

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 008 ПЗ

**КИЧКИРУКА ВЛАДИСЛАВА
ВОЛОДИМИРОВИЧА**

2023 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

УДК 005.511(083.92)658.62

ПОДОЛЖЕНО ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Декан факультету аграрного
менеджменту

В.о. завідувача кафедри
виробничого та інвестиційного
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК (підпис) (ПІБ) 2023р. Тетяна ВЛАСЕНКО (підпис) (ПІБ) 2023р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему «БІЗНЕС-ПЛАН З ВИРОБНИЦТВА РЕКЛАМНО-ТОРГІВЕЛЬНОГО
ОБЛАДНАННЯ З ДЕРЕВА»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами
Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор Лідія ШИНКАРУК (підпис) (ПІБ)
Керівник магістерської кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент Тетяна ВЛАСЕНКО (підпис) (ПІБ)

Виконав Владислав КИЦКИРУК (підпис) (ПІБ студента)
КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В.о. завідувача кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту**

д.е.н., професор

Марина ДЕСИЦЬ

(підпис)

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Кичкирук Владиславу Володимировичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план з виробництва
рекламно-торгівельного обладнання з дерева»

затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-
правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела;
вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи актуальності такого підприємства землеробства.
2. Розробка бізнес-плану з виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева.
3. Надання пропозицій із підвищення конкурентоспроможності бізнес-плану.

Дата видачі завдання “30” грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Владислав КИЧКИРУК

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

РЕФЕРАТ

НУБІП України

магістерської кваліфікаційної роботи
Кичкирука Владислава Володимировича

**на тему: «Бізнес-план з виробництва рекламно-торгівельного обладнання з
дерева»**

НУБІП України

Кваліфікаційна магістерська робота складається з вступу, 3 розділів, висновків, 2 додатків, списку використаних джерел, який містить 33 найменування, 57 сторінок друкованого тексту, 8 рисунків і 7 таблиць.

В першому розділі проаналізовано внутрішній ринок торгово-рекламного обладнання з дерева, соціально-економічне значення такого підприємства та його особливості. Побудовано дерево цілей та дерево проблем проекту.

НУБІП України

У другому розділі кваліфікаційної магістерської роботи побудовано організаційно-виробничий план проекту, де підраховані початкові інвестиційні витрати, організаційна структура підприємства, побудована діаграма Ганта. Також побудовано фінансовий план проекту, де підраховано прогнозований фонд оплати праці, проаналізовані прогнозовані змінні та постійні витрати та їх структуру.

НУБІП України

У третьому розділі оцінено заплановану ефективність проекту, підраховано ключові показники ефективності та проведено їх аналіз. Також запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства: розширення ринків збуту, вихід на міжнародні ринки, підвищення якості продукції та зменшення собівартості.

НУБІП України

Висновки аналізують доцільність реалізації проекту, необхідні корективи, уточнення деяких аспектів та альтернативні шляхи у разі невдач на тій, чи іншій стадії імплементації проекту, визначено рівень затребуваності продукції її ніша та образ майбутнього клієнта.

НУБІП України

Ключові слова: цільова аудиторія, інноваційні рішення, маркетингова стратегія, інвестиції та фінансування, стратегія розвитку, фінансовий план.

ЗМІСТ

НУБІП України

ЗМІСТ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОРГОВО-РЕКЛАМНОГО
ОБЛАДНАННЯ 9

1.1 Аналіз внутрішнього ринку торгово-рекламного обладнання з дерева 9

1.2 Соціально-економічне значення підприємства з виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева 15

1.3 Особливості виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева 19

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧИЙ ТА ФІНАНСОВИЙ ПЛАНИ
ПРОЕКТУ 26

2.1 Організаційно-виробничий план проекту 26

2.2 Фінансовий план проекту 31

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОЕКТУ 41

3.1 Оцінка ефективності проекту 41

3.2 Шляхи підвищення конкурентоспроможності проекту 45

ВИСНОВКИ 53

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 55

ДОДАТКИ 59

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок послуг рекламного характеру досить великий, він постійно розширюється. Попит на послуги постійно зростає, обсяг робіт, що надаються також. В даному виді бізнесу відсутня сезонність, якщо оцінювати весь сектор. Сезонність підприємств, що звертаються за рекламою, впливає на роботу незначно. Основна маса ринку звертається за рекламними послугами на постійній основі. Тому актуальність **бізнес-плану для підприємства з виробництва торгово-рекламного обладнання з дерева** зумовлюється зростаючим попитом на якісне обладнання, а це створює можливості для підприємств в цьому секторі. Важливо правильно визначити цільову аудиторію, конкурентне перевагу та використовувати інновації для досягнення успіху на ринку.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання створення і функціонування галузі розкриті в наукових працях М. Тимофєєва, М. Барщевський, та В. Мірошніченко, А. Мазаракі, Г. Голодюк та інші, які досліджували використання дерева в рекламному та торговельному дизайні та новітні технології виготовлення такої продукції; **бізнес-планування та інвестиції** в дану галузь досліджувалися в наукових працях Т. Власенко, В. Покропивний, М. Діденко, Л. Шинкарук. Слід зауважити, що недостатньо висвітленими залишаються питання **бізнес-планування з організації виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева**. Необхідність теоретичних засад розроблення **бізнес-планів з вирощування з врахування світового досвіду та особливостей економіки України** зумовлюють актуальності дипломної роботи.

Мета дослідження - отримання теоретичних та практичних знань та навичок щодо механізму рекламно-інформаційної діяльності. Реалізація поставленої мети зумовила до вирішення таких завдань:

- ✓ провести аналіз внутрішнього та зовнішнього ринків торгово-рекламного обладнання з дерева;
- ✓ вивчити технологічні та регіональні особливості виготовлення торговельного обладнання;

✓ розробити ефективний бізнес-план з відкриття виробництва;
 ✓ скласти організаційно-виробничий план;
 ✓ надати пропозиції з реалізації проектів.

Об'єкт дослідження є процес планування та реалізації бізнес-плану виробництва з виготовлення торгового-рекламного обладнання з дерева та управління капіталом.

Предмет дослідження. При створенні бізнес-плану для підприємства з виробництва торгового-рекламного обладнання з дерева, предметом дослідження є різні аспекти, які пов'язані з розробкою, виробництвом та комерціалізацією продукції.

Методи дослідження. В процесі написання магістерської кваліфікаційної роботи було застосовано сукупність загальноприйнятих методів і прийомів наукового пізнання. Теоретичною і методичною основою досліджень стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем теорії і практики планування та організації бізнес-діяльності, законодавчі та нормативні акти

У процесі дослідження використані такі методи економічних досліджень: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний (сучасний стан та перспективи грибоного бізнесу в Україні), розрахунково-конструктивний та експериментальний (бізнес-план відкриття підприємства з вирощування грибів) та інші.

Інформаційною базою для дослідження були законодавчі та нормативні акти Верховної Ради та Уряду України, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, наукові літературні джерела

При написанні застосовувались методи дослідження, які дозволяють вирішити завдання дослідження:

Апробація результатів дослідження опублікована в збірнику VI міжнародної науково-практичної конференції (17-18 листопада 2022 р.) «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору», що підтверджено тезами, С. 67-69.

Кваліфікаційна магістерська робота складається з вступу, 3 розділів, висновків, 2 додатків, списку використаних джерел, який містить 33 найменування, 57 сторінок комп'ютерного тексту, в тому числі 8 рисунків і 7 таблиць.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 10. АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОРГОВО-РЕКЛАМНОГО ОБЛАДНАННЯ

1.1 Аналіз внутрішнього ринку торгово-рекламного обладнання з

дерева.

Економічна система, яка заснована на ринковій моделі, ставить перед підприємством вимоги ефективної діяльності в умовах самофінансування та вільного вибору сфери діяльності. Ці головні принципи ринкової економіки вимагають від підприємства перманентного аналізу ефективності його діяльності з метою оперативного та довгострокового планування.

Ось деякі ключові аспекти, які виникають з цих принципів:

- Самофінансування: Підприємства в ринковій економіці повинні фінансувати свою діяльність з власних ресурсів або за рахунок приватних інвесторів, банківського кредиту тощо. Це вимагає від підприємств раціонального використання ресурсів та виробництва товарів і послуг, які в змозі приносити прибуток.

- Вільний вибір виду діяльності: У ринковій економіці підприємства мають свободу вибору, яку галузь або вид діяльності вони бажають розвивати. Це сприяє конкуренції та інноваціям, оскільки підприємства шукають оптимальні шляхи для досягнення успіху на ринку.

- Аналіз ефективності: Підприємства повинні постійно аналізувати свою діяльність для визначення ефективності виробництва, управління ресурсами та задоволення потреб ринку. Аналітика допомагає вдосконалювати процеси та приймати ефективні рішення.

- Оперативне та довгострокове планування: Підприємства повинні мати як оперативний, так і довгостроковий плани, щоб забезпечити сталу діяльність і досягнення стратегічних цілей. Оперативне планування допомагає керувати поточними задачами, а довгострокове - розвивати більш глибоку стратегію розвитку.

• Конкуренція: Ринкова економіка базується на конкурентному середовищі, де підприємства змушені змагатися за клієнтів та ресурси. Це сприяє підвищенню якості товарів і послуг і стимулює інновації.

• Гнучкість та адаптація: Підприємства повинні бути гнучкими та готовими адаптуватися до змін на ринку та внутрішніх умов. Це включає в себе реагування на зміни попиту, нові технології та законодавчі вимоги.

Загалом, ринкова економіка ставить перед підприємствами вимоги щодо ефективності, конкурентоспроможності та адаптації до змін, що сприяє розвитку та інноваціям у бізнес-середовищі.

Щоб досягти успіху в конкурентній боротьбі, ефективне планування, організація виробництва та управління дозволяють підприємству виграти своїми витратами. Причина цього в тому, що ефективна організація, організація виробництва та управління роботою обходяться дешевше. Це пов'язано з тим, що ефективна організація, організація виробництва і управління є

Щоб знизити ціну на свою продукцію, ви можете знизити ціну на свою продукцію та стати більш конкурентоспроможними з точки зору цін. Як ефективна компанія, ви можете знизити ціни на свою продукцію та стати більш конкурентоспроможними.

Успішне підприємство має можливість скоротити свої витрати, отримати прибуток від господарської діяльності та зайняти кращу позицію на ринку. Підприємство здатне знизити собівартість своєї продукції і зайняти більш вигідну позицію на ринку, отримуючи при цьому прибуток і ведучи прибуткову господарську діяльність. Варто витратити час на розвиток ефективної господарської діяльності, оскільки це дозволяє отримати кінцевий продукт з мінімальними затратами ресурсів, як трудових, так і матеріальних, що забезпечує збереження природних енергетичних та екологічних ресурсів у державі та суспільстві в цілому.

Насправді ефективна господарська діяльність є важливою потребою часу не лише для підприємства та його учасників, але й для всієї держави, а також для всієї держави в цілому. [8]

Висока ефективність сучасного виробництва може бути досягнута лише за рахунок використання нового ресурсозберігаючого обладнання. Наприклад, високої ефективності сучасного виробництва можна досягти лише за рахунок використання нового ресурсозберігаючого обладнання. При розробці або модернізації промислової продукції необхідні капіталовкладення для капітальних вкладень у розробку або модернізацію промислової продукції. Можна скласти об'єктивне уявлення про можливості розвитку, шляхи просування продукції на ринку та ціни. Бізнес-план дає можливість скласти об'єктивне уявлення про розвиток виробництва, шляхи просування товару на ринок, ціну, потенційний прибуток, інші фінансово-економічні результати діяльності підприємства.

Бізнес-плани дають об'єктивне уявлення про можливості розвитку виробництва, способи просування товару на ринок і ціну. Бізнес-план є хорошим прикладом можливого шляху розвитку продукції з метою залучення споживачів, способів її реалізації на ринку, собівартості, рентабельності, основних фінансово-економічних результатів діяльності підприємства, визначає зони ризику та пропонує шляхи їх зниження. Бізнес-план корисний для будь-якої компанії, незалежно від розміру, капіталізації, рівня діяльності, місця розташування, структури та організаційної форми. Його можна використовувати в будь-якій ситуації: він повинен бути великим, малим, середнім або великим, тим самим визначаючи розмір, капіталізацію, рівень діяльності, місце розташування, структуру, легальність та організаційну форму компанії. При цьому він вирішує як внутрішні, так і зовнішні завдання, пов'язані з управлінням підприємством. А також інші види діяльності, які обумовлені створенням або налагодженням контактів з іншими. Здатність вирішувати внутрішні завдання, як в управлінні своїм підприємством, так і зовнішні за рахунок встановлення контактів і зв'язків з іншими компаніями та організаціями. Можливе вирішення як внутрішніх завдань, пов'язаних з управлінням своїм підприємством, так і зовнішніх за рахунок встановлення контактів і зв'язків з іншими компаніями та організаціями.

Поліпшення інвестиційного клімату та стабілізація економічної кон'юнктури стоять перед вітчизняними компаніями із завданням розвитку нових напрямів розвитку. Дуже важливою мрією багатьох бізнесменів і

підприємців є можливість отримати фінансову підтримку, інвестиції або кредит для реалізації нових перспективних проєктів, виходу на нові ринки або

зміцнення старих позицій. Бажаною мрією багатьох бізнесменів і підприємців є можливість отримати фінансову підтримку, інвестиції або кредит для реалізації перспективних проєктів, відкриття нових ринків або зміцнення колишніх позицій. [12]

На даний момент, як показала практика, необхідною умовою отримання грошей від фінансуючої сторони (будь то інвестиційна компанія, банк або будь-який фонд) є професійно складений і грамотно написаний бізнес-план. Бізнес-

план - це продукт внутрішньої управлінської діяльності, а також важливий інструмент управління, який використовується в сучасній ринковій економіці

незалежно від масштабів і сфери діяльності та форм розвитку підприємництва. Бізнес-план - це не банк, він потрібен підприємству.

Це дозволяє окреслити та сформулювати проблеми, з якими доведеться зіткнутися для досягнення поставлених цілей, а також запропонувати їх вирішення. [10] Крім того, важливо розглядати бізнес-план як об'єктивний і

точний аналіз підприємницької діяльності фірми і водночас є необхідним інструментом для прийняття проєктних та інвестиційних рішень відповідно до

вимог ринку. Правильні напрями використання капітальних вкладень для покращення діяльності підприємства є одним з важливих завдань будь-якої господарської організації.

Бізнес-планування в організації має багато позитивних ефектів: воно не тільки важливо організувати, але й передбачає ретельний аналіз і розробку, але

воно також має великий потенціал для організації: воно чітко координує діяльність усіх учасників бізнесу, це допомогло передбачити можливі ризики та зменшило можливу небезпеку. Він надає інформацію про те, як керувати

ефективними рішеннями. Цим визначається важливість розгляду теми бізнес-планування. [3]

Важливою частиною ринку послуг рекламного та торгового обладнання є масштабний ринок, який постійно розширюється. Яким чином його можна

охарактеризувати? В середньому, попит на послуги постійно зростає, як і обсяг її роботи. Якщо розглядати весь сектор, то в цьому виді бізнесу немає сезонності. Якщо оцінювати весь сектор, то він не буде сезонним. (Наприклад, сезонність рекламних компаній мало впливає на роботу. На сезонність підприємств, які

потребують рекламної кампанії, сезонність не впливає. На постійній основі рекламними послугами користується більшість людей на постійній основі.

Основна частина ринку використовує рекламні послуги для розширеного використання. Цей сегмент ринку є найбільш перспективним серед усіх доступних послуг.

Сьогодні цей сектор ринку є найбільш перспективним серед усіх доступних послуг. У сучасному світі успіх практично будь-якого бізнесу залежить від реклами. Це є причиною того, що можна говорити про високий рівень попиту. По рекламно-торговельному обладнанню ринок компаній з

виробництва становить не більше половини. Вхід на ринок дуже простий. У результаті цього виду бізнесу важливо проявляти креативність і гнучкість у роботі. В ідеальній ситуації керівником компанії буде досвідчена людина, яка знає, що працює в цій сфері. Наприклад, у цій ніші важко регламентувати роботу.

Підприємець не знає справи і не може контролювати власну діяльність. По-перше, він може сам брати участь у рекламних кампаніях. [4]

При захопленні частини ринку важко потрапити в це поле. Найскладніше в цій сфері – захопити частину. Наприклад, сьогодні існує безліч виробників і постачальників класичного торгового обладнання. Основними конкурентами

будуть великі компанії, які надають як найширший спектр послуг, так і обслуговують певний сегмент ринку. Чому варто боротися з такими серйозними конкурентами? Якщо ви хочете розвивати власні ідеї, варто підійти до розвитку власних ідей творчо. Докладіть додаткових зусиль, щоб робити хороші

пропозиції. Думаю, від якості залежатиме успіх справи. При цьому низька ціна навряд чи приверне великих клієнтів, але і завищувати її теж не варто. Середньоринкова ціна або трохи нижче – ідеальний варіант. Потенційним

покупцем будуть всі існуючі кафе і заклади громадського харчування в сучасному стилі, а також будь-які існуючі підприємства, де є запит на таку продукцію.

Сьогодні практично весь успіх підприємства залежить від просування продукції. Не дарма кажуть, що реклама - двигун торгівлі. Слід знати, що при виборі середнього сегмента основними клієнтами середнього цінового сегмента

будуть малі та середні кафе та інші заклади харчування. Найголовніше, що великі підприємства, як правило, звертаються до відомих і перевірених рекламних агентств. Спіймати таку «рибу» дуже складно.

Якісне торгово-рекламне обладнання із дерева може значно покращити спосіб презентації продуктів та послуг вашого підприємства та вплинути на його просування наступними способами:

- Естетика та візуальне приваблення: Використання дерева у торговому обладнанні може створювати природню, теплу та привабливу атмосферу, яка може залучати увагу клієнтів. Естетичний вигляд може бути привабливим для покупців і сприяти створенню позитивного враження про ваш бренд або продукцію.

- Створення індивідуальності: Унікальне торгове обладнання з дерева може відображати характер вашого бізнесу та виділяти його серед конкуренції.

Це може бути ключовим чинником для створення індивідуального образу підприємства та відчуття унікальності.

- Створення затишку та комфорту: Дерево надає відчуття природності та затишку. Використання його в торговому обладнанні може створити комфортні умови для клієнтів, спонукати їх до тривалішого перебування та сприяти бажанню повернутися.

• Підвищення довіри: Naturalні матеріали, такі як Дерево, часто сприймаються як якісні та надійні. Це може підвищити довіру споживачів до вашого бренду чи продукції, що впливає на їх вибір.

• Екологічна усвідомленість: У світлі зростаючої екологічної свідомості споживачів, використання дерева у торговому обладнанні може відобразити зобов'язання до екологічної відповідальності та стати додатковим привабливим фактором для покупців.

Вибір торгового обладнання із дерева повинен враховувати контекст вашого бренду, цільову аудиторію та специфіку продуктів чи послуг. Однак, якщо використовується належним чином, воно може стати потужним інструментом для просування та залучення уваги до вашого підприємства.

1.2 Соціально-економічне значення підприємства з виробництва

рекламно-торгівельного обладнання з дерева.

Оцінка соціально-економічного значення підприємства важлива для створення бізнес-плану, оскільки вона сприяє прозорості, впевненості зацікавлених сторін і допомагає підприємству досягати більш широких цілей, ніж тільки фінансові. Оцінка соціально-економічного значення підприємства є важливою частиною створення бізнес-плану з кількох причин:

• Стратегічне планування: Розуміння соціального і економічного впливу підприємства дозволяє ліпше спланувати стратегії розвитку, орієнтуючись на соціальні потреби та економічні цілі.

• Привернення інвестицій та фінансування: Інвестори, банки, грантодавці та інші фінансові установи все більше звертають увагу на соціальний вплив підприємства. Показники соціального значення можуть допомогти залучити інвестиції.

• Покращення відносин зі зацікавленими сторонами: Створення бізнес-плану, що відображає соціальну відповідальність, може позитивно вплинути на

співпрацю з клієнтами, партнерами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами.

- Створення конкурентної переваги: У сучасному бізнес-середовищі, показники соціальної відповідальності можуть стати додатковою конкурентною перевагою, допомагаючи підприємству відрізнятись від конкурентів.

- Створення довіри та лояльності: Підприємство, яке показує свою готовність доцільно використовувати свої ресурси для покращення соціального середовища, може заробити довіру та лояльність клієнтів.

- Відповідність нормативним вимогам: У багатьох країнах існують нормативи щодо соціальної відповідальності підприємств. Включення оцінки соціально-економічного впливу в бізнес-план допоможе відповідати цим вимогам. [5]

При створенні бізнес-плану для підприємства з виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева оцінка соціально-економічного значення грає значну роль з кількох причин:

- Стратегічне планування: Оцінка соціальних та економічних впливів допомагає розуміти, як ваше підприємство впливає на споживачів, працівників та місцеве середовище. Це дозволяє створити стратегії, які враховують цінності та потреби зацікавлених сторін.

- Привернення інвестицій: Інвестори, банки та фонди сприймають соціальну відповідальність як важливий аспект для розгляду бізнес-проекту.

Показники соціального впливу можуть вплинути на рішення щодо надання фінансування.

- Конкурентна перевага: Відповідальність підприємства може стати ключовим фактором у відмінності від конкурентів та виграти лояльність споживачів, які все більше віддають перевагу брендам з акцентом на соціальну відповідальність.

- Розвиток стосунків зі зацікавленими сторонами: Створення бізнес-плану, який відображає соціальну відповідальність, може покращити взаємодію з клієнтами, партнерами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами.

• **Відповідність нормативам.** У деяких регіонах ініціативи, які спрямовані на соціальну відповідальність, є нормативною вимогою для підприємств. Включення соціально-економічних показників у бізнес-план допомагає відповідати цим вимогам. [7]

Оцінка соціально-економічного значення підприємства у виробництві рекламно-торгівельного обладнання з дерева важлива для створення бізнес-плану, оскільки вона допомагає підприємству краще розуміти свій вплив та досягати більш широких цілей, включаючи соціальні та економічні цінності.

Підприємство з виробництва рекламно-торгівельного обладнання з дерева може мати значний соціально-економічний вплив:

• **Створення робочих місць:** Завдяки виробництву цього обладнання підприємство може створити робочі місця як для спеціалістів у виробництві, так і в супровідних секторах, таких як дизайн, маркетинг, транспорт і торгівля.

• **Розвиток місцевої економіки:** Підприємство може сприяти розвитку місцевої економіки, залучаючи ресурси та приваблюючи інвестиції в регіон, де воно знаходиться.

• **Розвиток промисловості:** Виробництво обладнання з дерева сприяє розвитку галузі обробки деревини, стимулюючи інновації та вдосконалення технологій в цій сфері.

• **Зменшення екологічного впливу:** Якщо підприємство дотримується екологічних стандартів і використовує виробництво, що сприяє збереженню довкілля, воно може сприяти зменшенню впливу на довкілля та сприяти сталому виробництву.

• **Стимулювання креативності та дизайну:** Виробництво рекламно-торгівельного обладнання з дерева сприяє стимулюванню креативності і дизайну в галузі виробництва, що може мати додатковий соціальний вплив на культуру та творчий розвиток.

• **Підтримка місцевих бізнесів.** Якщо підприємство працює з місцевими підприємствами для постачання сировини чи послуг, це може сприяти підтримці інших місцевих бізнесів.

Таке підприємство може мати широкий соціально-економічний вплив, сприяючи розвитку економіці та сприяючи створенню сприятливого середовища для бізнесу та споживачів.

Оцінка соціального впливу підприємства, яке займається виробництвом рекламно-торгівельного обладнання з дерева, може бути проведена через ряд методів та показників. Нижче наведено кілька можливих шляхів оцінки:

- Створення соціальних показників: Це включає в себе аналіз впливу вашого підприємства на місцеве співтовариство, створення робочих місць для місцевих мешканців, підтримку місцевих постачальників та вплив на економіку регіону

- Оцінка довкілля: Оцінка екологічного впливу вашого підприємства може бути важливим показником соціальної відповідальності. Це включає утилізацію відходів, використання енергоефективних технологій та загальний вплив на природні ресурси.

- Відносини з персоналом: Оцінка та поліпшення умов праці, соціальні пакети для працівників, можливості для розвитку, дотримання прав людини та інші аспекти, які стосуються вашого персоналу.

- Співробітництво з місцевими спільнотами: Активна участь у розвитку та підтримці місцевих спільнот, програми спонсорства, соціальні та освітні ініціативи можуть також бути частиною оцінки соціального впливу.

- Вплив на розвиток галузі: Як ваше підприємство сприяє розвитку галузі, сприяє інноваціям та створенню нових стандартів виробництва та дизайну.

Для оцінки соціального впливу підприємства, можна використовувати різні інструменти, такі як методика Impact Reporting and Investment Standards (IRIS), Social Return on Investment (SROI) або Global Reporting Initiative (GRI). Ці методи дозволяють систематизувати та оцінити різні аспекти соціального впливу та представити їх у вигляді конкретних числових або якісних показників. [8]

Давайте розглянемо деякі методики оцінки соціального впливу:

- **IRIS (Impact Reporting and Investment Standards):** Це стандарт, розроблений для визначення, вимірювання та аналізу соціального впливу. IRIS

надає загальні стандарти та метрики для різних соціальних ініціатив, дозволяючи організаціям порівнювати та аналізувати свої соціальні показники. Ця методика охоплює широкий спектр аспектів, включаючи економічні, соціальні та екологічні вимірювання.

- **SROI (Social Return on Investment):** SROI орієнтований на вимірювання соціального впливу у вираженні монетарних показників. Він допомагає оцінити вартість соціальних результатів та користі, що виникають внаслідок соціальних програм або діяльності підприємства. SROI вимірює соціальний вплив у грошовому виразі, що дозволяє порівнювати ефективність різних програм.

- **Global Reporting Initiative (GRI):** Це найпоширеніша методика для звітування про сталість та соціальну відповідальність підприємств. GRI встановлює стандарти для звітності про економічні, соціальні та екологічні впливи підприємства. Ця методика орієнтована на систематичне збирання та звітування про соціальні та екологічні показники. [9]

Кожна з цих методик має свої переваги та може бути використана в залежності від конкретних потреб оцінки соціального впливу підприємства.

Вони допомагають підприємствам систематизувати і вимірювати свої соціальні досягнення, створюючи основу для подальшого поліпшення та розвитку стратегій, спрямованих на соціальну відповідальність.

1.3 Особливості виробництва рекламно-торгівельного обладнання з

дерева

Для створення рекламного обладнання з дерева виробництво торгово-рекламних меблів з дерева має свої особливості. Це визначається властивостями даного матеріалу і вимогами до продукції. Наприклад, ось деякі з основних виробничих особливостей: Вибір і обробка деревини, деревину слід вибирати з урахуванням породи, кольору, розміру для задоволення бажаних вимог. Найпопулярнішими породами деревини для такого обладнання є дуб, вільха та

інші види сосни. Необхідно підібрати матеріал і після вибору матеріалу проводиться обробка деревини, включаючи різання, шліфування та лакування.

Часто виготовляється на замовлення. Обладнання для мерчандайзингу в основному виготовляється на замовлення, яке, в свою чергу, враховуватиме індивідуальні вимоги та специфікації замовника. У цьому випадку необхідно розробити та виготовити унікальні конструкції за допомогою професійного програмного забезпечення. [10]

Розгляд міцності та довговічності є важливими аспектами у виробництві, оскільки обладнання має витримувати навантаження. А також вплив перепадів температури або спеки в приміщенні. Для забезпечення міцності можуть застосовуватися зміцнюючі арматурні та підсилювальні конструкції. Арматурні конструкції і конструкції можна використовувати для оздоблення дерев'яної

техніки декорується і декорується для створення ефектного вигляду. Для створення естетичного вигляду можна використовувати різьблення, розпис, патинування та інші техніки. Це може включати використання різьблення, розпису або фарби для створення естетичного вигляду. [13]

Виробник дерев'яного обладнання повинен дотримуватися відповідних стандартів безпеки та пожежної безпеки, зокрема, якщо обладнання використовується в промислових місцях, де існують суворі вимоги пожежної безпеки. Необхідно враховувати тривалість служби обладнання піддається інтенсивній експлуатації, тому необхідно враховувати тривалість служби, зносостійкість і можливість ремонту та оновлення.

Виготовлення торгового-рекламного обладнання для з деревини – це складний процес, який вимагає комбінованих навичок проектування, проектування та будівництва. Інноваційне та функціональне обладнання, що відповідає потребам клієнтів бізнесу та торгівлі. [22]

Такий підхід дозволяє створювати унікальне, функціональне обладнання, яке відповідає потребам клієнтів бізнесу та торгівлі. Основними завданнями створення розрахункової роботи є:

- Формування креативного мислення для продукування бізнес-ідей

• Формування креативного мислення для продукування бізнес-ідей
 • Розвиток і забезпечення навичок ефективного прийняття управлінських рішень

- Реалізація ідеї на основі наукового підходу

• Розуміння сучасних методів проектування
 • Оволодіння новою технікою та прийомами проектування

Крім того, враховувати особливості виробництва та ціноутворення продукції. Для усунення або зменшення негативного впливу підприємницьких ризиків важливо визначити та розробити заходи щодо їх усунення або зменшення.

Для створення маркетингового аналізу ринку ми проведемо аналіз його ринку, створивши так зване дерево цілей і дерево проблем.

Дерево цілей і дерево проблем - це інструменти структурування та візуалізації інформації, які використовуються в різних сферах, таких як менеджмент, прийняття рішень з управління проектами.

Дерево цілей - це інструмент для організації даних, які можна використовувати в багатьох сферах діяльності організації: управління проектами, прийняття рішень або інші сфери. Необхідно зрозуміти і систематизувати цілі і завдання, а також розглянути можливі проблеми в майбутньому і шляхи їх вирішення.

Цей інструмент корисний для аналізу, планування та прийняття рішень у багатьох різних сферах. В управлінні бізнес-проектами державного сектора або особистого життя можна використовувати обидва ці інструменти. Щоб досягти або вирішити проблеми, вони допомагають у розробці кращих планів і методів. Вони допомагають зрозуміти структуру цілей і проблем і розробити кращі стратегії їх досягнення або вирішення. [33]

Дерево проблем - це інструмент, який використовується для систематичного аналізу проблеми або складної ситуації.

Воно допомагає розібратися в причинах і наслідках конкретної проблеми, ідентифікувати ключові фактори, які призвели до виникнення проблеми, і визначити можливі шляхи для її вирішення.

Основні елементи дерева проблем можуть виглядати наступним чином:

- Центральна проблема
- Головні причини
- Підгрунття причин
- Наслідки

Дерево проблем допомагає визначити, які аспекти потрібно вирішити для подолання проблеми, і надає важливий інструмент для подальшого аналізу та планування дій щодо вирішення проблеми або удосконалення ситуації.

Він часто використовується в управлінні проектами, стратегічному плануванні, соціальній роботі та інших галузях.

Дерево проблем та дерево рішень прикріплено в Додатках – Додаток А, Додаток Б.

Це ієрархічний візуальний образ досягнення мети; головна мета досягається ціною комплексу другорядних і додаткових завдань. Дерево цілей - це ієрархічне візуальне представлення успіху, в якому головна мета досягається за рахунок інших цілей. Дерево видимості цілей є методом побудови, якщо воно було в процесі виробництва. Спосіб побудови цього дерева здавна використовується при плануванні виробничих процесів.

Але, звичайно, охоплений нескінченно великою кількістю термінів (життєвий цикл і делегування повноважень), а також те, що він не тільки охоплений багатьма термінами (життєвий цикл, життєвий цикл, делегування повноважень тощо). У зв'язку з цим я вирішив приділити увагу саме успіху людини, а не лише розвитку дерева цілей. Виходячи з цього, мій блог присвячений успіху окремої людини, а також розвитку великого підприємства – з цього я беру сили показати просту структуру з прикладом її реалізації. [11]

Для зв'язку загальної мети з можливими шляхами її досягнення, сформульованими у вигляді завдань для окремих виконавців, будується «дерево

цілей». Декомпозиція використовується для побудови «дерева цілей» для зв'язку загальної мети зі способами її досягнення, сформульованими у вигляді завдань для окремих виконавців. Відповідно до побудови «дерева цілей» будь-яким

методом можна побудувати «дерево цілей» з такими якостями цілей, як: узгоджена підпорядкованість; можливість розгортання; відносна важливість.

На даний момент при декомпозиції цілей недоцільно використовувати одночасно різні методи в одному «дереві цілей», навіть якщо його особливості це дозволяють. Наприклад, ви можете побудувати два «дерева цілей», створивши

2 різні методи (якщо мета дозволена), а потім порівняти їх із результатами.

Метод де-агрегування цілей використовується для формалізованих цілей, які найчастіше характеризують реальні або існуючі речі. [10]

Метод де-агрегування цілей використовується для формалізованих цілей, які здебільшого характеризують об'єкти, які фактично існують або створюються.

Протягом життя підприємства в умовах ринкової економіки довгострокова прибутковість є безперечним джерелом інвестицій, які забезпечують життєздатність і розвиток його підприємства, враховуючи це, можна сподіватися на інші цілі підприємства.

Щоб досягти завдань, вони є способами виконання місії і допомагають формувати стратегії. Компанія може визначити першу чи другу мету в кожному сегменті ринку, і вона може бути визначена сама. Тоді це знайде своє вираження в наборі планів, які створюють лідерство на ринку, а не зосереджуються на

конкретному сегменті ринку. У будь-якому випадку, незалежно від того, якою є місія компанії, ціллю компанії є максимізація добробуту акціонерів і окремих осіб.

Це можливо за умови позитивного іміджу в організації - основного капіталу, який дає прибуток у довгостроковій перспективі. «Дерево» задач - це неорієнтований граф, який не має ланцюжків, але зв'язний і непряморієнтований. Це сполучний неорієнтований граф, який не має замкнених ланцюгів. Я зауважив, що його конструкція має багато особливостей. Однак він також побудований з рядом особливостей. [28]

Кожна поставлена ціль забезпечується застосуванням заходів для досягнення її мети. Програма складається з усіх заходів, які реалізуються відповідним виробничо-управлінським підрозділом, сукупність яких кількісно визначений розмір, а також якісно-якісні співвідношення, розраховані в термінах і обсягах, разом із повнотою яких кількісно та якісно визначені в обсяг і умови, становить програму.

Створення системи програмного управління підприємством здатне: звільнити керівників від оперативного управління та координації з виконавцями для розробки програм; чітко встановити відсутність завдань, властивих поточному управлінню, а також контроль за ходом робіт шляхом наближення програмно-керівного апарату до виконавців і створення прямих горизонтальних зв'язків.

На цій основі були визначені цілі: спростити процес управління виробництвом, досягнувши його переважно до вирішення швидко виникаючих завдань.

Кожна програма має свою організацію, залежно від її особливостей, але, як правило, вона повинна містити такі органи: на вищому рівні управління - генеральний директор (або один із його заступників) і відповідний координаційно-дорадчий орган - комітет (технічний, економічний та ін.); на середньому рівні управління - керівник програми, а також служба штабу з планування, контролю та координації виконання відповідних техніко-економічних та інших програм; на нижчому рівні управління. У «Дереві проблем» є інструмент для аналізу проблем. «Дерево задач» - інструмент для аналізу розв'язання задач. [25]

Проблемою-наслідком не має сенсу займатися, якщо причина проблеми не з'ясована. Оскільки рішення всіх проблем має бути визначено в часі, то очевидно, що рішення всіх проблем має бути визначено в часі. Першу задачу слід структурувати на задачі першого, другого і т. д. порядку. Наприклад, необхідний загальний стратегічний план їх вирішення. Водночас для вирішення проблем цього етапу важливо на кожному етапі розробляти конкретні дії та плани, а також

спеціальні заходи щодо вирішення проблем цього етапу з коригуванням стратегічного плану за результатами раніше реалізованої проблеми.

Керівництво підприємства, використовуючи «дерево проблем», завжди матиме чіткі плани розвитку та вдосконалення виробництва та систему оперативного управління. Важливо розуміти, що керівник організації має чітку

планову систему дій щодо розвитку та вдосконалення виробництва та систему оперативного та стратегічного управління ним.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧИЙ ТА ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ПРОЕКТУ

НУБІП України

2.1 Організаційно-виробничий план проекту

Для реалізації проекту потрібно пройти декілька етапів. Для створення бізнесу в Україні потрібно зареєструвати підприємство та отримати необхідні дозволи та ліцензії, які можуть залежати від специфіки вашої діяльності.

Перш за все необхідно оформити юридичну особу. Якщо обирати реєстрацію ФОП, яку проводить державний реєстратор, в орган реєстрації необхідно надати заповнену реєстраційну картку, копію ідентифікаційного номера, та квитанцію про реєстраційний збір.

Для даного бізнес-проекту прийнято рішення за організаційно-правовою формою товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), на загальній системі оподаткування. При загальній системі податком обкладається прибуток підприємства (доходи фірми за вирахуванням витрат). У 2023 році ставка податку на прибуток становить 18% [14]. Планується, що виробництво буде успішним, а бізнес прибутковим, створення робочих місць.

Для виробничого приміщення потрібна невелика площа, адже виготовлятиме продукцію 2 майстри. Оренда приміщення у 50-80 кв.м. обійдеться значно дешевше, що вигідно для маленького підприємства.

В початковому асортименті підприємства буде наступні позиції:

- Набір для спецій із серветницею
- Чек-бук із шкіряною кишпенню
- Підставка для столових приборів
- Барний органайзер
- Настільний тримач планшету для каси
- Коробка для чайових
- Чайний органайзер
- Куточок споживача

НУБІП України

Процес виробництва готових виробів виглядає наступним чином: в

авторизованому креслярському програмному забезпеченні будується 2D-модель виробу, готова модель копіюється на лазерний верстат для різки фанери, де вирізаються готові запчастини, які готові до фарбування та збірки майстрами.

Таким чином, з на початковій стадії необхідно закупити наступне обладнання:

- Лазерний верстат для різання фанери
- Повітряний компресор із всіма необхідними насадками
- Комп'ютер
- Програмне забезпечення
- Пневмостеплер

НУБІП України

- Стусарські інструменти (шурупокрут, набір викруток)
- Розхідні матеріали (фарба, скоби для пневмостеплеру, клей)

На даному підприємстві планується створити 4 робочих місця, для початку.

НУБІП України

• **Фінансовий директор**, відповідатиме за керування фінансами компанії і забезпечення її фінансової стійкості та операційної діяльності.

• **2 майстри**, які займатимуться безперечно виготовленням продукції, моделювання виробів на програмному забезпеченні, фарбування та збірка готових виробів.

НУБІП України

• **Менеджер по роботі із клієнтами**, це спеціаліст, чия робота буде пов'язана з підтримкою та розвитком відносин з клієнтами, відповідальний за конверсію продаж, базова логістична робота (створення накладних та упаковка готових виробів)

НУБІП України

• Відправка виробів поштою, логістика сировини, Обладнання та розхідних матеріалів, маркетинг, керування загальним процесом у компанії,

Відповідальність щодо найму та звільнення персоналу покладені на директора підприємства.

Існує кілька можливостей, де можна купити обладнання для виробництва торгово-рекламного обладнання з дерева.

Щодо закупівлі сировини, вона буде здійснюватися по наступним цінам: 1 лист фанери – 680 грн, 1 кг цвяхів – 1120 грн, 1 банка фарби для малярних робіт – 980 грн.

Таблиця 2.1

Початкові інвестиційні витрати на відкриття виробництва рекламного торгового обладнання із дерева, грн

Обладнання	
Лазерний верстат для різання фанери	101 900
Повітряний компресор із всіма необхідними насадками	22 000
Комп'ютер	14 000
Програмне забезпечення	4600
Пневмостеплер	2500
Слюсарські інструменти (шурупокрут, набір викруток)	5000
Розхідні матеріали (Скоби для пневмостеплеру, клей)	5000
Приміщення	
Оренда приміщення (1 рік)	180 000
Закупівля сировини	
Фанера 100 листів	28 000
Фарба 10 л	7 000
Всього витрат	342 000

Джерело: розроблено автором.

Для створення робочого місця на підприємстві необхідно виконати ряд дій та виконати вимоги законодавства.

- **Визначення потреби в працівниках на підприємстві.** Це включає оцінку обсягу робіт та функцій, які потрібно виконувати, та визначення необхідної кількості працівників.

- **Розроблення вимог до кандидатів на робоче місце.** Необхідно визначити кваліфікаційні вимоги, досвід роботи та інші характеристики, які потрібні працівнику для виконання своїх обов'язків.

Ця схема є початковою складовою бізнес-плану та може бути змінена у відповідності до кон'юнктури ринку.

Таблиця 2.2

Прогнозований фонд оплати праці на підприємстві.

Розрахунок ФОП				
Посада	Заробітна плата Netto	Заробітна плата Gross	Кількість працівників в	Оплата праці, всього
Фінансовий директор	30 590	38 000	1	38 000
Майстер №1	24 150	30 000	1	30 000
Майстер №2	24 150	30 000	1	30 000
Оператор по роботі із клієнтами	20 125	25 000	1	25 000
Всього			4	123 000

Джерело: розроблено автором.

На цій доповненій таблиці видна розширена інформація, що стосується заробітної плати усім найманим робітникам. Відображена сума як і без податків, так і безпосередньо з доданим податком, що дає нам більш детальну інформацію з приводу виплат.

Діаграма Ганта - це інструмент для планування та управління проектами, який ілюструє графічно розклад проекту в часі. Вона дозволяє керівництву та учасникам проекту чітко визначити часові рамки та послідовність виконання завдань проекту, що сприяє ефективному плануванню та управлінню проектами.

складається з горизонтальних рядків, які відображають завдання та вертикальних стовпчиків, які відображають часові рамки проекту.

Таблиця 2.3.

Діаграма Ганта

Етапи проекту	Час початку проекту, дні	Тривалість, дні
Підписання інвест. договору	0	30
Внесення до держ. реєстру	20	20
Підбір місця розташування та оформ. документації	40	30
Придбання обладнання	70	35
Установка обладнання	105	10
Налаштування та перевірка обладнання	115	15
Найм персоналу	130	40
Навчання персоналу	170	40
Проведення маркетингової компанії	210	60

Джерело: розроблено автором.

Діаграма Ганта має численні користі та важливі застосування у проектному управлінні і управлінні завданнями. Вона може бути використана для розробки стратегій проекту, визначення основних етапів та завдань для досягнення мети.

Є потужним інструментом для управління проектами та завданнями, який допомагає планувати, виконувати та керувати роботою, а також збільшувати продуктивність та ефективність проектів.

Допомагає ефективно комунікувати із командою та стейкхолдерами, надаючи їм зрозумілу та легку для сприйняття інформацію про проект.

Хоча вона головним чином використовується для визначення та контролю за завданнями, строками та ресурсами у проектах, вона може також бути корисною при оцінці соціального впливу підприємства.

Діаграма Ганта дозволяє розкласти процеси та завдання на конкретні часові інтервали, роблячи їх візуально доступними та структурованими. Цей

графічний інструмент для планування та управління проектами може бути корисним при оцінці соціального впливу підприємства.

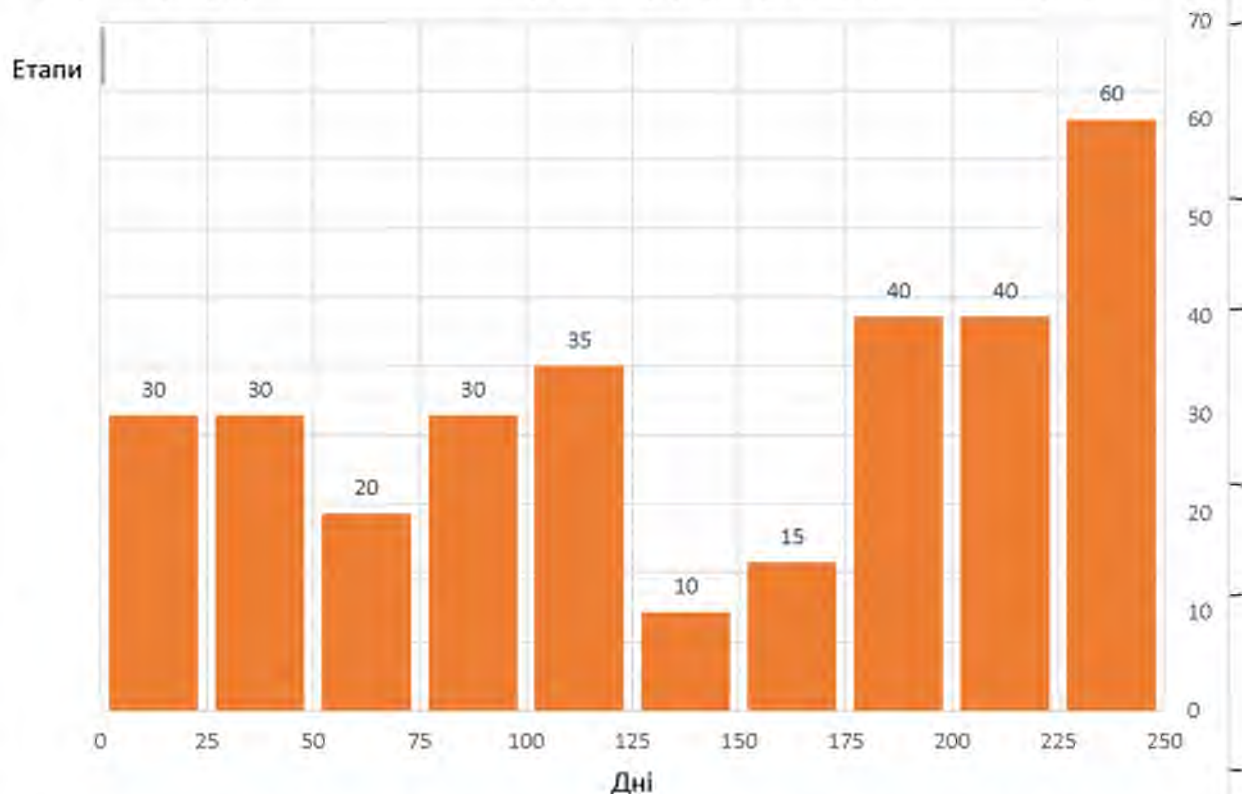


Рис 2.1. Діаграма Ганта

Джерело: розроблено автором.

Кожен рядок на діаграмі представляє окреме завдання проекту, а кожен стовпчик представляє часовий інтервал (наприклад, дні, тижні або місяці). Завдання проекту показуються на діаграмі у вигляді брили, довжина якої відповідає тривалості завдання, а початок та кінець вказуються на графіку.

2.2 Фінансовий план проекту

Фінансовий план проекту має відобразити розрахунки та очікувані фінансові показники проекту на певний період часу. Зазвичай фінансовий план включає наступні елементи:

- Прогнозований бюджет проекту. Це оцінка всіх витрат, пов'язаних з реалізацією проекту, таких як зарплати, оренда приміщення, матеріали, обладнання та інші.

• **Прогнозований дохід проекту.** Це оцінка всіх очікуваних доходів, які проект має забезпечити, наприклад, продаж продукції чи послуг.

• **Прогнозований чистий прибуток.** Це розрахунок різниці між очікуваним доходом та витратами. Цей показник показує, який прибуток проекту очікується забезпечити після покриття всіх витрат.

• **Прогнозований потік грошових коштів.** Це розрахунок потоку грошових коштів на протязі певного періоду часу. Це важливий показник, оскільки показує, коли очікується надходження грошових коштів та коли потрібно здійснювати витрати.

• **Аналіз чутливості.** Це оцінка впливу змін відповідних факторів на фінансові показники проекту. Наприклад, зміна цін на матеріали, зміни витрат на зарплати, зміна ринкових умов тощо.

• **Кошторисна оцінка.** Це оцінка вартості проекту, включаючи витрати на розробку, виробництво, маркетинг і реалізацію продукту або послуги.

• У фінансовому плані повинна бути також відображена детальна інформація про джерела фінансування проекту, такі як кредити, інвестиції, залучення акціонерів, гранти тощо.

Ці елементи допоможуть підприємству планувати свої фінансові ресурси і розраховувати рентабельність проекту.

Таблиця 2.4

Прогнозований фонд оплати праці

Посада	Заробітна плата після вирахування податків	Кількість працівників	Оплата праці, всього	ЄСВ
Фінансовий директор	30 590	1	38 000	8360
Майстер №1	24 150	1	30 000	6600
Майстер №2	24 150	1	30 000	6600
Оператор по роботі із клієнтами	20 125	1	25 000	5500
Всього	99 015	4	123 000	27060

Джерело: розроблено автором.

На даному підприємстві планується створити 4 робочих місця, для початку.

- Фінансовий директор, відповідатиме за керування фінансами компанії і забезпечення її фінансової стійкості та операційної діяльності.

- 2 майстри, які зайняті безперечно виготовленням продукції, моделювання виробів на програмному забезпеченні, фарбування та збірка готових виробів.

- Менеджер по роботі із клієнтами - це спеціаліст, чия робота буде пов'язана з підтримкою та розвитком відносин з клієнтами, відповідальний за конверсію продажів, базова логістична робота (створення накладних та упаковка готових виробів)

- Відправка виробів поштою, обладнання та облік розхідних матеріалів, маркетинг, керування загальним процесом у компанії, відповідальність щодо найму та звільнення персоналу покладені на директора підприємства.

Таблиця 2.5

Стаття доходів	Всього	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Набір для спецій із серветницею	2 126 242	401 182	399 671	428 627	441 664	455 098
Чек-бук із шкіряною кишенею	1 613 462	304 430	303 283	325 256	335 149	345 343
Підставка для столових приборів	1 874 751	353 731	352 398	377 929	389 424	401 269
Барний органайзер	2 407 128	454 180	452 469	485 251	500 010	515 218
Настільний тримач планшету для каси	1 014 129	191 347	190 626	204 437	210 655	217 063
Коробка для чайових	921 045	173 784	173 129	185 673	191 320	197 139
Чайний органайзер	6 275 026	1 183 981	1 179 520	1 264 976	1 303 452	1 343 098
Куточок споживача	1 210 096	228 323	227 462	243 942	251 362	259 007
Смітник для кав'ярні	1 401 164	264 374	263 377	282 459	291 051	299 903
Меню-плашкет	3 257 951	614 713	612 399	656 767	676 743	697 327
Дошка крейдова	970 037	183 028	182 338	195 549	201 497	207 625
Сумарно, в т.ч.	23 071 030	4 353 074	4 336 673	4 650 866	4 792 327	4 938 090

Джерело: розроблено автором.

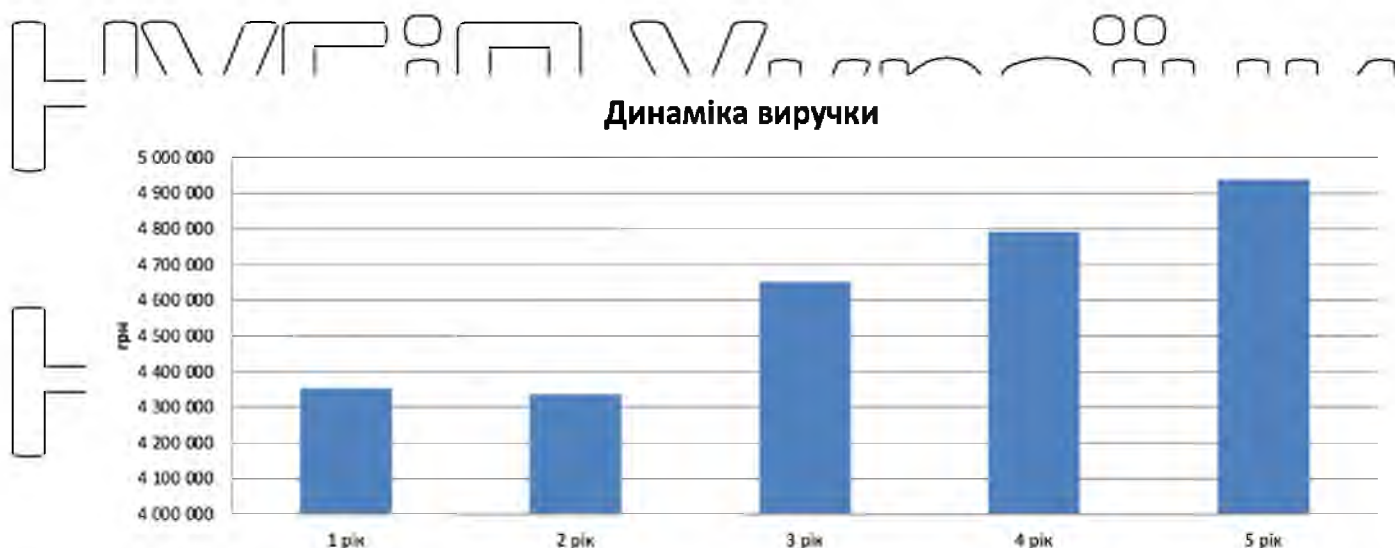


Рис 2.2. Динаміка виручки по роках

Джерело: розроблене автором.

Варто зазначити, що мінімальна тривалість цього проєкту для його окупності триватиме 5 років і за весь цей час дохід від проєкту (з урахуванням ПДВ) становитиме 23 071 030 грн. Сума ПДВ становитиме 4 614 206 грн. Отож, сума без податку становитиме 1 845 6824 грн.:

а) надходження за перший рік становитимуть 4 353 074 грн. (без податку 3 798 967 грн.);

б) надходження за другий рік становитимуть 4 336 673 грн. (без податку 3 941 954 грн.);

в) надходження за третій рік становитимуть 4 650 866 грн. (без податку 3 561 270 грн.);

г) надходження за четвертий рік становитимуть 4 792 327 грн. (без податку 3 646 592 грн.);

д) надходження за п'ятий рік становитимуть 4 938 090 грн. (без податку 3 727 091 грн.)

Аналіз динаміки витрат важливий при моделюванні бізнес-плану підприємства з кількох причин.

По-перше, аналіз динаміки витрат дозволяє підприємству оцінити, які витрати є стабільними, а які можуть змінюватись у залежності від різних

факторів. Це допомагає уточнити прогноз бюджету на майбутній період і дозволяє підприємству зробити більш точні розрахунки.

По-друге, аналіз динаміки витрат дозволяє підприємству знайти способи зменшення витрат на підприємстві. Якщо підприємство виявляє, що витрати на певний вид діяльності збільшуються, воно може розглянути альтернативні способи виконання цих операцій або пошук дешевших постачальників.

По-третє, аналіз динаміки витрат дозволяє підприємству зрозуміти, які фактори можуть вплинути на вартість продукту або послуги в майбутньому. Якщо витрати на одиницю продукції зростатимуть у часі, це може призвести до збільшення ціни продукту, що може вплинути на конкурентоспроможність підприємства.

Таблиця 2.6

Прогноз витрат бізнес-плану на 5 років

Статті витрат	Сума
Змінні витрати	3 770 964
Закупівля сировини	3 475 394
Капітовари	37 800
Оплата за водопостачання	15 270
Оплата електроенергію	167 500
Оновлення приміщення	75 000
Постійні витрати	10 251 600
Оплата праці	7 380 000
ЄСВ	1 623 600
Оренда	720 000
Непередбачувані витрати	30 000
Оплата за програмне забезпечення	30 000
Оплата за опалення	180 000
Реклама	180 000
Витрати на послуги зв'язку та охорони	90 000
Витрати на покращення побутових умов працівників	18 000
Амортизація	59 000
Всього	14 022 564
Всього з урахуванням амортизації	14 081 564

Джерело: розроблено автором

Аналіз динаміки витрат важливий при моделюванні бізнес-плану підприємства з кількох причин. Він дозволяє підприємству зрозуміти, як витрати

змінюватимуться в майбутньому, виявити шляхи зменшення витрат і зрозуміти, як це може вплинути на конкурентоспроможність підприємства.

Отже, аналіз динаміки витрат дозволяє підприємству зрозуміти, як витрати змінюватимуться в майбутньому, виявити шляхи зменшення витрат і зрозуміти, як це може вплинути на конкурентоспроможність підприємства. Це допомагає підприємству розробити більш точний та реалістичний бізнес-план, що забезпечить йому більшу стабільність та успішність в майбутньому.

Аналіз змінних та постійних витрат є важливим елементом фінансового управління і бухгалтерського обліку підприємства.

Визначення змінних та постійних витрат допомагає підприємству створити реалістичний фінансовий план і бюджет. Визначення змінних та постійних витрат допомагає підприємству краще розуміти структуру своїх витрат, планувати виробництво, приймати управлінські рішення та керувати фінансами більш ефективно. Постійні витрати, такі як оренда, страхові внески та зарплати, залишаються сталими незалежно від обсягу виробництва або продажів, тоді як змінні витрати, такі як сировина або електроенергія, залежать від обсягу виробництва. Це дає змогу планувати витрати та прибуток.

Чітко прорахувавши всі потрібні витрати і розподіливши за статтею витрат маємо наступні показники витрат по рокам за прогнозований період.

Змінні витрати (3 770 964 грн.):

а) Оплата за водопостачання (15 270 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

б) Оплата за електроенергію (167 500 грн. за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

в) Витрати на розробку програмного забезпечення (30 000 грн. на 5 років мінімум. Кінцева вартість прорахована на інтернет-порталі, яка спеціалізується на розробці ERP-систем, CRM-систем та програмних забезпечень різного типу. І вартість створення такого залежить від початкової вартості самого проекту

г) Витрати на виробництво (6 544 077 грн. за 5 років, розрахувавши їх за допомогою вище наведених доходів підприємства).

г) Витрати на канцтовари, які необхідні для ведення господарської діяльності на підприємстві

д) Оплата за інформаційні послуги, вартість яких залежить від кількості вхідних дзвінків.

Таблиця 2.7

Статті витрат досліджуваного підприємства по роках

Статті витрат	Всього	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Змінні витрати	3 770 964	3 076 447	1 652 588	1 729 330	1 763 885	1 799 444
Закупівля сировини	3 475 394	3 018 293	105 904	113 576	117 031	120 590
Канцтовари	37 800	6 600	7 800	7 800	7 800	7 800
Оплата за водопостачання	15 270	3 054	3 054	3 054	3 054	3 054
Оплата електроенергії	167 500	33 500	33 500	33 500	33 500	33 500
Оновлення приміщення	75 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Постійні витрати	10 251 600	2 050 320	2 050 320	2 050 320	2 050 320	2 050 320
Оплата праці	7 380 000	1 476 000	1 476 000	1 476 000	1 476 000	1 476 000
ЄСВ	1 623 600	324 720	324 720	324 720	324 720	324 720
Оренда	720 000	144 000	144 000	144 000	144 000	144 000
Непередбачувані витрати	30 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Оплата за програмне забезпечення	30 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Оплата за опалення	180 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Реклама	180 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Витрати на послуги зв'язку та охорони	90 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Витрати на покращення побутових умов працівників	18 000	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Амортизація	59 000	11 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Всього	14 022 564	5 137 767	2 227 878	2 235 250	2 238 705	2 242 264

Джерело: розроблено автором.

Постійні витрати (10 251 600 грн.):

а) Оплата праці (7 380 000 грн. за 5 років, прорахувавши заробітну плату кожного найнятого робітника - 123 000 грн. за місяць)

б) ЄСВ (1 623 600 грн., які ми прораховували згідно 22 відсотків ЄСВ. ;

в) Оплата за опалення (180 000 грн за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);
 г) Оренда (720 000 грн за 5 років, беручи середньостатистичну ціну по Україні);

г) Реклама (180 000 грн за 5 років, якщо взяти в місяць по 700 грн.);
 з) Амортизація (59 000 грн за 5 років, проракувавши її завдяки сумі витрат та інвестиційного плану).

д) Витрати на послуги зв'язку та охорони (90 000 грн)

е) Витрати на покращення побутових умов працівників (18 000 грн,

середньозважені ціни на каву, чай, печиво та гігієнічні засоби для достойних умов праці та відпочинку для працівників.

Структура витрат



Рис 2.3: Структура прогнозованих витрат підприємства

Джерело: розроблено автором.

Структура прогнозованих витрат підприємства дозволяє побачити розподіл ресурсів та фінансових зобов'язань в майбутньому. Ця структура надає інформацію про те, як підприємство планує витратити кошти та на що саме.

НУБІП України

Вона надає детальний огляд того, як підприємство планує використовувати свої фінансові ресурси, і є важливою для фінансового управління та планування бізнесу.

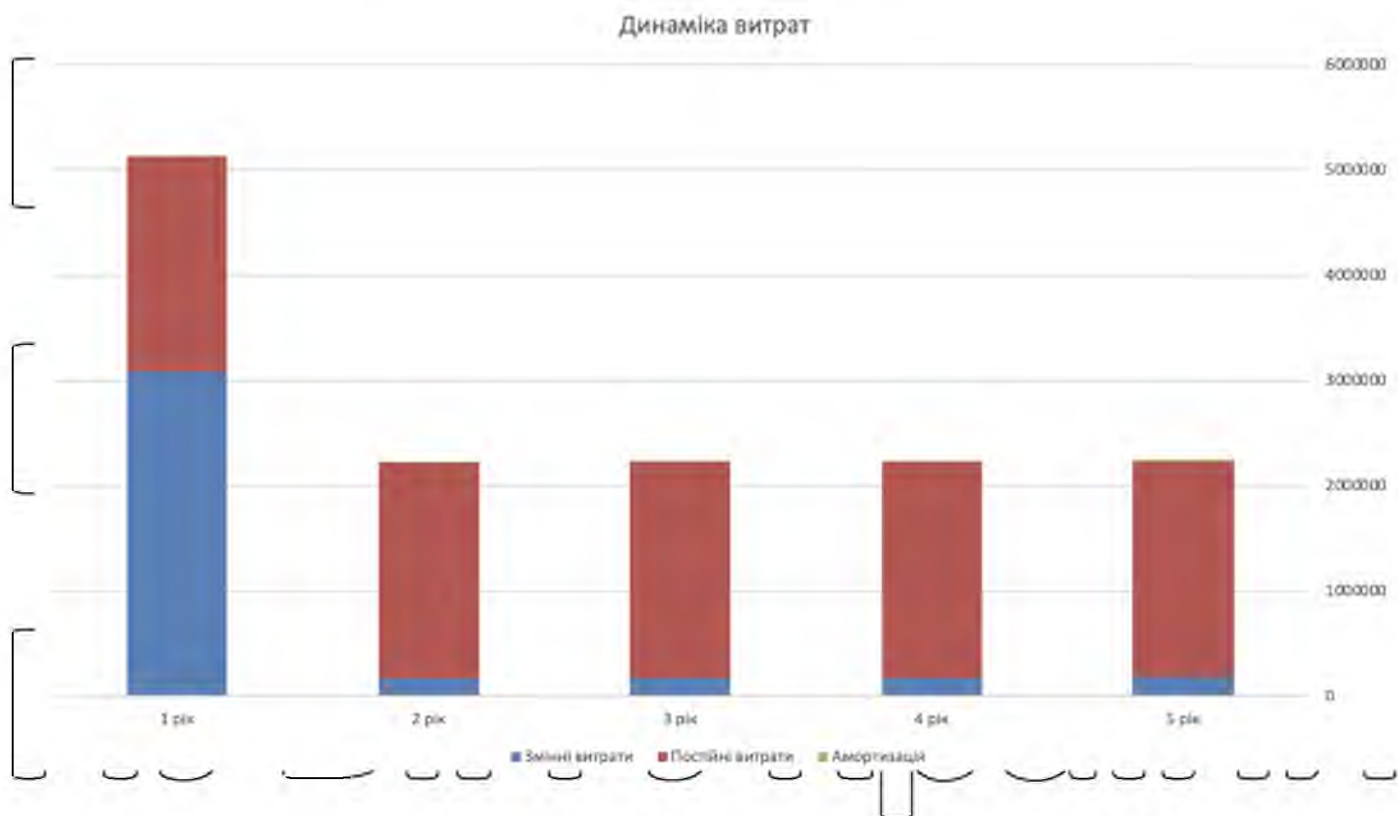


Рис 2.4: Динаміка прогнозованих витрат підприємства по роках

Джерело: розроблено автором.

На цих графіках рисунку ми бачимо загальну структуру витрат на підприємстві за 5 років.

Динаміка прогнозованих витрат підприємства по роках відображає зміни в розходах чи витратах, які планується здійснити протягом кількох років у майбутньому. Ця динаміка вказує на те, як очікується, що витрати підприємства зміняться протягом певного періоду часу.

Вона може бути використана для розробки прогнозів та бюджетів підприємства. Вона допомагає керівництву та стейкхолдерам зрозуміти, яким чином витрати будуть впливати на фінансову діяльність підприємства в майбутньому. Може вказувати на сезонні зміни витрат, які пов'язані з конкретними періодами року. Наприклад, підприємство може мати вищі витрати під час святкових сезонів або піків продажів.

Динаміка прогнозованих витрат по роках є важливою частиною фінансового аналізу та планування, оскільки вона допомагає управлінню підприємством приймати рішення щодо фінансового стану та стратегії розвитку на основі очікуваних витрат у майбутньому.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОЕКТУ

НУБІП України

3.1 Оцінка ефективності проекту

Оцінка ефективності бізнес-плану – це ключовий етап в розвитку та здійсненні нового підприємства чи проекту. Ця оцінка допомагає визначити, чи є бізнес-план життєздатним і чи відповідає він поставленим цілям. Ось кілька

кроків для оцінки ефективності бізнес-плану:

• **Аналіз ринку:** Оцініть ринок, на якому ви плануєте діяти. Переконайтесь, що існує попит на ваші товари чи послуги і є конкуренція. Дослідження ринку допоможе визначити можливості та загрози.

• **Фінансові прогнози:** Перевірте фінансові прогнози у бізнес-плані, включаючи прогнози доходів, витрат і прибутку. Впевніться, що вони реалістичні та підтримані даними.

• **Стратегія та конкурентні переваги:** Оцініть вашу стратегію і конкурентні переваги.

• **Ризики і контроль над ними:** Визначте потенційні ризики, пов'язані з вашим бізнес-планом, і розробіть стратегії для їх зменшення чи управління. Розгляньте також сценарії в разі виникнення негативних ситуацій.

• **Фінансові показники:** Перевірте ключові фінансові показники, такі як точка беззбитковості (break-even point), прибутковість, окупність інвестицій (ROI) і інші. Ці показники вказують на фінансовий успіх вашого плану.

• **Управлінський склад і здібності:** Оцініть команду, яка буде виконувати бізнес-план. Важливо, щоб команда мала відповідні навички і досвід для втілення плану в життя.

• **Соціальний вплив:** Якщо ваш бізнес має соціальну або екологічну спрямованість, оцініть його соціальний вплив і стійкість.

НУБІП України

• Джерела фінансування: Переконайтеся, що у вас є чіткий план фінансування для реалізації бізнес-плану. Визначте, звідки будуть залучатися кошти, і яким чином будуть витрачатися.

• Допомога фахівців: При необхідності зверніться до фахівців, таких як консультанти з бізнесу, фінансові радники та юристи, для отримання порад та додаткової експертної допомоги.

• Тестування гіпотез і валідація: Якщо можливо, проведіть тестування гіпотез і валідацію вашого бізнес-плану на реальних клієнтах або в ринкових умовах.

• Порівняння з іншими проектами: Порівняйте ваш бізнес-план з аналогічними проектами або компаніями, щоб зрозуміти, як він виглядає у порівнянні з іншими.

Загалом, ефективність бізнес-плану визначається його здатністю до втілення стратегії та досягнення поставлених цілей, з урахуванням всіх ризиків і можливостей. Бізнес-план повинен бути гнучким і відкритим для коригувань, оскільки управління змінами і адаптація - ключові компоненти успіху в бізнесі.

Показники ефективності проекту допомагають визначити, наскільки успішним є проект і чи відповідає він встановленим цілям.

Вибір конкретних показників може залежати від типу проекту та його мети, але ось деякі загальні показники ефективності проекту:

• Внутрішній прибуток (IRR): IRR вказує на рентабельність інвестицій у проект. Чим вище IRR, тим більш ефективним вважається проект.

• Показник окупності інвестицій (ROI): ROI визначає, скільки прибутку приносить проект в порівнянні з інвестиціями. Високий ROI свідчить про ефективність проекту.

• Точка беззбитковості (Break-Even Point): Цей показник показує, коли проект почне приносити прибуток та покривати всі витрати. Досягнення точки беззбитковості важливо для показу стартапам, коли вони починають здійснювати прибуткову діяльність.

Показники ефективності проекту вибираються на основі його мети, галузі, розміру та специфікації. Важливо враховувати всі аспекти проекту та його цілей при виборі показників для оцінки ефективності.

Усі показники ефективності проекту наведені в таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

Показники ефективності проекту

Показники основної діяльності	Середні значення за проектом
Середній обсяг реалізації продукції, грн/міс.	384 517
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	233 709
EBITDA, грн/міс.	150 808
Чистий прибуток, грн/міс.	73 376
Грошовий потік, грн/міс.	116 545
Показники продаж	Значення за проектом
Точка беззбитковості, % реалізації продукції	77%
Точка беззбитковості, грн реалізації продукції	17 737 730
Точка беззбитковості, грн в середньому на міс.	295 629
Величина операційного важеля	84%
Показники рентабельності	Середні значення за проектом
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	29%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	49%
Рентабельність активів	60,5%
Показники оборотності	Середні значення за проектом
Оборотність	2,80
Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс.	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	8,6%
Загальний обсяг фінансування проекту	2 778 509
Чистий грошовий потік	4 246 571
NPV (Чистий дисконтований дохід)	2 144 341
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	6 598 255
Термінальна вартість бізнесу	1 453 914
PB (Простий термін окупності), роки	4,3
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	2,7
PI (Індекс доходності за проектом)	1,81

Джерело: розроблено автором.

З цих даних можна побачити, що проект, за весь його період існування буде окупним. Проект вважається прийнятним, якщо розраховане значення IRR не нижче необхідної норми рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою компанії.

Розрахована внутрішня норма рентабельності (IRR) в нашому проекті становить 8,6%, а чистий приведений дохід (NPV) по основній валюті (грн) становить 2 144 341.

Показник чистого приведенного доходу (NPV) являє абсолютну величину доходу від реалізації проекту з урахуванням очікуваної зміни вартості грошей. Показник є досить реальним. Врахувавши такі фактори як доходи, витрати, кредит, податок, ми бачимо, що приносити великий дохід та відповідно чистий прибуток проект почне вже з 3 року існування. Завдяки правильно підібраній ціні продукту ми не пішли в мінус, що важливо для маленького підприємства, яке тільки починає виробляти продукт.

Показник EBITDA (англ. earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization) відображає прибуток компанії до відрахування відсотків, податків, амортизації та інших витрат. Це показник використовується для вимірювання прибутковості компанії перед врахуванням витрат, які не пов'язані з її операційною діяльністю. [3]

Норма показника EBITDA може відрізнятись в залежності від галузі та конкретних умов підприємства. Цей показник не має загальноприйнятої норми, але часто використовується як орієнтир при порівнянні прибутковості різних компаній. Вища значення EBITDA свідчить про більшу прибутковість компанії, а нижчі значення - про меншу. Проте, EBITDA не є єдиним критерієм оцінки ефективності бізнесу, і необхідно брати до уваги й інші фактори при оцінці його ефективності.

В даному бізнес-плані показник EBITDA дорівнює 150 808 грн/міс.

Отже, бізнес з виробництва торгового і виставкового обладнання є рентабельним, затребуваним, популярним. Важливо володіти організаційними навичками, завзятістю і бажанням розвиватися у власній справі. Створення бізнес-плану є важливим етапом підприємницької діяльності, оскільки дозволяє оцінити ризики та можливості інвестиційного проекту та зробити обґрунтоване рішення про його реалізацію.

Після створення бізнес-плану можна зробити наступні висновки:

• Реалізація проекту можлива та доцільна. Якщо в результаті аналізу бізнес-плану виявлено, що проект має високий потенціал прибутковості та відповідає стратегії розвитку підприємства, можна зробити висновок про доцільність реалізації проекту.

• Необхідні корективи до проекту. Якщо в процесі аналізу бізнес-плану виявлено недоліки, слабкі місця, прогалини у фінансовому плані тощо, можна зробити висновок про необхідність внесення коректив до проекту.

• Необхідність уточнення деяких аспектів проекту. Якщо в результаті аналізу бізнес-плану з'явилися питання щодо певних аспектів проекту, наприклад, зв'язаних з ризиками або можливостями ринку, можна зробити висновок про необхідність додаткових досліджень та уточнень.

• Недоцільність реалізації проекту. Якщо в результаті аналізу бізнес-плану виявлено, що проект не є доцільним з фінансової точки зору або не відповідає стратегії розвитку підприємства, можна зробити висновок про недоцільність реалізації проекту.

3.2 Шляхи підвищення конкурентоспроможності проекту

Оцінка конкурентоспроможності проекту - це процес визначення, наскільки успішно та ефективно проект або бізнес-ідея може конкурувати на ринку з іншими гравцями і забезпечити свою життєздатність та прибутковість.

Оцінка конкурентоспроможності включає в себе аналіз різних аспектів, що визначають успіх на ринку та враховуються при прийнятті стратегічних рішень.

Основні критерії оцінки конкурентоспроможності проекту включають:

• Аналіз ринку: Вивчення ринку та визначення можливостей і загроз на ньому. Це включає в себе дослідження конкурентів, визначення потенційних клієнтів і їх потреб, а також розуміння розміру та тенденцій ринку.

• Конкурентна перевага: Визначення та виокремлення того, що робить ваш проект конкурентоспроможним і відмінним від інших пропозицій на ринку.

Це може включати унікальність продукту, низькі витрати виробництва, стратегічні партнерства тощо.

- Стратегія маркетингу: Оцінка вашої стратегії маркетингу і продажів, включаючи якість та ефективність просування продукту, здійснення маркетингових досліджень і розуміння потреб вашої цільової аудиторії.

Якість продукту чи послуги: Визначення якості та відповідності вашого продукту чи послуги вимогам та очікуванням клієнтів. Це може включати в себе якість виробництва, інноваційність та споживчі характеристики.

- Управління вартістю: Оцінка ефективності управління витратами та ресурсами в проєкті. Важливо знати, як оптимізувати витрати та збільшити ефективність виробництва.

- Технологічна перевага: Визначення наявності та використання передових технологій, які можуть забезпечити конкурентні переваги.

- Фінансова стійкість і рентабельність: Оцінка фінансової стійкості та можливості проєкту генерувати прибуток та покривати витрати.

- Кадри і управління: Оцінка компетентності та навичок керівництва та команди проєкту.

- Правові та регуляторні аспекти: Визначення дотримання всіх вимог і стандартів, а також ризиків, пов'язаних з правовими та регуляторними аспектами проєкту.

- Соціальний вплив: Оцінка впливу проєкту на суспільство, навколишнє середовище та інші соціальні аспекти.

Після проведення оцінки конкурентоспроможності проєкту можна розробити стратегію для максимізації його успіху та зменшення ризиків. Даний процес є важливим для прийняття управлінських рішень та планування подальших кроків у розвитку проєкту чи бізнесу. [2]

Показники конкурентоспроможності проєкту визначаються на основі різноманітних факторів і можуть включати в себе такі аспекти:

• **Вартість проекту:** Розрахунок вартості проекту, включаючи витрати на розробку, впровадження та обслуговування, може бути важливим показником конкурентоспроможності.

• **Рентабельність:** Проект повинен приносити прибуток або мати потенціал для прибутковості в майбутньому. Рентабельність проекту є ключовим показником конкурентоспроможності.

• **Ринкова частка:** Ринкова частка проекту відображає, яку частку ринку він може зайняти. Висока ринкова частка може свідчити про конкурентоспроможність.

• **Інноваційність:** Проекти, які пропонують інноваційні рішення або продукти, можуть бути більш конкурентоспроможними на ринку.

• **Якість продукту або послуги:** Якість продукту або послуги може впливати на конкурентоспроможність проекту. Висока якість може забезпечити конкурентну перевагу.

• **Споживча вартість:** Важливим аспектом є те, яку користь проект приносить споживачам. Якщо проект задовольняє потреби клієнтів ефективніше або дешевше, це може підвищити конкурентоспроможність.

• **Маркетинг і бренд:** Спроможність ефективно маркувати і рекламувати продукт чи послугу також впливає на конкурентоспроможність.

• **Технологічність:** Використання передових технологій може забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

• **Спроможність конкурувати ціною:** Здатність надавати продукти або послуги за конкурентоспроможними цінами може бути важливим показником.

• **Спроможність адаптації:** Проект повинен бути здатним адаптуватися до змін на ринку і вимог споживачів.

• **Спроможність привертати і утримувати клієнтів:** Важливо мати стратегію для привертання і утримання клієнтів, щоб забезпечити тривалу конкурентоспроможність.

• **Переваги над конкурентами:** Проект повинен мати чіткі переваги перед конкурентами на ринку.

Показники конкурентоспроможності будуть варіюватися в залежності від конкретного проекту і галузі. Важливо аналізувати всі ці аспекти та враховувати їх при оцінці конкурентоспроможності проекту. [5]

Підвищення конкурентоспроможності проекту виробництва торгово-рекламного обладнання з дерева може включати в себе різні стратегії та шляхи розвитку. Ось деякі можливі шляхи для підвищення конкурентоспроможності.

- **Якість продукції:** Забезпечення високої якості виготовленого обладнання з дерева є критичним. Використовуйте високоякісні матеріали, добре оброблені дерев'яні деталі і надсилайте продукцію на якісний контроль.

- **Дизайн і естетика:** Ваші вироби повинні бути привабливими та естетично виглядати. Інвестуйте в розробку стильних та сучасних дизайнів, які відповідають потребам клієнтів.

- **Функціональність:** Важливо, щоб ваші вироби були практичними та функціональними для потреб бізнесу. Розробляйте продукцію, яка відповідає вимогам бізнесу.

- **Цінова політика:** Аналізуйте ціни конкурентів і надають конкурентоспроможні ціни за ваші продукти.

- **Маркетинг та реклама:** Розробіть стратегію маркетингу та реклами, щоб привернути увагу клієнтів. Використовуйте інтернет-маркетинг, соціальні мережі та традиційні методи реклами.

- **Розширення асортименту:** Розгляньте можливість розширення асортименту продукції, включаючи нові моделі та вироби, щоб задовольнити різні потреби клієнтів.

- **Клієнтське обслуговування:** Забезпечуйте високий рівень обслуговування клієнтів. Вирішуйте їхні запити та проблеми оперативно та професійно.

- **Екологічна відповідальність:** Звертайте увагу на екологічну відповідальність виробництва та використання матеріалів, оскільки це може бути важливим фактором для багатьох клієнтів.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Міжнародний ринок:** Розгляньте можливість розширення на міжнародні ринки, якщо у вас є такі амбіції.
- **Постійний вдосконалення:** Постійно вдосконалюйте ваші процеси виробництва та бізнес-процеси, щоб знизити витрати та підвищити ефективність.

НУБІП УКРАЇНИ

Загалом, підвищення конкурентоспроможності в цій галузі вимагає великих зусиль, стратегічного планування і реагування на зміни на ринку та потреби клієнтів.

НУБІП УКРАЇНИ

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства із виробництва торгово-рекламного обладнання з дерева можна розглянути ряд заходів та покращень:

НУБІП УКРАЇНИ

- **Якість продукції:** Забезпечте високу якість ваших виробів. Використовуйте високоякісні матеріали та технології виготовлення. Запровадження системи контролю якості допоможе забезпечити високий стандарт якості виробів.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Інновації в дизайні:** Розробіть унікальні та привабливі дизайни для своєї продукції. Інвестуйте в дизайн і розробку нових моделей, які відповідають потребам бізнесу.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Розширення асортименту:** Розгляньте можливість розширення асортименту, включаючи різні типи обладнання, а також інші вироби, пов'язані з бізнесом, наприклад, меблі та декор.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Маркетинг і бренд:** Розвивайте свій бренд і активно рекламуюте його. Використовуйте інтернет-маркетинг, соціальні мережі, участь у виставках та виставкових заходах для просування своєї продукції.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Цінова політика:** Аналізуйте ціни конкурентів та надавайте конкурентоспроможні ціни за ваші продукти. Розгляньте можливості впровадження акцій та знижок.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Ефективність виробництва:** Оптимізуйте виробничі процеси для зниження витрат та підвищення продуктивності. Можливо, варто розглянути автоматизацію частини виробництва.

• **Розвиток екологічної відповідальності:** Звертайте увагу на екологічну відповідальність. Використовуйте деревину з відновлюваних джерел, впроваджуйте енергоефективні технології та системи утилізації відходів.

• **Міжнародний ринок:** Розгляньте можливість виходу на міжнародний ринок. Експорт може розширити ваші можливості та збільшити обсяги продажів.

• **Постачальницькі відносини:** Розвивайте стійкі відносини з постачальниками для отримання кращих умов постачання матеріалів і компонентів.

• **Навчання та розвиток персоналу:** Інвестуйте в навчання та розвиток свого персоналу, щоб підвищити їхню ефективність та відповідальність.

• **Служба підтримки клієнтів:** Забезпечуйте високий рівень обслуговування клієнтів, вирішуючи їхні запити та проблеми оперативно та професійно.

• **Аналіз конкурентів та ринку:** Постійно моніторьте конкурентів та зміни на ринку, щоб адаптувати свою стратегію. Покращення в цих аспектах допоможуть підвищити конкурентоспроможність вашого підприємства у виробництві торгово-рекламного обладнання з дерева. [5]

Вихід на міжнародний ринок для підприємства із виробництва торгово-рекламного обладнання з дерева може бути складним, але досконало можливим завдяки наступним крокам:

• **Дослідження міжнародного ринку:** Почніть з ретельного дослідження потенційних міжнародних ринків. Оцініть попиту на вашу продукцію, конкурентну ситуацію, правила і вимоги, а також потенційних партнерів та дистрибуторів.

• **Адаптація продукції:** Ви могли б знайти, що ваша продукція потребує адаптації для міжнародного ринку. Це може включати в себе використання інших стандартів, міжнародних мов, культурних особливостей та інших аспектів.

• **Законодавство і регулювання:** Розберіться з місцевими законами та регулюваннями на міжнародних ринках. Можливо, вам знадобиться відповідати певним стандартам та вимогам, і це важливо враховувати в процесі виробництва і маркетингу.

• **Вибір ринків:** Виберіть кілька міжнародних ринків для вступу. Не обов'язково розгорнути діяльність одразу в багатьох країнах. Почніть з одного або декількох ключових ринків і поступово розширюйтесь.

• **Маркетинг та реклама:** Розробіть міжнародну маркетингову стратегію, яка враховуватиме особливості кожного обраного ринку. Плануйте рекламні кампанії, які адаптовані до культурних відмінностей.

• **Логістика та постачання:** Вирішіть питання логістики та постачання на міжнародний ринок. Розгляньте вибір транспортних засобів, вирішення воприсів митного оформлення та інші аспекти постачання.

• **Міжнародні партнери:** Виберіть місцевих партнерів, які допоможуть вам впровадити продукцію на ринок. Це можуть бути дистрибутори, агенти або спільні підприємства.

• **Підтримка клієнтів:** Забезпечте високий рівень підтримки клієнтів на міжнародних ринках. Надавайте інформацію та сервіс в мові та у часовій зоні вашого міжнародного клієнта.

• **Фінансовий план:** Розробіть фінансовий план для вступу на міжнародний ринок. Врахуйте витрати на маркетинг, логістику, адаптацію продукції та інші витрати.

• **Слідкуйте за результатами:** Постійно моніторьте і аналізуйте результати своєї міжнародної діяльності. Адаптуйте стратегію відповідно до отриманих даних та досвіду.

• **Ризики і страхування:** Розгляньте можливості страхування від ризиків, пов'язаних із виходом на міжнародний ринок.

• **Культурні аспекти:** Розуміння культурних особливостей і встановлення гармонійних відносин з місцевими партнерами та клієнтами є важливим аспектом успішного виходу на міжнародний ринок.

Вихід на міжнародний ринок може бути складним процесом, але з правильним плануванням та стратегією він може принести нові можливості для вашого підприємства.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз можливості реалізації проекту з відкриття підприємства з виготовлення торговельно-рекламного обладнання показав, що навіть в умовах економічної кризи, організація роботи закладу громадського харчування є високоприбутковим проектом. Маючи в наявності грамотно складений бізнес-план, вміле керівництво, нестандартне креативне мислення, і чіткої розроблену концепцію, можна подолати всі існуючі ризики, і добитися успіху в обраному напрямку.

По завершенню роботи прийшли до висновку про те, що даний бізнес має багато «підводних каменів», тобто залежить від безлічі чинників: вартості орендної плати, логістики, від конкуренції, від місця розташування, від якості виконаної продукції і т. д.

Він буде тим ефективніше, ніж вище буде попит на товар. Через вимоги рекламу можна ефективно використати тільки для тих товарів (послуг), які можна представити за допомогою лаконічного зображення і короткого тексту.

Отже, відкриття підприємства з виготовлення торговельно-рекламного обладнання - одне з сучасних і затребуваних напрямів сфери послуг. Ця галузь специфічна, так як її цільова аудиторія - суб'єкти підприємницької діяльності різного масштабу. Так як рекламні послуги не належать до сфери першої необхідності, на цей вид діяльності істотно впливають кризові явища в економіці. Разом з тим при грамотній маркетинговій кампанії та високій якості послуг, що надаються у затребуваних агентств навіть в економічно несприятливі періоди є шанс утримати свої позиції. При успішному старті і активний розвиток окупність підприємства настає протягом 3 років.

Найбільш складним етапом в роботі є розробка ескізів і креслень, тут повинна використовуватися спеціальна програма. Подібне виробництво має високу рентабельність. Монтаж однієї торгової вітрини займає близько трьох днів. А замовлення і розробка необхідних деталей - десять днів. Терміни залежать від складності і кількості замовлень.

Важливий етап – пошук клієнтів та формування клієнтської бази.
 Найбільш ефективні методи:

- плакати;
- оголошення;

• презентації;
 • відвідування компаній;
 • телефонні дзвінки.

Що стосується великого виробництва, то все відбувається за аналогічним принципом, тільки з великим розмахом і витратами, які окупаються з часом.

Переваги:

- відсутність високої конкуренції;
- гнучкий графік; високий дохід;
- рентабельність; затребуваність і попит;

• в якості співробітників можна брати студентів;
 • досвід роботи не потрібний.

Отже, бізнес з виробництва торгового і виставкового обладнання є рентабельним, затребуваним, популярним. Важливо володіти організаційними навичками, завзятістю і бажанням розвиватися у власній справі.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Торговельне обладнання: підручник ред. А. А. Мазаракі та інші. К.: КНКТУ, 2018. 320 с.

2. Статистичний довідник України за 2022 рік. Державна служба статистики URL: https://ukrstat.gov.ua/druc/publicat/Arhiv_u01/Arch_zor_zb.htm (дата звернення: 29.08.2023).

3. Подолок Г.І. Моніторинг ринку та оцінка якості вітчизняного торговельного обладнання. Товарознавчий вісник 2022. Випуск 14. С. 155-167

4. Державні стандарти ДСТУ EN 15095:2014. Механічні рухомі стелажи та полиці, конвеєрні транспортери і складські ліфти. Вимоги стосовно безпеки. URL: <https://bit.ly/3E2M3IF> (дата звернення: 29.08.2023).

5. Власенко Т.О. Сучасні проблеми управління персоналом підприємства / Міняйло В.М., Власенко Т.О. // Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору 2017. С. 254-256. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u282/materiali_konferenciyi_20171109_ev_2.pdf (дата звернення: 11.07.2023).

6. Бобровська С.В., Савостенко М.Г., Кондрашихін В.А. Публічне управління в умовах ринкової трансформації: навч. посіб. 2-ге вид. Дніпро: ГРАНІ, 2019. 238 с.

7. Власенко Т.О. Новітні підходи до забезпечення ефективного використання робочого часу / Линник М.М., Власенко Т.О. // Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору 2017. р. К., С. 269-271. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u282/materiali_konferenciyi_20171109_ev_2.pdf (дата звернення: 29.08.2023).

8. Горяча С.В., Федоренко У.В. Етапи розробки інвестиційних стратегій підприємства. Вісник Бердянського університету менеджменту та бізнесу 2022. № 2. С. 30-32.

9. Кичкирук В. В. Сучасний стан виробництва торгового та рекламного обладнання з дерева в Україні. / Кичкирук В. В. Власенко Г.О. // Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору. 2022 р. К., С. 67-269. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u317/2022_zbirnik_17_11_22_2.pdf. (дата звернення: 19.08.2023).

10. Діденко М.В., Гапіч УС. Управління інвестиційними стратегіями підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_12_35 (дата звернення: 11.09.2023)

11. В. С. Покродивний. Бізнес-план: технологія розробки і обґрунтування та ін. Київ: КНЕУ, 2021.

12. Бізнес є нуля: як написати бізнес-план. Економіка України. веб-сайт. URL: <https://thepag.ua/uk/ekonomy/biznes-iz-nula-kak-napisat-biznes-plan> (дата звернення: 22.07.2023)

13. Комарова О. Основні принципи та методи ефективного управління персоналом. Ефективність державного управління: збірник наукових праць. 2021. Вип. 18. С. 165-1168.

14. Романчук В.В. Перспективи розвитку e-commerce ринку в Україні. URL: <https://coff.znu.edu.ua/wr-content/upload/2019/11/130-1.pdf> (дата звернення: 13.07.2023).

15. Наумова М. Перспективи та проблеми розвитку підприємництва в Україні. ВІСНИК Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Київ. 2022. С. 12-19.

16. Навлова В.О. Проектно-орієнтовані організації як спосіб розвитку методів управління персоналом. Вісник ІДТУ. Серія: Економічні науки. 221. №4(70). С. 189 – 193.

17. Офіційний сайт: Управління проектами. URL: <http://shco-takerpravlina-proektam> (дата звернення: 22.10.2023)

18. Дикань О.С., Компанієць С. О., Полякова У. В. Етичні основи бізнесу: навчальний посібник. 2022. 235 с.

19. Про електронну торгівлю. Проект Закону України № 2245 від 12.09.2016р. URL: <https://www.ligzakon.net/document/LK4P201A> (дата звернення 15.08.2023)

20. Меджибовська О. Перспективи розвитку e-commerce бізнесу в Україні. Економіка України. 2019. №5. С. 43-48.

21. Грабар У. Ф., Кушніренко С.В. Сучасні напрями вдосконалення рекламної діяльності підприємства на основі використання різноманітних Інтернет-технологій. Вісник НДТУ. 2022. № 2(63).

22. Клімушин, С. В. Орлов Н. О., Серенок Є. В. Інформаційні системи і технології в економіці: навчальний посібник. Нац. акад. держ. управління при Президенті України, Київ регіон ін-т державного управління. Київ: Видавництво НАДУ «Магістр», 2021. 553 с.

23. Ілляшенко В.Н., Савченко С.Т. SEO-технологія як актуальний інструмент інтернет-маркетингу. Маркетинг та менеджмент інновацій. 2022. № 4. С. 75–84.

24. Сологуб Р. С., Капінус І.О. Оцінка ефективності реклами в Інтернеті. Вісник Житомирського університету менеджменту та бізнесу. 2020. № 4(9).

25. Ілляшенко О.В. Сучасні технології застосування Інтернет-маркетингу. Маркетинг та менеджмент інновацій. 2021 №7. Т.6. URL: <http://mmi.fmm.sumduu.edu.ua/> (дата звернення: 11.09.2023)

26. Уляхін Т.Р., Іванова О.Є. Оптимізація комерційної діяльності виробничого підприємства за допомогою впровадження Інтернет-технологій. Педагогічний журнал Гаудеамус, №4(19). 2020 С. 32–39.

27. Кучеренко Т.Н., Маркітан К.О. Управління діловими проектами: Навчальний посібник. Житомир: Центр навчальної літератури, 2015. 320 с.

28. Філіппова О.Г. Соціальна відповідальність в стратегії управління сучасним підприємством: питання інтеграції механізму / О.Г. Філіппова // Економіка реалії сьогоденні. 2019. №4(43). С. 18–23 [Електронний ресурс]. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No3/6pdf>. (дата звернення: 11.09.2022)

29. Про ліцензування видів господарської діяльності Закон України від 29.07.2022 р. № 2765-ІХ URL: <http://zakon.rada.gov.ua/law/show/334-19> (дата звернення: 24.11.2022).

30. Кабаці І.О. Особливості економічного росту в Україні. Науковий вісник. Вип. 16.1 2016. С. 480-487. URL: <http://cyberleninka.ua/article/osoblivosti-ekonomichnogo-zrostantnya-ukrayini/view> (дата звернення: 15.08.2023).

31. Макроекономічна ситуація в умовах війни: які перспективи? URL: <http://www.epravda.com/new/2022/08/1/655922/> (дата звернення: 22.09.2023).

32. Аналіз співвідношення прямих і непрямих податків в Україні. URL: https://www.risnauka.com.ua/40_RVMN_2022/Economics/18_14978.doc. (дата звернення 31.07.2023).

33. Кузьменко В.В. Національне багатство і його значення в структурі економіки. // Ефективна економіка: веб-сайт. URL: <https://www.economy.nauka.com> (дата звернення: 14.08.2023).

34. Антохов А.А. Інноваційний розвиток економіки України через призму зарубіжного досвіду // Науковий вісник НУ ім. В.О.Суксмлинського. 36. наук. праць. 2018. No 2 (5). С. 9.

35. Розвиток економіки: освіта проти «тіньового бізнесу» / Дорослий погляд на світ. https://lb.ua.com/blog/olena_moshenets/592057-rozvitok-ekonomiki-osvita-profi.html (дата звернення: 22.07.2023)

36. Величко Г. О. Етапи розробки бізнес-плану підприємства / Економіка України. 2022. № 6. С. 44-52.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ДОДАТКИ

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

Тодаток А

Дерево цілей



Н
Н
Н

України

Дерево проблем

Втрата трафіку клієнтів,
які в пошуках чогось
нового готові до далеких
подорожей

Низький середній
чек в ресторані та
низька конверсія
клієнтів

Нерозвинута сфера
дозвілля в країні – малий
рівень доходів місцевих
бюджетів

Запит на ресторани Loft-
дизайну / ресторанний
туризм

Слаборозвинута
інфраструктура кафе та
ресторанів в сучасному
дизайні

Відсутність
альтернатив для
проведення
вільного часу

Брак креативних
ідей, організацій,
компетенцій,
досвіду,
спроможності

Україна