб. матеріалів IV міжнар. наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2020 р.) – Київ: НУБіП України, 2020. С. 108-109.

38. Dielini M., Okhrimenko Ya. Development of innovative accessories for the visually impaired. XIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми глобалізаційних процесів в світовій економіці» Київ, 18 березня 2021 р., Київ: НАУ, 2021. С. 280-284.

39. Деліні М.М., Охріменко Я.А. Тенденції використання смартфонів у світі. Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Роль молоді у розвитку АПК України», 22 квітня 2021 р., Київ: НУБіП. С. 89-90.

40. Суханова А.В. Міжнародний досвід фінансування інвестиційних проектів підприємств. Електронний журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління» 2019. №4(21). URL: http://www.eastneurope-ebrn.in.ua/journal/21_2019/53.pdf

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України