

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**12.05 – МКР. 1915 «С» 2022.12.29. 30 ПЗ**

**НЕСТЕРЕНКА ВІТАЛЯ 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)712

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету аграрного  
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО  
ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри  
виробничого та інвестиційного  
менеджменту

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА З ОЗЕЛЕНЕННЯ  
ТЕРИТОРІЙ»

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

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

(підпис)

Віталій НЕСТЕРЕНКО

(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 ДЄЛІНІ  
(підпис)

“ ” 2022 року

ЗАВДАННЯ  
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
СТУДЕНТУ

Нестеренку Віталію 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 відкриття підприємства з озеленення території»

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: законодавчі та нормативно-правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела; вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Визначення особливостей функціонування ринку послуг з озеленення території.
2. Розробити бізнес-план відкриття підприємства з озеленення території.
3. Здійснити оцінку ефективності реалізації розробленого бізнес-плану.

Дата видачі завдання “30” грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Лілія ЦИНКАРУК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Віталій НЕСТЕРЕНКО

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота «Бізнес-план відкриття підприємства з озеленення територій» складається зі вступу, трьох розділів,

висновків та списку використаних джерел і містить 56 с., 13 рис., 12 табл., 32

джерела.

У першому розділі було розглянуто закордонний досвід розвитку ринку ландшафтних робіт та проаналізовано особливості внутрішнього ринку ландшафтних робіт, а також озеленення прибудинкових територій.

У другому розділі було визначено концептуальне значення та цілі бізнес-проекту; виокремлені особливості цільової аудиторії та проведено аналіз конкурентного середовища; розроблено організаційно-виробничий та маркетинговий план; проведена фінансова і економічна оцінка ефективності бізнес-проекту; оцінено ризики та ринкові можливості запуску бізнес-проекту центру з надання послуг медіації.

У третьому розділі визначено пропозиції з реалізації бізнес-плану та хід розвитку проекту

Ключові слова: бізнес-план, інвестиції, рентабельність проекту, озеленення, ландшафтні роботи.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛАНДШАФТНИХ РОБІТ ТА ОЗЕЛЕНЕННЯ ТЕРИТОРІЙ.....	7
1.1. Закордонний досвід розвитку ринку ландшафтних робіт.....	7
1.2. Особливості внутрішнього ринку ландшафтних робіт.....	12
1.3. Особливості озеленення прибудинкових територій.....	15
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТУ ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА ОЗЕЛЕНЕННЯ ТЕРИТОРІЙ.....	3 18
2.1. Резюме проекту.....	18
2.2. Концептуальне значення та цілі проекту.....	18
2.3. Загальна характеристика бізнесу та особливості цільової аудиторії.....	20
2.4. Аналіз конкурентного середовища та маркетингова складова проекту.....	22
2.5. Організаційно-виробничий план.....	28
2.6. Оцінка ефективності проекту.....	33
2.7. Управління ризиками проекту.....	44
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПЛАНУ.....	48
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

НУБІП України

НУБІП України

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Кожного року ідеї для створення "зелених" підприємств, таких як садові центри, стають все більш перспективними.

Торгівля рослинами може приносити не лише непоганий прибуток, але й задоволення від роботи. Відкриття такого підприємства вимагає більше, ніж

просто фінансових витрат, професійних знань та віри в успіх. Воно також потребує розуміння всіх екологічних аспектів цієї справи. Наприклад, всі рослини мають бути адаптовані не лише до клімату України, але й до

можливих змін у майбутньому.

Проблеми, пов'язані із ринком декоративних зелених насаджень, привертати увагу вчених різних країн, зокрема А. Буга, Л. Кенігера, Р. Каплана та інших [32–34]. Українські дослідники, такі як В. Білоус, В. Гудак,

О. Калініченко та інші, також приділяли увагу проблемам функціонування ринку продукції квітникарства та впливу держави на його розвиток [4,10,13].

Проте більшість наукових досліджень спрямовані на загальнодержавний рівень, і мало уваги приділяється аспектам, що виникають на рівні окремих підприємств та мікрорівнях. Особливо важливим є питання бізнес-планування, пов'язаного з ландшафтними роботами та озелененням територій.

Зрозуміння теоретичних засад розроблення бізнес-планів для створення підприємств, що спеціалізуються на озелененні прибудинкових територій, з врахуванням світового досвіду та економічних особливостей України, залишається актуальним завданням для курсової роботи.

**Метою дослідження** є теоретичне та аналітичне дослідження планування організації бізнесу по озелененню територій.

Виходячи з поставленої мети, у роботі висвітлені такі **завдання**:

- розглянути закордонний досвід розвитку та проаналізувати особливості внутрішнього ринку ландшафтних робіт;
- проаналізувати особливості озеленення прибудинкових територій;
- надати загальну характеристику компанії-ініціатору проекту;
- сформулювати концепцію, цілі та завдання проекту;

- Н
- проаналізувати цільовий ринок;
  - розробити організаційно-виробничий план;
  - визначити структуру доходів проекту та його ефективність;
  - дослідити можливі ризики та способи мінімізації ризиків;
  - розробити пропозиції з реалізації бізнес плану.

**Об'єктом дослідження** є процес планування та розробки проекту відкриття підприємства по озелененню територій.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методологічні та практичні аспекти планування та організації бізнес діяльності по озелененню територій.

Для вирішення завдань було використано методи емпіричного та теоретичного дослідження, системного підходу, методи синтезу та порівняння, табличного та графічного зображення (для відображення розрахунків та статистичних даних).

**Теоретична цінність і прикладна значущість** отриманих результатів полягає у можливості подальшої реалізації розробленого проекту та надання пропозицій для практичного застосування.

**Інформаційною базою дослідження** були закони та нормативно-правові акти України; словникові, довідникові джерела та електронні джерела з тематики дослідження, включаючи вітчизняні й іноземні.

**Апробація результатів дослідження.** За матеріалами магістерської кваліфікаційної роботи опубліковано тези: «Закордонний досвід озеленення територій» у матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції «Роль молоді у розвитку АПК».

НУБІП України

## РОЗДІЛ 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛАНДШАФТНИХ РОБІТ ТА ОЗЕЛЕНЕННЯ ТЕРИТОРІЙ

### 1.1. Закордонний досвід розвитку ринку ландшафтних робіт

У своєму сучасному вигляді ландшафтний дизайн з'явився наприкінці XIX століття, і його виникнення було спричинене технічним прогресом, який призвів до загальної урбанізації. У міських районах також стало важливим раціональне планування та зелене озеленення. Архітектори та садівники зрозуміли необхідність співпраці, щоб перетворити місто і створити новий концепт — громадські парки та сади.

На сьогоднішній день в ландшафтному дизайні спостерігається тенденція повертатися до природи. Дуже популярними є «дикі» ділянки і екологічні сади, а садове мистецтво набуло безлічі незвичайних форм, таких як озеленення дахів і стін хмарочосів, а також створення зелених екосистем в будівлях.

Дослідження вчених в області екології підтверджують, що збільшення кількості дерев може допомогти у боротьбі з глобальним потеплінням, таким чином, зменшуючи нагромадження в атмосфері вуглекислого газу. На рис. 1.1 наведено середні температурні показники міста у сонячний день до та після проведення зеленого озеленення.







**Рис. 1.1** Середній температурний режим міста без та після озеленення

Джерело: сформовано на основі [7]

У великих містах по всьому світу наявна тенденція звертатися до використання дерев з метою боротьби із спекою та повенями, а також для покращення фізичного і психічного здоров'я населення. Рейтинг десяти країн з найбільшою площею використовуваних для декоративних рослин подано в таблиці 1.1.

**Таблиця 1.1**  
**ТОП-10 країн з найбільшою площею полів під декоративні рослини,**  
тис. га, на 2022 р.

Країна	Площа полів, тис. га	Зростання, порівняно з минулим роком, %	Середньорічне зростання за останні 5 років, %
Нідерланди	14,74	0,9	5,7
Франція	8,91	0,8	0,3
Італія	8,78	0,8	Н/Д
Велика Британія	7,00	0	3,1
Німеччина	6,92	0,3	-1,1
Іспанія	6,36	2,3	-2,1
Бельгія	5,64	4,8	2,0
Польща	5,64	-1,1	10,0
Туреччина	5,00	0	0
Португалія	3,54	2,6	-1,0

Джерело: сформовано на основі [22]

На світовому ринку рослин відзначається помірний рівень концентрації, з тим, що п'ять найбільших імпортерів разом здійснюють близько 55% загального світового імпорту. Зокрема, Китай є найбільшим імпортером дерев та рослин у світі, у 2022 році його імпорт склав 157,1 млрд. дол. США. На другому місці перебувають США з імпортом 111,1 млрд. дол. США, на третьому – Японія з імпортом 23,6 млрд. дол. США. За період 2018-2022 рр. вартість імпорту дерев та рослин у світі зросла на 8,5%. Це свідчить про зростання попиту на квіти в цих країнах (рис. 1.2).

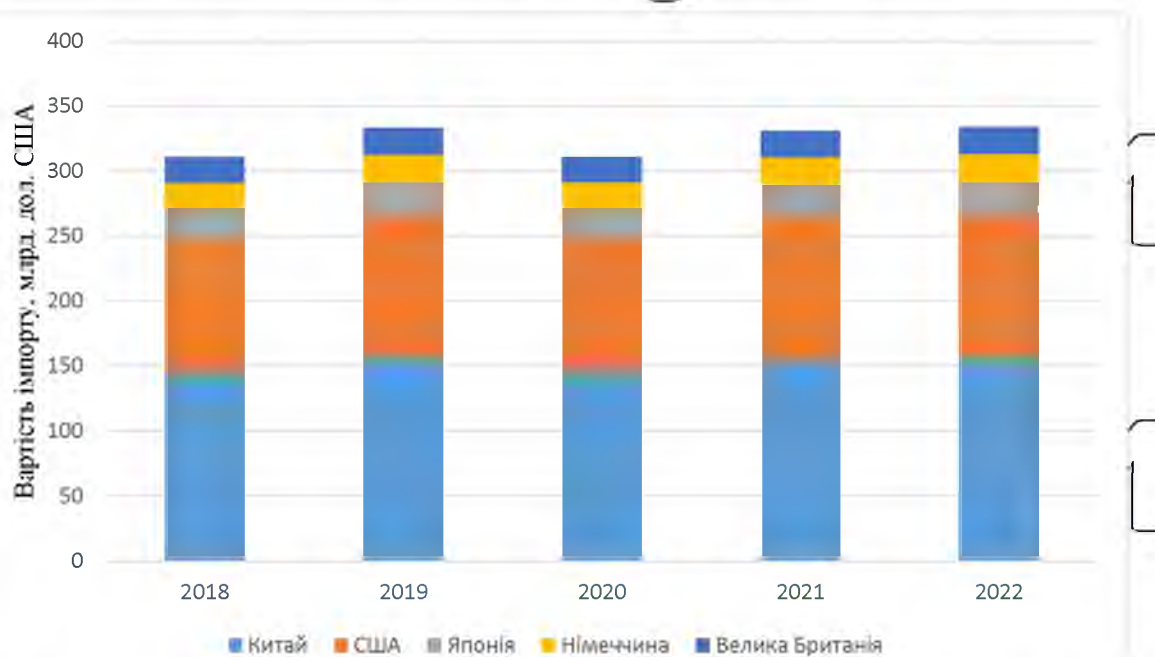
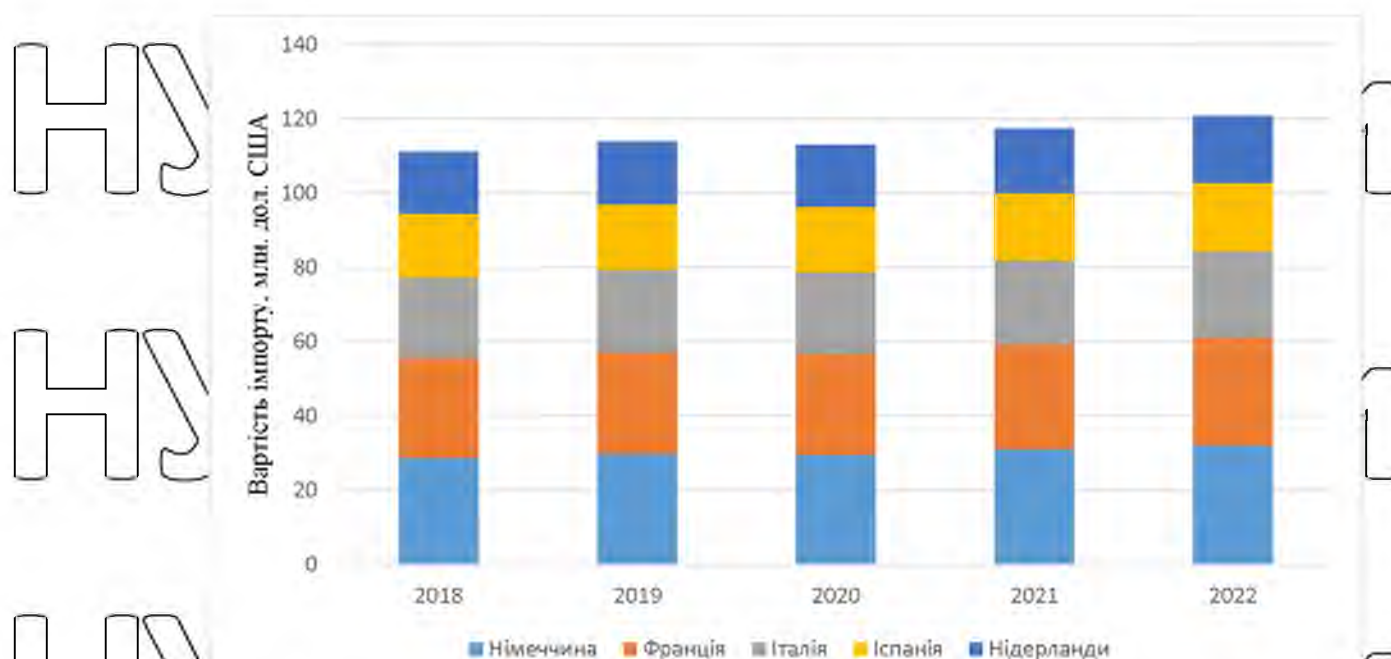


Рис. 1.2. П'ять найбільших імпортерів дерев та рослин у світі за вартістю імпорту, млрд. дол. США

Джерело: сформовано на основі [36]

Європейський Союз загалом збільшує імпорт дерев та рослин у вартісному еквіваленті. Зростання стало можливим завдяки Німеччині, Нідерландам та Італії. Незважаючи на позитивну тенденцію для ЄС-28 в цілому, Велика Британія зменшила попит на рослини та дерева на міжнародних ринках.



**Рис. 1.3. П'ять найбільших імпортерів дерев та рослин в ЄС за вартістю імпорту, млрд. дол. США**

*Джерело: сформовано на основі [36]*

Німеччина (світовий лідер галузі) є найбільшим імпортером дерев та рослин в ЄС, у 2022 році її імпорт склав 32,2 млрд. дол. США. На другому місці перебувають Франція з імпортом 28,9 млрд. дол. США, на третьому - Італія з імпортом 23,2 млрд. дол. США. За період 2018-2022 рр. вартість імпорту дерев та рослин в Європейському Союзі зростає на 10,5%.

Один із ключових аспектів, що робить імпорт садового матеріалу із-за кордону настільки конкурентоспроможним, полягає у ряді переваг, які він має [23]. Ось деякі з них:

1. **Широкий асортимент:** Закордонний садивний матеріал вражає різноманітністю асортименту, що пропонується споживачам.

2. **Високі декоративні якості:** Рослини і дерева із закордону часто виділяються своєю природною красою і декоративними особливостями.

3. **Стандартизоване пакування:** Важливою перевагою є стандартизоване і надійне пакування садивного матеріалу, включаючи кореневу систему.

4. Доступні ціни: Навіть із врахуванням витрат на доставку, закордонний садивний матеріал може мати вигідну ціну для споживача.

Ці фактори обумовлені не лише використанням передових технологій у виробництві декоративних рослин, але й досвідом і тривалістю діяльності окремих виробників у цьому сегменті ринку.

У західних країнах, таких як Польща і Німеччина, виробництво декоративних рослин є високорентабельним видом господарювання.

Наприклад, в Польщі виробництво декоративних рослин становить від 5% до 6% від загального обсягу товарів рослинництва, при цьому потрібно всього

0,03% орних земель. Підтримку розвитку галузі в Польщі сприяє спеціальна податкова політика, яка застосовується до розсадників з площею менше ніж 300 га та оборотом менше ніж € 800 тис., при цьому загальна сума податків у середньому складає € 10 на рік за 1 га землі [23].

У Німеччині зелене благоустрою має велике значення. Дерева не лише забезпечують містян киснем та тінню, але також допомагають запобігти зсувам ґрунту та затопленням, що стають все поширенішими наслідками глобального потепління. Власті Берліна навіть розробили концепцію "міста-губки", в якій зелень, включаючи дахи та фасади будівель, вбирає дощову

воду. У Німеччині надто важливо зберігати зелені зони та парки, і навіть вільні площі в мегаполісах приділяються створенню громадських зон з великою кількістю рослин.

Ще однією актуальною тенденцією в сучасному ландшафтному дизайні є вертикальне озеленення. Ця ідея належить французькому ботаніку Патріку

Бланку, який запропонував використовувати тропічні рослини, що ростуть при будь-якому нахилі та не потребують сонячного світла і регулярного поливу, для створення вертикальних садів на стінах будівель. Він розробив унікальну

систему для цього, де рослини ростуть у спеціальному розчині добрив. Вже

більше 30 років ця ідея реалізовується в різних країнах світу, і стіни зелених рослин можна побачити на будівлях у різних куточках глобальних міст. Вертикальне озеленення не лише має естетичний вигляд, але і здатне захищати

будівлі від перегріву та вологості, знижуючи ризик затоплень навколо фундаменту. Це особливо важливо для мегаполісів, де території для зелених насаджень дуже обмежені.

## 1.2. Особливості внутрішнього ринку ландшафтних робіт

Культивування квітів та рослин для декоративного озеленення підпорядковане відділу «Сільське лісове господарство, полювання, рибне господарство», який визначений в офіційному переліку видів економічної діяльності в Україні.

Починаючи з 2014 року, ринок декоративних рослин та ландшафтних робіт стикнувся зі значним спадом. Це було пов'язано зі зниженням споживчого попиту та падінням цін на рослини у валюті. Однак у 2019 році ринок почав оживати, що стало доброю новиною для галузі.

За даними на 01.01.2022 року, загальна площа всіх видів зелених насаджень у містах і населених пунктах України становить понад 641,5 тисяч гектарів. Це свідчить про значну кількість зелених просторів, які впливають на естетичний вигляд та комфорт населення.

Насамперед, варто звернути увагу на площу загальнодоступних зелених насаджень, яка у 2021 році склала понад 179,6 тисяч гектарів. Це означає, що у нашій країні є значна кількість громадських зон відпочинку та рекреації, які доступні для всіх громадян.

На жаль, не всі зелені насадження залишилися в стані ідеального здоров'я. Згідно з даними, близько 383,9 тисяч квадратних метрів зелених насаджень постраждали від фітозахворювань. Це викликає потребу у вживанні заходів для попередження та лікування хвороб рослин.

Враховуючи ці дані, можна зробити висновок, що ринок декоративних рослин та ландшафтних робіт в Україні відіграє важливу роль у створенні зелених просторів для населення та підтримки екологічної рівноваги.

У 2021 році було виявлено, що приблизно половина (50,5%) загальнодоступних зелених насаджень, що становить 90,8 тисяч гектарів,

отримали належний догляд. Це означає, що зелені зони, які включають парки, сквери та набережні, мали загальну площу понад 22,3 тисяч гектарів, 9,4 тисяч гектарів і 9,66 тисяч гектарів відповідно у 2021 році. Крім того, варто відзначити, що гідропарки, лугопарки та лісопарки займають понад 29,5 тисяч гектарів [25].

Загальна площа, виділена для насадництва, складає практично 3,6 тисяч гектарів, з якої у 2021 році було зібрано понад 583 кілограми насіння квітів і 139 тонн насіння газонних трав. Загальна площа під розсадництво становить понад 11,22 тисяч гектарів, і в 2021 році було реалізовано понад 5,7 мільйонів штук посадкового матеріалу, зокрема майже 3,6 мільйона саджанців дерев [25].

У 2021 році в Україні було витранено понад 1,6 мільярда гривень на утримання загальнодоступних зелених насаджень. Ці витрати свідчать про важливість збереження та розвитку зелених просторів у нашій країні. Зокрема, ці кошти були використані для підтримки парків, скверів, садів та інших зелених зон, які є важливими для здоров'я та добробуту населення.

Незважаючи на великі витрати на утримання зелених насаджень, виникла заборгованість перед кредитором у сумі більше 9,0 мільйонів гривень. Це свідчить про необхідність ефективного управління коштами та постійного контролю за фінансовими процесами. Також заборгованість перед боржниками склала 120,4 мільйони гривень, що потребує уваги і подальшого вирішення.

Загалом, утримання зелених насаджень має велике значення для сталого розвитку нашої країни. Необхідно забезпечити ефективне використання коштів та підтримувати належний рівень утримання зелених зон, щоб забезпечити комфорт та благополуччя нашого суспільства.

Загальна кількість підприємств, що займаються утриманням зелених насаджень, становить 562 одиниці, з яких 423 - комунальні підприємства, 93 - приватні, та 46 - інші форми власності [25].

Більша частина декоративних рослин, що висаджуються в Україні, імпортується з-за кордону. Головними постачальниками є Польща для товарів масштабного вирощування та Німеччина для великомасштабних саджанців дерев. Це пояснюється конкурентними перевагами імпортного посадкового матеріалу [23].

Слід відзначити, що попит на садивний матеріал в Україні різко зменшився через російську агресію та економічну кризу, і тепер садові центри намагаються вирощувати садивний матеріал самостійно або закуповувати його від вітчизняних виробників. Зазвичай імпортується лише той садивний матеріал, якого немає в Україні, з огляду на високі витрати на транспортування та митні збори. Також спостерігається зростання розсадників, які належать європейським виробникам. Спад внутрішнього попиту на садивний матеріал та значне знецінення гривні сприяють поступовому виходу України на зовнішні ринки із своєю продукцією садівництва [21].

В Україні на сьогоднішній день існує різноманітна система продажу декоративних рослин. Серед неї сучасні садові центри, супермаркети, обмежена кількість фірмових магазинів, спеціалізовані дрібні магазини, а також вулична торгівля, яка складає до 50% від загального обсягу продажу зрізаних квітів. Садові центри спеціалізуються на продажу дерев та кущів для відкритого ґрунту (до 80% від загального обсягу продажу в роздрібній торгівлі) та горщикових рослин (які можуть складати до 50% від обсягу продажу), тоді як спеціалізовані магазини більше спеціалізуються на продажу зрізаних квітів і в обмеженій кількості - горщикових рослин. Участь супермаркетів у цьому ринку невелика, становлячи приблизно 5% від загального обсягу продажу в роздрібній торгівлі, та не мають великого впливу. Лідерами продажу декоративних рослин в Україні є Київ та його область, які складають приблизно третину від загального обсягу продажу. Тут також зосереджена велика кількість розсадників і вищі фінансові можливості населення. Обласні центри з мільйонним населенням, такі як Донецьк, Харків та Дніпро, значно відстають від Києва за продажами [2].

Для забезпечення ефективного розвитку декоративного садівництва в Україні, вітчизняним підприємствам слід акцентувати увагу на розширенні асортименту, підвищенні якості та зниженні собівартості продукції декоративного садівництва. Також важливо поліпшити систему реалізації декоративних рослин і забезпечити необхідний рівень технологічного супроводу для висаджування та вирощування цих рослин.

### **1.3. Особливості озеленення прибудинкових територій**

Мета діяльності ландшафтного проектувальника полягає у створенні оточення, яке відповідає потребам людини. Суть цього виду творчості полягає у складному підході до проектування, який включає різні рівні. Перший рівень — це зовнішній ландшафт, який об'єднує природні і культурні аспекти. Далі йде область, на якій розташований будинок або інші архітектурні об'єкти, що потребують благоустрою. Ідеальною ситуацією для ландшафтного проектувальника є робота на всіх цих рівнях, створюючи збалансовану архітектуру пейзажу. Додатковий виклик становить фактор часу, оскільки справжній результат можна оцінити лише через роки [14].

Роботу ландшафтного архітектора можна відзначити схожістю з режисерською діяльністю. Обидва ці творці завжди ґрунтують свою роботу на конкретних ідеях і образах. Планування садового простору та його композиція вимагають ретельного розгляду, навіть коли будівництво будинку ще тільки на стадії планування. Важливо розглядати дім і сад як єдину систему, вбудовану в конкретне оточення, яке визначає контекст. Зазвичай же, у практичній роботі саду приділяють менше уваги, ніж будинку. Рослини часто висаджуються без чіткого плану або стилю, і це може призвести до дисгармонії в садовому просторі, в якому людина не почуває себе комфортно. Ландшафтний архітектор спеціально навчений створювати простір, де людині приємно перебувати. Ландшафтні дизайнери, як правило, займаються більш локальними завданнями, такими як створення окремих елементів саду, наприклад, альпінаріїв або водоймищ. Сьогодні з розвитком культури та смаків багато садових ділянок потребують подальшого вдосконалення та



благоустрою. Хоча ця сфера покращується завдяки висококваліфікованим фахівцям, цілісну концепцію ділянки далеко не завжди обговорюють, хоча це не тільки має естетичне значення, але і є економічно вигідним та технологічно доцільним рішенням [14].

Клієнти рідко надають чіткі вказівки щодо свого бажаного саду. Зазвичай це завдання покладається на плечі архітектора, який визначає структуру та функції саду. Для того, щоб створити задовільний проект, архітектор повинен розуміти клієнта, його вподобання та потреби. Інформація про те, що клієнт любить, як проводить свій час, чи приймає гостей, чи цікавиться барбекю або спортивними іграми, дуже важлива для визначення функціональних характеристик саду та його розмірів. На основі цієї інформації архітектор розробляє концептуальний ескіз, який служить початком подальшого обговорення. Зазвичай на цьому етапі клієнт стає активним учасником проекту, вносячи нові ідеї та співпрацюючи з архітектором.

Наступний етап робіт - інженерна практика, коли концептуальний ескіз перетворюється на конкретний план. Архітектори спільно з фахівцями з вертикального планування та гідроінженерами вирішують питання відведення зливових вод, створення комфортної системи руху по ділянці та враховують висотні відмітки для інтеграції нових об'єктів у вже забудовану територію. Цей етап формує структуру саду та визначає головні естетичні елементи, такі як тераси, підпірні стінки, доріжки, алеї та майданчики. Рельєф, наявність водоймищ та природні особливості ландшафту можуть як полегшити завдання з облаштування саду, так і ускладнити його, вимагаючи серйозних інженерних рішень, особливо на ділянках з ярами, багном, високим рівнем ґрунтових вод та інших особливостями. Неналежне планування може призвести до підтоплення будинків, загибелі рослин, розмивання та зсувних процесів, що вимагає перегляду всієї роботи до того, як розпочати будівництво [14].

В заключному проекті фіксуються рішення з поліпшення умов експлуатації ділянки, визначається розташування малих архітектурних

об'єктів, вказуються функціональні зони, дитячі та спортивні майданчики, типи покриття для доріжок, а також плани електро- та водопостачання. Особливу увагу приділяють дендроплану, де визначаються види рослин і породи для посадки, враховуючи місцевий клімат та ґрунтові умови [14].

При організації ландшафтного простору дендролог, як фахівець у сфері рослин, враховує низку важливих аспектів. Перш за все, він проводить аналіз ґрунтових умов, досліджуючи механічну структуру та мікроелементний склад ґрунту, а також його реакцію. Для того щоб рослини зростали здорово та мали декоративний вигляд, обов'язково потрібні відповідні екологічні умови на ділянці. Дендролог бере до уваги географічне розташування ділянки, місцевий клімат та вологість, а також розглядає вплив усіх чотирьох сезонів року, які повинні приносити естетичне задоволення [14].

Коли проект готовий, настає час для закупівлі запланованих рослин.

Рослинний матеріал зазвичай надходить з різних садових центрів, близько 30 з яких офіційно зареєстровані в Києві. Ці рослини походять як із європейських країн (Польща, Угорщина, Німеччина, Голландія), так і вітчизняних розплідників, де їх спеціально підготовляють до транспортування і перевезення за допомогою спеціалізованих технологій. В асортименті цих рослин можна знайти велику кількість видів, але далеко не всі є популярними. Рідкісні та вишукані рослини, такі як великі цвітучі магнолії та стійкі до зимних морозів рододендрони, можуть бути замовлені в садових центрах за попереднім замовленням. Крім рослин, у садових центрах можна придбати різноманітне обладнання, добрива, літературу, а також елементи ландшафтного дизайну, такі як дерев'яні, чавунні та кам'яні конструкції, такі як перколи, альтанки та паркові скульптури. Реалізація проекту саду проводиться під наглядом автора та вимагає постійного догляду, що зазвичай покладається на професійного садівника [14].

## РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТУ ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА З

## ОЗЕЛЕНЕННЯ ТЕРИТОРІЙ

## 2.1 Резюме проекту

Таблиця 2.1

## Резюме проекту відкриття підприємства з озеленення територій

Назва	Бізнес-план відкриття підприємства з озеленення територій
Ініціатор	Нестаренко Віталій Володимирович
Мета проекту	Теоретичне та аналітичне дослідження планування організації бізнесу по озелененню територій.
Джерела фінансування	Власні кошти
Термін реалізації проекту	5 років
Термін прогнозу, міс	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	38,5%
Загальний обсяг фінансування проекту	358 545 грн
Чистий грошовий потік	1 435 740 грн
NPV (Чистий дисконтований дохід)	829 950 грн
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	1 826 760 грн
Термінальна вартість бізнесу	996 810 грн
PB (Простий термін окупності), роки	1,9
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	2,1
PI (Індекс доходності за проектом)	3,35

*Джерело: сформовано автором*

## 2.2 Концептуальне значення та цілі проекту

Концепція цього бізнес-проекту передбачає створення прибуткового підприємства в місті Київ, спеціалізованого на ландшафтному дизайні та озелененні територій. Ми маємо на меті стати конкурентоспроможними на ринку ландшафтного дизайну в Києві, пропонуючи послуги з озеленення та комплексний догляд за насадженими рослинами.

Основні завдання цього бізнес-проекту включають завоювання ринку Київської області з обслуговування прибудинкових територій. Наші цілі включають:

1. Забезпечення якісного догляду за рослинами протягом всього їхнього життєвого циклу.

2. Забезпечення відсутності турбулентності під час спроб самостійного догляду за рослинами.

3. Покращення стану повітря у місцевостях, де ми впроваджуємо озеленення.

Озеленення є одним з основних напрямків нашої діяльності. Ми плануємо виконувати такі види робіт:

1. Створення газонів.

2. Створення квітників.

3. Посадка дерев.

4. Влаштування живоплотів.

5. Озеленення міських територій та приватних садиб.

6. Озеленення кінних заводів.

7. Влаштування зелених дахів та терас.

Нашим клієнтам та замовникам ми пропонуємо великий вибір декоративних рослин: від однорічних рослин і цибулин до великорозмірних кущів. Ми гарантуємо уважне відношення до вибору рослин, їх доставку та

висадку. Наш професійний персонал забезпечить ваш сад, парк або зелений дах здоровими рослинами. Щоб забезпечити ексклюзивність об'єкта та забезпечити, щоб сад виглядав як дорослий вже в перший рік, ми допоможемо вам вибрати рослини не тільки з кращих розсадників України, але і з інших європейських країн, таких як Польща, Німеччина та Голландія.

Ми також надаємо гарантію на всі висаджені рослини. Для того щоб впевнитися в їхньому приживленні та допомогти рослинам адаптуватися до нових умов, ми плануємо здійснювати комплекс заходів по догляду за ними, спостерігати за їхнім ростом та розвитком, а також запобігати поширенню хвороб та шкідників. Крім того, для того щоб забезпечити тривалу красу вашої озеленої території, потрібний систематичний та регулярний догляд

протягом усього року, оскільки сад є живим і змінюється в залежності від сезонів та зростання.

Зелені дахи стануть ключовою конкурентною перевагою майбутнього підприємства в галузі озеленення. Сучасні міські благоустрої все частіше відзначаються наявністю зелених дахів, що є однією з найактуальніших тенденцій. У багатьох містах Європи, Азії і Америки розпочинається поширення садів на дахах будівель. У країнах Європи озеленення дахів включено до екологічних програм і отримує підтримку на місцевому, муніципальному і державному рівнях.

Зелені дахи несуть великий екологічний вигаш для міста, створюючи оази природи в його серці. Вони компенсують втрату земельної площі під будівництво, сприяють створенню природного мікроклімату, надають нові простори для дитячих та спортивних майданчиків, городів і місць для відпочинку, а також допомагають зменшити навантаження на міські системи дренажу. Наше майбутнє підприємство планує надавати послуги, які включатимуть продаж, консультування, проєктування та реалізацію зелених дахів як плоских, так і нахилених. Це сприятиме покращенню екологічної ситуації в наших містах і населених пунктах. Зелені дахи – це інноваційний спосіб покращити якість нашого міського середовища і створити більш здорову та приємну атмосферу для мешканців.

### 2.3 Загальна характеристика бізнесу та особливості цільової аудиторії

Однією з найбільш популярних послуг у сфері озеленення ділянок є висадка і розвиток газону. Проте, ця справа, безсумнівно, вимагає спеціальної уваги і кваліфікованого підходу, особливо в регіонах, де результати можуть бути непередбачуваними. Штучні заміни натурального газону суперечать концепції садового дизайну, оскільки на садовій ділянці завжди виглядає найкраще природне зелене покриття. Одним із найвидших і наочних способів досягнення ідеального газону є використання рулонного газону.

Процес його укладання вимагає кваліфікованого догляду протягом двох тижнів після висадки. Окрім цього, газон потребує регулярного стриження, що може бути включено до переліку послуг підприємства з ландшафтного дизайну.

Варто звернути увагу на те, що аналіз ринку відкриття підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення вимагає дослідження не лише певного сегмента, але й загального попиту на послуги, пов'язані з будівництвом та благоустроєм приватних ділянок. Споживачі також цікавляться альтанками, металевими огорожами, кованими ворітьми, світильниками та іншими декоративними елементами для свого саду. Дослідження попиту може розкрити потенціал підприємства серед місцевого населення.

У визначенні цільової аудиторії важливо враховувати особливості ландшафтного дизайну, який потребує великої площі та високих витрат. Отже, клієнтами цього підприємства, імовірно, будуть люди з вищим рівнем доходів. Перед складанням бізнес-плану, варто провести ретельне дослідження середніх заробітків у вашій області та встановити відсоток осіб із вищим рівнем доходів.

Нині на ринку Києва та Київської області діє близько чотирьох десятків компаній, які пропонують послуги з ландшафтного дизайну. Враховуючи це, потенційним клієнтам може бути складно визначити, яку фірму обрати для виконання робіт. Це свідчить про те, що ринок все ще перебуває на стадії формування і розвитку. Очікується, що з часом він буде розділено на чітко визначені сегменти та спеціалізовані підприємства. Покрім приватних фірм, на ринку активно діють і непідприємники-кустари, які надають свої послуги без офіційної реєстрації [14].

Створення підприємства з озеленення територій має великий потенціал не лише для задоволення попиту, але й для підвищення якості послуг, що надаються в Україні. Це також може призвести до зростання підприємницького прибутку та покращення якості життя мешканців країни. Досягнення цих цілей вимагатиме від підприємства не лише високого

професіоналізму, але й постійного моніторингу ринку та адаптації до змін у попиті та тенденціях.

## 2.4 Аналіз конкурентного середовища та маркетингова складова проекту

Аналіз конкурентного середовища є важливою складовою процесу розробки бізнес-плану відкриття підприємства з озеленення територій. Цей аналіз допомагає зрозуміти структуру ринку, визначити потенційних конкурентів та їхні сильні та слабкі сторони. Також він дозволяє ідентифікувати можливості та загрози, що можуть вплинути на успішність проекту.

На сучасному ринку ландшафтного дизайну та озеленення існує певна структура, яка складається з різних гравців. До основних сегментів ринку можна віднести:

Професійні ландшафтні фірми: Ці компанії спеціалізуються на створенні та обслуговуванні ландшафтних дизайнів і озелененні територій. Вони мають досвід і кваліфікований персонал.

1. Незалежні ландшафтні архітектори та дизайнери: Індивідуальні фахівці, які пропонують свої послуги з розробки проектів і порад по озелененню.

2. Напівлегальні кустарі: Це особи, які надають послуги без офіційної реєстрації та спеціалізованої освіти.

3. Конкуренти з інших сегментів: До них можуть відноситися будівельні компанії, які надають послуги з благоустрою прибудинкових територій.

Таблиця 2.2

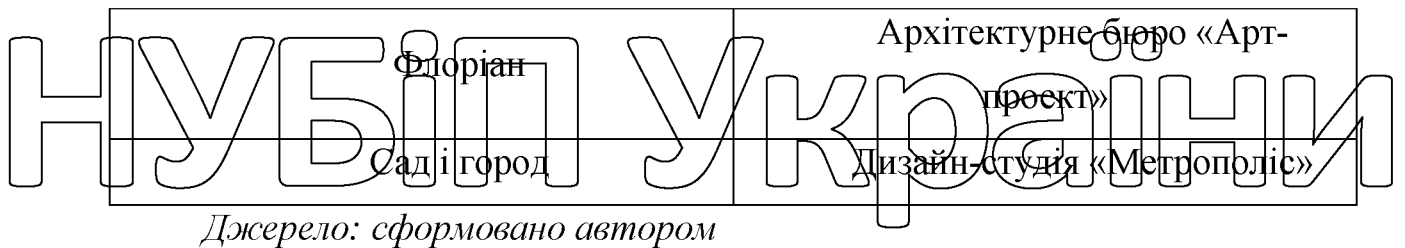
### Аналіз конкурентів центру сімейної медіації в Києві

**Прямі конкуренти**

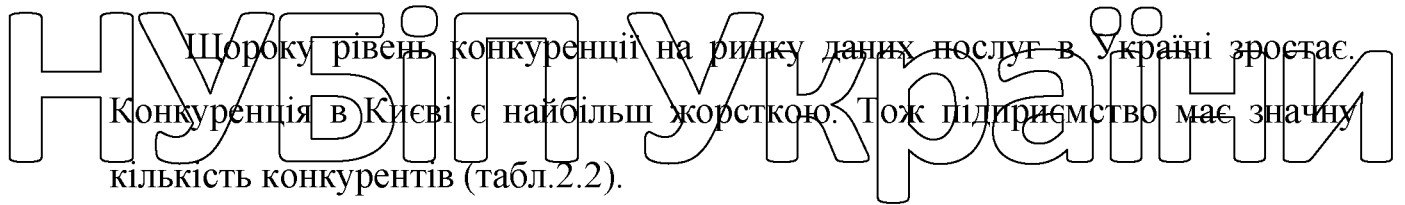
Зелена країна

**Непрямі конкуренти**

Будівельна компанія «Олімп»

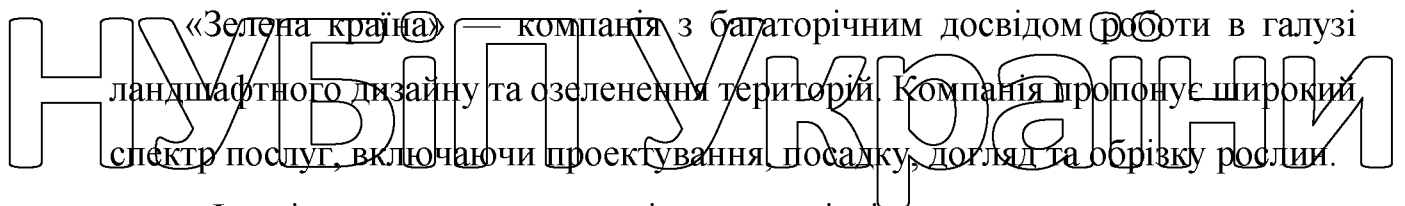


Джерело: сформовано автором



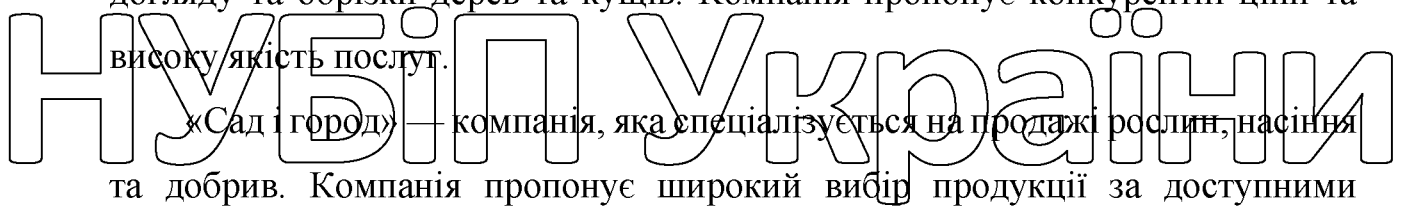
Щороку рівень конкуренції на ринку даних послуг в Україні зростає. Конкуренція в Києві є найбільш жорсткою. Тож підприємство має значну кількість конкурентів (табл.2.2).

Серед основних конкурентів виокремимо наступних:

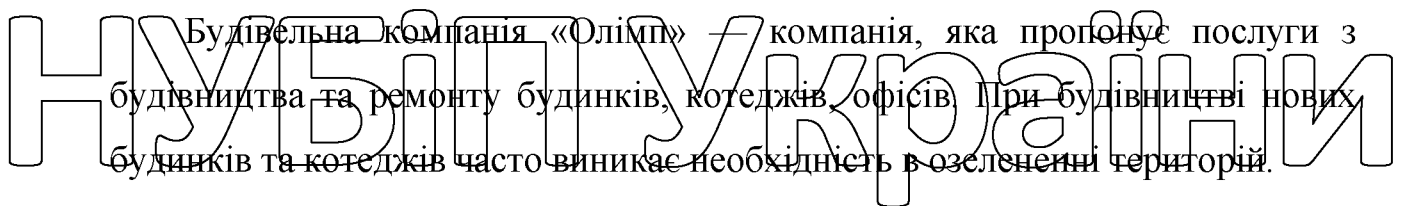


«Зелена країна» компанія з багаторічним досвідом роботи в галузі ландшафтного дизайну та озеленення територій. Компанія пропонує широкий спектр послуг, включаючи проектування, посадку, догляд та обрізку рослин.

«Флоріан» — молода компанія, яка спеціалізується на послугах з посадки, догляду та обрізки дерев та кущів. Компанія пропонує конкурентні ціни та високу якість послуг.

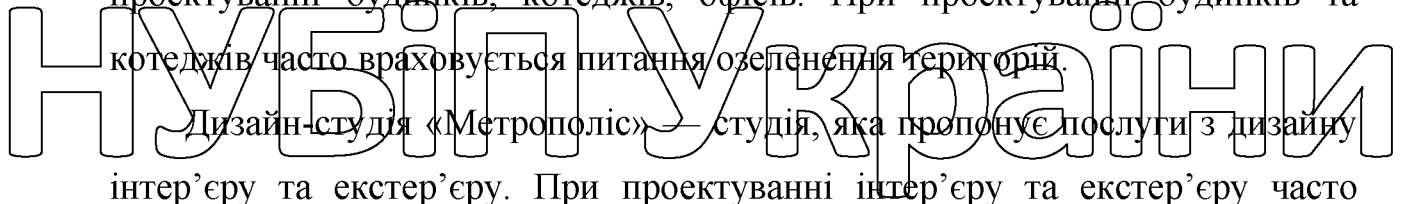


«Сад і город» — компанія, яка спеціалізується на продажі рослин, насіння та добрив. Компанія пропонує широкий вибір продукції за доступними цінами.

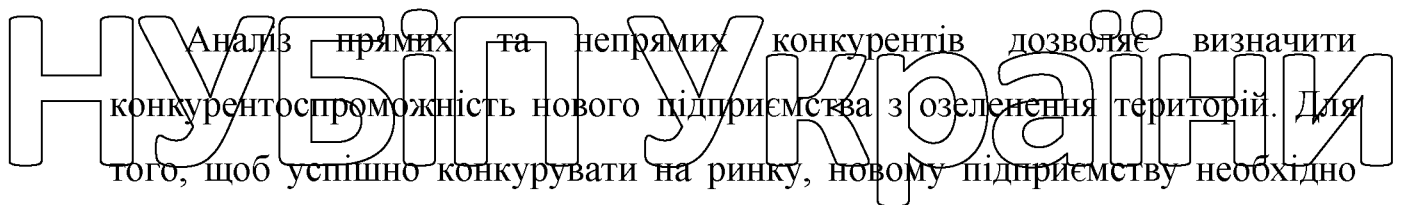


Будівельна компанія «Олімп» — компанія, яка пропонує послуги з будівництва та ремонту будинків, котеджів, офісів. При будівництві нових будинків та котеджів часто виникає необхідність в озелененні територій.

Архітектурне бюро «Арт-проект» — бюро, яке спеціалізується на проектуванні будинків, котеджів, офісів. При проектуванні будинків та котеджів часто враховується питання озеленення територій.



Дизайн-студія «Метрополіс» — студія, яка пропонує послуги з дизайну інтер'єру та екстер'єру. При проектуванні інтер'єру та екстер'єру часто враховується питання озеленення територій.



Аналіз прямих та непрямих конкурентів дозволяє визначити конкурентоспроможність нового підприємства з озеленення територій. Для того, щоб успішно конкурувати на ринку, новому підприємству необхідно



запропонувати конкурентні ціни, високу якість послуг та широкий спектр послуг. Крім того, підприємству необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, яка допоможе залучити нових клієнтів.

Для вивчення внутрішнього середовища центру розумно використовувати SWOT-аналіз. «Сильні та слабкі сторони» відображають внутрішні фактори, що визначають стан справ у компанії. Стосовно категорій «можливості та загрози», це більше про зовнішні впливи, які слід враховувати при розробці бізнес-плану. Сильні сторони та можливості вказують на позитивні аспекти на даному етапі розвитку компанії, які сприяють досягненню бізнес-цілей. З іншого боку, слабкі сторони та загрози представляють негативні аспекти, які можуть обмежити розвиток компанії.

Збір всієї цієї інформації дає можливість розуміти, як зменшити негативний вплив негативних аспектів. Після проведення SWOT-аналізу рекомендується керівництву модернізувати бізнес-стратегію з метою знаходження нових можливостей для зростання і розвитку, а також для вирішення можливих проблем.

Таблиця 2.3

### SWOT-аналіз підприємства з озеленення територій

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Досвід та кваліфікація персоналу.	1. Висока конкуренція на ринку.
2. Висока якість виконаних робіт.	2. Потребуємо інвестицій у рекламу та маркетинг.
3. Відомий бренд та репутація.	3. Залежність від постійних замовників.
4. Широкий спектр послуг з ландшафтного дизайну та озеленення.	4. Висока сезонність робіт.
5. Співпраця зі спеціалізованими постачальниками рослин та матеріалів.	5. Залежність від змін в місцевому законодавстві.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Зростання попиту на екологічно чисті середовища та озеленення.	1. Економічна нестабільність та зменшення покупної спроможності клієнтів.
2. Розширення асортименту послуг на створення зелених дахів та стін.	2. Збільшення конкуренції на ринку ландшафтного дизайну.
3. Розвиток партнерств з громадськими закладами та бізнес-центрами.	3. Потенційні зміни у вимогах щодо екологічного будівництва та озеленення.

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
4. Залучення інвестицій для розширення бізнесу та покращення інфраструктури.	4. Сезонність робіт та залежність від погодних умов.
5. Ріст популярності зелених технологій та сталого благоустрою.	5. Потенційні зміни в податковому та регуляторному середовищі.

*Джерело: сформовано автором*

Як видно з наведених у табл. 2.3 сильні сторони: підприємство має кваліфікований персонал та багаторічний досвід в галузі ландшафтного дизайну та озеленення; висока якість робіт та здатність надавати комплексні послуги з ландшафтного дизайну; існуючий бренд та репутація на ринку; можливість співпраці зі спеціалізованими постачальниками рослин та матеріалів.

Слабкі сторони: висока конкуренція на ринку ландшафтного дизайну може ускладнити привертання нових клієнтів; потреба в інвестиціях у рекламу та маркетинг для підвищення відомості про підприємство; залежність від постійних замовників та можливість сезонних коливань в замовленнях; висока сезонність робіт та залежність від погодних умов.

Можливості: зростання попиту на екологічно чисті середовища та озеленення в містах; розширення асортименту послуг на створення зелених дахів та стін; розвиток партнерства з громадськими закладами та бізнес-центрами; залучення інвестицій для розширення бізнесу та покращення інфраструктури; ріст популярності зелених технологій та сталого благоустрою.

Загрози: економічна нестабільність та зменшення покупної спроможності клієнтів; збільшення конкуренції на ринку ландшафтного дизайну; потенційні зміни в місцевому законодавстві щодо будівництва та озеленення; сезонність робіт та залежність від погодних умов.

SWOT-аналіз допомагає зрозуміти, які можливості можна використовувати, а також які загрози слід уникати або зменшити ризики. Враховуючи сильні сторони та можливості, підприємство може розробити маркетингову стратегію для досягнення успіху на ринку ландшафтного

дизайну та озеленення, в той час як слабкі сторони і загрози вказують на області, які потребують особливої уваги та управління.

Від якості маркетингового плану залежить економічна ефективність підприємства протягом певного періоду та його перспективи на майбутнє [34].

Маркетингова стратегія буде базуватися на підходах, спрямованих на привертання цільової аудиторії та підвищення обсягу продажів. Серед ключових елементів маркетингової стратегії будуть:

Маркетингові цілі підприємства на рік:

1. Залучити 100 нових клієнтів.
2. Збільшити продажі на 20%.
3. Підвищити рівень упізнаваності бренду на 15%.

Для досягнення маркетингових цілей підприємство планує реалізувати наступні стратегії:

1. Високий рівень якості послуг. Підприємство буде пропонувати високоякісні послуги з озеленення територій, що відповідають потребам клієнтів.

2. Конкурентні ціни. Підприємство буде пропонувати конкурентні ціни на свої послуги.

3. Широкий спектр послуг. Підприємство буде пропонувати широкий спектр послуг з озеленення територій, щоб задовольнити потреби різних клієнтів.

4. Ефективний маркетинг. Підприємство буде використовувати ефективні маркетингові інструменти для залучення нових клієнтів.

Для реалізації маркетингових стратегій підприємство планує використовувати наступні маркетингові інструменти:

1. Сайт та соціальні мережі. Підприємство буде створювати та підтримувати свій сайт та сторінки в соціальних мережах, щоб інформувати клієнтів про свої послуги.

2. Контент-маркетинг. Підприємство буде створювати корисний контент, такий як статті, відео та інфографіку, щоб залучити увагу клієнтів.

3. Електронна пошта. Підприємство буде використовувати електронну пошту для спілкування з клієнтами та просування своїх послуг.

4. Партнерство. Підприємство буде співпрацювати з іншими компаніями, щоб залучити нових клієнтів.

Маркетинговий бюджет підприємства на рік становить 100 000 грн, у

т.ч.:

1. Сайт та соціальні мережі: 20 000 грн.

2. Контент-маркетинг: 30 000 грн.

3. Електронна пошта: 20 000 грн.

4. Партнерство: 30 000 грн.

Реалізація маркетингового плану допоможе підприємству з озеленення територій залучити нових клієнтів та збільшити продажі.

Таблиця 2.4

### Планування маркетингової діяльності

Вид витрат	Ціль	Стратегія	Терміни
Сайт та соціальні мережі	Створити та підтримувати сайт та сторінки в соціальних мережах, щоб інформувати клієнтів про свої послуги	Розробити та створити сайт, оптимізувати його для пошукових систем, створити сторінки в соціальних мережах, вести контент-маркетинг	1-3 місяці
Контент-маркетинг	Створювати корисний контент, такий як статті, відео та інфографіку, щоб залучити увагу клієнтів	Створювати статті, відео та інфографіку на актуальні теми, пов'язані з озелененням територій, просувати контент в соціальних мережах	3-6 місяців
Електронна пошта	Використовувати електронну пошту для спілкування з клієнтами та просування своїх послуг	Створити базу даних клієнтів, відправляти електронні листи з актуальними пропозиціями та новинами	6-9 місяців

<p>Партнерство</p>	<p>Співпрацювати з іншими компаніями, щоб залучити нових клієнтів</p>	<p>Знайти партнерів з галузі будівництва, архітектури, дизайну, щоб пропонувати комплексні послуги</p>	<p>9-12 місяців</p>
--------------------	---	--	---------------------

*Джерело: сформовано автором*

# НУБІП УКРАЇНИ

Крім зазначених маркетингових інструментів, підприємство може також використовувати наступні рекомендації для підвищення ефективності своєї маркетингової стратегії:

1. Створити сильний бренд. Підприємство має створити сильний бренд, який буде легко запам'ятовуватися і викликати позитивні асоціації у клієнтів.

2. Створити ефективну систему продажів. Підприємство має створити ефективну систему продажів, яка допоможе генерувати клієнтські запити і закрити угоди.

3. Надавати відмінний сервіс клієнтам. Підприємство має надавати відмінний сервіс клієнтам, щоб забезпечити їхнє задоволення і сприяти повторним угодам.

## 2.5 Організаційно-виробничий план

Початковий етап створення саду, парку, скверу або зеленого даху завжди включає в себе проектування ландшафту. Процес проектування дозволяє створити загальний концепт майбутнього зеленого простору і, при необхідності, внести в нього зміни, враховуючи індивідуальні побажання клієнта. Важливо проводити проектування з використанням 3D-моделювання, що надає можливість побачити майбутній сад в повному обсязі на будь-якому етапі розробки. Крім того, компетентний проект допомагає розрахувати витрати на благоустрій та визначити послідовність будівельних робіт.

Під час складання бізнес-плану для підприємства, спеціалізованого на озелененні прибудинкових територій, важливо врахувати всі видатки, що

допоможе визначити загальний обсяг початкового капіталу та розрахувати терміни окупності інвестицій.

Структура управління підприємством, спрямованим на озеленення прибудинкових територій, буде базуватися на лінійній організаційній структурі. В такій структурі вертикальна ієрархія, де вищий керівник знаходиться над лінійним керівником підрозділу, а виконавці діють на виконавчому рівні. Характерною рисою цієї структури є існування тільки вертикальних ланок управління.

Таблиця 2.5

### Персонал підприємства з озеленення прибудинкових територій

Посада	Кількість осіб	Заробітна плата 1 працівника, грн/міс	Заробітна плата, включаючи податок	Загалом заробітна плата
Директор	1	30 000	33 333	35 850
Бухгалтер	1	12 000	13 333	14 340
Виконроб	1	14 000	15 556	16 730
Дизайнер	1	15 000	16 667	17 925
Дендролог, флорист	1	11 000	12 222	13 145
Садівники, виконавці робіт з озеленення	4	9 000	10 000	43 020
<b>Разом:</b>	<b>9</b>			<b>141 010</b>

*Джерело: сформовано автором*

Управління підприємством, спеціалізованим на озелененні прибудинкових територій, буде здійснюватися власником проекту, який виконуватиме обов'язки головного адміністратора. Його відповідальність включатиме всі аспекти організації бізнесу, починаючи з підготовки проекту та реєстрації, а також керівництво компанією, процес прийому персоналу і багато інших завдань. Під час роботи він буде вести співпрацю з партнерами та координувати маркетингові заходи. Йому підпорядковуватимуться інші співробітники, включаючи штатний персонал та найманих співробітників, таких як дизайнери і бухгалтер. Він також матиме безпосередніх підлеглих серед штатних і найманих співробітників, які будуть відповідальні за

виконання робіт з озеленення. Основними критеріями для працівників буде досвід роботи в ландшафтному дизайні та озелененні, відповідальність, вміння взаємодіяти з клієнтами, терпіння та уважність.

Для ефективної роботи підприємства буде необхідно найняти таких фахівців, як дизайнер, технолог, садівник, виконроб, та виконавці робіт з озеленення. Крім цього, на підприємстві працюватиме бухгалтер. Середньомісячний фонд оплати праці складатиме 141 010 грн.

Витрати на обслуговування та експлуатацію обладнання та приміщення включають в себе амортизаційні відрахування від вартості обладнання, амортизаційні відрахування від вартості приміщення та витрати на ремонт та обслуговування обладнання. При врахуванні амортизаційних відрахувань у фінансовому аналізі важливо мати на увазі наступне. По-перше, ці відрахування є «негрошовими» складовими у фінансовому плані проекту, оскільки вони не вимагають реальних грошових операцій, а представляють собою лише реєстрацію процесу зниження вартості довгострокових активів. По-друге, амортизаційні відрахування включаються в початкові інвестиційні витрати і не повинні враховуватися в операційному грошовому потоці.

Таблиця 2.6

### Прогноз витрат для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

Статті витрат	Варом	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
<b>Змінні витрати</b>	<b>3 150 000</b>	<b>750 000</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>
Ремонт приміщення	30000	30 000	0	0	0	0
Придбання інструментів	1810000	370000	360000	360000	360000	360000
Купівля офісних меблів та оргтехніки	30000	30000	0	0	0	0
Закупівля декоративних рослин	1280000	320000	240000	240000	240000	240000
<b>Постійні витрати</b>	<b>10 215 906</b>	<b>2 226 114</b>	<b>2 247 448</b>	<b>2 247 448</b>	<b>2 247 448</b>	<b>2 247 448</b>
Оренда офісу та складу	598500	119 700	119 700	119 700	119 700	119 700
Мобільний зв'язок	111336	6 000	26 334	26 334	26 334	26 334
Транспортні витрати	513000	102 600	102 600	102 600	102 600	102 600
Реклама	180000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Оплата праці	7460600	1692120	692120	1692120	1692120	1692120
ЄСВ	1293470	258 694	258 694	258 694	258 694	258 694
Амортизація	59000	11 000	12 000	12 000	12 000	12 000
<b>Всього</b>	<b>13 365 906</b>	<b>2 976 114</b>	<b>1 847 448</b>	<b>2 847 448</b>	<b>2 847 448</b>	<b>2 847 448</b>

Джерело: сформовано автором

# НУБІП України

Розглянемо динаміку витрат для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій.

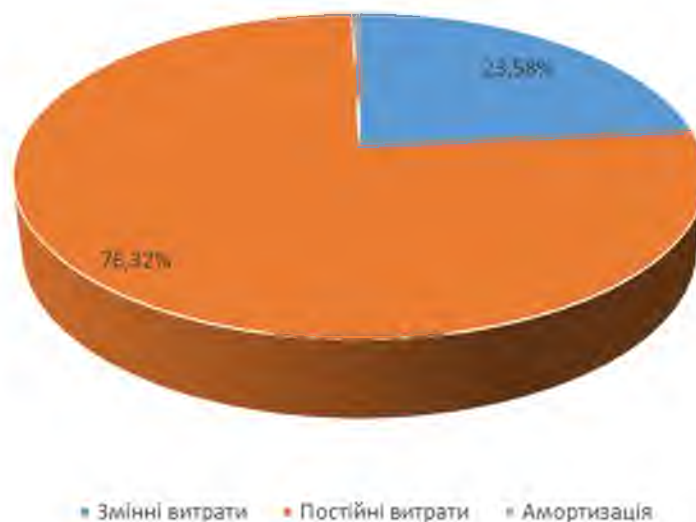


**Рис. 2.1.** Динаміка витрат для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

Джерело: сформовано автором

На рисунку 2.1 можемо бачити, що динаміка витрат зменшується з кожним роком, переважають постійні витрати, що включають в себе оренду офісу та складу, мобільний зв'язок, транспортні витрати, рекламу, сплату праці, ЄСВ та амортизацію.

## Структура витрат



**Рис. 2.2.** Динаміка витрат для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

Джерело: сформовано автором



Структуру витрат складають: постійні витрати (76,4%), змінні витрати (25,6%) та амортизація (0,44%).

Розглянемо загальний обсяг інвестицій, необхідних для запуску підприємства, спрямованого на озеленення та благоустрій територій.

Таблиця 2.7  
Інвестиції, необхідні для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

Стаття видатків	Сума, грн
<b>Змінні витрати</b>	200 000
Ремонт приміщення	30 000
Придбання інструментів	40 000
Купівля офісних меблів та оргтехніки	30 000
Закупівля декоративних рослин	100 000
<b>Постійні витрати</b>	184 593
Оренда офісу та складу	9 975
Мобільний зв'язок	500
Транспортні витрати	8 550
Реклама	3 000
Оплата праці (з податками)	141 010
ЄСВ	2 558
<b>Всього</b>	<b>384 593</b>

Джерело: сформовано автором

Розглянемо структуру інвестицій, необхідних для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій.

### Структура інвестицій



- Ремонт приміщення
- Придбання інструментів
- Купівля офісних меблів та оргтехніки
- Закупівля декоративних рослин
- Оренда офісу та складу
- Мобільний зв'язок
- Транспортні витрати
- Реклама
- Оплата праці (з податками)
- ЄСВ

Рис. 2.3. Структура інвестицій, необхідних для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

Джерело: сформовано автором

З рис. 2.3. видно, що найбільше вкладень необхідно для оплати праці (з податками), а найбільше інвестицій – на змінні витрати (200 000,00 грн)

Отже, для відкриття підприємства, спеціалізованого на озелененні та благоустрою територій, необхідно здійснити інвестиції в розмірі 384 593 гривень.

Показники попиту з благоустрою та озеленення територій постійно зростають. Але при цьому треба врахувати сезонність ландшафтного бізнесу, тобто в зимовий період замовлень практично немає, а заробітну плату працівникам все одно прийдеться виплачувати.

## 2.6 Оцінка ефективності проекту

Під час виконання робіт на прибудинковій території, окрім основних ландшафтних заходів, можуть знадобитися додаткові послуги, і важливо, щоб замовник був ознайомлений з їх наявністю. До цих додаткових послуг варто віднести:

1. Установка автоматичної системи поливу.
2. Підбір, придбання і доставка рослинних саджанців.
3. Підготовка ґрунту для укладання газону, посіву трави та висадки квітів.
4. Доставка поживного ґрунту на ділянку.
5. Прибирання та вивезення сміття з території.
6. Здійснення професійної боротьби з бур'янами.

Вартість цих додаткових послуг може коливатися в залежності від таких факторів, як відстань до ділянки, розмір рослин, необхідність використання спеціалізованої техніки та інші параметри, які впливають на цінову політику.

Будучи ознайомленими з цими додатковими можливостями, замовники зможуть краще спланувати та налаштувати свій ландшафтний проект відповідно до своїх потреб і бюджету.

Таблиця 2.8

## Перелік основних послуг підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення

Послуга	Вартість
Розробка проекту «Стандарт»	4000 грн. за 100 кв. м
Розробка проекту «Преміум»	7000 грн. за 100 кв. м
План будівництва альтанки	5000 грн.
Розробка зони барбекю ручної кладки	9000 грн.
Візит фахівця для огляду ділянки та проведення замірів	500 грн.
Укладка тротуарної плитки	600 грн. кв. м
Насипні доріжки з підготовкою ґрунту	Від 1000 грн. кв. м ( в залежності вартості натурального матеріалу)
Укладання рулонного газону	420 грн. кв. м
Посів злакових культур	220 грн. кв. м
Композиція для клумби з однолітниками	600 грн. + вартість розсади
Установка габонів	700 грн. за шт. + вартість наповнювача
Живопліт	800 грн.

*Джерело: сформовано автором*

Існує безліч різних варіацій зелених огорож, і вони можуть бути як чудовими, як картинки з розкішних глянцевого журналі, де габони слугують опорою для витончених декоративних рослин, так і виглядати штучно в помірних кліматичних умовах, особливо взимку, коли вони можуть виглядати неприродньо в поєднанні зі снігом та голими деревами.

Однак найбільш популярним варіантом є живопліт. У створенні живоплоту можуть використовуватися не лише рослини з листям, але й вічнозелені культури, які легко переносять заморозки. Для вибору відповідних рослин, які підходять під ґрунт ділянки і кліматичні умови регіону, можна звернутися до фахівця з ботаніки або ландшафтного дизайну. З їх допомогою можна створити унікальні клумби, які радуватимуть квітами від ранньої весни до пізньої осені.

Щоб ваша клумба радувала різноманіттям кольорів не лише один сезон, варто обирати багаторічні рослини. На відміну від клумб із щорічними культурами, не потрібно щорічно оновлювати багаторічні клумби. Догляд за ними обмежується лише підстриганням, додаванням добрив та обрізкою дерев і кущів.

Після цього ми можемо приступити до аналізу плану доходів нашого майбутнього підприємства.

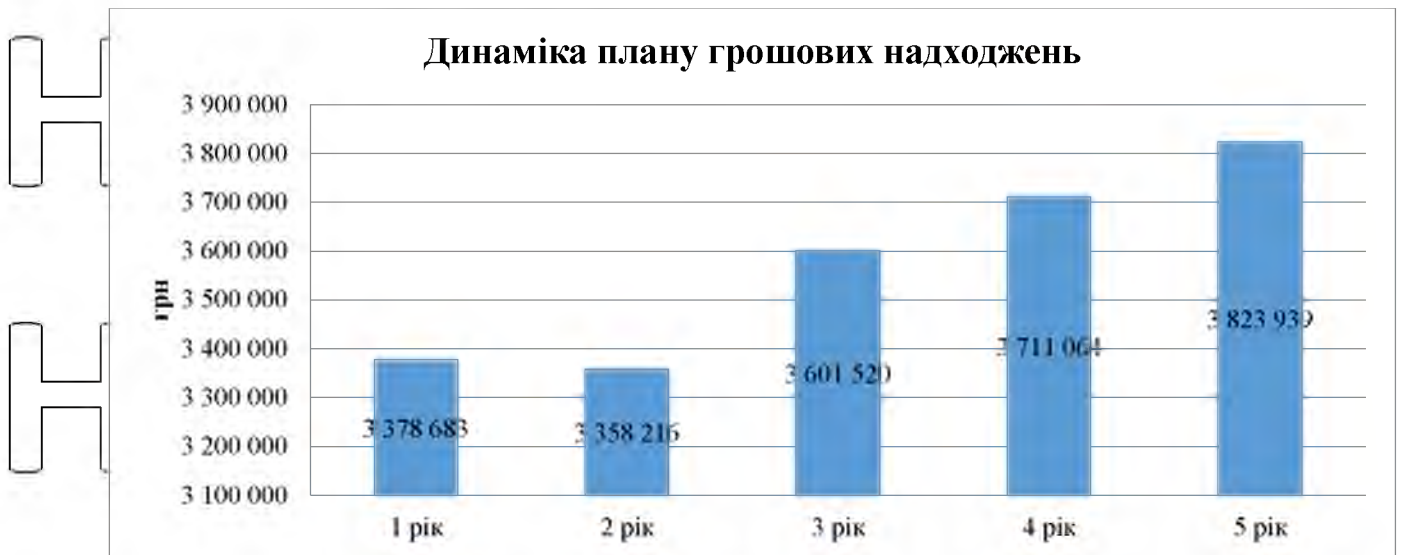
Таблиця 2.9

**План грошових надходжень підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення**

Стаття доходів	Разом	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Розробка проекту «Стандарту»	1 632 938	308 008	306 967	329 207	339 220	349 537
Розробка проекту «Преміум»	2 286 113	431 211	429 753	460 889	474 908	489 352
План будівництва альтанки	2 449 407	462 012	460 450	493 810	508 830	524 306
Розробка зони барбекю ручної кладки	4 408 933	831 621	828 810	888 858	915 893	943 751
Візит фахівця для огляду ділянки та проведення замірів	816 469	154 004	153 483	164 603	169 610	174 769
Укладка тротуарної плитки	734 822	138 603	138 135	148 143	152 649	157 292
Насипні доріжки з підготовкою ґрунту	1 224 704	231 006	230 225	246 905	254 415	262 153
Укладання рулонного газону	685 834	129 363	128 926	138 267	142 472	146 806
Посів флакових культур	359 246	67 762	67 533	72 425	74 628	76 898
Композиція для клумби з однолітниками	979 763	184 805	184 180	197 524	203 532	209 722
Живопліт	1 152 186	224 684	214 877	230 445	237 454	244 676
<b>Всього</b>	<b>17 873 423</b>	<b>3 378 683</b>	<b>3 358 216</b>	<b>3 601 520</b>	<b>3 711 064</b>	<b>3 823 939</b>

*Джерело: сформовано автором*

Розглянемо план грошових надходжень підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення в динаміці за роками.



**Рис. 2.4.** Динаміка плану грошових надходжень підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення

*Джерело: сформовано автором*

Як видно з рис.2.4 грошові надходження підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення на кінець періоду сягають 3 823 939 грн.



**Рис. 2.5.** Динаміка плану грошових надходжень підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення

*Джерело: сформовано автором*

На основі представлених графіків і таблиць видно, що річні прибутки зростають, тоді як щомісячні доходи проявляють виражену сезонність. Це

може бути пояснене особливостями галузі

### Структура плану грошових надходжень



- Розробка проекту «Стандарт»
- Розробка проекту «Преміум»
- План будівництва альтанки
- Розробка зони барбекю ручної кладки
- Візит фахівця для огляду ділянки та проведення замірів
- Укладка тротуарної плитки
- Насипні доріжки з підготовкою ґрунту
- Укладання рулонного газону
- Посів злакових культур
- Композиція для клумби з однолітниками
- Живопліт

**Рис. 2.6.** Структура плану грошових надходжень підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення

*Джерело: сформовано автором*

Найбільше надходжень планується від такої статті доходів, як розробка зони барбекю ручної кладки та плану будівництва альтанки (рис. 2.6).

Після викладення основних розрахунків витрат і прибутків для проекту переходимо до оцінки його ефективності. Спершу проведемо аналіз точки беззбитковості, яка відіграє важливу роль у визначенні рентабельності відкриття підприємства з озеленення територій. Цей показник висвітлює необхідний рівень прибутку, потрібний для покриття всіх витрат. Графік точки беззбитковості для нашого проекту представлений на рисунку 2.7.

### Розрахунок точки беззбитковості

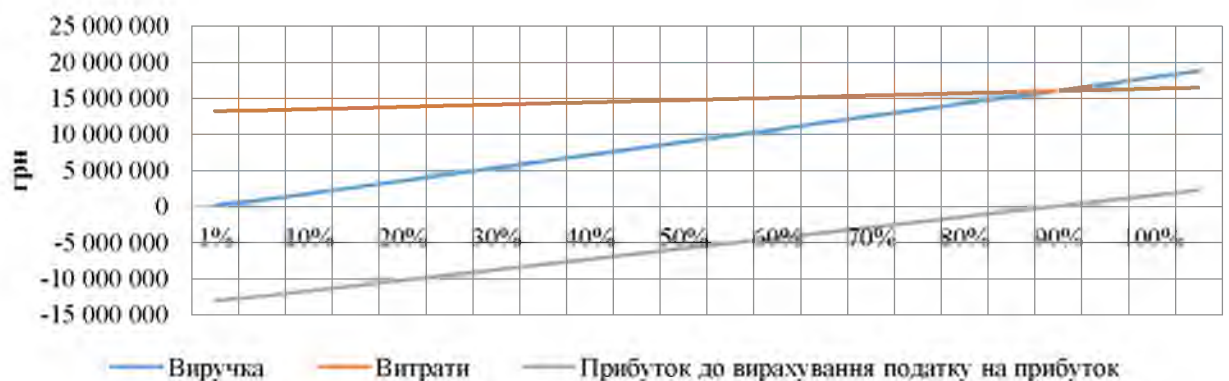


Рис. 2.7 Точка беззбитковості

Джерело: сформовано автором

- 1) Точка беззбитковості, % реалізації продукції становить 89,5%;
- 2) Точка беззбитковості, грн реалізації продукції складає 16 003 049;
- 3) Точка беззбитковості, грн в середньому на міс. буде 266 717;
- 4) Величина операційного важеля – 82,4%

Для нашого підприємства ці показники є досить задовільними, але

реалізованими за умови реалізації передбачених раніше прогнозованих доходів.

Враховуючи річний обсяг доходів, наш проєкт може користуватися найбільш вигідною системою оподаткування як ФОП 3-ї групи. Ця система передбачає ставку податку в розмірі 5% від отриманого доходу, відсутність оподаткування ПДВ та звільнення від сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування для фізичних осіб-підприємців.

Динаміка податкових витрат за роками наведена на рисунку 2.8, а таблиця 2.10 показує податкові платежі протягом 5 років за різними видами платежів до оподатку, враховуючи очікуваний рівень доходу.



Рис. 2.8. Динаміка податкових виплат за роками

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.10

### Податкові виплати за видами відрахувань до бюджету

Податки	Всього	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
ЄІА	893 671	168 934	167 911	480 076	185 533	191 197
ЄСВ	1 293 463	258 694	258 694	258 694	258 694	258 694
<b>Всього:</b>	<b>2 187 139</b>	<b>427 628</b>	<b>426 604</b>	<b>438 770</b>	<b>444 247</b>	<b>449 891</b>

Джерело: складено автором

Взглянувши рисунок 2.8, можна відзначити позитивну тенденцію у динаміці податкових виплат, оскільки наші доходи ростуть. За таблицею 2.10 видно, що найбільшу частку платежів становить єдиний податок у розмірі 5% від загальних доходів компанії, в той час як ЄСВ складає меншу частку виплат.

Проведемо розрахунки основних фінансових показників.

Перший етап визначення показників ефективності інвестиційного проекту полягає в аналізі та оцінці грошових потоків, які базуються на прогнозній інформації про очікуваний обсяг виробництва та продажу продукції, розмірі операційних витрат, а також аналізі початкових та подальших потреб у довгострокових активах оборотному капіталі [31, С. 183].

### Показники основної діяльності

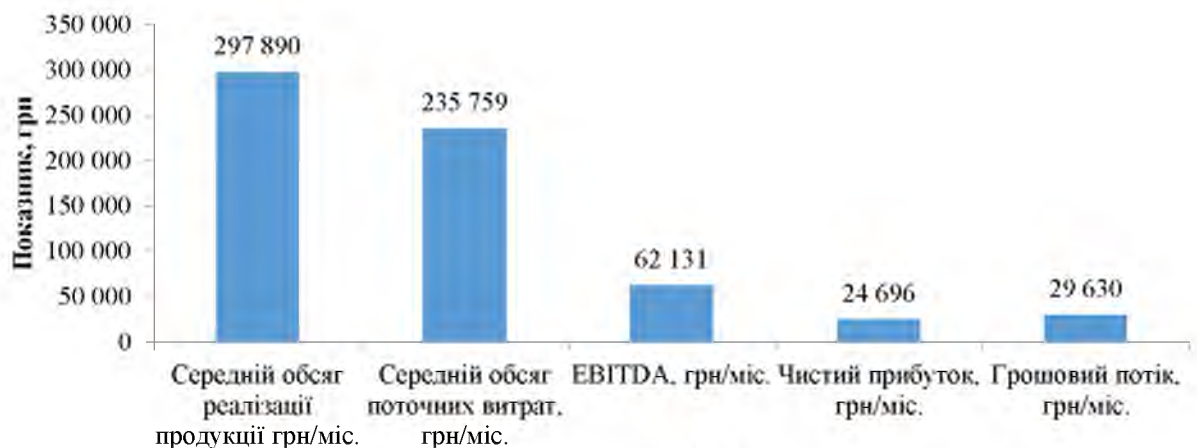


Рис. 2.9. Показники основної діяльності

Джерело: сформовано автором

Показники основної діяльності:



а) середній обсяг реалізації послуг грн/міс. складатиме 297 890 грн за 5 років існування;

б) середній обсяг поточних витрат грн/міс. складатиме 235 759 грн за 3 роки існування;

в) середнє EBITDA грн/міс. складатиме 62 131 грн. за 5 років існування;

г) середній чистий прибуток грн/міс. складатиме 24 696 грн. за 5 років існування;

г) середній грошовий потік грн/міс. складатиме 29 630 грн. за 5 років існування.

У таблиці 2.11 ми представимо основні фінансові показники нашого проекту. Ця таблиця охоплює всі ключові фінансові показники, які служать для оцінки інвестиційної привабливості проекту та визначення його фінансової доцільності. З поданих у таблиці даних видно, що вже на другий рік функціонування нашого проекту ми отримуємо чистий прибуток, і в третій рік цей прибуток зростає практично у тричі. Показник EBITDA також показує позитивну динаміку та високе значення навіть у перший рік діяльності проекту. Велика різниця між цим показником і чистим прибутком у перший рік пояснюється тим, що ми сплачуємо податок на доходи незалежно від того, чи маємо ми в кінцевому підсумку прибуток.

Таблиця 2.11

### Основні фінансові показники проекту

Статті звіту про прибуток та збитки	Всього	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Виручка	17 562 803	3 378 683	3 358 216	3 601 520	3 608 629	3 615 755
Витрати	14 145 544	2 947 753	2 799 448	2 799 448	2 799 448	2 799 448
Податки	2 171 608	427 628	426 604	438 770	439 125	439 481
Кредит	0	0	0	0	0	0
Амортизація	59 000	11 000	12 000	12 000	12 000	12 000
<b>Прибуток до вирахування податків, % та амортизації (EBITDA)</b>	<b>3 417 259</b>	<b>430 930</b>	<b>558 768</b>	<b>802 073</b>	<b>809 181</b>	<b>816 307</b>
<b>Прибуток</b>	<b>1 186 651</b>	<b>-7 698</b>	<b>120 164</b>	<b>351 303</b>	<b>358 056</b>	<b>364 826</b>
Прибуток накопиченим підсумком	463 769	-7 698	112 466	463 769	821 825	1 186 651
<b>Чистий прибуток</b>	<b>1 186 651</b>	<b>-7 698</b>	<b>120 164</b>	<b>351 303</b>	<b>358 056</b>	<b>364 826</b>
Чистий прибуток накопиченим підсумком	1 186 651	-7 698	112 466	463 769	821 825	1 186 651

Чистий прибуток + амортизація	1 245 651	3 302	132 164	363 303	370 056	376 826
Чистий прибуток + амортизація накопиченим підсумком	1 245 651	3 302	135 466	498 769	868 825	1 245 651

Джерело: сформовано автором

На рисунках 2.10 та 2.11 відобразимо показники чистого прибутку та чистого прибутку накопиченим підсумком.



Рис. 2.10. Чистий прибуток проекту по місяцях

Джерело: сформовано автором

Рисунки 2.10 та 2.11 ілюструють динаміку показників чистого прибутку.

З урахуванням сезонної природи нашого бізнесу та раціонального відображення щомісячних доходів, показник чистого прибутку зазнає змін. Щороку, у певних місяцях, проект не приносить чистий прибуток через зменшення попиту.



Рис. 2.11. Чистий прибуток проекту накопиченим підсумком

Джерело: сформовано автором

Чистий прибуток у накопиченому вигляді коливається від негативного до позитивного протягом перших двох років функціонування нашого проекту, після чого не опускається нижче нуля. Надалі, цей показник має певні коливання, проте залишається на позитивному рівні. Ці результати свідчать про присутковість нашого бізнесу. Проте, для повноцінної оцінки інвестиційної привабливості проекту, важливо врахувати інші показники, включаючи знецінення коштів та повернення вкладень. У розрахунках використовувалася ставка дисконтування — 15%.

На рис. 2.12 та 2.13 зображено дисконтований грошовий потік та дисконтований грошовий потік накопиченим підсумком, як відображують грошові потоки з врахуванням ставки дисконтування у розмірі 15%.



**Рис. 2.12.** Дисконтований грошовий потік за проектом

*Джерело: сформовано автором*



**Рис. 2.13. Дисконтований грошовий потік за проектом накопиченим підсумком**

*Джерело: сформовано автором*

Представлені графіки показують, що дисконтовані грошові потоки стають від'ємними у певних місяцях (див. рис. 2.12), і це пов'язано з сезонністю бізнесу. Рисунок 2.13 показує, що позитивний грошовий потік накопичується на початку третього року, що означає, що середній термін окупності цього проекту наступить після цього періоду. За такими показниками можна розрахувати інвестиційну привабливість проекту, яка наведена в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

**Показники інвестиційної привабливості проекту**

Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	38,5%
Загальний обсяг фінансування проекту	358 545
Чистий грошовий потік	1 435 740
NPV (Чистий дисконтований дохід)	829 950
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	1 826 760
Термінальна вартість бізнесу	996 810
PB (Простий термін окупності), роки	1,9
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	2,1
PI (Індекс доходності за проектом)	3,35

*Джерело: складено автором.*

Дана таблиця надає нам можливість зробити висновок щодо прибутковості проекту. На основі розрахунків видно, що наш чистий дисконтований дохід є позитивним і становить 829 950 грн протягом 5 років. Термін простої окупності складає 1,9 років, але більш коректним є показник дисконтованого терміну окупності, який в нашому випадку дорівнює 2,1 роки.

Це свідчить про те, що відкриття даного бізнесу є вигідним і має достатню окупність. Ставка IRR також є позитивною і перевищує ставку дисконтування на 23,5%, що свідчить про можливість залучення зовнішніх коштів під вищу процентну ставку, ніж 15%, або врахування вищої інфляції. Загалом, проект демонструє інвестиційну привабливість та окупність.

## 2.7 Управління ризиками проекту

Дослідження ризиків надає можливість краще розуміти, як розподіляються ресурси та формуються умови для підприємств, що реалізують інноваційно-інвестиційні проекти. Між основні фактори економічного середовища, що представляють ризики для таких підприємств, входять:

- рівень та темпи інфляції, які враховуються при оцінці ефективності грошових потоків;
- зміни в обмінному курсі національної валюти щодо іноземних валют, особливо, якщо підприємство співпрацює з іноземними компаніями під час реалізації інноваційного проекту;
- умови оподаткування, включаючи можливість отримання податкових пільг під час впровадження інновацій;
- умови отримання кредитів і рівень банківських процентів, якщо необхідно залучити кошти для фінансування проекту;
- рух цін, розподіл прибутку і попит споживачів [26, с. 54].

Важливо відзначити, що негативні відгуки, які іноді можуть виникнути в діяльності фірми, можуть спричинити серйозний негативний вплив, який виходить за межі фінансових аспектів. Для запобігання цій ситуації, якої може доторкнутися будь-яка компанія, підприємство може залучити третю сторону - ризик-менеджера. Об'єктивний аналіз діяльності компанії, який проводиться ризик-менеджером, може бути не лише корисним, але і необхідним для її стабільної та продуктивної роботи. Такий підхід дозволяє підприємству не

тільки успішно вирішувати проблеми, але і розробляти стратегію, яка допоможе уникнути подібних проблем у майбутньому.

Побудова стратегії ризик-менеджменту для підприємства може приймати різні форми та охоплювати всі аспекти його діяльності. Перш за все, успішна компанія повинна віддавати пріоритетний розгляд процесу підбору клієнтів - визначення, кого вона має брати на обслуговування та на який термін, і кому відмовляти в наданні послуг. Це стає однією з ключових аспектів ризик-менеджменту.

Ще однією важливою частиною у діяльності компанії є фінансові взаємовідносини з клієнтами - встановлення порядку, визначення вартості послуг, регулювання оплати за виконану роботу, укладення договорів про надання послуг.

Важливою складовою ризик-менеджменту, згідно західних експертів, є контроль за фінансами фірми. Аналіз ризиків, пов'язаних з діяльністю компанії, сприятиме змцненню довіри клієнтів до компанії та покращенню її продуктивності. У деяких випадках компанії можуть звертатися до послуг зовнішніх ризик-менеджерів, які наймаються на період оптимізації необхідних процесів в компанії. Якщо фірма займається ризик-менеджментом самостійно,

то цей процес може бути відповідальністю одного з її партнерів, зазвичай керівного партнера. Важливо відзначити, що питання ризик-менеджменту поки що не є дуже поширеним українським бізнесом.

Тож, управління ризиками є важливою частиною будь-якого бізнесу. Для підприємства з озеленення територій ризики можуть бути пов'язані з природними факторами, такими як погода, хвороби рослин і шкідники, а також з людським фактором, таким як помилки працівників або невідповідність якості послуг вимогам клієнтів.

До основних ризиків, які можуть виникнути в діяльності підприємства з озеленення територій, відносяться:

1. Природні ризики

Погода: несприятливі погодні умови, такі як посуха, сильні вітри, морози, можуть пошкодити рослини або зробити неможливим виконання робіт.

Хвороби рослин і шкідники: хвороби та шкідники можуть знищити рослини або зробити їх непридатними для використання.

## 2. Людські ризики:

Помилки працівників: помилки працівників можуть призвести до пошкодження рослин або порушення термінів виконання робіт.

Невідповідність якості послуг вимогам клієнтів: послуги підприємства можуть не відповідати вимогам клієнтів, що може призвести до незадоволення клієнтів і збитків для підприємства.

Для управління ризиками підприємство з озеленення територій може використовувати наступні методи:

### 1. Аналіз ризиків: першим кроком у процесі управління ризиками є

їх аналіз. Підприємство має визначити всі можливі ризики, оцінити їх ймовірність і можливі наслідки.

### 2. Заходи щодо зниження ризиків: після аналізу ризиків

підприємство має розробити та впровадити заходи щодо їх зниження. Ці заходи можуть бути спрямовані на запобігання ризикам, зменшення їх ймовірності або можливих наслідків.

### 3. Відповідь на ризики: навіть якщо всі можливі ризики неможливо

повністю усунути, підприємство має розробити план дій на випадок їх виникнення. Цей план повинен включати в себе заходи щодо мінімізації збитків, які можуть бути завдані підприємству в результаті виникнення ризику.

Управління ризиками є важливим для забезпечення успіху підприємства з озеленення територій. Правильно розроблена і впроваджена система управління ризиками допоможе підприємству мінімізувати збитки, які можуть бути завдані в результаті виникнення ризиків.

Крім зазначених методів управління ризиками, підприємство з овеження територій може також використовувати наступні рекомендації для підвищення ефективності своєї системи управління ризиками:

1. Включення управління ризиками в корпоративну культуру підприємства: управління ризиками має стати невід'ємною частиною корпоративної культури підприємства. Кожен працівник підприємства повинен розуміти важливість управління ризиками і брати участь у цьому процесі.

2. Проведення регулярного аудиту системи управління ризиками: підприємство має регулярно проводити аудит своєї системи управління ризиками, щоб переконатися в її ефективності. Цей аудит може бути проведений внутрішніми силами підприємства або за допомогою зовнішніх експертів.

3. Впровадження сучасних технологій: використання сучасних технологій може допомогти підприємству підвищити ефективність управління ризиками. Наприклад, використання програмного забезпечення для управління ризиками може допомогти підприємству автоматизувати процес управління ризиками і підвищити його прозорість.



### РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПЛАНУ

Зовнішнє середовище, в якому діє будь-яка організація, включаючи підприємство, що спеціалізується на озелененні територій, і його внутрішнє середовище, зазнають швидких змін. Якщо фірма не приділяє достатньо уваги готуванню та реагуванню на ці зміни, а також не вміє адаптуватися до них, вона може поступово втрачати свої конкурентні переваги і, в кінцевому підсумку, бути змушеною залишити ринок. Для досягнення успішного функціонування, юридична фірма повинна регулярно оновлювати свою діяльність, змінюючи організаційну структуру, перелік послуг, стратегії та форми роботи, переглядаючи кадрову політику, вдосконалюючи правила та інші аспекти [28 с. 118].

У сфері теорії менеджменту існує численні моделі управління організаційними змінами. Важливо вибрати одну з них для більш ефективного покращення кінцевих результатів діяльності центру медіації та зміцнення його позицій на ринку. Давайте розглянемо детальніше обрану модель управління організаційними змінами.

Таблиця 3.1

#### Характеристика моделі управління організаційними змінами за

Куртом Левіном

Модель К. Левіна (США)	Розморожування	Етап, на якому організація усвідомлює необхідність змін і готова до них. Цей етап може бути викликаний зовнішніми або внутрішніми факторами, такими як зміни в ринку, технології або поведінці споживачів.
	Рух до нового рівня	Етап, на якому організація реалізує зміни. Цей етап може бути супроводжений навчанням персоналу новим навичкам і технологіям.
	Застигання	Етап, на якому організація закріплює зміни і запобігає їхньому поверненню. Цей етап може бути забезпечений за допомогою системи стимулювання, яка мотивує персонал дотримуватися нових норм і процедур.

Джерело: [27 с. 120]

Реалізація бізнес-плану підприємства з озеленення територій є важливим етапом у становленні та розвитку бізнесу. Цей етап передбачає впровадження в життя всіх заходів, передбачених бізнес-планом, а також контроль за їх виконанням.

Для успішної реалізації бізнес-плану підприємства з озеленення територій необхідно дотримуватися наступних рекомендацій:

1. Відповідність бізнес-плану реаліям ринку: бізнес-план повинен бути розроблений з урахуванням реальних умов ринку, таких як конкуренція, ціни на послуги, потреби клієнтів.

2. Чітке визначення цілей та завдань: перед початком реалізації бізнес-плану необхідно чітко визначити цілі та завдання, які підприємство ставить перед собою.

3. Розробка ефективного плану дій: для реалізації бізнес-плану необхідно розробити ефективний план дій, який визначатиме послідовність виконання всіх заходів.

4. Контроль за виконанням бізнес-плану: необхідно регулярно контролювати виконання бізнес-плану, щоб своєчасно виявити і усунути можливі проблеми.

Важливим аспектом успішної реалізації бізнес-плану є належна маркетингова стратегія та ефективні рекламні заходи. Рекомендується використовувати наступні стратегії та інструменти:

1. Розширення клієнтської бази.

Активний пошук нових клієнтів у різних сегментах ринку, включаючи приватних власників, комерційні підприємства, громадські організації та муніципалітети.

Розробка іміджевих кампаній та рекламних матеріалів для привертання нових клієнтів.

2. Оптимізація ціноутворення.

Проведення аналізу ринкових цін на послуги озеленення територій.

Встановлення конкурентоспроможних цін, які враховують витрати та потреби підприємства.

### 3. Соціальні мережі та онлайн присутність.

Активна присутність у соціальних мережах для залучення клієнтів та взаємодії з ними.

Оновлення та оптимізація веб-сайту підприємства для забезпечення легкого доступу до інформації та зручного контакту.

### 4. Партнерство та співпраця.

Пошук потенційних партнерів, включаючи постачальників ресурсів та обладнання.

Розробка спільних проєктів з організаціями, що мають спільні інтереси.

Для оптимізації операційного менеджменту підприємства з озеленення територій рекомендується впровадження наступних практик:

#### 1. Автоматизація процесів.

Використання спеціалізованого програмного забезпечення для обліку клієнтів, замовлень та ресурсів.

Автоматизація фінансового обліку та звітності.

#### 2. Система контролю якості.

Розробка та впровадження системи контролю якості послуг для забезпечення високої якості робіт.

Регулярна перевірка та аналіз задоволеності клієнтів для вдосконалення сервісу.

Оцінка ризиків та переваг різних джерел фінансування:

#### 1. Проведення оцінки ризиків у всіх сферах діяльності підприємства.

#### 2. Розробка та впровадження стратегій мінімізації ризиків.

3. Розгляд можливостей страхування для захисту від фінансових ризиків.

#### 4. Створення фінансових резервів для непередбачуваних ситуацій.

Крім зазначених рекомендацій, підприємство з озеленення територій може також використовувати наступні додаткові рекомендації для підвищення ефективності реалізації бізнес-плану:

1. Використання сучасних технологій: використання сучасних технологій може допомогти підприємству підвищити ефективність виконання всіх заходів, передбачених бізнес-планом. Наприклад, використання програмного забезпечення для управління проектами може допомогти підприємству автоматизувати процес управління проектами і підвищити його прозорість.

2. Інтеграція бізнес-плану з іншими стратегічними документами: бізнес-план повинен бути інтегрований з іншими стратегічними документами підприємства, такими як стратегічний план, план маркетингу, план продажів. Це допоможе забезпечити послідовність і ефективність реалізації всіх стратегічних цілей підприємства.

3. Врахування досвіду інших підприємств: підприємство може отримати корисний досвід у реалізації бізнес-планів, вивчивши досвід інших підприємств. Для цього можна використовувати різні джерела інформації, такі як статті в спеціалізованих журналах, веб-сайти, книги.

Впровадження цих рекомендацій допоможе підприємству з озеленення територій досягти успіху в бізнесі та стати конкурентоспроможним на ринку.

## ВИСНОВКИ

За результатами матеріалу викладеному у магістерській кваліфікаційній роботі можна зробити наступні висновки:

1. У своєму сучасному вигляді ландшафтний дизайн з'явився наприкінці XIX століття, і його виникнення було спричинене технічним прогресом, який призвів до загальної урбанізації. У міських районах також стало важливим раціональне планування та зелене озеленення. Архітектори та садівники зрозуміли необхідність співпраці, щоб перетворити місто і створити новий концепт — громадські парки та сади.

2. Мета фахівця з ландшафтного проектування полягає в перетворенні навколишнього середовища, враховуючи і задовольняючи потреби людини. У цій сфері основну складність становить багаторівневий підхід до творчого процесу. Перший рівень — це зовнішнє середовище, включаючи природний та культурний ландшафт. Наступним етапом є конкретна ділянка, на якій розташований приватний будинок або інший архітектурний об'єкт, який потребує благоустрою. Ідеальною практикою для ландшафтного проектувальника є робота на всіх цих рівнях, створюючи гармонійну архітектуру пейзажу. Крім того, важливим аспектом є час:

результати роботи можуть бути оцінені повністю лише через роки, коли проєкт буде зростати та розвиватися.

3. Ландшафтний дизайн та ландшафтна архітектура відкривають перед собою завдання створення навколишнього середовища, яке ідеально відповідає різним об'єктам — від невеликих садів біля приватних будинків до величезних міських парків. Використовуючи потенціал ландшафту, можна не лише гармонійно поєднати його з архітектурними формами будівель, але й доповнити образ кожного об'єкта. Робота над створенням саду, парку, скверу чи зеленого даху завжди розпочинається з ландшафтного проєкту. Цей проєкт дозволяє визначити загальний концептуальний вигляд майбутнього ландшафту та, за потреби, внести зміни, що враховують індивідуальні побажання замовника. Створення підприємства, спеціалізованого на

озелененні території, принесе не лише задоволення попиту на ці послуги, але й значно підвищить їх якість, що пропонується на території України, одночасно забезпечуючи підприємцям стабільний прибуток.

4. Концепція бізнес-проекту — відкриття у місті Київ прибуткового підприємства з ландшафтного дизайну та озеленення територій.

Організаційно-правовою формою реалізації проекту стане неюридична особа, приватне підприємство, платник єдиного податку. Завдання бізнес-проекту — захоплення ринку Київської області з обслуговування прибудинкових територій. Цілі бізнес-проекту: якісний догляд за рослинами протягом всього

життєвого циклу рослин; відсутність травмування під час спроби самостійного догляду; покращення стану повітря. Озеленення — один з основних напрямків діяльності бізнесу, який планується.

5. Керувати підприємством з озеленення прибудинкових територій

буде власник проекту, який виконуватиме обов'язки головного адміністратора. У його функції увійдуть всі процеси по організації бізнесу.

Йому будуть підкорятися інші співробітники, включаючи штатний персонал, а також наймані співробітники (дизайнер, бухгалтер). Безпосередньо йому

будуть підпорядковані штатні і наймані співробітники, які будуть здійснювати

озеленення територій. Для роботи підприємства необхідно буде прийняти на роботу дизайнера, технолога, садівника, виконроба та виконавців робіт з озеленення. Місячний фонд заробітної плати складає 141 040 грн.

6. Для відкриття підприємства з озеленення та благоустрою територій

будуть потрібні інвестиції в розмірі 358 545 грн. Проект є прибутковим — на кінець п'ятого року реалізації проекту чистий прибуток становитиме 364 826

грн. Чистий дисконтований дохід за підсумками 5 років 829 950 грн., дисконтований період окупності проекту складає 2,1 роки, індекс дохідності

вкладень становить 3,35. Отже, за всіма показниками проведеної фінансової

оцінки, проект відкриття підприємства по озелененню територій є прибутковим та ефективним і може бути рекомендованим на розгляд інвесторам.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану (практикум). К.: Знання, 2000. 430 с.

2. Аналіз ринку декоративних рослин в Україні. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-dekorativnyh-rastenij-v-ukrainie-2021-god> (дата звернення: 06.08.2023).

3. Баюра В. І., Погасій О. Е. Дослідження проблем на ринку квітництва в Україні. *Науковий потенціал України: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф.* URL: <http://intkonf.org/pogasiy-obken-bayura-vi-doslidzhennya-problem-rynku-kvitnicarstva-v-ukrayini>.

4. Білоус В. І. Декоративне садівництво. Умань, 2005. 296 с.

5. Білоус В. І. Садово-паркове мистецтво. Коротка історія розвитку та методи створення художніх садів. К.: Наук. світ, 2001. 299 с.

6. Благоустрій території: Державні будівельні норми України (ДБН В.2.2-5:2011). Київ, 2012. URL: <https://dreamdim.ua/wp-content/uploads/2019/01/DBN-B225-2011.pdf> (дата звернення: 06.06.2023).

7. Вертикальні сади у місті: як креативно озеленити свою багатоповерхівку. URL: <https://rubryka.com/article/vertical-garden> (дата звернення: 04.08.2023).

8. Всеукраїнська спілка виробників садивного матеріалу: офіційний сайт URL: <http://www.svsm.com.ua> (дата звернення: 31.07.2023).

9. Гасвська Л.М. Економіка та організація діяльності фірми: Навчальний посібник. К. і Ірпінь: АДПС України, 2000.

10. Гудак В.А. Ландшафтний дизайн сучасного природного навколишнього середовища. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв.* 2008. № 11. С. 46-55.

11. ДБН В.2.3.-5:2018 «Вулиці та дороги населених пунктів» URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-199> (дата звернення: 19.06.2023).

12. Державна служба статистики України: офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 24.04.2023).

13. Капініченко О.А. Декоративна дендрологія: навч. посібник. К.: Вища школа, 2003. 199 с.

14. Ландшафтне проектування: є такий ринок! URL: <https://sad.ukr.bio/ua/articles/1343> (дата звернення: 18.06.2023).

15. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2004. 376 с.

16. Не лише грава на даху. Різні відтінки зелені в архітектурі. URL: <https://culture.pl/ua/statia/ne-lyshe-grava-na-dakhu-rizni-vidtinky-zeleni-v-arkhitekturi> (дата звернення: 14.05.2023).

17. Озеленення території турбота про докілья. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=3807> (дата звернення: 22.04.2023).

18. Офіційний сайт National Master. URL: [www.nationmaster.com](http://www.nationmaster.com) (дата звернення: 28.07.2023).

19. Офіційний сайт Trade Map ITC. URL: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) (дата звернення: 22.04.2023).

20. Планування діяльності підприємства. За заг. ред. В.Є. Маслока. К.: КНХ, 2002. 252 с.

21. Просто так не зрубаш. Як в Європі закон захищає дерева. URL: <https://rubryka.com/article/zakon-dereva> (дата звернення: 04.08.2023).

22. Разумовский В.Н. Проблеми зеленого ринку України. URL: <http://www.fabrikadr.com.ua/index.php?id=2385&show=news&newsid=5371> (дата звернення: 28.02.2023).

23. Ринок квітів та декоративних рослин в Україні. 2019. Київ. 2019. URL: <https://rubryka.com/article/zakon-dereva> (дата звернення: 18.02.2023).

24. Роговський С. В. Становлення, розвиток та сучасна роль садових центрів в Україні. URL: <https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/6936/1/stanovlennva.pdf> (дата звернення: 19.04.2023).

25. Стан сфери зеленого господарства за 2021 рік. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-divalnosti/zhkh/terretory/stan-sfery-zelenogo-gospodarstva-za-2021-rik> (дата звернення: 17.05.2023).



26. Тобілевич Г. М. Проблеми і перспективи розвитку ринку декоративного рослинництва у м. Тернопіль. Лісове і садово-паркове господарство. *Наукові доповіді НУБіП України*, № 6 (82), 2019.

27. Травичка біля дому: чому забудовники нехтують нормами озеленення. URL: <https://nerukhomi.ua/ukr/news/ryinok/ozelenennya-pribudinkovo-territori-cho-mu-zabudovniki-nehtuyut-normami.html> (дата звернення: 15.03.2023).

28. Турило А. М. Управління витратами підприємства. навч. посібн. К. Центр учбов. лі-ри, 2006. 120 с.

29. Черняк В. М. Озеленення ділянки школи. Тернопіль: Богдан, 2010. 392 с.

30. Шевченко Л. С. Екологічні аспекти ландшафтного дизайну міського середовища. *Проблеми розвитку міського середовища: наук.-техн. збірник* К.: НАУ. 2010.

31. Шинкарук Л. В., Нестеренко В. В. Закордонний досвід озеленення територій. *Роль молоді у розвитку АПК України: зб. матеріалів VII міжнр. наук.-практ. конф.* Київ: НУБіП України, 2023. С. 54-57.

32. Booth, N., & Leary, M. Landscape Architecture as Necessity, Not Luxury: A Critique of Modern Design and Planning. *Landscape Journal*, 34(2), 2015. p. 195-215.

33. Kaplan, R., & Kaplan, S. Nature-Based Experiences and Their Cognitive Benefits. *In The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology*. 2019. p. 133-150.

34. Keniger, L. E., et al. What are the Benefits of Interacting with Nature? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10(3), 2013. p. 913-935.

35. Shynkaruk L., Vlasenko Yu., Gerashchenko V. Barriers to Business Development in an Inclusive Economy. *Polish Journal of Science*, № 29. , VOL. 1, 2020. p. 51-58.

(дата звернення: 28.07.2023).

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України