

Міністерство освіти та науки України
Національний університет «Запорізька політехніка»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання курсової роботи з дисципліни «Бізнес-планування» для
здобувачів вищої освіти за освітнім ступенем «магістр» денної та заочної
форм навчання спеціальності 072 “ Фінанси, банківська справа та
страхування ”

Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Бізнес-планування» для здобувачів вищої освіти за освітнім ступенем «магістр» денної та заочної форм навчання спеціальності 072 “ Фінанси, банківська справа та страхування ” / Укл.: С.В.Шарова. - Запоріжжя: НУ «ЗП», 2019. - 54.с.

Укладач: к.е.н., доцент С.В.Шарова

Рецензенти: к.е.н, доцент І.Г. Пахомова
к.е.н, доцент Т.О.Олійник

Відповідальний за випуск: к.е.н., доцент С.В.Шарова

Затверджено
на засіданні кафедри
«Фінанси, банківська справа та страхування»
Протокол № 1 від 27.08.2019р.

Затверджено
на засіданні
Вченої ради ФЕУ
Протокол № 22 від 25.09.2019р.

Зміст

I. Теоретична частина	4
Вступ	4
1. Сутність і призначення бізнес-плану.....	5
2. Зміст і загальна методологія розробки бізнес-плану.	7
3. Структура бізнес-плану розроблена спеціалістами Міжнародної Фінансової Корпорації.	13
3.1. Короткий опис проекту.....	13
3.2. Компанія.....	15
3.3. Ринок.....	17
3.4. Проект.....	19
3.5. План впровадження проекту.....	23
3.6. Додатки.....	24
Висновок	24
II. Практична частина	26
Вступ	26
РЕЗЮМЕ.....	27
1. Цілі бізнес-плану і задачі бізнесу.....	28
2. Підприємство і його продукція	29
2.1. Інформація про підприємство	29
2.2. Інвестиційний задум	29
2.3. Характеристики продукції і послуг	30
3. Аналіз ринку.....	34
3.1. Стан ринку і збуту продукції	34
3.2. Конкурентний аналіз.....	35
3.3. Аналіз ринку ресурсів.....	37
3.4. Маркетингова стратегія й обґрунтування ціни	37
4. Організаційний план.....	39
5. План виробництва.....	40
5.1. Розрахунок обсягу випуску продукції	40
5.2. Розрахунок обсягу обороту підприємства.	41
5.3. Розрахунок вартості закуповуваного устаткування	41
5.4. Розрахунок витрат виробництва	41
6. Розрахунок прибутку і рентабельності.....	48
7. Фінансовий план	49
8. Аналіз ризиків і оцінка економічного ефекту	50
9. Визначення точки беззбитковості.....	52
Висновок	53
Список літератури	54

I. Теоретична частина

Вступ

В умовах ринкової економіки будь-яка більш-менш масштабна підприємницька діяльність (бізнес) зв'язана з господарським ризиком. Значна частина підприємців банкрутує через те, що не мають достатніх знань і навичок господарювання. Як свідчать дослідження причин банкрутств малих фірм США, 98% невдач у бізнесі пояснюються незадовільним управлінням (45%-некомпетентність, 20%-низький професіоналізм, 18%-брак управлінського досвіду, 9%-відсутність досвіду роботи на виробництві, 3%-невиконання взятих на себе зобов'язань, 2%-шахрайство, 1%-стихійне лихо і лише 2%-причинами, що не залежать від якості управління фірмою. Тому комерційна акція (приватизація державного підприємства, створення приватної фірми, залучення інвестицій, перехід на нову технологію, організація випуску нової продукції, тощо) вимагає ретельної і професійно грамотної підготовки до її здійснення. Наскільки ґрунтовно буде підготовлена, організована і проведена така робота, настільки успішно буде реалізована підприємницька ідея. Результатом роздумів, критичного аналізу та пошуків відповідей на питання реалізації нової ідеї, що виникла, саме і є бізнес-план.

1. Сутність і призначення бізнес-плану.

Бізнес-план – ретельно підготовлений документ, котрий розкриває всі сторони будь-якого запроектованого комерційного заходу. Він дозволяє передбачати не лише всі заходи для реалізації нової ідеї, а й визначити необхідне фінансове забезпечення та можливість одержання доходу (прибутку). Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення нової підприємницької ідеї.

За сучасних умов господарювання бізнес-план практично є робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва. Його бажано розробити у разі організації нової фірми; об'єднання існуючих підприємств і створення на базі цього інтегрованого організаційно-правового утворення; трансформації власності; започаткування зовнішньоекономічної діяльності.

До основних завдань розробки бізнес-плану належать:

- оцінка новизни і прогресивності підприємницької ідеї, її сильних та слабких сторін;
- визначення витрат, фінансових ресурсів і джерел фінансування;
- обґрунтування і вибір стратегії діяльності фірми, визначення концепції її розвитку в період реалізації підприємницької ідеї;
- оцінка кон'юнктури ринку та рівня конкуренції; визначення ступеня можливого господарського ризику;
- пошук надійних партнерів для розробки й реалізації інноваційно-інвестиційного проекту;
- прогнозування (приблизні розрахунки) очікуваних результатів реалізації нової підприємницької ідеї в перші та наступні три-п'ять років.

Щодо конкретних умов господарювання в Україні бізнес-план має замінити за змістом та призначенням застосовуване раніше техніко-

економічне обґрунтування доцільності розробки і реалізації будь-якого проекту.

У зв'язку з тим, що бізнес-план відбиває результати досліджень і організаційної роботи з метою обґрунтування конкретного напрямку діяльності фірми на певному ринку в сучасних умовах господарювання, він має спиратися на:

- конкретний проект виробництва певного товару (продукту чи послуг);
- всебічний аналіз виробничо-господарської діяльності фірми (ситуаційний аналіз);
- глибокий аналіз ринково-конкурентної ситуації і можливих прогнозованих її змін;
- результати вивчення найбільш дієвих організаційних, техніко-економічних та фінансових важелів, застосовуваних у підприємстві; конкретних завдань інноваційного характеру;
- діагностику і прогнозування зовнішньої та внутрішньої політичної ситуації.

Звичайно бізнес-план є одним із сукупності ділових документів, що визначають стратегію розвитку фірми. Особливістю бізнес-плану як стратегічно зорієнтованого документа треба вважати узгодження поставлених завдань і реальних фінансових можливостей.

Добре розроблений та обґрунтований бізнес-план є важливим підґрунтям так званої бізнес-пропозиції, використовується у процесі переговорів з партнерами; він відіграє неабияку роль у підборі на роботу кваліфікованих фахівців; його обов'язково використовують задля залучення надійних інвесторів і кредиторів.

2. Зміст і загальна методологія розробки бізнес-плану.

Починаючи розробку бізнес-плану, треба чітко уявляти собі, що кожний конкретний план має свої особливості і не існує якогось придатного на всі випадки життя універсального бізнес-плану.

Кожен бізнес-план має свої особливі риси залежно від того, в якій сфері починає працювати підприємець, який капітал він хоче отримати від банку чи інвестиційної компанії.

Незалежно від сфери діяльності та особливостей компанії, яка готує бізнес-план, можна визначити декілька стандартних етапів, які потрібно послідовно пройти при його розробці:

1. Визначення мети написання бізнес-плану.

Як правило, мета визначається переліком проблем, які покликаний вирішити бізнес-план.

2. Чітке визначення кола читачів бізнес-плану.

Потрібно уявляти, чи бізнес-план готується для внутрішнього використання персоналом підприємства, чи він призначений для вивчення іншими особами, яких фірма хоче бачити своїми інвесторами – майбутні акціонери, комерційні банки, венчурні капіталісти та ін.

3. Збір інформації для написання бізнес-плану.

На цьому етапі необхідно виявити джерела інформації, потрібної для розробки бізнес-плану, і накопичити деякий стартовий масив інформації для початку роботи над бізнес-планом.

4. Вибір структури бізнес-плану і безпосереднє написання тексту пояснювальної записки.

Обсяг та ступінь конкретизації розділів бізнес-плану визначаються специфікою фірми і сфери її діяльності, цілями підприємництва, масштабами бізнесу, а також залежать від контактної аудиторії, на яку він розрахований.

Бізнес-план може бути розроблений за структурою, зображеною на рис.1. Наведену схему бізнес-плану варто розглядати як типову, придатну

для використання в різних проектах. Буквальне слідування їй у всіх випадках є недоцільним. Звичайно, мета розробки бізнес-плану визначає його зміст.

На практиці не існує стандартної, універсальної, єдиної для всіх випадків форми бізнес-плану. Конкретний бізнес-план може і не бути детальним. Подана структура бізнес-плану охоплює усі головні розділи, котрі необхідно розробляти, оскільки кожний із них розкриває властиву лише йому функцію.

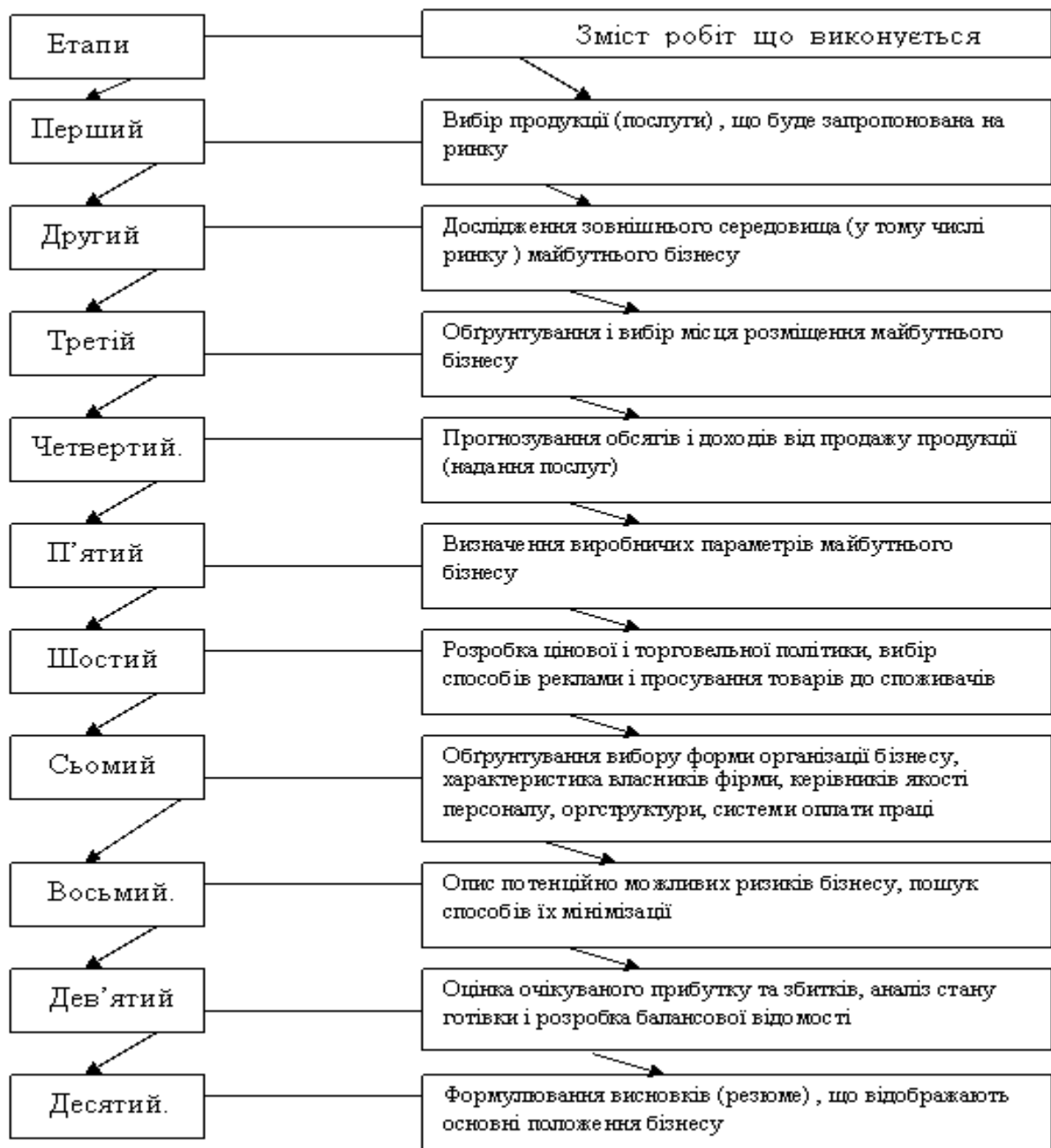


Рис. 1. Орієнтована типова структура бізнес-плану.

Розробка бізнес-плану є процесом створення моделі підприємницької діяльності. Тому цілком зрозуміло, що чим менше похибок буде зроблено за його обґрунтування, тим менше проблем постане перед фірмою у процесі реалізації. Процес складання бізнес-плану має свою обов'язкову внутрішню логіку (рис. 2).

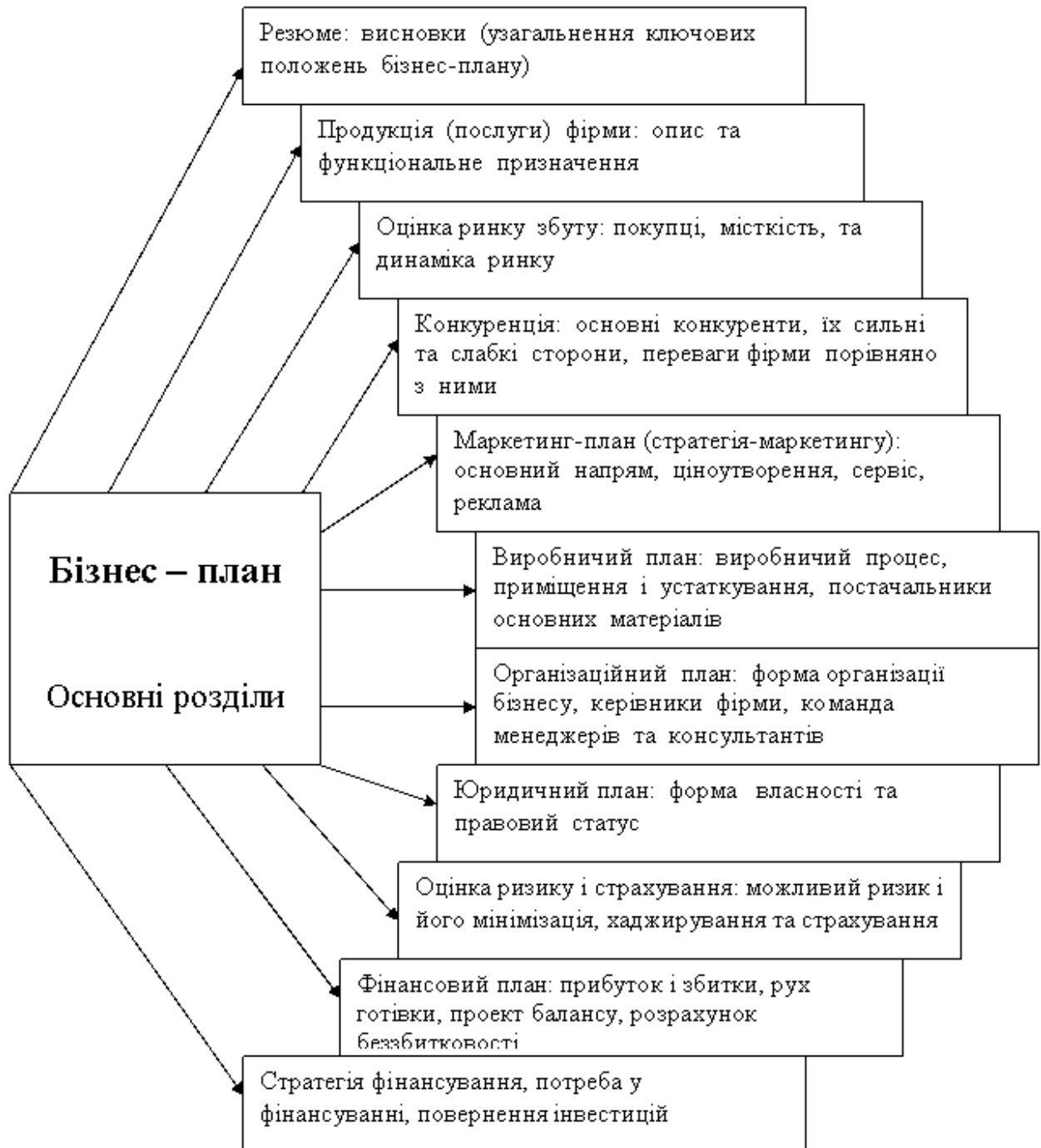


Рис. 2. Послідовні етапи розробки бізнес-плану.

Наведені етапи (логіка) є характерними для планування підприємницької діяльності насамперед малих та середніх фірм. Важливо підкреслити, що підприємці та менеджери не можуть без шкоди для якості «перестрибувати» через ключові етапи процесу складання бізнес-плану.

Розробка бізнес-плану практично розпочинається з розділу *«Продукція (послуги) фірми»*. Цей розділ необхідний для того, щоб переконати клієнтів у перспективності рекомендованого бізнесу і породити довіру до нього, описуючи переваги та особливості пропонованого продукту. В ньому акцентується увага на властивостях продукту, що виокремлюють його з аналогічних товарів, та вигодах (зиску), які (який) може мати клієнт, придбавши його.

Наступні два розділи *«Оцінка ринку збуту»* і *«Конкуренція»* за своїм змістом відбивають результати дослідження ринку, тобто охоплюють ідентифікацію власного цільового ринку, обґрунтування місця розміщення бізнесу, визначення власної конкурентної позиції, розрахунок матриці конкурентного профілю з метою об'єктивної оцінки конкурентів, оцінку місткості ринку і можливої власної частки на ньому, прогнозування обсягу річного продажу товару.

Основне завдання розділу *«Маркетинг-план»* полягає у викладі стратегії виходу свого бізнесу на ринок. Спочатку в ньому фіксується коротка характеристика загальної маркетингової стратегії, потім висвітлюється вибрана фірмою стратегія ціноутворення. Цей розділ має містити також опис каналів збуту продукції і рекламну програму. У заключній частині розділу висвітлюється, як має бути вирішена проблема сервісу та гарантійного обслуговування продукції, що потребує цього.

У розділі *«Виробничий план»* звичайно виокремлюють такі блоки: *основні виробничі операції, машини й устаткування; сировина, матеріали, комплектуючі вироби; виробничі і невиробничі приміщення*. Основна увага має бути приділена характеристиці виробничого процесу й організації його

здійснення, формуванню матеріально-технічної бази і запасів матеріально-сировинних ресурсів.

«Організаційний та юридичний плани» є дуже важливими розділами бізнес-плану. Вони містять відповіді на такі блоки питань: організаційна схема управління; потреба бізнесу у різних категоріях персоналу; керівники й основні менеджери фірми, мотивація й оплата їхньої праці; необхідні фірмі консалтингові послуги; форма власності й організаційно-правова форма бізнесу, що започатковується.

Якісно розроблений бізнес-план не може обійтись без розділу *«Оцінка ризику і страхування»*. В ньому звичайно висвітлюються *типи можливих ризиків у бізнесі; способи реагування на загрози бізнесу, якщо вони виникнуть; заходи щодо нейтралізації або мінімізації можливих негативних наслідків; застосування хеджування та страхування у сфері власного бізнесу.*

Ключовим розділом бізнес-плану є *«Фінансовий план»*. Особливий інтерес він має для інвесторів, оскільки узагальнює результати всіх попередніх розділів, обґрунтовує загальну потребу бізнесу в інвестиціях, визначає економічну ефективність підприємницького проекту. Фінансовий план включає три основні складові: *план доходів і витрат (план прибутків та збитків); план грошових надходжень і виплат (плановий касовий бюджет або план руху готівки); плановий баланс.*

На доповнення до плану доходів і витрат інвестори звичайно вимагають провести аналіз і розрахувати точку беззбитковості, тобто визначити таку ситуацію, за якої загальні доходи від продажу продукції бізнесу повністю покривають (відшкодовують) усі витрати, що зв'язані з її виготовленням і реалізацією. Точка беззбитковості показує, скільки одиниць продукції необхідно продати, щоб витрати фірми окупились за рахунок її доходів. Вона може бути розрахована за формулою:

$$Q_{\text{бз}} = \frac{FC}{P - AVC}, \text{ де}$$

$Q_{бз}$ - точка беззбитковості (кількість одиниць продукції);

FC – загальні умовно-постійні витрати, грош. од.;

P - продажна ціна за одиницю продукції, грош. од.;

AVC - питомі змінні витрати, грош. од.

Складання плану грошових надходжень і витрат має на меті:

- визначити періоди, коли бізнесова діяльність може наразитися на дефіцит грошових коштів або їхній надлишок;
- розрахувати, скільки грошей треба буде позичити на ці періоди;
- зафіксувати, на що вони будуть витрачені;
- з'ясувати, коли вони можуть бути повернені.

Цей план формується на основі показників плану доходів і витрат з урахуванням очікуваних зрушень у надходженнях та виплатах грошових коштів. У певні періоди діяльності фірми виплати готівки можуть перевищувати її надходження або навпаки. В таких випадках вирішується питання про отримання або надання короткострокової позики.

Плановий баланс фірми - це фінансовий документ, у якому її кошти згруповані, з одного боку, за їхнім складом і розміщенням, а з іншого - за джерелами фінансування на певну дату. Він відображає співвідношення між ресурсами (активами) фірми та її зобов'язаннями перед кредиторами (пасивами) і власниками частин спільного капіталу (акціонерами).

Звичайно заключним розділом бізнес-плану є «Стратегія фінансування».

У цьому підприємець представляє свої міркування щодо:

- джерел і форм отримання фінансових коштів, які необхідні для реалізації підприємницького проекту;
- умов і строків повернення інвесторам вкладеного капіталу і отримання ними очікуваних доходів.

Джерелами і формами отримання фінансових коштів можуть бути комерційні кредити, банківські позики, кошти від продажу облігацій, кошти різноманітних інвестиційних установ, кошти приватних інвесторів. При цьому можливі різні варіанти поєднання акціонерного і позичкового

інвестування. Мають бути також чітко визначені умови і порядок отримання фінансових коштів, відсоток плати за кредит або частка участі у прибутку підприємця.

Після завершення розробки всіх визначених заздалегідь розділів бізнес-плану складається резюме, у якому мають бути відображені особливі риси майбутнього бізнесу, його переваги та основні фінансово-економічні показники. При оформленні готового бізнес-плану резюме розміщують на початку.

3. Структура бізнес-плану розроблена спеціалістами Міжнародної Фінансової Корпорації.

Ця схема наближена до структури, за якою розробляються бізнес-плани для Світового банку та Європейського банку реконструкції та розвитку.

Потрібно враховувати, що за такою схемою розробляються бізнес-плани, призначені для отримання, фінансування або для контактів з потенційними партнерами. Бізнес-плани, призначені для внутрішнього користування, можуть бути дещо спрощеними.

Запропонована схема не є догмою, а лише деякою універсальною основою, на яку можуть накладатися різноманітні моменти, пов'язані з розробкою бізнес-планів конкретних проектів.

Зміст:

Короткий опис проекту.

Компанія.

Ринок.

Проект.

План впровадження проекту.

Додатки.

Розглянемо докладніше рекомендований зміст бізнес-плану.

Короткий опис проекту (резюме) складається, як правило, вже після того, як закінчено розробку всього бізнес-плану. Воно повинно містити

головну мету, структуру, фінансові потреби та переваги проекту. В резюме, для того щоб зацікавити потенційного партнера, потрібно довести, що саме його справа матиме успіх. Це своєрідна візитка майбутньої справи, тому треба чітко, переконливо викласти головні положення проекту, а саме: мету, тобто чим буде займатися підприємство чи організація (товар чи послуга та її переваги), скільки коштів потрібно для цієї діяльності, фінансові прогнози, прогноз попиту на його продукцію чи послуги і чому підприємець вважає, що його справа матиме успіх.

У цьому розділі подається така інформація:

- повна назва та адреса підприємства;
- спонсори проекту – прізвища людей, залучених до проекту та їх координати;
- місце розташування;
- суть запропонованого проекту (кілька речень стосовно мети проекту);
- обґрунтування проекту (коротко пояснити, чому проект матиме економічний сенс);
- прогнозовані фінансові результати (опис загальної вартості та очікуваних результатів проекту, а також строків погашення займів).

Очікувані фінансові результати проекту подаються в спрощеному вигляді – Таблиця 1.

Коефіцієнт погашення кредиторської заборгованості - короткий опис ринку (описати ринкові можливості, які буде використовувати Ваш проект і головний аргумент - чому проект буде успішним, не зважаючи на існуючі товари та послуги, які задовольняють потреби вибраного сегмента ринку).

Максимальний обсяг розділу - дві сторінки.

Таблиця 1. Прогнозування фінансових результатів діяльності підприємства

Період	Виручка-ПДВ -акциз	Прибуток перед оподаткуванням	Чистий прибуток	Дивіденди
День 0				
Рік 1				
Рік 2				
...				
Рік n				

Компанія. Докладно описати Ваше підприємство, щоб переконати інвестора або потенційного партнера, що Ваша компанія дієздатна, має налагоджене виробництво та спроможна генерувати прибуток. Показати інвестору (потенційному партнеру), що керівництво компанії добре обізнане зі станом справ на підприємстві.

Рекомендується така структура розділу:

1. Загальний опис компанії та її комерційної діяльності.

Дата створення компанії та її юридична форма; що компанія виробляє та (або) які послугу надає; коротка історія підприємства; власники та акціонери, розподіл власності; кількість працюючих; збут, прибуток та обсяги виробництва за минулий рік.

2. Управлінський апарат та персонал.

Дати коротку характеристику менеджерів, період їх роботи в компанії, освіта, кваліфікація та досвід роботи в даній галузі.

3. Основні групи товарів та послуг.

Описати основні групи товарів та послуг, які компанія виробляє та реалізує, місце компанії на ринку; охарактеризувати головних клієнтів компанії; описати динаміку збуту товарів та послуг протягом останніх двох-трьох років діяльності.

4. Маркетинг та збут.

Описати: схему розповсюдження товарів; принципи ціноутворення; рекламну діяльність фірми; методи стимулювання продажу; сервісні послуги

компанії (гарантійне обслуговування і т. д.); формування компанією громадської думки.

5. Інфраструктура та виробництво компанії.

Опис інфраструктури компанії включає: територію, стан землі та споруд; обладнання (кількість, тип, технічний стан, вік та зношеність); балансову та залишкову вартість, а також ринкову ціну приміщень та обладнання компанії; наявні сертифікати, спеціальні дозволи та ліцензії.

6. Виробництво компанії.

У загальних рисах висвітлити процес виробництва основної продукції компанії, а також дати відповідь на такі запитання: де будуть виготовляти товар (на діючому виробництві чи це буде нове підприємство); які виробничі можливості підприємства; де, в якій кількості, за якими цінами потрібно купувати сировину та матеріали, яка репутація постачальників сировини, їх досвід роботи; наявність виробничих відходів, токсичних речовин та їх розміщення.

При відповіді на ці запитання треба проаналізувати стан справ на два-три роки вперед, а для великих підприємств чи значних за обсягом виробництв - на чотири-п'ять років. У заключній частині цього розділу потрібно знайти місце розрахунку розміру витрат на охорону навколишнього середовища, оскільки це є обов'язковою умовою подальшого перетворення бізнес-плану в діюче виробництво.

7. Фінансовий стан.

Розглянути фінансові результати останнього року діяльності підприємства, проаналізувати тенденцію збуту, пояснити причини появи особливо високих або низьких показників, пояснити тенденцію прибутковості, показати баланс між заборгованостями та акціонерним капіталом та ін.

Важливим пунктом у цьому розділі є кредитна історія підприємства. Потрібно написати, чи раніше (протягом останніх двох-трьох років) підприємство отримувало кредити, якщо отримувало, то які суми, в яких

кредитних установах, на який термін, чи були кредити повернуті вчасно, чи має компанія заборгованості по кредитах на даний момент та ін. Істотну роль для отримання нового кредиту можуть відіграти відгуки та рекомендації кредитних організацій, з якими компанія співпрацювала раніше. Такі документи, як правило, включаються в додатки до бізнес-плану.

8. Висновки.

Підкреслити найсильніші сторони компанії, її слабкі сторони та можливі шляхи їх усунення.

Ринок. Проаналізувати стан галузі, в якій фірма хоче працювати. Типовий процес дослідження ринку включає чотири етапи:

- визначення інформації, потрібної для аналізу;
- пошук та збирання даних;
- аналіз даних;
- реалізація заходів, що дають змогу використати ці дані.

Дуже важливо правильно сформулювати ідею нового підприємства з урахуванням дійсного стану справ у сфері діяльності та визначити тенденції її розвитку.

Цей розділ вимагає комплексного розгляду таких питань:

- визначення кола споживачів, прогноз їх платоспроможного попиту;
- прогноз цін;
- прогноз обсягів реалізації;
- вивчення динамки продажу в галузі;
- вивчення можливостей, переваг, недоліків потенційних конкурентів, резервів їх випередження;
- скільки нових фірм виникло в цій галузі за останні три роки;
- кількість нових продуктів, які вийшли на ринок;
- фактори макросередовища (політичні, економічні, культурні та ін.), які можуть змінити поточний стан ринку в найближчі два-три роки;

- аналіз можливостей та загроз ринку.

Пропонується така структура розділу:

1. Загальне визначення та місткість ринку.

Розробляючи прогноз споживання, потрібно визначити, який з клієнтурних ринків буде зацікавлений у Вашому товарі. Таких ринків може бути п'ять:

- споживчий ринок – окремі особи та господарства, які можуть придбати товари та послуги для особистого споживання;
- ринок виробників - підприємства, які купують товари і послуги з метою їх використання у процесі виробництва;
- ринок посередників - підприємства, які купують товари та послуги з метою їх перепродажу;
- ринок державних установ - організації, які купують товари та послуги з метою їх використання у сфері комунальних послуг;
- міжнародний ринок - закордонні покупці, включаючи закордонних споживачів, виробників, посередників та державні установи.

Провести сегментування ринку, тобто визначити ту групу споживачів, на яку орієнтовано товар. Основою для сегментування є певні ознаки: потреби, рівень доходів, географічне розташування, споживчі ознаки.

Бажано описати недавню історію ринку, на якому працює компанія, а також дати приблизну поточну і прогнозовану (на два-три роки) місткість ринку в товарному та грошовому вираженні.

2. Середовище і тенденції ринку.

Описати теперішній стан ринку в таких сферах: ринковий попит, включаючи платоспроможність та поведінку основних груп клієнтів; ринкові поставки необхідних товарів, включаючи найтипівіші канали розподілу; основні типи товарів, які задовольняють потреби та відповідають вимогам якості; політика цін та платежів.

Потрібно визначити політичні (регулятивні), економічні, технологічні та (або) соціальні тенденції, які можуть суттєво вплинути на стан ринку в

найближчі два-три роки, а також спрогнозувати результат впливу цих тенденцій.

У цьому розділі потрібно провести аналіз конкурентів компанії: визначити основні типи конкурентів (прямі конкуренти, потенційні конкуренти, товари-субститути), для кожного типу назвати конкретних конкурентів, дати їх коротку характеристику, виявити основні сильні та слабкі сторони.

3. Можливості та загрози ринку.

Розглянути основні можливості, які можуть бути основою успіху проекту, а також основні загрози пов'язані з ринковим середовищем, і вказати, як можна зменшити їх вплив.

Проект. Суть запропонованого проекту.

Опис проекту дає можливість підприємцю переконати інвестора в тому, що:

- проект має сенс;
- проект буде приносити прибуток;
- Ви добре знаєте сферу, в якій збираєтесь працювати;
- Ви продумали всі фактори, які впливають на проект;
- Ваш бізнес знаходиться у задовільному стані;
- Ви не забуваєте про інтереси партнерів та інвесторів.

1. Опис та логічне обґрунтування проекту.

Описати ідею проекту: мету і сферу діяльності, в якій пропонується втілити проект; яку продукцію чи товар Ви будете випускати, які послуги надавати чи яку діяльність здійснювати (виробляти нову продукцію, поліпшувати існуючу продукцію, поліпшувати діяльність, купувати та продавати, модернізувати підприємство, приміщення та обладнання); дати логічне обґрунтування проекту, тобто пояснити чому даний план має сенс.

2. Призначення коштів та джерела фінансування проекту.

Викласти план отримання коштів для створення чи розширення підприємства, тобто вказати: скільки коштів потрібно для реалізації даного

проекту; джерела отримання коштів; очікуваний термін повернення вкладених коштів та отримання інвесторами прибутку.

Коротко описати вартість проекту за такими категоріями:

- нові закупки (земля, приміщення і споруди, включаючи транспортування, страхування, установку та будівництво);
- поліпшення інфраструктури;
- збільшення обігових коштів (початкові витрати, додаткові запаси сировини і готових виробів, нові адміністративні витрати та витрати на маркетинг та збут);
- непередбачені витрати проекту (приблизно 15-20% суми перших трьох категорій витрат);

Якщо підприємство планує купівлю обладнання, потрібно вказати його кількість, тип, виробника обладнання, а також у кого і на яких умовах воно буде придбано.

Особливу увагу слід приділити джерелам, за рахунок яких буде здійснюватись фінансування проекту. Джерела розподіляють на категорії, наприклад:

- власні грошові кошти компанії (наявні і заплановані);
- зовнішнє фінансування (грошові та товарні кредити, інвестиції).

3. Умови фінансування та застава.

Розглядаючи умови фінансування проекту, слід точно вказати суму кредиту, а також докладно розробити графіки його отримання та погашення.

Потрібно розглянути такі аспекти:

- умови кредитування: сума необхідного кредиту; графік погашення кредиту; термін кредиту або позики; процентна ставка; пільговий період для погашення кредиту (позики); умови виплати позичкового процента; умови виплати основної суми позики;
- ринкову вартість заставного забезпечення, що пропонується для гарантування позики, за результатами експертної оцінки майна.

4. Прибутковість проекту.

Цей розділ бізнес-плану розробляється з метою узагальнення картини попередніх складових частин плану, але подає їх у вартісному вираженні. Розрахунки фінансового плану дають можливість дійти висновку про реальність проекту з економічного погляду. Це допоможе передбачити проблеми і порівняти реальний стан справ із запланованим.

Найчастіше прогноз робиться на три роки, причому, на перший рік дається щомісячна розбивка, на другий - щоквартальна, а на третій рік подаються загальні результати за дванадцять місяців.

Розділ включає в себе такі документи:

- прогноз обсягу реалізації;
- прогнозований звіт про доходи підприємства;
- прогнозований баланс;
- звіт про рух грошових засобів;
- динаміку змін і основних фінансових коефіцієнтів.

Прогноз обсягу реалізації дає уяву про ту частку ринку, на яку розраховує підприємство. Цей документ складається на основі вивчення ситуації на ринку.

Звіт про доходи підприємства вміщує:

- надходження від продажу товарів (реалізації послуг);
- витрати на виробництво товарів;
- загально-виробничі витрати (за видами);
- відрахування в бюджет;
- чистий прибуток.

Звіт про рух грошових засобів - це документ, за допомогою якого можна оцінити рух коштів під час реалізації проекту з розбивкою за часом (а саме, скільки коштів необхідно до початку реалізації і під час виконання роботи). Головна мета цього звіту переконатись у можливості забезпечення синхронності надходжень та витрат грошей, а також перевірити можливість ліквідності справи в разі необхідності.

Динаміка змін і основних фінансових коефіцієнтів показує, як змінюється в процесі реалізації проекту основні фінансові коефіцієнти:

- валового прибутку;
- операційного прибутку;
- чистого прибутку;
- швидкої ліквідності;
- співвідношення власних та залучених засобів;
- погашення кредит орної заборгованості та ін.

Потрібно докладно описати припущення, згідно з якими розроблявся прогноз базового варіанту реалізації проекту, докладно розглянути показники прибутковості та показники ліквідності проекту.

5. Розрахунок точки беззбитковості проекту.

Бажано провести розрахунок точки беззбитковості проекту в товарному та грошовому виразі.

6. Оцінка ризику.

Про ризик проекту необхідно говорити, тому що це:

- покаже кредитору, що ви реально оцінюєте ситуацію;
- допоможе вам передбачити ризик та зменшити його;
- сприятиме розумінню кредитора, що ви в змозі вийти з важкого становища.

Для більшості невеликих проектів аналіз ризику проводиться суто експертними методами, тобто шляхом оцінювання. Найважливіше тут - вміння розробника бізнес-плану заздалегідь передбачити всі можливі види ризику. Ризики можна класифікувати за джерелом виникнення- господарський, пов'язаний з особистістю людини, та пов'язаний з природними факторами. Спектр ризиків дуже широкий – від пожеж, землетрусів, міжнаціональних конфліктів до знеструмлення обладнання чи травмування персоналу.

Виходячи з певної ймовірності виникнення небажаних ситуацій, необхідно побудувати діяльність таким чином, щоб зменшити ризик і залежні від нього втрати в майбутньому.

Потрібно також провести так званий аналіз чутливості проекту. Він полягає в тому, що крім прогнозованих фінансових результатів, розрахованих для базового варіанту, проводиться такий самий розрахунок ще для двох крайніх випадків:

- розрахунок за найгіршим сценарієм - випадок, коли зовнішні фактори максимально заважають здійсненню проекту;
- розрахунок за найкращим сценарієм - випадок, коли зовнішні фактори максимально сприяють реалізації проекту.

Результати аналізу чутливості в бізнес-плані можуть бути представлені в спрощеному вигляді (тобто менш деталізовано, ніж для базового варіанту), повністю його можна включити в додатки до бізнес-плану.

При найгіршому сценарії реалізації проекту повинна забезпечуватись така прибутковість, яка дала б можливість компанії виконати свої зобов'язання перед кредиторами або партнерами.

У цьому розділі бізнес-плану необхідно показати також профілактичні можливості запобігання ризику, а також викласти свою програму страхування від ризику.

План впровадження проекту.

Розробляється докладний план здійснення проекту. Цей план доцільно викласти у вигляді таблиці.

Таблиця 2. План здійснення проекту.

№	Дія, яку потрібно виконати	Термін виконання	Відповідальний за виконання працівник компанії
1.			

У плані слід вказати всі ключові події, що є запорукою успішного здійснення проекту, наприклад, термін підписання угоди про надання кредиту, термін отримання першого траншу та ін.

Потрібно також визначити будь-який зовнішній вплив фактору часу на проект, наприклад, задаток втрачається або повна виплата не отримана протягом певного періоду часу.

Додатки.

У додатки до бізнес-плану включається вся важлива інформація, яка не увійшла до пояснювальної записки: повні резюме менеджменту компанії; копії фінансових звітів компанії; рекомендаційні листи від кредиторів, у яких компанія раніше отримувала кредити; копії договорів пов'язаних з реалізацією проекту; копії ліцензій, авторських свідоцтв і т.д.

Висновок

Бізнес-план - це план розвитку підприємства, необхідний для освоєння нових сфер діяльності, створення нових видів бізнесу.

Вдало розробивши бізнес-план, можна отримати надійний інструмент у змаганні з конкурентами і в розширенні своєї особистої справи.

Бізнес-план надає можливість оцінити життєздатність підприємства в умовах конкуренції, дає орієнтири для першочергової діяльності, служить аргументом для одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

Практика свідчить, що на сучасному етапі розвитку підприємництва в Україні бізнес-план більш за все потрібен підприємцям, які сподіваються залучити іноземні інвестиції, оскільки більшість іноземних інвесторів віддають перевагу традиційній схемі надання коштів, вирішальним моментом якої виступає розгляд бізнес-плану.

Бізнес-планування допомагає підприємцю:

- визначити ступінь життєздатності та майбутньої стійкості підприємства, зменшити ступінь ризику підприємницької діяльності;
- конкретизувати перспективи бізнесу у вигляді системи кількісних і якісних показників розвитку;
- привернути увагу, зацікавити, забезпечити підтримку з боку потенційних інвесторів фірми;

- отримати досвід планування, що розвиває перспективний погляд на свою компанію та її робоче середовище.

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ З «БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ»

- 1.Бізнес-план відкриття ресторану
- 2.Бізнес – план з сировиробництва
- 3.Розробка бізнес-плану проекту створення конкретного продукту
- 4.Розробка бізнес-плану відкриття підприємства з виробництва шовкових тканин
- 5.Бізнес-план розважального комплексу на прикладі караоке
6. Бізнес-план підприємства з виробництва макаронних виробів
7. Бізнес-план Антікафе
8. Бізнес-план ТОВ з доставки обідів в офіс
9. Бізнес-план підприємства з виробництва кондитерських виробів
10. Розробка бізнес-плану проекту кав'ярні
- 11.Розробка бізнес-плану проекту створення зооготелю
- 12.Розробка бізнес-плану фотостудії
- 13.Бізнес-планування на підприємствах готельного господарства
14. Розробка бізнес-плану сфери розваг
15. Розробка бізнес-плану 3D кінотеатру
16. Розробка бізнес-плану малих підприємств
17. Бізнес-план салону краси
18. Бізнес–план туристичної фірми
19. Бізнес–план туроператора
- 20 Бізнес-план відкриття спортивного комплексу.
- 21 Розробка бізнес-плану проекту створення крематорію.
22. Бізнес-план виробництва металопластикових вікон.

Приклад розрахунку курсової роботи на тему:
«Бізнес-план виробництва металопластикових конструкцій
ЗАТ «Фабрика вікон» м. Запоріжжя

Вступ

Металопластикові вікна - це технології, відомі на будівельних ринках Європи понад 50 років.

Їх вартість нижче вартості аналогічних по якісним характеристикам дерев'яних та алюмінієвих, вони не розтріскуються від часу, їх не потрібно фарбувати.

Різноманіття кольорової гами та конструкцій спроможне задовольнити найвишуканіші вимоги до інтер'єру.

Україна розділена на 4 кліматичні зони. Жителям Києва, Харкова, Донецька, Луганська, які відносяться до самої холодної першої кліматичної зони, доцільно поставити вікно з двокамерним склопакетом (3 скла) або спеціальний енергозберігаючий склопакет (2 скла з спеціальним напиленням). Будівельними нормами України заборонено використання простих однокамерних склопакетів в першій (самій холодній) кліматичній зоні.

На будівельному ринку України працює декілька сотень фірм, що пропонують металопластикові вікна. Треба знати час створення фірми-виробника, ознайомитися зі списком будівельних об'єктів, де встановлені вікна цієї фірми; відгуками про якість продукції та сервіс, що пропонується клієнтам фірми, зі сторони сторонніх організацій; гарантійні зобов'язання, які бере на себе виробник вікон; наявність у виробника сертифікату УкрСЕПРО. Вікно в цілому повинно мати сертифікат відповідності УкрСЕПРО. Якщо Вам пред'являють сертифікати тільки на окремі складові вікна (профіль, фурнітуру, склопакет) - це означає, що вікно не відповідає нормам і стандартам України, небезпечне в експлуатації, а головне може нанести шкоду здоров'ю.

РЕЗЮМЕ

Бізнес-план присвячено обґрунтуванню ефективності організації виробництва випуску металопластикових загороджувальних конструкцій на ЗАТ «Фабріка вікон» з метою залучення позикових коштів для кредитування частини витрат на технологічне устаткування і створення додаткових робочих місць.

Асортимент продукції, яка випускається - вікна, двері, вітражі та інші металопластикові загороджувальні будівельні конструкції.

Технологія виробництва фірми SCHUCO International (Німеччина) є самою прогресивною у світі, екологічно абсолютно чистою і не має аналогів на місцевому регіональному ринку.

Сировинна база виробництва на 100% забезпечується єдиним постачальником відповідно до єдиного технологічного задуму, що підвищує надійність готової продукції.

Планований обсяг випуску готової продукції - 22584 м. кв. на рік на загальну суму 28 млн. на основі діючих і проєктованих виробничих потужностей.

Ринком збуту готової продукції є ділові кола і населення м. Дніпропетровська та Дніпропетровської області з рівнем доходів вище за середній.

Загальна вартість проєкту по введенню до ладу і експлуатації виробничого комплексу фірми з випуску металопластикових загороджувальних конструкцій – 830039 грн. , з яких 326000 грн. - позикові кошти (близько 39%).

Персонал фірми складається з висококваліфікованих фахівців і знаходиться в стані комплектації. Загальна планована чисельність працюючих - 218 людей, з середньою зарплатою робітників – 1400 грн., яка є досить високою для міста в цілому.

Конкурентноздатність фірми забезпечується низькими внутрішньовиробничими витратами внаслідок забезпечення наскрізного технологічного процесу, а також ексклюзивною якістю готової продукції.

Термін окупності позикових коштів на проєктований цех – 4 місяці.

1. ЦІЛІ БІЗНЕС-ПЛАНУ І ЗАДАЧІ БІЗНЕСУ

Цілями бізнес-плану є:

1. Обґрунтування рентабельності введення до ладу і експлуатації цеху з виробництва металопластикових загороджувальних будівельних конструкцій на діючих орендованих виробничих площах і реалізації готової продукції на регіональному ринку.
2. Виявлення умов ринку і прогноз продажів готової продукції при нарощуванні потужності виробництва в інвестиційний період.
3. Оцінка очікуваних фінансових результатів бізнесу і побудова фінансової стратегії підприємства при розрахунках по позиковим коштам.

Задачами підприємства в інвестиційний період є:

- здійснити введення до ладу і експлуатацію комплексного автоматизованого устаткування з метою забезпечення наскрізного технологічного процесу: закупівля сировини (комплектуючих і видаткових матеріалів) → виробництво (зборка) готової продукції → реалізація кінцевого продукту споживачу;
- впровадити одну із самих прогресивних у світі і першу на регіональному ринку технологію виробництва металопластикових загороджувальних конструкцій;
- закріпитися і розширити керований сегмент регіонального ринку збуту металопластикових виробів.

Стратегія ЗАТ «Фабріка вікон» у зв'язку з даним проєктом - збігається із сучасними прогресивними тенденціями щодо укрупнення діяльності

стабільних підприємств малого і середнього бізнесу, що веде до створення додаткових робочих місць і знижує гостроту проблеми зайнятості населення.

2. ПІДПРИЄМСТВО І ЙОГО ПРОДУКЦІЯ

2.1. Інформація про підприємство

Ініціатор проекту - закрите акціонерне товариство «Фабрика вікон»: зареєстровано рішенням Реєстраційної Палати Адміністрації м. Запоріжжя.

Форма власності - приватна.

Основний вид діяльності - будівельна.

Засновники ЗАТ «Фабрика вікон» - юридичні і фізичні особи.

2.2. Інвестиційний задум

Об'єкти інвестицій і джерела фінансових коштів.

Для розміщення цеху з виробництва металопластикових загороджувальних конструкцій ЗАТ «Фабрика вікон» має орендовані площі на території Зміївки (у межах смуги міста). Будинок цегельний, площею 500 м. кв., із прибудовами, оснащений всіма необхідними для виробництва комунікаціями: водопостачанням; каналізацією; вентиляцією; опаленням від котельні, електроживленням; є під'їзні колії.

Технологічне устаткування, необхідне для виробництва металопластикових загороджувальних конструкцій, цілком поставляється з Німеччини в межах дотримання єдиної технології. Постачальник - фірма *SCHUCO International*. Основну його частину вже змонтовано і буде введено в експлуатацію 01.02.2020 р. Із придбанням у квітні додаткового устаткування - лінії з виробництва склопакетів - робота цеху буде організована за принципом наскрізного технологічного процесу, що забезпечить значну економію внутрішньовиробничих витрат (15-20%) і підвищить рентабельність виробництва (до 20 %).

Для реалізації інвестиційної програми ЗАТ «Фабрика вікон», у зв'язку з даним проектом, будуть потрібні додаткові кошти в 2020 р. в обсязі 830039

грн., що при досягнутому рівні прибутковості фірми буде потребувати додаткових кредитних ресурсів в обсязі не менш 326000 грн. (див. таблицю 2.1.). Кількість створюваних робочих місць - 218.

Таблиця 2.1.

Об'єкти і напрямки інвестицій

Напрямки інвестицій	Освоєно на поточний момент	Джерела коштів		Сума інвестицій, грн.
		Власні	Позикові	
1. Оренда виробничих приміщень на 1 місяць	105000	-	-	105000
2. Придбання устаткування:				
- основне устаткування цеху по виробництву металевих конструкцій	80000	-	-	80000
- лінія по виробництву скла пакетів	-	78139	126000	204139
3. Придбання транспортних засобів:				
- 2 а/м «Газель»	-	20000	-	20000
4. Придбання партії матеріалів	217400	-	200000	417400
5. Виробничий ремонт приміщення	3500	-	-	3500
РАЗОМ:	405900	98139	326000	830039
Відсоткове співвідношення	49	12	39	100
Із загальної суми інвестицій: основні фонди – 304139 грн. (36,6%)				

2.3. Характеристики продукції і послуг

Металопластикові загороджувальні будівельні конструкції - одна з відносних новинок дніпропетровського ринку, яка відразу завоювала велику популярність серед бізнесменів і найбільш забезпеченого населення міста.

Продукція, планована до випуску ЗАТ «Фабріка вікон» у зв'язку з даним проектом, містить у собі усі види металопластикових загороджувальних конструкцій, які виготовляються і монтуються на замовлення.

Номенклатура продукції; віконні і дверні рами, вітражі, вітрини, офісні перегородки, зимові сади, теплі дахи, теплиці і т.п.

Розмаїття асортименту доповнюється також багатоваріантністю виготовлення цих виробів у залежності від замовлення конкретного споживача;

➤ за площею (без обмежень);

- за кількістю ступенів відкривання (1,2 чи 3);
- за густотою плетіння (густе, дрібне);
- за формою контурів (прямі чи фігурні);
- за видом скла (просте, тоноване, броньоване і т.п.);
- за іншими параметрами.

Різноманіття вибору і задоволення бажань замовника визначається 16,5 тис. найменуваннями комплектуючих виробів.

Устаткування і закупається разом з ним технологія є на даний момент самою прогресивною у світі і не має аналогів на регіональному ринку Дніпропетровської області. Постачальник і виробник устаткування - фірма *SCHUCO International*, яка займається великомасштабними розробками в цій галузі вже більш 40 років і зараз є загальновизнаним світовим лідером на ринку технологій і устаткування для виготовлення металопластикових конструкцій.

Продукція ЗАТ «Фабрика вікон» буде виготовлятися на основі профілю, який пройшов сертифікацію за європейським стандартом (єдиний подібний факт на місцевому ринку), що гарантує ексклюзивну, не доступну іншим суб'єктам місцевого ринку, якість готових виробів по наступним позиціям:

1. морозовитривалість;
2. захист від ультрафіолетового випромінювання;
3. неруйнування озонового шару;
4. екологічність (100%-ва відсутність канцерогенних властивостей).

Важливою особливістю співробітництва з фірмою *SCHUCO International* є нерозривний зв'язок постачань з єдиного джерела не тільки повного комплексу устаткування, але й абсолютно всіх комплектуючих виробів і видаткових матеріалів. Устаткування, орієнтоване тільки на чітко визначені і високі стандарти вихідного матеріалу, завдяки чому забезпечується виняткова якість готових виробів.

У зв'язку з цим позитивний ефект бізнесу досягається по наступних позиціях:

ЗАТ «Фабріка вікон» фактично стає віддаленою технологічною ділянкою німецької фірми-виробника (яка вже має 18,5 тис. таких ділянок по усьому світі), що гарантує єдність технології і усього виробничого задуму в цілому.

Відбувається значна економія транспортних витрат (100-200%) у порівнянні з іншими фірмами, залученими до даної сфери діяльності, і мають до 40 постачальників.

Запозичена прогресивна технологія не тільки виробництва, але і складування, коли сировина закуповується не в запас, а під конкретне замовлення. Як наслідок, скорочуються митні витрати, виробничі запаси і незавершене виробництво.

З метою уніфікації вартісних характеристик всього асортиментного розмаїття ЗАТ «Фабріка вікон», у даному бізнес-плані вводиться - як базовий показник обсягу виробництва - поняття умовної одиниці продукції, за яку умовно приймається вікно з 2-ма ступенями відкривання розміром 1м×1м, яке має середню ціну реалізації – 1200 грн. /м. кв.

Даний показник є інтегральним, враховуючим інтенсивність купівельного попиту і варіації цін на різні види продукції, у залежності від конкретних умов замовлення (на підставі внутрішньої статистики інших фірм міста в 2018-2019 р.).

На рис. 1. представлено технологічну схему виробництва.

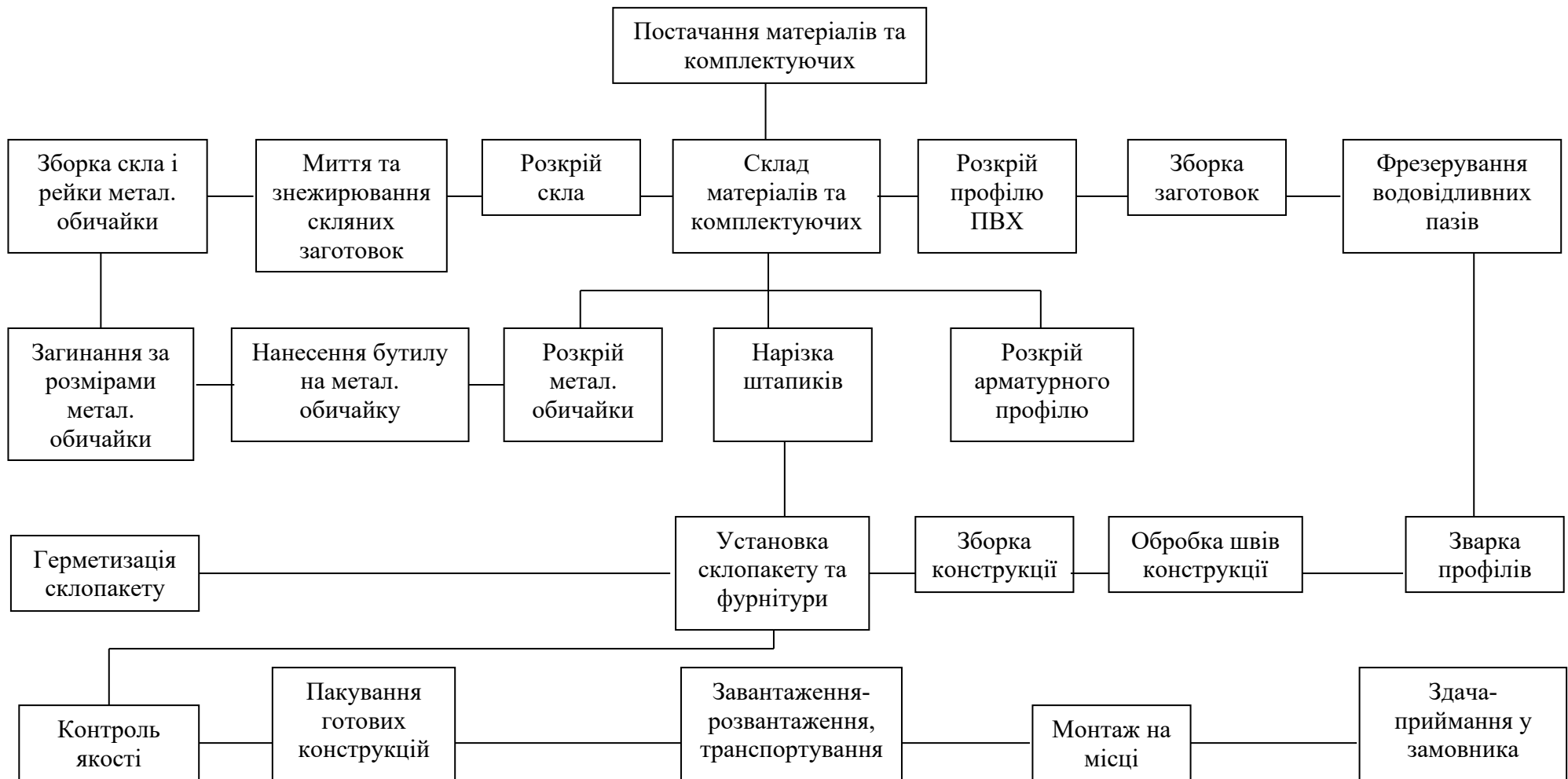


Рис. 2.1. *Схема технологічного процесу*

3. АНАЛІЗ РИНКУ

3.1. Стан ринку і збуту продукції

ЗАТ «Фабріка вікон» планує реалізовувати свою продукцію на регіональному ринку, ємність якого дозволяє здійснити інтервенцію з метою закріплення на керованому сегменті ринку. На жовтень 2019 р. обсяг продажів металопластикових загороджувальних конструкцій у м. Запоріжжя склав близько 120 млн. грн. (близько 80000 ум. од. продукції/рік).

Планований ЗАТ «Фабріка вікон» обсяг виробництва складає 22584 м² на рік. Таким чином, з урахуванням діяльності ЗАТ «Фабріка вікон», загальний обсяг продажів металевих загороджувальних конструкцій на дніпропетровському ринку в найближчому майбутньому складе близько 88 тис. м² на рік, що означає, що фірма претендує на частку місцевого ринку в розмірі 25,7%. Наскільки реально для ЗАТ «Фабріка вікон» зайняти цю ринкову нішу і закріпитися на ній, і які резерви ринкового попиту на металопластикові загороджувальні конструкції?

Стабільні тенденції росту обсягів висококомфортного приватного будівництва (до 7% на рік) і щорічне збільшення попиту на комерційну (офісну) нерухомість (до 11% на рік) і пов'язані з цим послуги на євро ремонт приміщень, які спостерігаються в області, визначають стабільний ріст попиту на металопластикові загороджувальні будівельні конструкції. За попередніми оцінками, у 2019 р. обсяг попиту на цю продукцію складе не менш 160 млн. грн.

При наявності не менш 4 великих конкуруючих у даній сфері виробництва фірм, і через елітність самої продукції, коли фактор якості грає для споживача навіть більшу роль, ніж ціна, - споживач віддасть перевагу найбільш якісній, найбільше екологічно безпечній продукції, а більш приваблива в порівнянні з конкурентами ціна виявиться вирішальним фактором у процесі прийняття рішення.

3.2. Конкурентний аналіз

На ринку м. Запоріжжя, де ЗАТ «Фабріка вікон» припускає реалізовувати свою продукцію в першу чергу, уже працюють наступні конкуренти:

- Фірма «Аквітал» - найбільший виробник металопластикових конструкцій на місцевому ринку (близько 42 млн. грн. у рік).
- Фірма «Нові вікна» (близько 34 млн. грн. у рік).
- Фірма «ПС» (близько 23 млн. грн. у рік),
- Завод металопластикових конструкцій (близько 22 млн. грн. у рік).
- Верона ЛТД (біля 13 млн. грн. у рік).
- Інші більш дрібні фірми із сукупним оборотом близько 23 млн. грн. у рік.

Загальні риси, характерні для абсолютно усіх фірм діючих на ринку металопластикових конструкцій:

- однакова номенклатура устаткування;
- однакова максимальна потужність цього устаткування.

Одне з головних розходжень між конкурентами - якість використовуваного устаткування і технології. Так, незначно представлені на місцевому ринку польська і російська технології вже майже зжили себе і не витримують конкуренції через низьку якість при високій собівартості виробів. Найбільш розповсюджена технологія німецької фірми ALUPLAST також вже морально застаріває і не забезпечує тих високих характеристик якості, яких вже досягнуто іншою німецькою фірмою SCHUCO International, яка представляє на світовому ринку дійсно останнє слово технічного прогресу.

Крім того, ніхто з конкурентів не використовує принцип єдності постачань. Переважає прагнення придбати комплектуючі в різних фірм за більш низькими цінами. Це, по-перше, сильно відбивається на транспортних витратах (кілометраж деяких фірм досягає 7000 км тільки по дорогах

Німеччини, у той час як середній кілометраж при постачаннях ЗАТ «Фабріка вікон» - 2000 км). По-друге, що саме головне, відсутність єдиного постачальника не дозволяє досягти єдиної технології і створює імовірність розбіжності технічних і інших параметрів комплектуючих виробів від різних постачальників, що суттєво погіршує якість готових виробів у подібних фірм.

Відмінною рисою ЗАТ «Фабріка вікон», як уже відзначалося, є саме єдність постачань. Закуплене устаткування, яке становить собою автоматизовані складальні місця, призначено для обробки тільки тих комплектуючих виробів, технічні й інші параметри яких відповідають строго визначеним стандартам, які гарантують виняткову якість готової продукції.

Тому закупівля в однієї і тієї ж фірми не тільки виробничого устаткування, але і всього комплексу комплектуючих і витратних матеріалів є ідеальним сполученням з погляду гарантії якості.

ЗАТ «Фабріка вікон» також - єдине підприємство, яке самостійно здійснює монтаж своєї продукції (як невід'ємну частину технологічного процесу). Інші фірми залучають сторонні організації для монтажу, що в підсумку знижує його якість і відображається на витратах виробництва у бік збільшення.

Таким чином, що стосується якості готової продукції і послуг, то ЗАТ «Фабріка вікон» є безсумнівним лідером у цій області.

У плані цін у ЗАТ «Фабріка вікон» також не буде серйозних конкурентів, тому що середня відпускна ціна 1 кв. м умовної продукції ЗАТ «Фабріка вікон» - 1200 грн./м², а мінімальна відпускна ціна найближчого конкурента – 1450 грн./м². У плані гнучкості реагування на купівельні потреби, на конкретне бажання замовника, ЗАТ «Фабріка вікон» також має незаперечні переваги. Наявність власного виробництва склопакетів (основного комплектуючого елементу) і можливість вибору з

16,5 тис. найменувань комплектуючих виробів - дозволяють швидко реагувати на будь-які вимоги ринку.

Якщо встановленого рівня цін буде недостатньо для покриття всіх витрат виробництва у фірми є запас варіації цін – 250 грн.

3.3. Аналіз ринку ресурсів

Для виробництва металопластикових загороджувальних будівельних конструкцій потрібні наступні основні комплектуючі матеріали:

1. Пластиковий профіль.
2. Металопрокат.
3. Скло.
4. Запірна арматура.
5. Фурнітура.
6. Видаткові матеріали.

Загальна номенклатура комплектуючих виробів, класифікованих у вищевказані групи, перевищує, як уже згадувалося, 16,5 тис. найменувань, що забезпечує швидкість і гнучкість реагування на потреби споживачів. Постачання всіх матеріалів буде здійснюватися з Німеччини автотранспортом. Постачальник - SCHUCO International, Гарантія стабільності постачань - 100%, перша партія на загальну суму 49000 грн. вже поставлена.

Принцип наступних постачань – «під замовлення». Цей спосіб постачань вважається в даній сфері виробництва найбільш прогресивним і економічним (складські приміщення не затоварюються, не залишається неліквідних залишків, які неможливо відправити назад у Німеччину через повторне стягнення митних платежів).

3.4. Маркетингова стратегія й обґрунтування ціни

На підставі фактів, викладених у п. 2.3 «Характеристика продукції», вироби ЗАТ «Фабрика вікон» мають найвищі на місцевому ринку характеристики якості, а відносно низька собівартість продукції (завдяки

значному зниженню внутрішньовиробничих витрат) дозволить установити відпускні ціни на 15-20% нижче середньоринкових. Як впливає з аналізу ринку збуту продукції, тільки таке сполучення якісних і вартісних характеристик продукції дозволить новому суб'єкту ринку забезпечити собі гарантований збут.

Таким чином, маркетинговою стратегією ЗАТ «Фабрика вікон» є цінова конкуренція при забезпеченні ексклюзивної якості виробів. У зв'язку з цим фірма зможе не тільки зайняти плановану нішу на регіональному ринку (27,5%), але і закріпитися на ній, забезпечивши собі стабільний гарантований збут.

Існуюча різниця ринкових цін на металопластикові конструкції - від 1450 грн. до 1890 грн./м². Так само великими є якісні розходження між продукцією різних фірм і умовами замовлень.

Для того, щоб конкурувати з мінімальною ціною 1450 грн./м², ЗАТ «Фабрика вікон» планує установити мінімальну відпускну ціну (найбільш простий варіант замовлення) - не більш 1350 грн./м². А середня відпускна ціна 1 м² умовної продукції складе 1244,77 грн./м², що суттєво нижче прийнятої практики. Дана ціна дозволить підприємству працювати з рентабельністю не менш 20 % (див. бюджет по прибутку в п. 6), отже, економічно обґрунтована.

Великий досвід підприємства в будівельній діяльності, призначення на керівні посади кваліфікованих фахівців, які вже себе зарекомендували, і ретельний відбір претендентів на робочі місця - усе це є додатковим істотним фактором успіху бізнесу.

Одним з основних способів просування товару на ринок буде реклама - могутній стимулятор попиту. ЗАТ «Фабрика вікон» планує використовувати наступні канали поширення реклами:

- дві рекламні розтяжки на центральних вулицях міста.

Вартість розміщення однієї рекламної розтяжки складає 10100 грн. на місяць.

Витрати на цей вид реклами складуть:

$2 \times 10100 \text{ грн.} = 20200 \text{ грн.}$

На рік: 242400 грн.

- реклама в газеті «ВА-БАНК»: 1/4 газетної смуги 4 рази на місяць.

Витрати на цей вид реклами складуть:

на місяць: 2700 грн. на місяць;

у рік: 32400 грн.

- рекламний ролик на телебаченні («Дніпро-ТР»):

$10 \text{ сек.} \times 3 \text{ рази/день} = 0,5 \text{ хв. у день};$

виготовлення ролика – 2000 грн.;

прокат ролика – 2800 грн. за 1 хв.;

у день: 1400 грн.;

місяць: $1400 \times 30 = 42000 \text{ грн.};$

у рік: $42000 \times 12 = 504000 \text{ грн.} + 2000 \text{ грн.};$

РАЗОМ: рекламні витрати – 780800 на рік.

На умовну одиницю продукції: $780800/12 = 65066,66;$
 $65066,66/1882 = 34,57 \text{ грн.}$ – збутові витрати.

Стратегія рекламної кампанії.

Протягом інвестиційного періоду планується сформувати в потенційних споживачів думку про товар і фірму, у зв'язку з чим у цей період доцільна найбільш інтенсивна реклама в засобах масової інформації, тобто рекламні оголошення будуть виходити більш часто. Потім необхідно постійно підтримувати у свідомості споживачів зацікавленість у даному продукті, у зв'язку з чим реклама буде з'являтися постійно, але трохи рідше.

4. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН

Введення до ладу цеху з виробництва загороджувальних металопластикових конструкцій очікується 01.03.2020 р., а через 1 місяць (01.04.2020) буде змонтовано і введено до ладу і лінію з виробництва склопакетів.

Протягом лютого склопакети будуть закуповуватися на місцевому ринку за середньоринковою ціною 210 грн./м².

Таблиця 4.1.

Операційний графік інвестиційного періоду

Найменування підприємства	2020									
	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад
Постачання та монтаж основного устаткування	+	+								
Навчання персоналу		+								
Кредитування			+							
Введення цеху до ладу й експлуатація на 50% потужності			+							
Постачання та монтаж лінії з виробництва склопакетів			+							
Вихід на потужність 60%					+					
Вихід на потужність 70%							+			
Вихід на потужність 80%								+		
Вихід на потужність 90%									+	
Вихід на потужність 100%										+
Остаточний розрахунок з кредитором										+

5. ПЛАН ВИРОБНИЦТВА

5.1. Розрахунок обсягу випуску продукції

Таблиця 5.1.

Плановий робочий розклад

Режим роботи	3 зміни
Коефіцієнт змінності	2,8
Тривалість робочого дня (зміни)	8 годин
Фонд робочого часу в місяць	21 день

Розрахункова продуктивність цеху після виходу заводу на повну потужність: 32 м² у зміну.

- на місяць: $32 \times 2,8 \times 21 = 1882$ м² у міс.

- у рік: 22584 м².

Таблиця 5.2.

Передбачуваний обсяг продажів у 2020 р. (м. кв.)

	2020									
	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень	Разом
Готова продукція, м ²	941	941	1129	1129	1317	1506	1694	1694	1882	12233
Процент використання потужності	50	50	60	60	70	80	90	90	100	

Повне освоєння потужностей планується до кінця 2020 року, а доти буде відбуватися поступове нарощування потужності, починаючи з квітня 2020 р.

5.2. Розрахунок обсягу обороту підприємства у вартісному вираженні (при повному (100%) завантаженні потужності).

Роздрібна відпускна ціна умовної одиниці продукції – 1244,77 грн./м²;
Обсяг випуску продукції на місяць - 1882 м². Обсяг обороту підприємства у вартісному вираженні (при 100% завантаженості):

- на місяць: $1882 \times 1244,77 = 2342657,14$ грн.;
- у рік: 28111885,68 грн.

5.3. Розрахунок вартості закуповуваного устаткування

Вартість устаткування (включаючи вартість шефмонтажу): 185328 грн.

Мито складає 10%, або 18532,8 грн.

Збір за митне оформлення 0,015%, - 278 грн.

РАЗОМ витрати на устаткування складуть - 204139 грн.

5.4. Розрахунок витрат виробництва

5.4.1. Вартість матеріалів, необхідних для виготовлення склопакетів

Матеріальні витрати на одну ум. одиницю продукції (м²):

- скло ($\Pi = 45 \text{ грн./м}^2$): норма витрат - $2 \text{ м}^2/\text{м}^2$;
витрати на одну ум. од. – 90 грн.;
- обичайка ($\Pi = 21 \text{ грн./м}^2$): норма витрат - $4 \text{ м}^2/\text{м}^2$;
витрати на одну ум. од. - 84 грн.,
- бутил ($\Pi = 45 \text{ грн./кг}$): норма витрат – $0,1 \text{ кг/м}^2$;
витрати на одну ум. од. – 4,5 грн.;
- інші видаткові матеріали: витрати на умовну одиницю - 5% від основних матеріалів - $178,5 \times 0,05 = 9 \text{ грн.}$

Разом матеріальні витрати на виробництво одного м^2 склопакету - 187,5 грн.

5.4.2. Вартість матеріалів, необхідних для виробництва металопластикових загороджувальних конструкцій (крім вартості склопакетів - див. п. 5.4.1.)

- пластиковий профіль ($\Pi = 110 \text{ грн./м.пог.}$): норма витрат - $0,5 \text{ м. пог./м}^2$;
вартість витрати на ум. од. - 55 грн.;
- металопрокат ($\Pi = 54 \text{ грн./м.пог.}$): норма витрат – $1,0 \text{ м. пог./м}^2$;
вартість на ум. од. – 54 грн.;
- фурнітура (спецкомплект): запірна арматура;
вартість витрат на ум. од - 120 грн.

Разом: 229 грн.

РАЗОМ сумарні матеріальні витрати на одну ум. одиницю продукції – $187,5 + 229 = 416,5 \text{ грн.}$

Витрати на матеріали:

- на місяць: $416,5 \times 1882 = 783853 \text{ грн.}$
- рік: 9406236 грн.

Мито за перевезення матеріалів з-за кордону та накладні витрати 6% та 0,5% відповідно: $9406236 \times 0,065 = 611405,34 \text{ грн.}$

Сумарні витрати: 10017641,40 грн. на рік; 834803,45 грн. – на місяць.

5.4.3. Витрати на оплату праці

5.4.3.1. Зарплати з відрахуваннями:

працівник АУ – 23000 грн.;

основні робочі – 15000 грн.;

допоміжні робочі й охорона – 10000 грн.;

прибиральники – 7000 грн.

5.4.3.2 Число працюючих

Робочі цеху з виробництва склопакетів:

- Ділянка розкрою скла – 4 люд. (з них 2 – допоміжні робітники)
- Ділянка розкрою металевої обичайки – 2 люд. (з них 1 – допоміжний робітник)
- Ділянка бутелювання 3 люд. (з них 2 – допом. Роб.)
- Ділянка мийки – 7 люд. (з них 3 – допом. Роб.)
- Ділянка загинання метал. Обичайки – 3 люд. (з них 1 – допом. Роб.)
- Ділянка зборки скла і рамки 8 люд. (з них 4 – допом. Роб.)
- Ділянка герметизації склопакету – 3 люд. (з них 1 – допом. Роб.)

Усього в одну зміну – 30 люд., у 3 зміни – 90 люд.

Інші робітники:

- Ділянка складування – 1 люд.
- Ділянка розкрою профілю – 2 люд.
- Ділянка розкрою арматури – 2 люд.
- Ділянка зборки заготівель – 2 люд.
- Ділянка фрезерування – 2 люд.
- Ділянка зварювання профілю – 3 люд. (з них 2 – допомог, роб.)
- Ділянка обробки швів конструкцій – 2 люд.
- Ділянка зборки конструкцій – 2 люд.
- Ділянка нарізки штапиків – 1 люд.
- Ділянка установки фурнітури – 2 люд.
- Ділянка контролю якості – 1 люд.
- Бригада упакування готових конструкцій – 2 люд.

- Бригада доставки – 3 люд. (з них 2 - допом. роб.)
- Монтажна бригада - 10 люд.

Усього в одну зміну - 35 людей, у 3 зміни – 105 людей

Апарат управління:

- Директор - 1 люд.
- Зам. директора - 1 люд.
- Бухгалтер - 1 люд.
- Секретар - 1 люд.
- Кошторисник - 2 люд.
- Начальник зміни - 3 люд.
- Обліковець - 2 люд.

Усього -11 чоловік

Охорона і прибиральники:

- Охоронці - 6 людей
- Прибиральниці - 6 людей

Усього - 12 чоловік

РАЗОМ ПО ЦЕХУ: 218 чоловік

5.4.3.3. Розрахунок місячного фонду заробітної плати (грн.)

Таблиця 5.3.

Персонал	Чисельність	Зарплата на місяць	Фонд зарплати на місяць
1	2	3	4
Основні робітники	141	1500	211500
Допоміжні робітники	54	1000	54000
Апарат управління	11	3000	33000
Охорона	6	1000	6000
Прибиральниці	6	700	42700
	218		347200

Місячний Фонд заробітної плати адміністративно-технічного персоналу – 81700 грн.

Місячний Фонд заробітної плати виробничого персоналу – 265500 грн.

Зарплата виробничих робітників в калькуляції умовної одиниці - $265500/1882 = 141,07$ грн.

5.3.3.4. Розподілення персоналу по робочим змінам

Зміна	Чисельність персоналу					Разом
	АУ	Охорона	Прибиральниці	Основні робітники	Допоміжні робітники	
1		2	2	47	18	76
2		2	2	47	18	72
3		2	2	47	18	70
Разом	11	6	6	141	54	218

5.4.4. Витрати палива і енергії на технологічні цілі

- енергоспоживання - 600 кВт/годину,
- вартість 1 кВт – 0,20 грн.,
- фонд робочого часу на добу - 21 година;
- місячний фонд робочого часу в годинах - 437 година.

Витрати на енергію на місяць:

$$437 \times 600 \times 0,20 = 52440 \text{ грн./міс.}$$

Витрати на енергію в рік: 629280 грн./рік

- споживання палива в рік (котельня) - 5 тонн,
- вартість палива за 1 т - 64800 грн.

Витрати на паливо на місяць: 27000 грн.

Витрати на паливо в рік: 324000 грн.

УСЬОГО витрати на паливо і енергію:

на місяць: 79440 грн.;

у рік: 953280 грн.

Паливо та енергія на умовну одиницю продукції - $79440/1882 = 42,21$ грн.

5.4.5. Витрати на послуги зв'язку (10% від ФОП АУ).

на місяць: $33000 \times 0,1 = 3300$ грн.;

у рік: 39600 грн.

5.4.6. Амортизація

Вартість власних основних коштів:

закуповувана лінія: 204139 грн.;

встановлене устаткування – 80000 грн.;

транспорт - 20000 грн.,

норма амортизації - 6% на квартал.

Таблиця 5.4 Амортизаційні відрахування

Квартал	Сума амортизаційних відрахувань		
	Лінія по виробництву склопакетів	Основне устаткування	Транспорт
1	12248,34	4800,00	1200,00
2	11513,44	4512,00	1128,00
3	10822,63	4241,28	1060,32
4	10173,28	3986,80	996,70
За рік	44757,69	17540,08	4385,02
Залишкова вартість	159381,30	62459,92	15614,98

Всього відрахування за рік: 66682,79 грн.

В середньому на місяць - 5556,90 грн.

На одиницю умовної продукції – 2,95 грн.

5.4.7. Витрати на рекламу

у рік: 780800 грн.,

в середньому на місяць: 65066,67 грн.

На одиницю умовної продукції (збутові витрати) - $65066,67/1882 = 34,57$ грн.

5.4.8. Оренда приміщень

площа - 500 м. кв.; ставка – 210 грн./м²/ міс. (включає всі комунальні послуги).

80 кв. м – адміністративні площі.

420 кв. м – виробничі цехи.

Орендна плата:

на місяць: 105000 грн., в т. ч.: 16800 грн. – адміністративні витрати, 88200 грн. – загальновиробничі.

На 1 ум. од.: $16800/1882 = 8,93$ грн. - адміністративні.

$88200/1882 = 46,87$ грн. - загальновиробничі.

у рік: 1260000 грн., в т. ч.: 201600 грн. – адміністративні витрати, 1058400 грн. – загальновиробничі.

5.4.9. Відсотки по кредиту

- сума кредитування -326000 грн.;
- процентна ставка - 20% річних.

Фінансові витрати:

- у рік: $326000 \times 0,20 = 65200$ грн.;
- на місяць: 5433,33 грн.

Фінансові витрати на одиницю умовної продукції - $5433,33/1882 = 2,89$ грн.

5.5. Податки і відрахування

Податок на прибуток – 25%, ПДВ – 20%.

5.5.1. Місцеві збори і податки:

Транспортний податок - 1 % від ФОП;

на місяць: $347200 \times 0,01 = 3472$ грн. ;

у рік: 41664 грн.

5.5.2 Внески до Фондів

- Пенсійний фонд - 32% від ФОП
- Фонд соціального страхування від тимчасової втрати працездатності - 2,9% від ФОП
- Фонд зайнятості – 1,9% від ФОП
- Фонд страхування від нещасних випадків – 1% від ФОП

Таблиця 5.5.

Нарахування на ФОП

Стаття	В місяць (ФОП = 347200 грн.)	В рік
1	2	3
1. Пенсійний фонд (32%)	111104	1333248
2. Фонд соціального страхування від ТВП (2,9%)	10068,8	120825,6
3. Фонд зайнятості (1,9%)	6596,8	79161,6
4. Фонд страхування від нещасних випадків (1%)	3472	41664
Разом внески до фондів:	131241,6	1574899
5. Транспортний податок	3472	41664
Разом відрахування від ФОП	134713,6	1616563

Таблиця 5.6.

Поточні витрати на виробничу програму за статтями собівартості (грн.)

Стаття	В місяць	В рік
1. Матеріали та комплектуючі	834803,45	10017641,40
2. Паливо та енергія	79440	953280
3. Заробітна плата виробничих робітників з відрахуваннями	265500	3186000
<i>Разом змінні витрати:</i>	1179743,45	14156921,4
6. Амортизація	5556,90	66682,79
7. Профілактичний ремонт приміщення	292	3504
8. Оренда виробничих площ	88200	1058400

<i>Разом постійні витрати:</i>	94048,9	1128587
9. Адміністративні витрати	101800	1221600
- зарплата адміністративно-технічного персоналу з відрахуваннями	81700	980400
- зв'язок	3300	39600
- оренда адміністративних площ	16800	201600
10. Збутові витрати	65066,67	780800
- реклама	65066,67	780800
11. Відсотки	5433,33	65200
Разом собівартість	1446092,35	17353108,2
12. Місцеві податки та збори	3472	41664
13. Нарахування на ФОП	131241,6	1574899,2
З них податки та нарахування (12+13)	134713,6	1616563,2

Таблиця 5.7.

Калькуляція собівартості умовної одиниці продукції

№п/п	Стаття	Сума на 1 ум. од., грн.	Сума на місячну програму
1	2	3	4
1.	Покупні матеріали	443,57	834803,45
1.1	Склопакет	187,5	352875
	- скло	90	169380
	- обичайка	84	158088
	- бутил	4,5	8469
	- інші видаткові матеріали	9	16938
1.2	Загороджувальні конструкції	229	430978
	- пластиковий профіль	55	103510
	- металопрокат	54	101628
	- фурнітура	120	225840
1.3	Мито на матеріали	27,07	50950,445
2.	Паливо та енергія	42,21	79440
3.	Зарплата виробничих робітників	141,07	265500
4.	Амортизація	2,95	5556,90
5.	Оренда виробничих площ	46,87	88200
7.	Профілактичний ремонт	0,16	292
	Виробнича собівартість	676,83	1273794,06
	Адміністративні витрати	54,09	101800
	Збутові витрати	34,57	65066,67
	Фінансові витрати	2,89	5433,33
	Повна собівартість	768,38	1446092,35
	Прибуток	268,93	506126,26
	Ціна підприємства	1037,31	1952217,42
	Ціна з ПДВ	1244,77	2342657,14

6. РОЗРАХУНОК ПРИБУТКУ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

Розрахунок прибутку і рентабельності здійснено, виходячи з прогнозованих обсягів виробництва (на місяць, рік), складених цін на одиницю продукції (послуг), внутрішніх витрат фірми на виробничу програму при повному завантаженні потужності цеху.

Таблиця 6.1.

Розрахунок прибутку і рентабельності

Показники	Вартість (грн.)	
	в місяць	в рік
1. Виручка від реалізації	2342657,14	28111885,68
2. ПДВ	390439,72	4685276,64
3. Дохід (1-2)	1952217,42	23426609,04
4. Собівартість	1446092,35	17353108,2
5. Податки та відрахування	134713,6	1616563,2
6. Валовий прибуток (3-4-5)	371411,47	4456937,64
7. Податок на прибуток (25%*6)	92852,87	1114234,44
8. Чистий прибуток (6-7)	278558,6	3342703,2
Рентабельність (8/4) = (278558,6/1446092,35) × 100 = 19,3%		

За інвестиційним задумом підприємства, на зазначені в таблиці економічні показники фірма виходить у листопаді 2020 р. за умови своєчасного запозичення необхідної суми.

7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН. ГРАФІК ПОГАШЕННЯ КРЕДИТНИХ КОШТІВ

Фінансовий план інвестиційного проекту відображає динаміку надходження і витрачання коштів фірми при поетапному (помісячному) нарощуванні потужності виробництва і реалізації.

Накопичення маси чистого прибутку по місяцях нарощування виробничої потужності відображається в рядку зростаючий підсумок «Фінансового плану» (табл. 7.1.). Вже в жовтні фірма має достатньо коштів для погашення кредиту і забезпечення фінансової стійкості.

Графік погашення кредиту і виплат відсотків по ньому приведено у рядках 2.5, 2.7 «Фінансового плану» (табл. 7.1.).

З метою забезпечення запасу надійності фірми наприкінці інвестиційного періоду, погашення кредиту здійснюється в грудні 2020 р. Залишок чистого прибутку після розрахунку з банком складе при цьому 840619,64 грн., що в 2,5 рази перебиває обсяг позикових коштів і характеризує високу стійкість проекту.

8. АНАЛІЗ РИЗИКІВ І ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ

На момент погашення кредиту (грудень 2020 р.) запас надійності підприємства складе:

$840619,64:326000=2,58$, що зводить банківський ризик до цілком прийнятного рівня: $1:2,58 \times 100\% = 38,8\%$

Комерційний ризик фірми:

- серпень: $(1524773,65/1639860,00) \times 100\% = 93\%$;
- вересень: $(1704548,61/1874125,71) \times 100\% = 91\%$,

це говорить про необхідність утриматися від розрахунків з банком, хоча накопиченої суми прибутку вже було б досить. У листопаді цей показник складає 89%

Рентабельність діяльності фірми на момент виплати кредиту складає:
 $(278558,6/1446092,35) \times 100 = \mathbf{19,3\%}$.

Рентабельність інвестицій: $840619,64/830039 = 101\%$

Термі окупності кредитних коштів: $326000/840619,64 = 0,388$ року = 4,5 місяця

Таблиця 7.1. *Фінансовий план (план грошових надходжень і виплат 2020 р.)*

Показники	Динаміка показників по інвестиційним періодам (грн.)								
Періоди	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень
Готова продукція, м ²	941	941	1129	1129	1317	1506	1694	1694	1882
Потужність, %	50	50	60	60	70	80	90	90	100
1. Надходження	1497328,57	1171328,57	1405594,28	1405594,28	1639860,00	1874125,71	2108391,43	2108391,43	2342657,14
1.1 Виручка від реалізації	1171328,57	1171328,57	1405594,28	1405594,28	1639860,00	1874125,71	2108391,43	2108391,43	2342657,14
1.2 Позареалізаційні доходи									
1.3 Кредити	326000	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Платежі	1469362,73	1165223,72	1344998,68	1344998,68	1524773,65	1704548,61	1884323,58	1884323,58	2390098,54
2.1 Змінні витрати	589871,73	589871,73	707846,07	707846,07	825820,42	943794,76	1061769,11	1061769,11	1179743,45
2.2 Прямі постійні витрати	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9	94048,9
2.3 Непрямі постійні витрати	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67	166866,67
2.4 Закупівля устаткування і транспорту	304139	-	-	-	-	-	-	-	-
2.5 Відсотки	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33	5433,33
2.6 Податки і збори	309003,10	309003,10	370803,71	370803,71	432604,33	494404,95	556205,57	556205,57	618006,19
2.7 Повернення кредиту	-	-	-	-	-	-	-	-	326000
3. Баланс платежів і надходжень	27965,84	6104,85	60595,60	60595,60	115086,35	169577,10	224067,85	224067,85	-47441,40
Зростаючий підсумок	27965,84	34070,69	94666,29	155261,89	270348,24	439925,34	663993,19	888061,04	840619,64
Податки та збори при повному завантаженні потужностей									
	в місяць				в рік				
ПДВ	390439,72				4685276,64				
Місцеві податки і збори	3472				41664,00				
Нарахування на ФОП	131241,6				1574899,20				
Податок на прибуток	92852,87				1114234,44				
Разом	618006,19				7416074,28				

9. ВИЗНАЧЕННЯ ТОЧКИ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Розрахуємо точку беззбитковості:

$$Q_{\text{бз}} = \frac{FC}{P - AVC},$$

$Q_{\text{бз}}$ - беззбитковий обсяг виробництва, м ² ;
FC - постійні витрати за період (місяць), грн.;
AVC - середні змінні витрати на од. продукції за період (місяць), грн.
P - ціна одиниці продукції, грн.

При повному завантаженні потужностей

$$Q_{\text{бз}} = \frac{94048,9}{1244,77 - \frac{1179743,45}{1882}} = 152 \text{ м}^2$$

Визначення точки беззбитковості графічним методом наведено на рис.

9.1.

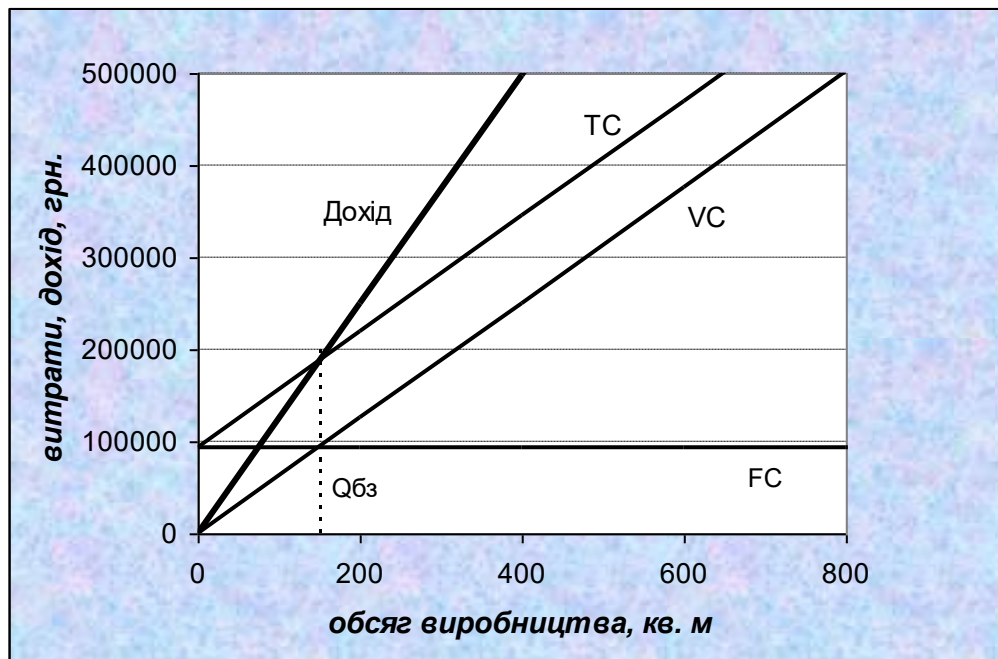


Рис. 9.1. Розрахунок точки беззбитковості графічним методом

ВИСНОВОК

Даний бізнес-план розроблено з метою обґрунтування своєчасності і повноти повернення кредитних коштів і платежів по кредиту за рахунок накопичення чистого прибутку підприємства від реалізації своїх послуг пропорційно нарощуванню потужності виробництва по місяцях інвестиційного періоду.

Позитивним фактором для кредитора є перевищення суми власних вкладень ініціатора проекту над позиковими коштами, а також висока стійкість проекту.

За інших рівних умов і факторів ринкового ризику, прогнозована рентабельність проекту достатня для накопичення необхідної маси прибутку в стислі інвестиційні терміни, своєчасного розрахунку з банком і утворення необхідного фонду розвитку і споживання фірми на кінець інвестиційного періоду.

Вищенаведені економічні і фінансові характеристики проекту служать гарантом соціальної захищеності громадян, розміщених на новостворених робочих місцях ЗАТ «Фабріка вікон».

Список літератури:

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В. Архіпов, В. А. Русавська - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 342 с.
2. Барроу К. Бізнес-план : практичний посібник / Барроу К., Барроу П., Браун Р. ; пер. з 4-го англ. вид. – К. : Знання, 2005.
3. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.
4. Буров В.П., Морошкин О.К. «Бизнес-план. Методика составления реальный пример» - М: ЦИПКК, 2005. - 201с.
5. Величко В. Етапи розробки бізнес-плану підприємства// Економіка України. – 2012. - № 5. - С. 42-48.
6. Дослідження «Ідеї для мікро-бізнесу: практичні поради» проведено Програмою розвитку ООН в Україні за фінансової підтримки Уряду Японії[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vpo-study.org/wp-content/uploads/2015/08/Business-Models_final.compressed.pdf
7. Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану / М.Ю. Куденко, С.М. Осипенко, І.Є. Веремейчик // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. екон. науки. - 2006. - 9, N 1. - С. 68-71.
8. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с
- 9 Лаврів Л. А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи / Л. А. Лаврін // Інноваційна економіка. - 2013. - № 10.
10. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навчальний посібник / Л.А. Лаврів. –Тернопіль : Крок, 2013. – 320 с.