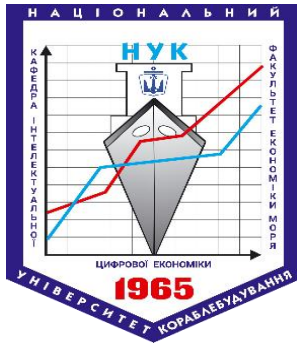


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ МОРЯ

КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ



«Допустити до захисту»

В.о. завідувача. кафедри

к.е.н., доцент О.П.Корнієнко

(наукова ступінь, вчене звання, П.І. зав. кафедрою)

«__» _____ 2022р.

(підпис зав. кафедрою)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: *«Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення
нового підприємства у сфері виробництва одягу»*

Виконала: студентка V курсу, групи 5411з

Спеціальності 051 Економіка

ОП Економіка підприємства

(шифр і назва спеціальності)

Сухомяс Ю.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., доцент Корнієнко О.П.

(прізвище та ініціали)

Миколаїв – 2022 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ.....	8
1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції.....	8
1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.....	15
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ..	23
2.1. Аналіз ринку виробництва та продажу одягу.....	23
2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства.....	33
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	46
3.1. Резюме	46
3.2. Опис продукту	47
3.3. Маркетинговий план.....	48
3.4. Виробничий план	54
3.5. Організаційний план	56
3.6. Фінансовий план	58
3.7. Оцінка ризиків	63
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	64
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	73
ДОДАТКИ.....	76

ВСТУП

Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту.

Господарська діяльність у ринковій економіці підтверджує тісну взаємодію бізнес-планів і соціально-економічних планів на українських підприємствах. Деякі науковці і практики ототожнюють їх і трактують всі плани, які складають планово-економічні служби підприємств, як бізнес-плани. Однак між цими видами планів є істотні відмінності, зумовлені наявністю у кожного з них свого предмета й місця у сфері планування усередині підприємства.

По-перше, бізнес-планування, на відміну від внутрішньогосподарського корпоративного планування, об'єднує не весь комплекс цілей підприємства, а лише одну, що визначає зміст підприємницького проекту. Бізнес-план орієнтується, переважно, на розроблення нової стратегії або тактики розвитку підприємства, тоді як соціально-економічне планування може передбачати різні види поточної й перспективної діяльності.

По-друге, бізнес-плани розробляються на інноваційні проекти, чітко окреслені конкретними строками їхнього виконання, після закінчення яких робота над цим бізнес-проектом завершується. Внутрішньовиробниче планування здійснюється безупинно на всіх рівнях управління підприємством. Після виконання річного плану підприємство за відповідного коригування переходить до здійснення чергового плану і т.д. Бізнес-план має не тільки чітко визначені строки, але й вужчі просторові кордони, тоді як будь-який внутрішньовиробничий план таких чітких обмежень не має.

По-третє, основне призначення бізнес-плану полягає у розробленні на підприємстві інноваційного (інвестиційного) проекту й одержанні на його виконання необхідних виробничих ресурсів і, передусім, грошових коштів. Пошук надійних інвесторів вимагає найретельнішого обґрунтування багатьох

фінансових показників з урахуванням існуючого ступеня ризику не тільки у внутрішній виробничо-господарській діяльності, але й у зовнішніх кредитно-фінансових і банківських структурах. Внутрішньогосподарські плани необхідні підприємству для власного використання, тоді як бізнес-плани більше потрібні для зовнішніх інвесторів і кредиторів.

По-четверте, бізнес-плани розробляють безпосередньо під керівництвом і за особистої участі керівника підприємства. Внутрішньогосподарським плануванням, як правило, займається планово-економічна служба підприємства. Особиста участь кожного керівника в розробленні бізнес-плану нового проекту сприяє не тільки виробленню реальної стратегічної й оперативної мети, але й забезпечує в майбутньому найкращу організацію виконання бізнес-проекту. Робота в ринковій економіці потребує від керівників підприємств приймати самостійні рішення в нових умовах невизначеності та ризикувати. Проте такі рішення повинні бути виваженими, а ризик мінімальним, що може бути досягнуто за допомогою детально розроблених планів діяльності.

Бізнес-план є результатом дослідження і організаційної роботи керівника, що ставить за мету вивчення конкретного напрямку діяльності підприємства на визначеному ринку в конкретних організаційно-економічних умовах. Отже, на підставі вищевикладеного обрана тема випускної дипломної роботи є актуальною та своєчасною.

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

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- визначення економічної природи та функцій діяльності підприємства;
- дослідження особливостей бізнес-планування діяльності підприємства;
- дослідження ринку виробництва одягу;
- обґрунтування бізнес-ідеї створення підприємства з виробництва одягу;
- визначення організаційно-правової форми власності нового підприємства;

- розробка та економічне обґрунтування бізнес-плану створення підприємства по виробництву одягу.

Об'єктом дослідження випускної роботи є бізнес-план створення підприємства.

Предметом дослідження є механізм формування бізнес-плану нового підприємства.

Інформаційну базу випускної дипломної роботи складають законодавчі та підзаконні нормативні акти, що регулюють підприємництво в Україні, організацію бухгалтерського обліку і фінансової звітності, бухгалтерська і фінансова звітність підприємства, наукові праці про підприємницьку діяльність, розвиток швейних підприємств, нормативи, що регулюють охорону праці на підприємствах.

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

Перший розділ роботи присвячено теоретичним аспектам діяльності підприємства, основним економічним законам, що регулюють підприємницьку діяльність. Розглянуті принципи планування підприємницької діяльності.

В другому розділі проведено аналіз потенційного ринку збуту продукції підприємства, обґрунтовано бізнес-ідею та організаційно-правову форму власності створюваного підприємства.

В третьому розділі розроблено бізнес-план створення підприємства з детальною розробкою основних економічних показників для нових видів продукції.

В четвертому розділі розглянуті питання охорони праці на досліджуваному підприємстві.

Випускна дипломна робота виконана на 75 сторінках друкованого тексту та включає 33 таблиці, 3 рисунки, 35 літературних джерел та 4 додатка.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції

Будь-яке суспільство для забезпечення нормального (достатньо комфортного) рівня своєї життєдіяльності здійснюється безліч видів конкретної праці. З цією метою люди створюють певні організації (трудові колективи), які спільно виконують ту чи ту місію (реалізують програму або мету) і діють на засаді певних правил і процедур. Проте мета й характер діяльності таких численних організацій різні. За цією ознакою їх можна поділити на дві групи: підприємницькі (комерційні), що функціонують і розвиваються за рахунок власних коштів, і непідприємницькі (некомерційні), існування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави. Організації з підприємницьким характером діяльності називають підприємствами.

Підприємство — це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства, що виготовляє продукцію (виконує роботу або надає платні послуги) [26, с. 48].

Кожне підприємство має історично сформовану конкретну назву — завод, фабрика, шахта, електростанція, майстерня, ательє тощо; може включати кілька виробничих одиниць — заводів або фабрик (комбінат, виробниче об'єднання). У більшості країн з розвинутою ринковою економікою такі виробничі одиниці називають фірмами. Під словом «фірма» розуміють підприємства, що здійснюють господарську діяльність у галузях промисловості, будівництва, сільського господарства, транспорту, торгівлі тощо з метою одержання кінцевого фінансового результату — прибутку. Кожна з них визначає для себе певне фірмове найменування, під яким її записують до державного реєстру своєї країни. Фірмове найменування, як правило, включає ім'я та прізвище одного чи кількох власників фірми, відображає характер її діяльності, правовий статус та форму господарювання. В окремих країнах досить поширені більш конкретні

найменування фірм. Наприклад, в Англії вони мають назву компаній, США — корпорацій, країнах континентальної Європи — товариств [30, с. 72].

Важливо знати, що кожне підприємство або фірма є юридичною особою, має замкнуту систему обліку та звітності, самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку, печатку з власною назвою, а також товарний знак (марку) у вигляді певного терміна, символу, малюнка або комбінації таких. Фірмовий знак (марка) служить для ідентифікації товарів або послуг продуцента (продавця) та їх виокремлення на ринку від продукції (послуг) конкурентів.

Для ефективного господарювання істотним є визначення цілей створення та функціонування підприємства. Генеральну (головну) мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці заведено називати місією. Здебільшого місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимально можливого прибутку.

На основі загальної місії підприємства формулюються і встановлюються загальнофірмові цілі, які мають відповідати певним вимогам [40, с. 105]:

- по-перше, цілі підприємства мають бути конкретними і піддаватися вимірюванню. Формулювання цілей у конкретних формах створює вихідну базу відліку для наступних правильних господарських та соціальних рішень. Завдяки цьому можна більш обґрунтовано визначити, наскільки ефективно підприємство діє в напрямку здійснення своїх цілей;

- по-друге, цілі підприємства мають бути орієнтованими в часі, тобто мати конкретні горизонти прогнозування. Цілі звичайно встановлюються на тривалі або короткі проміжки часу. Довготермінова мета має горизонт прогнозування, що дорівнює п'яти рокам, інколи більше (7-10 років) — для передових у технічному відношенні фірм; короткотермінова — в межах одного року.

- по-третє, цілі підприємства мають бути досяжними і забезпечувати підвищення ефективності його діяльності. Недосяжні або досяжні частково цілі спричиняють негативні наслідки, зокрема блокування прагнення працівників ефективно господарювати, зменшення рівня їхньої мотивації, погіршення

показників інноваційної, виробничої та соціальної діяльності підприємства, зниження конкурентоспроможності його продукції на ринку;

- по-четверте, з огляду на динаміку ефективності виробництва множинні цілі підприємства повинні бути взаємно підтримуючими, тобто дії і рішення, що необхідні для досягнення однієї мети, не можуть не перешкоджати реалізації інших цілей. Інше може привести до виникнення конфліктної ситуації між підрозділами підприємства, відповідальними за досягнення різних цілей.

У кінцевому підсумку цілі підприємства мають бути чітко сформульовані для кожного виду його діяльності, що є важливим для суб'єкта господарювання, котрий прагне спостерігати і вимірювати результати цієї діяльності.

Слід відмітити, що цілі підприємства будуть значущою частиною стратегічного планування у тому разі, коли їх не лише правильно сформульовано та ефективно систематизовано, а й достатньо про них інформовано весь персонал і відпрацьовано дійову систему стимулювання їхнього здійснення.

У практиці господарювання кожне підприємство, що є складною виробничо-економічною системою, здійснює багато конкретних видів діяльності, котрі за ознакою спорідненості можна об'єднати в окремі головні напрямки (рис. 1.1) [11, с. 58].

Відповідно до логіки й послідовності стадій відтворювального процесу визначальним напрямком діяльності кожного підприємства за умов ринкових відносин є вивчення ринку товарів, або ситуаційний аналіз. Такий аналіз повинен передбачати комплексне дослідження ринку, рівня конкурентоспроможності й цін на продукцію, інших вимог покупців товару, методів формування попиту та каналів товарообігу, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

Результати вивчення ринку товарів служать вихідною базою для обґрунтування конкретних шляхів удосконалення й розвитку інноваційної діяльності підприємства на перспективний період. Інноваційна діяльність охоплює науково-технічні розробки, технологічну й конструкторську підготовку виробництва, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень,

формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій тощо [17, с. 46].

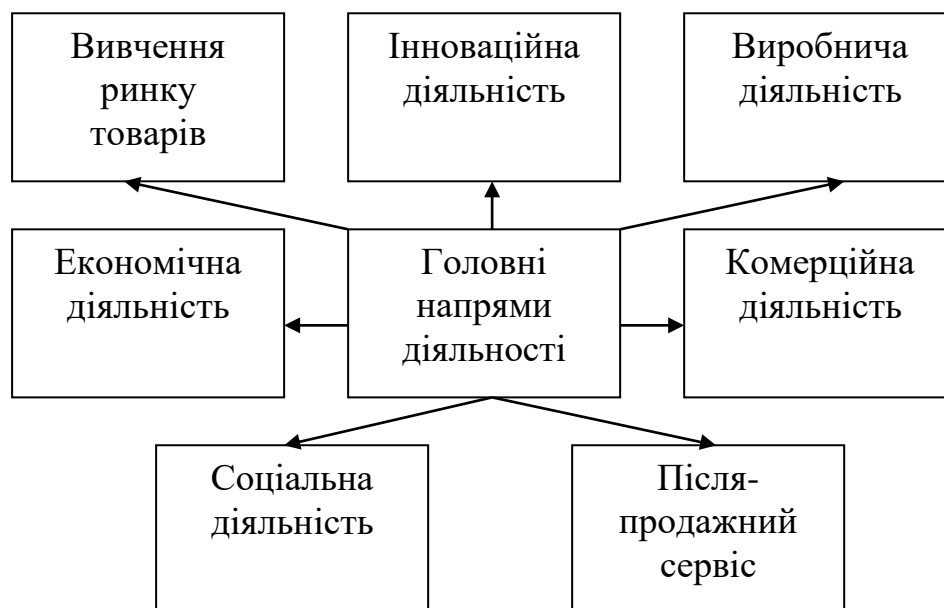


Рис. 1.1. Взаємоузгодженні головні напрями діяльності підприємств-продуцентів

Наступним найбільш складним за обсягом і вирішенням організаційно-технічних завдань напрямком є виробнича діяльність підприємства, її організація та оперативне регулювання у просторі й часі. З усієї сукупності постійно здійснюваних заходів, що з них складається виробнича діяльність, найважливішими треба вважати: обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку; формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства; збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції на поточний і кожний наступний рік прогнозного періоду; забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами; розробку й дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції.

Ефективність інноваційно-виробничих процесів, постійно здійснюваних на кожному підприємстві, визначається рівнем його комерційної діяльності,

значущість якої за умов ринку істотно зростає. Це очевидно, оскільки від масштабів та якості саме цього напрямку діяльності підприємства найбільшою мірою залежить фінансова результативність виробництва, яку найповніше характеризує величина одержуваного прибутку. Необхідною умовою досягнення бажаного успіху комерційної діяльності є дійова реклама і безпосередня організація збуту своєї продукції, розвиток системи товарних бірж, належне стимулювання покупців [22, с. 64].

І ще одним важливим напрямком діяльності підприємства, який завершує послідовний цикл відтворювального процесу, слід вважати післяпродажний сервіс багатьох видів товарів — машин та устаткування, автомобілів, комп'ютерної, розмножувальної, медичної, складної побутової техніки, інших виробів виробничо-технічного й споживчого призначення. Післяпродажний сервіс охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів, їхнє гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів під час нормативного строку служби тощо. Він є важливим джерелом інформації для продуцентів про надійність і довговічність виготовлених технічних засобів, а також про потрібні експлуатаційні витрати. Ця інформація використовується продуцентами для вдосконалення продукції, оптимізації строків оновлення її номенклатури та асортименту.

До інтегрованого напрямку, що охоплює багато конкретних видів, належить економічна діяльність підприємства. Зокрема вона включає: стратегічне та поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну та фінансову діяльність тощо. Цей напрямок є визначальним для оцінки й регулювання всіх елементів системи господарювання на підприємстві. Зміст окремих видів економічної діяльності підприємства детальніше буде висвітлено у відповідних розділах цього підручника.

Непересічне значення має соціальна діяльність, оскільки вона істотно впливає на ефективність усіх інших напрямків і конкретних видів діяльності

(інноваційної, виробничої, комерційної, економічної), результативність яких безпосередньо залежить від рівня професійної підготовки й компетентності всіх категорій працівників, дійовості застосовуваного мотиваційного механізму, постійно підтримуваних на належному рівні умов праці та життя трудового колективу. Тому ефективне управління персоналом має бути пріоритетним і найважливішим напрямком діяльності кожного підприємства за умов соціально орієнтованої ринкової економіки [28, с. 317].

В Україні формується різноманітна структура економіки. Свідченням цього є поява різних підприємницьких структур, властивих ринковій економіці.

Перша ознака підприємства — самостійність у системі господарства країни. Підприємство має самостійний баланс(грошове вираження стану засобів виробництва), розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств). Підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами. Підприємство — це сукупність засобів виробництва та робочої сили. Фактори виробництва — праця, земля, капітал, які є трьома китами економіки, — функціонують та розвиваються тільки об'єднавшись у рамках конкретних підприємств. Кожне підприємство має різні фактори виробництва і по-різному комбінує їх. Наприклад, взуттєва фабрика та хлібозавод використовують аж ніяк не схожі верстати, обладнання, сировину, а їхні робітники мають різні професії. На різних підприємствах застосовується різні технології виробництва. Це означає, що дані підприємства технологічно і територіально відособлені, як одне від одного, та від інших підприємств. У цьому розумінні підприємством можна визначити технологічне поєднання факторів виробництва.

Кожне підприємство спеціалізується на виготовленні певного товару чи дані послуги. Поєднання факторів виробництва у процесі створення товару завершується випуском готової продукції, тобто виробничі процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді кінцевого результату.

Кожне підприємство, крім технологічно-територіальної, характеризується ще й економічною відособленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами

виробництва й технологіями, є власністю фірмами, яка володіє даним підприємством. Отже, і підприємство розпоряджається своїм майном. На цій підставі воно самостійно складає виробничу програму набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує свої витрати та отримує прибуток. Навіть у такому схематичному переліку знайшли відображення всі основні економічні процеси та явища. В економіці підприємства у мініатюрі відбивається вся економіка, з усіма її головними процесами: виробництво, обмін, розподіл, споживання [35, с. 94].

Але було б неправильно зводити усе життя підприємства лише до технологічних і господарських процесів.

Підприємство — це завжди соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників. На підприємстві проходить важлива частина життя людини, через колектив відбувається її розвиток, духовне зростання. Від злагоди у колективі залежить економічний успіх підприємства. Усім відомо, якого великого значення надають почуттю колективізму на японських підприємствах. Під час знайомства японець називає не своє прізвище, а фірму де він працює. Наприклад, добре знані фірми "Sony", "Panasonic" тощо.

Основна мета економіки — це створення товарів і послуг для задоволення потреб населення з найменшими витратами на виробництво та реалізацію продукції. Саме цю мету і покликані реалізувати підприємства, в цьому і полягає їх основна функція. Іншими словами, функцією кожного підприємства є максимально можливий випуск суспільно корисної продукції при найменших витратах.

Діяльність будь-якого підприємства підпорядкована реалізації його основної виробничої функції — створенню максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства при найменших витрат виробництва. Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи у кожній із них специфічні функції [28, с. 246].

Виробничо-технологічні функції підприємства пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, упровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом.

Економічні функції підприємства — управління процесами виробництва та збуту товарів, укладання контрактів, наймання працівників і раціонально організація їхньої праці, розподіл доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунок економічної ефективності, ціноутворення, вивчення ринку.

Соціальні функції підприємства такі: поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та пільг працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність.

Крім зазначених функцій, які виконує підприємство у межах національної економіки, є зовнішньоекономічні функції. Підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві.

Отже, підприємство є основною організаційною ланкою господарства будь-якої країни. Підприємство — самостійний господарюючий статусний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу) [22, с. 87]. Підприємство здійснює будь-які види господарської діяльності, якщо вони не заборонені законодавством України і відповідають цілям, передбаченим статутом підприємства. У разі збиткової діяльності підприємства держава, якщо вона визнає продукцію цих підприємств суспільно необхідною, може надавати таким підприємствам дотацію, інші пільги.

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

При переході в Україні до ринкових відносин планування виявилось практично напівзабутих. Це відбулося внаслідок поверхневого сприйняття

ринкової економіки, нерозуміння виниклих з її утвердженням проблем і шляхів їх вирішення через перевагу найпростіших закордонних штампів над складним, багатограним вітчизняним досвідом і забуття національних економічних традицій.

Через неспроможність подібного підходу економічні труднощі змусили згадати, що планування — одна з найважливіших функцій управління будь-яким виробництвом. Саме з планування і починається як створення, так і функціонування комерційної організації. Процвітаючі керівники добре знають, що усі великі битви спочатку виграються на папері, після ретельно розробленого плану, і тільки потім — на практиці.

Досвід радянської економіки, завдяки якому в Україні утвердилося планування, безумовно, містив чимало архаїчного, відкинутого життям. Це насамперед вплив держави на процес планування роботи підприємства, зайва централізованість і директивність, відрив планування від вимог ринку та ін. Разом з цим, у ньому було і чимало цінного: прогнозування соціально-економічних процесів, наукове нормування використання ресурсів, внутріфірмове планування — усе це повинне бути затребуваним сучасною економікою [14, с. 44].

Як вітчизняний, так і закордонний досвід показують, що недооцінка планування підприємницької діяльності в ринкових умовах, зведення його до мінімуму чи ігнорування, некомпетентне здійснення найчастіше призводять до великих, нічим не виправданих економічних втрат і, у кінцевому підсумку, до банкрутства підприємств. Тому грамотна економічна політика полягає не у запереченні планування, а в його використанні.

Це стосується планування і на державному рівні, і на галузевому (корпоративному), і на рівні окремого підприємства. Планування на державному і галузевому рівнях в умовах ринкової економіки має здебільшого рекомендаційний характер, у той час як план, розроблений підприємством, — це зобов'язання, яке має бути виконане.

Запланувати діяльність підприємства — означає скласти план його функціонування і розвитку й надалі контролювати його виконання. Планування

діяльності підприємства полягає в обробці інформації з обґрунтування майбутніх дій і у визначенні найкращих способів досягнення намічених підприємством цілей. Призначення планування можна виразити словами Огюста Конта: “Знати, щоб передбачати; передбачати, щоб керувати” [20, с. 94].

Найвизначніший представник російської економічної школи Микола Дмитрович Кондратьєв визначав план як систему перспектив, реалізація яких досягається органами регулювання виробництва [20, с. 94].

Відомий сучасний фахівець у галузі планування підприємницької діяльності Дитгер Хан розрізняє планування в широкому і вузькому сенсі. У широкому — планування являє собою прийняття управлінських рішень, пов’язаних з майбутніми подіями. З цього погляду планування охоплює процес складання і прийняття планів. У вузькому сенсі — планування — це виявлення майбутніх подій. На цій основі розробляють стратегію підприємства. Планування означає систематичну підготовку до формування майбутнього підприємства.

Д. Хан визначає планування як передбачення майбутніх подій шляхом цілеспрямованого пошуку, оцінки і добору альтернатив, що ґрунтується на визначених гіпотезах про стан зовнішнього середовища [20, с. 95].

У сучасних економічних умовах планування діяльності підприємства безпосередньо пов’язано з маркетингом. Можна сказати, що планування підприємницької діяльності — це технічний бік маркетингу (або маркетинг являє собою змістовний бік планування).

На невеликих підприємствах функції планування і маркетингу часто поєднують. У цьому є закономірність, оскільки дослідження ринку, будучи функцією маркетингу, — відправна точка планової діяльності. Якщо колись планову систему розглядали як альтернативу ринку, то сьогодні вона — складова частина ринкової економіки.

Роль бізнес-плану в діяльності підприємств широка і багатофункціональна. З одного боку, бізнес-план може розглядатися як інструмент стратегічного планування діяльності підприємства, дозволяючи визначати цілі і задачі його

функціонування і формувати систему заходів щодо досягнення поставлених цілей [6, с. 317].

З іншого боку, бізнес-план є могутнім інструментом контролю за діяльністю всіх служб і підрозділів підприємства, і насамперед інструментом контролю за доходами і витратами. Він дозволяє вищому керівництву підприємства провести оцінку й аналіз фактично досягнутих результатів, виявити причини можливих відхилень від планових показників і скоординувати діяльність підприємства таким чином, щоб досягти всіх запланованих результатів у повному обсязі.

Бізнес-плани складають звичайно по наступним причинах:

1. Для зовнішнього використання. Щоб представити справу в найбільш вигідному світлі людям ззовні, наприклад, інвесторам.

2. Для внутрішнього користування. Тут справа представляється з усіма сильними і слабкими сторонами. Цей бізнес-план використовується постійно як інструмент управління.

Можна досягти істотних переваг, якщо починати з бізнес-плану для внутрішнього використання. У процесі його написання можна розглядати багато питань, що, можливо, ніколи не будуть записані в зовнішньому. Однак, інвестори напевно зададуть подібні питання, щоб "відчутти" серйозність пророблення. Ті, хто не підготовлений до цих питань, виявляться в невідному положенні.

Наприклад, може з'ясуватися, що не були пророблені питання про те, чи дійсно потрібний інвестор чи краще сконцентруватися на збільшенні продуктивності. Коли в кінцевому рахунку Ви зрозумієте, що могли б вижити і процвітати і без того, щоб віддавати 30% доходів інвестору, Ви будете почувати себе обманути і експлуатованим, а інвестор не буде розуміти в чому проблема [8, с. 83].

Усі варіанти і стратегія розвитку повинні бути пророблені заздалегідь, при написанні внутрішнього бізнес-плану. А якщо залучення інвестора виявиться виправданим, тоді й інвестор, і фірма будуть мати тверду основу для угоди. Таким чином, складання в першу чергу внутрішньо орієнтованого бізнес-плану — в інтересах обох сторін.

Бізнес-план підприємства є одним з перших узагальнюючих документів обґрунтування інвестицій і містить укрупнені дані про плановану номенклатуру й обсяги випуску продукції, характеристики ринків збуту і сировинної бази, потребу виробництва в земельних, енергетичних і трудових ресурсах, а також містить ряд показників, що дають представлення про комерційну, бюджетну і економічну ефективність розглянутого проекту й у першу чергу учасників-інвесторів, що представляють інтерес для проекту.

Бізнес-план виступає як об'єктивна оцінка власної підприємницької діяльності фірми й у той же час необхідний інструмент проектно-інвестиційних рішень відповідно до потреб ринку. У ньому характеризуються основні аспекти комерційного підприємства, аналізуються проблеми, з якими воно зіштовхнеться, і визначаються способи їхнього вирішення. Отже, бізнес-план — одночасно пошукова, науково-дослідницька і проектна робота. Не буде перебільшенням назвати бізнес-план основою управління не тільки комерційним проектом, але і самим підприємством. Завдяки бізнес-плану в керівництві з'являється можливість глянути на власне підприємство як би з боку. Сам процес розробки бізнес-плану, що включає детальний аналіз економічних і організаційних питань, змушує мобілізуватися. Метою бізнес-плану може бути одержання кредиту, чи залучення інвестицій, визначення стратегічних і тактичних орієнтирів фірми й ін. [24, с. 106].

Бізнес-план передбачає рішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед підприємством, незалежно від його функціональної орієнтації

- організаційно-управлінська і фінансово-економічна оцінка стану підприємства;
- виявлення потенційних можливостей підприємницької діяльності, аналіз сильних і слабких його сторін;
- формування інвестиційних цілей на планований період.

Задачами бізнес-плану є:

- сформулювати довгострокові і короткострокові цілі фірми, стратегію і тактику їхнього досягнення;

- визначити конкретні напрямки діяльності фірми, цільові ринки і місце фірми на цих ринках;
- вибрати асортимент і визначити показники товарів і послуг, що будуть запропоновані фірмою споживачам;
- оцінити виробничі і невиробничі витрати;
- визначити склад маркетингових заходів щодо вивчення ринку, стимулюванню продаж, ціноутворенню тощо;
- оцінити фінансове положення фірми і відповідність наявних фінансових і матеріальних ресурсів можливостям досягнення поставлених цілей і т.д.

Бізнес-план виконує наступні основні функції, а саме:

- є інструментом, за допомогою якого підприємець може оцінити фактичні результати діяльності за визначений період;
- може бути використаний для розробки концепції ведення бізнесу в перспективі;
- є інструментом добування фінансових ресурсів;
- являє собою інструмент реалізації стратегії підприємства.

Таким чином, бізнес-план дозволяє проаналізувати можливості діяльності підприємства й обґрунтувати вибір пріоритетних цілей, тобто визначити стратегію функціонування фірми.

Рис. 1.2 характеризує загальну логіку розробки бізнес-плану. На практиці можливі й певні відхилення.

У залежності від ринкової ситуації і мети складання бізнес-плани можуть бути різні. Бізнес-плани розробляються в різних модифікаціях у залежності від призначення: по бізнес-лініям (продукція, роботи, послуги, технічні рішення), по підприємству в цілому (новому чи вже діючому). Бізнес-план може бути націлений як на розвиток підприємства, так і на його фінансове оздоровлення. Також може плануватися діяльність усього чи підприємства його окремого підрозділу.



Рис. 1.2. Логіка послідовності розробки бізнес-плану

Основні цілі і задачі бізнес-плану полягають в наступному [44, с. 71]:

1. Бізнес-план служить для обґрунтування передбачуваного бізнесу й оцінки результатів за визначений період часу. У цьому зв'язку він може розглядатися як мірило досягнення успіху.

2. Бізнес-план є документом, що дозволяє висвітити курс дій і керувати бізнесом. Тому бізнес-план можна представити як невід'ємний елемент стратегічного планування і як керівництво для виконання і контролю.

3. Бізнес-план у більшості випадків використовується як засіб одержання необхідних інвестицій. У цьому аспекті він служить наживкою для інвесторів і могутнім інструментом фінансування бізнесу.

4. Важливо розглядати бізнес-план як сам процес планування і внутріфінансового управління. У цьому плані він представляється як постійно оновлюваний документ, що робить організацію сприйнятливою до різного роду нововведень — технічних, технологічних, організаційних, економічних та ін.

5. Бізнес-план може бути гарною рекламою для пропонованого бізнесу, створюючи ділову репутацію і будучи своєрідною візитною карткою організації, тому він повинний бути компактним, красиво і кваліфіковано оформленим, інформаційно спрямованим.

6. Бізнес-план є свого роду документом, що страхує успіх пропонованого бізнесу. Він демонструє готовність підприємства йти на ризик і отримувати прибутки.

7. Бізнес-план — інструмент самонавчання. У цьому аспекті його розробка — це процес пізнання і самопізнання.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

2.1. Аналіз ринку виробництва та продажу одягу

Легка промисловість є багатопрофільним сектором економіки, що відіграє вагомую роль у забезпеченні економічної і стратегічної безпеки, зайнятості населення та підвищенні його життєвого рівня. Легка промисловість у багатьох країнах є однією з бюджетоформуючих галузей економіки, що дає змогу цим країнам формувати до 20% бюджету за рахунок галузі, а також забезпечувати наповнення внутрішнього ринку на 75-85% продукцією власного виробництва. Легка промисловість є також однією з найбільш глобалізованих галузей і важливим джерелом валютних надходжень для країн, що розвиваються. Особливістю галузі є також швидкий обіг капіталу (2-5 разів на рік) через невеликі строки виробництва та реалізації продукції. Завдяки можливості використання місцевих сировинних ресурсів (вовна, льон, шкіряна сировина), розвиток легкої промисловості сприяє відновленню і розвитку найважливіших напрямів сільськогосподарського виробництва.

Легка промисловість України за роки незалежності зазнала значних втрат. Якщо в 1990-х рр. у галузі працювало близько 750 тис. працівників і ними вироблялося близько 10% обсягів промислового виробництва та забезпечувалося 20-25% бюджетних надходжень, то на сьогоднішній день чисельність працівників скоротилася більш як усемеро, а частка легкої промисловості в загальному обсязі промислового виробництва та в бюджетних надходженнях не перевищує 1%.

В легкій промисловості існують системні проблеми, пов'язані зі специфікою функціонування самої галузі: технічна та технологічна відсталість, низький рівень інноваційної та інвестиційної діяльності в галузі, високий рівень імпорту та тіньової економіки, відсутність цивілізованого ринку споживчих товарів, низька конкурентоспроможність власних розробок та продукції легкої промисловості вітчизняних виробників на світовому ринку, кадрова проблема.

Також актуальною проблемою є виробництво значної частини продукції за толінговими схемами, що, з одного боку, сприяє максимально повному завантаженню потужностей і, відповідно, збільшенню кількості зайнятих, проте з іншого - толінг за своєю суттю не передбачає модернізації основних засобів підприємств, а зорієнтований на використання дешевої робочої сили і тому стримує зростання конкурентоспроможності підприємств галузі за рахунок прогресивних чинників.

Кризи 2007-2009, 2014-2015 рр. винесли на порядок денний ще одну гостру проблему розвитку галузі – катастрофічну втрату позицій вітчизняних виробників на внутрішньому ринку, що створює серйозну загрозу для майбутнього як самої галузі, так і для пов'язаних з нею сфер і секторів економіки.

Ринок товарів легкої промисловості є важливим і соціально вагомим сегментом внутрішнього ринку України. Частка товарів легкої промисловості від всієї групи непродовольчих товарів роздрібного ринку України складає 6%, поступаючись за цим показником лише ринку автомобілів та автотоварів. Цінова ситуація на цьому ринку позначається на добробуті кожного громадянина, а якість товарів здатна суттєво впливати на здоров'я населення. З іншого боку, саме від уподобань споживача багато в чому залежить те, продукція яких виробників буде представлена на ринку, її асортимент, дизайн, якісні характеристики. Крім товарів широкого вжитку ринок легкої промисловості включає товари промислового призначення для потреб машинобудування, військово-промислового комплексу, будівельної, меблевої, медичної, хімічної промисловості та інших галузей, тобто без перебільшення можна стверджувати, що він обслуговує своєю продукцією весь господарський комплекс країни.

Надзвичайна непрозорість і неструктурованість вітчизняного ринку легкої промисловості фактично унеможливають застосування методик оцінки обсягу ринку (як споживання, так і виробництва) на основі даних офіційної статистики, в той же час аналіз окремих аспектів його функціонування та експертних оцінок все ж дозволяють висвітлити його найбільш проблемні.

Так, дані Укрстату щодо динаміки роздрібного товарообороту підприємств

України (табл. 2.1) дають підстави стверджувати про стабільне, попри кризи, щорічне зростання місткості ринку за всіма наведеними товарними групами, при цьому за період з 2017 р. по 2020 р. роздрібний товарообіг продукції легкої промисловості зріс в 1,4-3,9 разу. Однак усе це відбувалося на фоні негативної динаміки вітчизняного виробництва.

Таблиця 2.1

Динаміка роздрібного товарообороту підприємств легкої промисловості в Україні

Товари легкої промисловості	% до попереднього року				2020 до 2017, %
	2017	2018	2019	2020	
Тканини	155,4	114,7	117,1	107,8	144,8
Одяг та білизна з тканин	127,7	157,3	111,5	150,6	264,3
Вироби текстильні для домашнього вжитку та інтер'єру	99,7	110,5	123,3	104,2	142,0
Одяг зі шкіри, хутра та інші вироби з них	102,5	253,7	129,8	118,5	390,2
Головні убори (крім хутрових і трикотажних)	128,6	177,8	131,3	128,6	300,0
Трикотаж верхній та білизняний	157,2	165,3	116,0	121,8	233,7
Вироби панчішно-шкарпеткові	158,2	158,4	114,1	119,5	216,0
Взуття шкіряне, текстильне, комбіноване, включаючи спортивне	188,9	139,1	114,0	121,4	192,6
Взуття гумове та полімерне	157,7	178,0	132,9	136,1	322,0
Галантерея та нитки	125,7	112,2	102,6	143,6	165,2

Як демонструють рис. 2.1 і рис. 2.2, що також побудовані на основі даних Укрстату, обсяги виробництва легкої промисловості України за період кризи впали на третину, майже на стільки ж скоротився експорт та зріс імпорт. І якщо у 2017 р. коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,9, то у 2020 р., попри невелике пожвавлення виробництва і нарощування експорту, він зменшився більш як вдвічі – до 0,4.

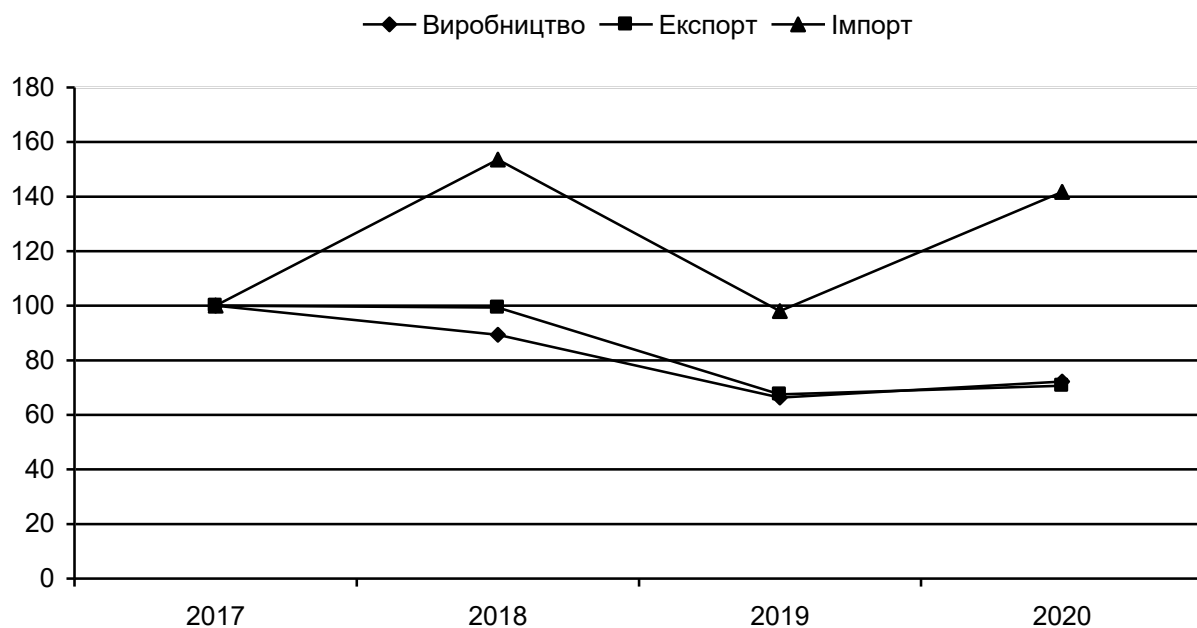


Рис. 2.1. Динаміка виробництва, експорту та імпорту продукції легкої промисловості, %

Ці негативні тенденції супроводжувалися скороченням частки вітчизняної продукції на внутрішньому ринку (табл. 2.2).

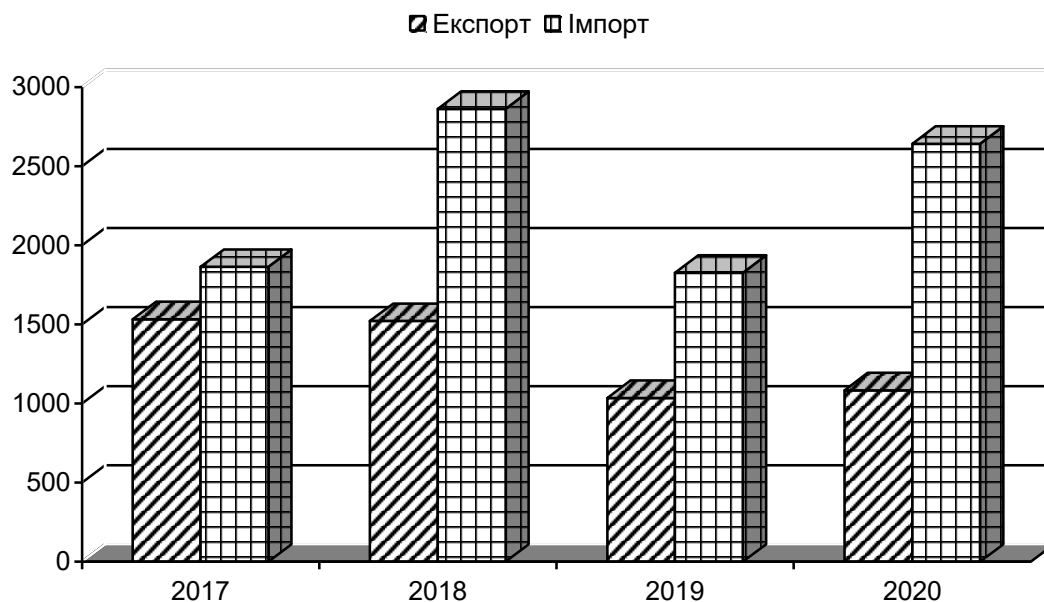


Рис. 2.2. Динаміка експорту та імпорту продукції легкої промисловості, млн. дол. США

Таблиця 2.2

Частка продажу товарів легкої промисловості, які вироблені на території України, у товарообороті торгової мережі підприємств (юридичних осіб), % до відповідної товарної групи

Товари легкої промисловості	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	I півріччя 2021 р.
тканини	57,8	66,9	70,3	72,3	65,0
одяг та білизна з тканин	18,7	16,6	15,4	10,7	15,3
трикотаж верхній та білизняний	12,0	9,8	12,6	10,4	8,7
взуття шкіряне, текстильне, комбіноване, включаючи спортивне	4,2	4,5	6,4	4,0	3,3
взуття гумове та полімерне	11,2	9,0	6,7	9,1	н.д.

Проте наведені дані виглядають оптимістичніше, ніж ті, що наводять експерти. За словами президента Всеукраїнського об'єднання обласних організацій роботодавців підприємств легкої промисловості “Укрлегпром”, за три останні роки виробництво скоротилося на 45% і на стільки ж зріс імпорт, а на внутрішній український ринок працюють менше 10% вітчизняних підприємств. Голова правління Української асоціації підприємств легкої промисловості наголошує, що відсутність державного підходу в експортно-імпортній політиці підриває розвиток внутрішнього ринку, ставить в неконкурентні умови вітчизняних виробників не тільки стосовно дешевої китайської чи турецької продукції, але й до тієї, що надходить з Європи. Вітчизняна легка промисловість сьогодні тримається тільки за рахунок давальницьких схем виробництва на експорт.

Таким чином, як офіційні дані, так і твердження фахівців дозволяють дійти висновку, що вітчизняне виробництво майже втратило зв'язок з внутрішнім попитом.

Оскільки легка промисловість налічує у своєму складі близько 20 підгалузей, продукція яких має різний рівень конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках, дані, наведені в додатку В, дають більш глибоке уявлення щодо “внеску” різних товарних груп у диспропорційність зовнішньої торгівлі та зростання імпортозалежності внутрішнього ринку легкої

промисловості.

Як бачимо з наведених даних, половину всієї імпортованої продукції склали такі товари: взуття та частини взуття (18,6%), одяг текстильний (11,8%), одяг трикотажний (11,0%), тканини з хімічних волокон та ниток (7,7%). У 2020 р. в порівнянні з попереднім роком обсяг імпорту цих товарів зріс у середньому в 1,6 разу. Крім того на взуття та частини взуття і одяг трикотажний припадає більше половини експорту (16,0% та 39,7% відповідно), і водночас вони лідирують за показниками від'ємного сальдо. Тому заходи з імпортозаміщення, переорієнтації виробників на потреби вітчизняного ринку, зорієнтовані саме на ці товари, можуть виявитися найбільш ефективними в подоланні диспропорцій у розвитку внутрішнього ринку легкої промисловості.

Третю позицію за розміром від'ємного сальдо посідають тканини бавовняні. Коефіцієнт покриття імпорту експортом за цією товарною групою дорівнює лише 0,03. Значна частка імпорту в структурі зовнішньоторговельного обороту по ваті, нитках та пряжі бавовняній, а по бавовні та відходах з бавовни імпорт перевищує експорт майже у 200 разів. Позитивні тенденції щодо скорочення імпорту та збільшення експорту спостерігаються по тканинах вовняних, вовні та відходах з вовни, однак обсяги їх імпорту все ж лишаються значними. Зростає імпорт пряжі з вовни. Певною мірою таку ситуацію можна виправдати тим, що з розпадом СРСР вітчизняна легка промисловість втратила сировинну базу у вигляді дешевої бавовни та вовни, що постачалася з колишніх середньоазійських республік. Необхідність закуповувати сировину на світовому ринку провокує зростання цін на продукцію текстильної та швейної галузей, знижує її конкурентоспроможність.

В умовах ускладнення забезпечення вітчизняних підприємств бавовною, стратегічного значення для України набуває збільшення виробництва льону. Для лляної промисловості України суттєвою проблемою стає забезпеченість місцевою сировиною, оскільки льонарські підприємства перебувають у скрутному становищі, обсяги виробництва та заготівлі льонопродукції мають тенденцію до скорочення. Вітчизняне льонарство має суттєві резерви підвищення ефективності шляхом концентрації посівів та спеціалізації господарств, оптимізації відношення

витрат на переробку сировини та розподілу прибутків між льонарством та текстильною промисловістю. А поки що Україна імпортує майже в 100 разів більше тканин і пряжі з льону та інших рослин, ніж експортує (див. додаток А).

Вовна є другою за важливістю сировиною для текстильної промисловості України. В нашій країні вівчарство має потужну матеріальну базу, кадри та науковий потенціал. У теперішній час вівчарство знаходиться у кризовому стані, зменшуються обсяги виробництва вовни та її використання промисловими підприємствами. Поголів'я овець в Україні сьогодні становить 2,04 млн голів, що у 3,6 разу менше, ніж у 1991 р. Виробництво вовни за цей період скоротилося з 26,6 до 3,7 тис. т. І хоча збільшення обсягів виробництва вовни в найближчій перспективі є маловірогідним, проте в середньо- і довгостроковій перспективі ця проблема може і має бути вирішена.

Поглиблення рівня переробки сировини не тільки сприятиме розвитку внутрішнього ринку, більш повному задоволенню потреб бавовняної, вовняної, лляної та інших підгалузей у сировині, але й буде мати екологічний та соціальний ефект. Так, ПАТ “Херсонський бавовняний комбінат”, Національний науковий селекційно-генетичний центр Інституту тваринництва степових районів “Асканія-Нова”, Херсонський національний технічний університет спільно розробляють напрями комплексної переробки продукції вівчарства; розробки і впровадження нових структур текстильних матеріалів; а також новий метод адаптації наявного обладнання до специфічних особливостей переробки льону низьких номерів з одержанням нового виду високоякісної сировини – кotonіну для текстильної промисловості та отриманням екологічного ефекту від упровадження екологічно безпечного методу переробки льону. Перспективи розвитку галузі визначають закінчені виробничі цикли, що мають можливість працювати на власній сировині. Зокрема, головним завданням і передумовою розвитку галузі сьогодні є відновлення повного технологічного ланцюга “сільське господарство – первинна обробка – виробництво”. Цей принцип намагаються втілити об'єднання українських виробників: національний технопарк “Текстиль України”, “Український лляний консорціум”.

Якщо чверть століття тому Україна забезпечувала не тільки внутрішні потреби, а й постачала хімічні волокна до інших республік СРСР, зокрема в Росію, то на сьогодні тканини, нитки та пряжа з хімічних волокон складають 11,9% імпорту продукції легкої промисловості, а від'ємне сальдо за цими товарними групами майже вдвічі більше, ніж по тканинах, нитках та пряжі бавовняних. Тож Україна повинна реалізувати свої значні потенційні можливості з виробництва хімічних ниток та волокон, повернути втрачені позиції на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Значними є масштаби ввезення в Україну одягу, що використовувався, (104 млн дол., або 4,1% від імпорту продукції легкої промисловості) при цьому обсяги ввезення невинно зростають (у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. – у 1,7 разу). Основну небезпеку секонд-хенду експерти вбачають у тому, що імпортери завозять в Україну товари секонд-хенд із заниженою митною вартістю: по 20-30 центів за кг, тоді як реальна вартість становить від 3 до 6 дол. США за кг.

Інша проблема, пов'язана з секонд-хендом, полягає в тому, що під його виглядом завозять контрабанду: новий одяг, який потім реалізується на ринку за комерційними цінами без сплати відповідного мита. Реальну конкуренцію вітчизняній легкій промисловості, власне як і самому секонд-хенду, становлять дешеві китайські товари, що заводяться в Україну без сплати мита під виглядом секонд-хенду.

Через загальну непрозорість ринку, неврегульованість імпорту, обсяги якого щорічно збільшуються, та нерівні умови конкуренції товари легкої промисловості імпортуються в Україну в таких обсягах, що це спричиняє серйозну шкоду для вітчизняних підприємств легкої промисловості. До країн, що здійснюють найбільш агресивну політику щодо експорту власних товарів легкої промисловості, належить Китай. Понад 60% внутрішнього ринку легкої промисловості на сьогодні в Україні захоплено китайськими товарами. У табл. 2.3 наведено дані митної статистики щодо частки імпорту окремих товарів з КНР у загальних обсягах імпорту за 2020 р.

Таблиця 2.3

Обсяги імпорту товарів легкої промисловості з КНР у 2020 р.

Назва товару, код	Обсяги імпорту з Китаю	
	тис. дол. США	Питома вага, %
Вироби із шкіри (4201-4205)	76 660	78,4
Одяг з хутра (4303)	878	38,6
Хутро штучне та вироби з нього (4304)	953	75,8
Тканини з хімічних волокон та ниток (5407-5408, 5512-5516)	57 718	29,8
Неткані матеріали (5603)	11 990	20,3
Одяг трикотажний (6101-6114, 6116, 6117)	169 549	60,9
Вироби панчішно-шкарпеткові (6115)	76 080	68,4
Одяг текстильний (6201-6217)	181 611	61,0
Ковдри та пледи дорожні (6301)	9 967	87,2
Білизна постільна, столова, гардини, штори (6302-6303)	23 080	52,2
Інші вироби, мішки, брезент, навіси (6304-6308)	27 392	59,1
Взуття та частини взуття (6401-6406)	368 050	78,5
Головні убори (6501-6407)	4 950	67,9
Всього	1 008 878	62,3

Головною умовою нормального функціонування внутрішнього ринку легкої промисловості та підвищення конкурентоздатності вітчизняної продукції галузі фахівці вважають легалізацію ринку. Більша частка торгівлі в Україні здійснюється нелегально, і цей “сірий” внутрішній ринок не дозволяє розвивати вітчизняне виробництво, а також залучати інвестиції. За її оцінками, на легальне виробництво припадає близько 1020%, на контрафактну продукцію – 20-25%, контрабанда та “сірий” імпорт, відповідно, охоплюють 60-70% ринку одягу та взуття України.

Для підвищення ефективності боротьби з тіньовим сегментом актуальним є створення надійного механізму виводу з обігу та запобігання фактам повторної реалізації контрафактної продукції. Легалізація ринку вимагає також покращення регуляторної політики, вдосконалення податкової та митної політики, боротьби з контрабандою та вигідних умов інвестування у вітчизняне виробництво.

Посилення конкурентних позицій вітчизняних виробників стримує техніко-технологічний рівень виробництва та обмеженість ресурсів щодо їх оновлення. Слід зазначити, що за рівнем інвестування в модернізацію виробництва галузь суттєво відстає від своїх зарубіжних конкурентів і є малопривабливою для

інвесторів. Протягом 2017-2020 рр. рівень рентабельності по галузі коливався на рівні 2-3%, понад 40% підприємств були збитковими. З огляду на те, що зношені основні засоби більшості підприємств галузі не мають суттєвої заставної вартості при здійсненні кредитних операцій, обсяги залучених кредитних ресурсів були незначними і не перевищували 2,5% кредитів у переробну промисловість України. Для порівняння відзначимо, що протягом аналізованого періоду цей показник по харчовій промисловості був удесятеро вищий. Ще гірша ситуація спостерігалася за обсягами прямих іноземних інвестицій. Частка цих інвестицій у загальному обсязі їх вкладень у переробну промисловість скоротилася з 2,1 до 1,1%, і якщо в цілому по промисловості та по переробній промисловості динаміка була позитивною, то в легкій промисловості їх обсяг за 2017-2020 рр. скоротився на 4,8 млн. дол. США, або 3,3%.

Проте і в цих скрутних умовах підприємства легкої промисловості ініціюють випуск нових видів продукції для внутрішнього ринку та реалізацію інвестиційних проектів щодо підвищення конкурентоспроможності своєї продукції і на цій основі імпортозаміщення. Так, ПАТ “ТО “Текстерно” підготувало проект реконструкції існуючої ткацької фабрики та створення принципово нового для України швейного виробництва для переробки власних тканин. ПАТ “Кременчуцька трикотажна фабрика”, м. Кременчук освоює принципово нові види трикотажного полотна та вироби із застосуванням ниток “Лайка”, створюючи при цьому нові робочі місця “Наносвіт” та Nano Union впроваджують нанотехнології у виробництві текстилю, текстильних виробів та напівфабрикатів для створення текстильних матеріалів різноманітного призначення для багатьох галузей промисловості, медицини, населення та силових структур.

Як уже зазначалося на початку дослідження, легка промисловість забезпечує своєю продукцією стратегічно важливі сектори економіки, відомства та структури, а все, що є стратегічно важливим для країни, повинно забезпечуватись у першу чергу, всередині країни, а не з-за кордону. І тому саме держава, як найбільш зацікавлений суб’єкт, через механізми державно-

приватного партнерства, має забезпечити дієву підтримку розвитку інноваційного, високотехнологічного сегмента ринку легкої промисловості, який включає продукцію виробничо-технічного і спеціального призначення, засоби захисту людей і техніки (зокрема, для потреб оборонного та паливно-енергетичного комплексів), продукцію медичного призначення (в тому числі лікувальні біологічно активні перев'язувальні матеріали, тканини з антиревматичними, антиалергійними та іншими властивостями).

2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї і організаційно-правової форми підприємства

В роботі пропонується створення нового підприємства з виробництва трикотажного одягу.

Технологія виготовлення одягу з трикотажних полотен відносно проста, але вимагає дотримання ряду правил, що враховують властивості трикотажних полотен (додаток Б).

На жаль, часто вироби після прання коротшають і розширюються. Це трапляється з виробами з трикотажу, що не пройшов належної обробки, оскільки при пранні відбувається релаксація (усадка після мокрих обробок) полотна, витягнутого при в'язанні, обробці, намотуванні в рулони. Для отримання виробів заданих розмірів і форми, стабільних при експлуатації, дуже важливе ретельне дотримання технологічних режимів на всіх етапах виробництва полотна і виробів, а також облік особливостей трикотажу при розробці конструкцій.

Недоліком трикотажних полотен є можливість їх прорубування голкою при пошитті. Тому потрібно особливо ретельно підбирати голки до швейних машин. Рекомендується використовувати голки № 65-75 високої якості або спеціальні голки для трикотажу з округлим кінцем. Тиск притискної лапки швейної машини має бути мінімальним. Деталі з трикотажного полотна зшивають на трьох-чотирьохнитковій обметувальній машині. Якщо трикотаж вироблений з об'ємної пряжі або з ворсом, він пропарюється і висушується без прасування.

При виготовленні одягу з трикотажних полотен для поліпшення зовнішнього вигляду та підвищення формостійкості окремих деталей використовують прокладкові клейові та неклеюві матеріали. Трикотажні полотна, продубльовані клейовими прокладковими матеріалами, повинні максимально зберігати свої властивості, але в той же час бути пружними та зберігати конструктивно створену форму. Тому для виробів з трикотажних полотен більшою мірою рекомендується використовувати еластичні або біеластичні, тонкі або середні за товщиною прокладкові матеріали (залежно від щільності та товщини трикотажу) з крапковим клейовим покриттям.

Клейові прокладкові матеріали мають флізелінову або трикотажну (з поліаміду, поліефіру або їхні комбінації) основу. Ці прокладкові матеріали не надають трикотажним виробам жорсткості після дублювання, а тільки стабілізують форму та дозволяють зберегти еластичність і пластичність, характерні для трикотажних полотен. Деталі прокладок повинні розтягуватися у тому ж напрямку ниток, що й трикотажне полотно, у протилежному випадку може відбутися фіксування певних ділянок виробу до зникнення їхньої розтяжності.

Прокладкові матеріали великої поверхневої щільності (більше 40 г/м²) можуть бути використані при пошитті виробів з формостійких полотен, вироблених з високооб'ємних текстурованих ниток або з вовняної та напіввовняної пряжі.

Для виробів з трикотажних полотен, що мають ворс з виворотної сторони, варто вибирати прокладкові матеріали з більш інтенсивним клейовим покриттям з високою подвійною точкою, тому що в цих полотнах у першу чергу з клейовою прокладкою з'єднується ворс. У випадку використання прокладкового матеріалу з менш інтенсивним клейовим покриттям вони приклеюються тільки до волокон ворсу, не досягаючи самих ниток полотна. Це надалі приведе до відшаровування та зсуву прокладок.

Для виробів з начісних трикотажних полотен, сильно заворсованих з виворотної сторони, застосування клейових прокладок може бути взагалі

недоцільно. У цих випадках при необхідності використовуються прикладкові матеріали без клейового покриття.

Для укріплення краю та інших критичних ділянок в одязі з трикотажних полотен використовують клейові кромки, які розкроєні під кутом 45° , 12° або 8° до поздовжньої нитки. Також, можливе використання готової косої бейки з тонкого клейового флізеліну шириною 12 мм, з посиленою строчкою або тасьмою на відстані 4 мм від краю бейки. Використання бейки дозволяє фіксувати форму горловини або пройми, зберігаючи еластичність трикотажного полотна.

У якості підкладки рекомендується використовувати трикотажні основов'язані полотна з капронових, віскозних та ацетатних ниток.

Особливості моделі багато в чому визначаються технологічними можливостями не лише в'язального, але і швейного устаткування. Вживане устаткування і методи швейної обробки визначають величини припусків на шви, а також конструктивне рішення виробу.

Деталі одягу з трикотажних полотен найчастіше з'єднують за допомогою ниткових швів, виконаних машинними строчками. Найбільш відповідають властивостям трикотажних полотен шви, виконані строчками ланцюгового стібка, які за рахунок своєї еластичності створюють кращі комфортні умови при носінні одягу. Шви, які застосовуються при виготовленні швейних виробів із трикотажних полотен представлено в додатку В.

Шви в трикотажних виробах, за рідким виключенням, при експлуатації повинні розтягуватися разом з полотном. Інакше шви або лопаються, або погіршують споживчі властивості виробу.

Зрізи деталей, щоб уникнути спуску петель, найчастіше обметуються перед обробкою або в її процесі. Існує величезний парк швейного устаткування, спеціалізованого на обробку різних видів трикотажу і виконання різних строчок, швів і вузлів трикотажних виробів. Наприклад, на стачувально-краєобметувальних машинах (оверлоках) практично неможливо отримувати чіткі кути, тому кути округляють. У виробах з поперечнов'язаного трикотажу середньої і великої розтяжності недоцільно проектувати зшивні шви в

поперечному і близькому до нього напрямі, оскільки вони будуть сильно розтягнутими.

При необхідності введення, наприклад кокетки, для якісного виконання вузла її з'єднання з основною деталлю слід використовувати спецмашини, створюючи строчки без розтягування трикотажу і можливого спуску петель, наприклад кетельні або одну з багатониткових плоскошовних.

З метою запобігання розтягу плечових швів збоку пілочок, верхньої частини пройми, лінії горловини та борту зрізи зшиваються із наперед нарізаною по довжині шва бавовняною тасьмою лясе, пайовою смужкою полотна, латексу, альпак, кіперну.

Для запобігання зрізів від обсипання в процесі виготовлення та експлуатації основні деталі обметують або обкантовують.

В деталях зрізи обметують на краєобметувальних машинах або обкантовують поздовжньою бейкою на однострижкової машині ланцюгового стібка кетельним швом, у з'єднувальних швах – на зшивально-обметувальних машинах ланцюгового стібка.

У виробках з плоскофангових машин деталі пілочок можуть бути вив'язані в різних напрямках. У такому випадку з'єднання цих частин доцільно виконувати методом прикетлювання, для цього поздовжна деталь повинна закінчуватися здвоєною кулірною гладдю.

Особливість прорізних кишень трикотажних виробів полягає в тому, що підкладка кишені викроюється з основного матеріалу.

З метою запобігання від розтягання кишень, розташованих під кутом, рекомендується по лінії прорізу кишень прокладати бавовняну тасьму. Для цього підкладку пришивають по лінії розрізу, прокладаючи з виворотної сторони тасьму або смужку тканини.

У високоякісних виробках рекомендується отвір для кишені отримувати методом видалення нитки по ряду. Якщо при видаленні нитки по петельному ряду утворюються відкриті петлі по нижньому краю, то рекомендується обробляти кишеню з листочкою способом прикетлювання.

У виробках з плоскофангових машин бічні та нижні краї накладних кишень також можуть бути оброблені бейками.

У футболках та інших спортивно – білизняних виробках накладна кишеня може бути настрочена на основну деталь на плоскошовній машині. Верхній край кишені при цьому найчастіше обробляють швом у підгін з закритим зрізом або на плоскошовній машині. При настрочуванні кишень може застосовуватися оздоблювальна тасьма. Настрочування можна робити на двоголковій машині з використанням спеціального пристосування для прокладання тасьми.

Якщо основні деталі відповідно до моделі викроєні під кутом 45° до напрямку в'язання полотна, а також якщо вироби виготовляються з полотен II і III груп розтяжності, для додання стійкості до лінії входу в кишеню приклеюють клейову прокладку чи кромку.

У виробках з плоскофангових машин, а також у кроєних виробках з полотен із круглов'язальних машин 10-го та 12-го кл. широке розповсюдження має обробка країв деталей бейками. Бейки, для обробки країв деталей, можуть бути поперечно- або поздовжньов'язаними. Частина бейки допускається з'єднувати вручну або швом у стик як до, так і після прикетлювання її до країв деталі. Бейки, зв'язані здвоєною кулірною гладдю, використовують для обробки країв комірів, клапанів, накладних кишень, горловини, застібок, низу виробу та рукавів і т.д.

Бейки, що закінчуються здвоєною кулірною гладдю, з'єднують з краями деталей також методом прикетлювання. Відповідно до моделі поперечно-в'язана бейка, що закінчується здвоєною кулірною гладдю, може бути подвійною. Бейками, що закінчуються здвоєною кулірною гладдю, обробляють борта, горловину, низ рукавів, край прорізних кишень, планки і т.п.

У виробках з полотен, що не закручуються та не обсыпаються зріз підборців допускається не обметувати. Допускається не прокладати прокладку або тасьму в борта у виробках з полотен I групи розтяжності.

Борти та розрізи застібок у виробках з трикотажних полотен можуть бути оброблені бейкою, планками, обшивками та тасьмою – блискавкою .

В трикотажних виробках рекомендується використовувати якнайменше відрізних деталей, тому дуже часто застосовують метод імітації планок.

В місцях з'єднання біжок та комірів з виробом необхідно використовувати стійке переплетення. Воно попереджує розтягування полотна обметувальним швом. Крім того, комір, що має відрібок у вигляді подвійної кулірної гладі, при з'єднанні його з горловиною не потребує тасьми і забезпечує рівномірну посадку горловини, а сам шов виходить тоншим у порівнянні зі швом із застосуванням тасьми.

Обробка комірів складається з двох етапів:

- виготовлення комірів;
- з'єднання їх з горловиною

З'єднання комірів з горловиною виконують після обробки плечових зрізів різними способами. При вшиванні коміра в горловину повинна прокладатися бавовняна тасьма або поздовжньов'язана бейка по лінії горловини спинки.

Допускається не прокладати тасьму у випадку розпошивання шва вшивання коміра в горловину або з'єднання коміра разом з підкроєною бейкою, а також у комірах стояк, «хомутик», светерного типу. Тасьма також не прокладається при використанні прокладок у подвійних комірах.

У виробках без застібки горловину обкантовують бейкою до зшивання плечових зрізів або обробляють на кетельній машині. Слід зазначити, що комір светерного типу та вузьку бейку вшивають у горловину, злегка розтягуючи їх. Суцільнов'язаний комір може бути з'єднаний з горловиною виробу на кетельній машині.

У виробках, виконаних без застібки, наприклад светерного типу, і маючих звичайну величину вирізу горловини для даного розміру виробу, прокладання тасьми або бейки виключається. У виробках же, виконаних без застібки, але що мають збільшений виріз горловини (комір «хомутик» і ін.), тасьму або бейку по горловині спинки прокладати необхідно.

За конструкцією рукава в трикотажних виробках можуть бути суцільно кроєним або суцільнов'язаними, вшивними, реглан і т.п.

Низ рукавів у відповідності з моделлю може мати зароблений край, вив'язаний у вигляді напульсника, оброблений швом у підгін, різними поперечно – та поздовжньов'язаними бейками або тасьмою, подвійними або одинарними манжетами.

В кросних виробах низ рукавів може бути оброблений швом у підгін або обкантовані бейкою.

При обробці низу рукавів прикетльованою бейкою або тасьмою настроченою на плоскошовній машині, спочатку обробляють низ рукава, а потім зшивають рукавні зрізи.

Манжетирукавів можуть бути різними за конструкцією: подвійні, замкнуті і незамкнуті, пришивні, прямі та фігурні. Манжети до низу рукавів може бути прикетльовані або пришиті в залежності від того, як вони зв'язані.

Одинарні манжети у виробах як правило, повинні мати зароблені краї. Якщо одинарні манжети мають незароблені краї, то їх обробляють прикетльованою бейкою, поздовжньов'язаними бейками та тасьмою на плоскошовній машині, або обкантовують.

Рукав вшивають або в закриту, або у відкриту пройму. У тім чи іншому випадку виконують посадку по окату рукава відповідно до надсічок та розтягнення по викоту рукава для запобігання розтягання пройми.

У дитячих виробах верхнього трикотажу та у виробах з полотен І групи розтяжності допускається вшивати рукава в пройми виробу без тасьми. В інших виробах з боку рукава по лінії оката прокладають тасьму. Для дитячих та спортивних виробів рекомендується вшивати рукава у відкриту пройму.

Для жіночих суконь, жакетів, пальто доцільно вшивати рукав у закриту пройму, оскільки даний спосіб з'єднання рукава з виробом забезпечує кращу посадку виробу на фігурі.

Всі операції по з'єднанню рукавів з виробом виконуються на машині двониткового ланцюгового стібка, а потім обметують або тільки на зшивально – обметувальній машині. В регулярних та напіврегулярних виробах, що мають

зароблені краї, рукава з'єднують з проймами строчкою на машині двониткового ланцюгового стібка.

Якість готових виробів залежить від з'єднання плечових зрізів спинки та пілочки. Зшивання плечових зрізів виконують по зрізах пілочки, роблячи посадку зрізу спинки. Бічні зрізи виробів з'єднують різними способами. Найпоширенішим способом зшивання бічних зрізів є виконання його на одноголковій або двоголовій зшивально – обметувальній машині.

Низ виробів з трикотажних полотен обробляють швом у підгин з відкритим зрізом та на плоскошовній машині.

Низ спідниць, виготовлених з полотен типу плісе та гофре, не підгинають. Низ спідниць може бути зароблений при в'язанні або швом у підгин, а в окремих моделях низ обробляється прикетльованной бейкою 8 мм. Верхній зріз спідниць у кроєних виробах може бути оброблений пришивним суцільнокроєним поясом з прокладанням у нього еластичної тасьми, клейової прокладки або корсажної стрічки. В спідницях без застібки верхній зріз може бути оброблено суцільнов'язаним поясом з прокладанням у нього еластичної тасьми.

У блузках з поліамідних і поліефірних трикотажних полотен низ виробу та рукавів може бути оброблений з підгинанням зрізів зварними швами.

В спортивних штанах бічні зрізи можуть бути оброблені тасьмою або кантом.

Низ штанів обробляють манжетами або швом у підгин з закритим зрізом з еластичною тасьмою.

В випускній дипломній роботі пропонується створити підприємство у організаційно-правовій формі товариства з додатковою відповідальністю під назвою “Південьтекст”.

Товариство з додатковою відповідальністю – це таке господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки, розмір яких визначений статутом, і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями усім власним майном, а у разі його недостатності – також майном учасників у визначеному установчими документами кратному розмірі до вкладу кожного з них.

Мінімальна кількість засновників – одна особа (фізична чи юридична), максимальна – не обмежена. Органи управління товариства – загальні збори учасників, виконавчий орган – дирекція або директор, ревізійна комісія або ревізор.

Основні риси:

- різновид господарського товариства;
- спеціальне регулювання: ГК України (ч. 4 ст. 80), ЦК України (ст. 151), Закон «Про господарські товариства» (ст. 65), Декрет Кабінету Міністрів України від 17.03.1993 р. «Про довірчі товариства»;
- мінімальний розмір статутного фонду – (за рішенням членів товариства, або) сума, еквівалентна 1 мінімальним заробітним платам за ставкою, що діє на момент створення товариства (крім довірчих товариств, вимоги до розміру майнової бази яких встановлюються вищеназваним Декретом);
- поділ статутного фонду на частки, розмір яких визначається установчими документами і може бути будь-яким (рівним або різним);
- наявність системи органів управління: збори учасників – вищий орган, дирекція (колегіальний) або директор (одноособовий) – виконавчий орган, ревізійна комісія – контрольний орган;
- субсидіарна обмежена майнова відповідальність учасників за зобов'язаннями товариства, граничний розмір якої встановлюється або законом (щодо довірчих товариств) та/або установчими документами в однаковому для всіх учасників кратному розмірі і до їх вкладів;
- характер субсидіарної відповідальності учасників – солідарний;
- подібність правового становища товариства з додатковою відповідальністю і його учасників до правового становища товариства з обмеженою відповідальністю та його учасників, за винятком обсягу відповідальності учасників і пов'язаних з цим питань (у т. ч. змісту статуту).

Товариство з додатковою відповідальністю — підприємство, створене на засадах угоди між юридичними особами і (або) громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку. Воно має

статутний фонд, поділений на частки визначених установчими документами розмірів.

Товариство створюється і функціонує на умовах, встановлених чинним законодавством для товариства з обмеженою відповідальністю. Єдиною і суттєвою особливою характеристикою товариства є додаткова відповідальність його учасників, тобто останні відповідають за зобов'язаннями товариства своїми внесками до статутного фонду, а при їх нестачі — додатково власним майном в однаковому (пропорційному внеску кожного учасника) розмірі для всіх учасників.

Додаткова відповідальність встановлюється для підвищення довіри до товариства, оскільки його учасники зацікавлені не тільки в успішній діяльності товариства, а й у збереженні власного майна.

Водночас додаткова відповідальність у товаристві є також обмеженою (пропорційним розміром до внеску), тобто стягнення за боргами товариства не може бути звернене на все особисте майно учасника.

Переваги та недоліки товариства з додатковою відповідальністю схожі з ТОВ. Проте переваги даної організаційно-правової форми підсилюються наявністю додаткової відповідальності, що підвищує довіру до цих підприємств з боку кредиторів та інших партнерів.

Товариства з додатковою відповідальністю значно менш поширені, ніж з обмеженою, оскільки забезпечують своїм учасникам менш привабливий режим господарювання з можливим накладенням на них додаткової відповідальності за виконання боргових зобов'язань у разі його ліквідації. Однак окремі види підприємницької діяльності за законом можуть провадитися виключно в організаційно-правовій формі товариства з додатковою відповідальністю.

Документи для реєстрації:

- заповнена реєстраційна картка (з відміткою про використання модельного статуту за наявності);
- примірник рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи;

- два примірники установчих документів (у разі подання електронних документів - один примірник);

- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації (в разі подання електронного варіанту – розрахунковий документа, засвідчений електронним цифровим підписом);

- документи на підтвердження структури власності засновників – юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб – власників істотної участі цих юридичних осіб, розмір та порядок формування статутного капіталу (в разі формування майном – його перелік із зазначенням вартості), розмір внеску до статутного капіталу кожного засновника;

- ксерокопії паспортів засновників – фізичних осіб.

У разі якщо серед засновників є іноземна юридична особа, крім документів, які передбачені ч.1 ст.24 ЗУ «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців», додатково подається документ на підтвердження реєстрації іноземної особи в країні її місцезнаходження (витяг із торговельного, банківського або судового реєстру, оформлений згідно з ч.6 ст.8 цього Закону.

Підготовка правовстановлюючих документів є дуже важливою для початку і подальшої гідної діяльності будь-якого підприємства, особливо ж це є актуальним саме для товариства з додатковою відповідальністю. Адже через недоліки законодавчої бази у разі виникнення відносно незначних конфліктів між учасниками такого товариства можливі випадки незаконного набуття контролю та вилучення активів, що, на жаль, часто спричинює ліквідацію товариства, а отже призводить до зниження темпів розвитку підприємництва та уповільнення інвестиційних процесів в цілому. Тому завжди звертайтеся до професіоналів у юридичному супроводі реєстрації, аби вберегти свій бізнес від негараздів.

Вищим органом товариства з додатковою відповідальністю є збори учасників, що складаються з учасників або призначених ними представників. До компетенції зборів учасників товариства з обмеженою відповідальністю належить:

- 1) визначення основних напрямів діяльності товариства і затвердження його планів та звітів про їх виконання;
- 2) внесення змін до статуту товариства;
- 3) обрання та відкликання членів виконавчого органу та ревізійної комісії;
- 4) затвердження річних результатів діяльності товариства, звітів і висновків ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку;
- 5) створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їхніх статутів та положень;
- 6) винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб товариства;
- 7) затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів товариства, визначення його організаційної структури;
- 8) встановлення розміру, форми і порядку внесення учасниками додаткових вкладів;
- 9) вирішення питання про придбання товариством частки учасника;
- 10) виключення учасника з товариства;
- 11) визначення умов оплати праці посадових осіб товариства;
- 12) затвердження договорів (угод), укладених на суму, що перевищує зазначену в статуті товариства;
- 13) прийняття рішення про припинення діяльності товариства.

Статутом товариства до компетенції зборів учасників можуть бути віднесені й інші питання.

З питань, зазначених у пунктах 1, 2 і 10, у вищому органі необхідна однастайність. З решти питань рішення приймаються простою більшістю голосів (учасники мають кількість голосів, пропорційну розміру їхніх часток у статутному фонді).

Збори учасників товариства з додатковою відповідальністю скликаються не рідше як два рази на рік, якщо інше не передбачено установчими документами. Такі збори вважаються повноважними, якщо на них присутні учасники

(представники учасників), які володіють у сукупності більш як 60 відсотками голосів, а з питань, що потребують одностайності, - всі учасники.

У товаристві з додатковою відповідальністю створюється виконавчий орган: колегіальний (дирекція) або одноособовий (директор). Дирекцію очолює генеральний директор. Членами виконавчого органу можуть бути також і особи, які не є учасниками товариства. Дирекція (директор) вирішує всі питання діяльності товариства, за винятком тих, що входять до виключної компетенції зборів учасників, її повноваження при цьому визначено ст. 62 Закону України “Про господарські товариства” та установчими документами товариства. Контроль за діяльністю виконавчого органу товариства з обмеженою відповідальністю здійснює ревізійна комісія, що утворюється зборами учасників товариства з їх числа у кількості не менше трьох осіб. Її діяльність регламентовано ст. 63 Закону України “Про господарські товариства”.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резюме

“Створення ательє — міні-фабрики з пошиття трикотажних виробів”.

Ініціатор проекту – власники новостворюваного підприємства.

Термін проекту: 3 роки 6 місяців (42 місяця).

1. Суть проекту

Закупівля устаткування для ТДВ “Південьтекст” з метою розвитку підприємства у фабрику по виробництву чоловічого і жіночого трикотажного одягу. Використання сучасного устаткування дозволить значно збільшити діапазон використовуваних тканин, сформувані різноманітний асортимент продукції і вийти на ринок із принципово новими, сучасними моделями одягу.

2. Мета проекту

ТДВ “Південьтекст” планує залучити позикові кошти для придбання і введення в експлуатацію в’язального устаткування німецької фірми. За задумом авторів проекту, ТДВ “Південьтекст” повинне стати трикотажною фабрикою на базі працюючого підприємства, що випускає принципово нові сучасні моделі одягу. Площа для розміщення нового обладнання розташована в орендованому будинку, складає 63 кв.м., на даний момент підготовлена та оснащена у відповідність з вимогами до екологічної і технічної безпеки. Діючий цех по пошиттю займає 50 кв.м., є приміщення для прийому замовлень і примірочна (30 кв.м.), кімната відпочинку персоналу і підсобні приміщення. Загальна орендована площа складає 185 кв.м., розташована на 1-м поверсі в окремо стоячому будинку нежилого призначення.

Проектом передбачено, що продукція, яка випускається, буде вироблятися на німецькому устаткуванні на основі вітчизняної сировини. Трикотажна фабрика призначена для виробництва невеликих партій модних трикотажних виробів.

Реалізація даного проекту дозволить створити 12 нових робочих місць.

3.2. Опис продукту

Технологічні можливості фабрики: випуск готових виробів із широким діапазоном фактури (кольорові, жаккардові одне- і двохфактурні переплетення, двохвиворітні, рисунчаті, ажурні, пресові, плюшеві, рельєфні переплетення, малюнки з використанням техніки переносу петель, платирувальні переплетення, що імітують ручне в'язання). Це дозволить оперативно додержуватися сучасної моди, ефективно використовувати закуплене устаткування, пропонувати покупцям широкий модельний ряд, підтримувати конкурентноздатність на достатньому рівні, досягати показників рентабельності і прибутку, забезпечити стабільні податкові відрахування в бюджет м. Вознесенська, створити нових 12 робочих місць.

Розвиток нового напрямку “Виробництво трикотажних виробів” вимагає придбання в'язального устаткування. Сучасне в'язальне устаткування німецької фірми дозволяє використовувати в роботі необмежений діапазон пряжі різної колірної гами як вітчизняного, так і закордонного виробництва: 100% льон, бавовна, віскоза, 100% вовна, 100% гребена бавовняна пряжа, овеча вовна, шовк, кашемір, козячий мохер, вовна альпака і т.д. Продуктивність в'язального цеху складе від 30 до 35 (у залежності від їхньої складності) готових виробів (предметів верхнього трикотажного одягу) за зміну.

ТДВ “Південьтекст” планує виготовляти вироби чоловічого і жіночого верхнього трикотажу в наступному асортименті: штани, туніки, жилети, шапки, джемperi, спідниці, пончо, пальто, плаття, жакети, шорти, шарфи.

На даний час на ТДВ “Південьтекст” розроблено більш 500 моделей. Вироби фірми — вишуканий, елегантний, комфортний, зручний для усіх випадків життя трикотажний одяг з натурального, екологічно чистого, високоякісного вологодського льона. Продукція з льонолавсанової пряжі унікальна по своїх якостях, при пранні не деформується, не втрачає свого зовнішнього вигляду, зносостійка.

3.3. Маркетинговий план

Надання послуг ремонту і пошиття одягу відноситься до побутових послуг населенню і є пріоритетним напрямком розвитку малого і середнього підприємництва в м. Вознесенські.

У м. Вознесенські за станом на 01.01.2022 р. зареєстровано більш 40 ательє, що робить послуги по напрямках: ремонт і виготовлення швейних, хутряних і шкіряних виробів, головних уборів і виробів текстильної галантереї, ремонт, пошив і в'язання трикотажних виробів. Найчастіше, ці підприємства розташовані в складі мультисервісних підприємств, розташовані на загальній орендованій площі з підприємствами по ремонту взуття, перукарнями, хімчисткою і пральною. Часто організації розміщують окремо пункт прийому замовлень і пошивний цех. Це зв'язано зі зниженням витрат на оренду, і додатковою зручністю такого розташування для потенційних замовників — фізичних осіб. Середня кількість співробітників в ательє складає від 5 до 10 осіб, у залежності від кількості змін і режиму роботи.

Окремо варто розглянути ринок виробництва трикотажної продукції. У м. Вознесенські і Миколаївській області розташовані більш 25 великих і середніх фабрик і швейних цехів по пошиттю такого одягу. Загальна місткість ринку по обсязі виробництва продукції швейними підприємствами в м. Вознесенські і Миколаївській області склала 16,8 млн.грн. у 2018 році, 24,17 млн.грн. у 2019 році і 26,12 млн.грн. у 2020 році. Таким чином, видна позитивна динаміка росту ринку по обсягу виробництва у вартісному вираженні на 43% у 2019 р. і на 8% у 2020 р. У структурі цих продажів 45% складає випуск і реалізація спецодягу, 26% - верхній одяг для дорослих, 18% - дитячий одяг з різних тканин, 6% трикотажні вироби, 5% - натільна білизна з бавовни.

На виробництві трикотажних виробів спеціалізуються близько 10 підприємств.

Ательє — фабрика по пошиттю трикотажних виробів ТДВ “Південьтекст” буде працювати на давальницькій сировині. Розрахунок за поставлену сировину

буде вироблятися з відстрочкою платежу в один місяць. Як основну сировину для виробництва трикотажних виробів приймається льонолавсанова пряжа. Постачальник зобов'язується задовольнити потреби в необхідній для реалізації даного проекту кількості льонолавсанової пряжі.

У випадку невиконання основними постачальниками своїх зобов'язань для безперервного забезпечення виробництва сировиною і допоміжними матеріалами передбачені альтернативні джерела постачання.

Споживачами нової продукції виробів із трикотажу ТДВ “Південьтекст” стане широка група населення, яка володіє середнім рівнем доходів, але досить високою купівельною спроможністю, що вимагають від продукції, насамперед, високої якості. Це молоді люди і населення середнього працездатного віку, які люблять різноманітні моделі виробів, які відповідають сучасній моді. Підприємство планує випускати модні моделі з трикотажу для жінок, класичні пуловери і джемperi для чоловіків, передбачена лінійка дитячого одягу (шапки і шарфи).

В даний час підприємство володіє 2-ма дочірніми фірмовими магазинами в Миколаївській області, а також реалізує продукцію оптовим компаніям з Миколаєві і Києва, роздрібним підприємствам і індивідуальним підприємцям. Планується укласти договори постачань з оптовими компаніями у великих містах, таких як Одеса, Херсон, Кіровоград, Первомайськ.

Схема дистрибуції готової продукції показана на рис. 3.1.

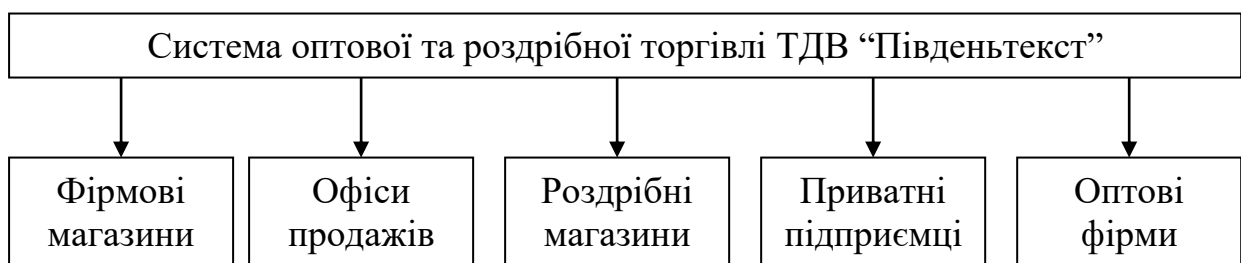


Рис. 3.1. Дистрибуція нової готової продукції ТДВ “Південьтекст”

Як альтернативний варіант збуту своєї продукції фірма розглядає можливі канали збуту продукції.

Позитивні і негативні фактори, що впливають на збут продукції приведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Фактори, що впливають на збут продукції ТДВ “Південьтекст”

Рівень	Позитивні фактори	Негативні фактори
МІКРО	1. Стабільність постачань сировини.	1. Нестабільність постачань сировини.
	2. Безперебійність роботи підприємства	2. Простої в роботі (несправність устаткування, страйки та ін.)
	3. Розширення каналів збуту продукції.	3. Втрата існуючих зв'язків зі споживачем.
	4. Висока якість продукції.	4. Незадоволеність споживача якістю продукції.
	5. Висока якість обслуговування.	5. Незадоволеність споживача сервісом.
	6. Придбання гарного іміджу, позитивне відношення контактної аудиторії.	6. Поганий імідж у підприємства, негативне відношення контактної аудиторії.
МАКРО	1. Якісне поліпшення законодавчої бази, що передбачає пільги для виробників.	1. Погіршення законодавчої бази, що виражається в обмеженні прав споживачів.
	2. Низький рівень інфляції.	2. Високий рівень інфляції.
	3. Зниження вартості енергоресурсів.	3. Подорожчання енергоресурсів.
	4. Підвищення загального рівня купівельної спроможності.	4. Зниження загального рівня купівельної спроможності.

Підприємство не може робити безпосереднього впливу на негативні фактори макросередовища. Зменшити негативний вплив на збут негативних факторів мікросередовища можливо, проводячи політикові безперервного контролю по позиції “Збут продукції”. Виділимо кілька основних модулів даної політики:

1 модуль - забезпечення виробництва сировиною і матеріалами — містить у собі:

- створення виробничих запасів;
- аналіз положення справ на ринку матеріальних ресурсів (попит, пропозиція, ціни, стан у перспективі і т.д.);
- пошук альтернативних джерел постачання сировиною і матеріалами.

2 модуль - забезпечення безперебійної роботи підприємства - включає:

- контроль над настроєм робітників, зведення до мінімуму імовірності страйків;

- виключення можливості простоїв устаткування стимулюванням якісної роботи наладчиків.

3 модуль - канали збуту продукції - включає:

- пріоритетне відношення до постійних покупців;

- постійний пошук нових ринків збуту продукції;

4 модуль - створення іміджу фірми як підприємства, що відповідає за якість своєї продукції — включає:

- створення системи оплати праці робітників, що стимулює випуск якісної продукції;

- постійний контроль якості продукції;

5 модуль - створення іміджу фірми як підприємства з високим рівнем сервісу - включає:

- матеріальне і моральне стимулювання працівників фірми, що безпосередньо працюють зі споживачами, за високий рівень обслуговування клієнтів;

- створення системи додаткових безкоштовних послуг (припасування виробів, оформлення подарункових варіантів та ін.).

6 модуль - створення іміджу фірми як підприємства з репутацією стабільного ділового партнера - включає:

- безумовне виконання всіх прийнятих на себе зобов'язань;

- контроль діяльності юридичної служби на підприємстві.

Таким чином, формування маркетингової стратегії дозволить ефективно керувати продажами.

Розраховуючи ціну одиниці продукції, фірма прагне до того, щоб вона була оптимальною з погляду відповідності інтересам підприємства і ринку. З найбільш розповсюджених цінових стратегій на період проекту фірма вибирає збільшення обсягу збуту продукції при поліпшенні її якісних параметрів і забезпечення

визначеного рівня доходу на вкладений капітал.

Використаний метод розрахунку передбачуваної ціни на товар є методом “повних витрат” (табл. 3.2). Вибір даного методу обумовлений тим, що ТДВ “Південьтекст” має замовлення на постачання продукції з декількома роздрібними магазинами, що реалізують трикотажні вироби в м. Вознесенське та м. Миколаєві, і упевнено в реалізації свого товару. Це дозволяє в меншому ступені орієнтуватися при ціноутворенні на конкурентів.

Підприємство планує щорічно збільшувати обсяг виробництва.

Таблиця 3.2

Список нових продуктів / послуг і відпускні ціни ТДВ “Південьтекст”, грн.

Продукт	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Дата початку продажів
Штани жіночі	226,97	244,96	269,28	15.02.2022
Джемпер жіночий	464,26	501,05	550,80	15.02.2022
Джемпер чоловічий	464,26	501,05	550,80	15.02.2022
Плаття	753,88	892,87	980,79	15.02.2022
Спідниця	238,03	336,14	468,79	15.02.2022
Туніка	663,38	726,90	847,99	15.02.2022
Шапка	154,75	167,02	183,60	15.02.2022
Пуловер чоловічий	670,60	723,74	795,60	15.02.2022
Шарф	123,80	133,61	146,88	15.02.2022
Послуги ремонту населенню	309,51	334,04	367,20	15.02.2022

Середня кількість виробів, що випускаються за зміну при роботі в 1 зміну складе в 1-й рік 29 штук, у другий - 44 штуки, у 3-й рік знадобитися робота в 2-у зміну, обсяг одиниць продукції, що випускається, за 2 зміни складе 54 вироби (табл. 3.3 та 3.4).

Оскільки реалізація продукції буде здійснюватися ТДВ “Південьтекст”, то як основного споживача фірма розглядає, насамперед, власні магазини, а також оптових постійних покупців. Як стратегію охоплення ринку ТДВ “Південьтекст” обирає концентрований маркетинг. Підприємству необхідно визначити найбільш сприятливий сегмент ринку і зосередити на ньому свої зусилля. Таким сегментом є населення більш молодого віку, що вимагає від продукції високої якості і постійного відновлення асортименту.

Планований обсяг постачань нової продукції ТДВ “Південьтекст”

Продукт	Од. виміру	2022 рік	2023 рік	2024 рік	1-6.2025 року
Штани жіночі	шт.	280,00	420,00	570,00	340,00
Джемпер жіночий	шт.	1 280,00	1 680,00	1 940,00	1 065,00
Джемпер чоловічий	шт.	1 230,00	1 560,00	1 900,00	1 065,00
Плаття	шт.	680,00	960,00	1 125,00	660,00
Спідниця	шт.	680,00	960,00	1 340,00	750,00
Туніка	шт.	220,00	300,00	393,00	235,00
Шапка	шт.	1 610,00	2 160,00	2 580,00	1 365,00
Пуловер чоловічий	шт.	1 040,00	1 440,00	1 680,00	900,00
Шарф	шт.	1 060,00	1 440,00	1 680,00	990,00
Послуги ремонту населенню	шт.	360,00	480,00	575,00	375,00

ТДВ “Південьтекст” планує реалізувати наступні методи стимулювання збуту:

- надавати оптовим покупцям знижки з використанням гнучких методів заохочення (накопичувальні знижки);
- застосовувати систему сезонних, передсвяткових знижок;
- широко використовувати рекламу;
- організовувати пропаганду виробів фірми з використанням нетрадиційних методів (проведення різних заходів, присвячених святкуванню національних українських свят із залученням школярів, вихованців дитячих садків і дитячих будинків).

З огляду на той факт, що в силу специфіки трикотажного виробництва, освоєння проектної потужності відбувається цілком на початку етапу “Виробництво”. Тому, починаючи з 01.06.2022 р., фабрика повинна почати працювати на повну потужність, обсяг випуску продукції на місяць при цьому повинний складати 654 одиниці продукції.

Одержуючи гарантовані замовлення, підприємство планує реалізувати весь обсяг випущеної продукції за запланованою ціною.

Таблиця 3.4

Планований обсяг продажів нової продукції ТДВ “Південьтекст”, грн.

Продукція	2022 рік	2023 рік	2024 рік	1-6.2025
Штани жіночі	86 345,14	138 709,55	207 221,93	130 556,41
Джемпер жіночий	563 288,44	792 626,00	1 007 737,63	584 212,52
Джемпер чоловічий	595 070,89	809 610,84	1 085 701,24	642 633,77
Плаття	1 018 389,53	1 539 959,09	1 986 226,37	1 230 960,46
Спідниця	778 768,46	1 177 615,77	1 808 132,04	1 069 684,89
Туніка	426 191,74	622 777,57	898 587,29	567 207,27
Шапка	212 585,65	305 727,17	401 671,78	224 633,83
Пуловер чоловічий	594 862,38	883 211,83	1 132 712,34	641 810,94
Шарф	111960,52	163 054,49	209 505,74	130 336,99
Послуги ремонту населенню	95 132,47	135 878,74	179 167,27	123 425,18
Разом	4 482 595,22	6 569 171,07	8 916 663,62	5 345 462,27

Оскільки фірма має замовлення на виробництво трикотажних виробів, програма по організації реклами розглядається фірмою як складова в альтернативному варіанті реалізації своєї продукції. Підприємство вже має досвід роботи на ринку, зарекомендувало себе серед покупців і не має потреби у великому обсязі реклами. Тому ТДВ “Південьтекст” визначає витрати на проведення реклами в розмірі 12 тис. грн. щомісяця. Ці кошти будуть спрямовані, насамперед, на підготовку участі у виставках і допоміжні матеріали.

Фірма планує скористатися додатковими засобами для стимулювання збуту. Це буклети, плакати, кіно- та відеоматеріали, що рекламують продукцію ТДВ “Південьтекст”.

3.4. Виробничий план

Підприємство буде орендувати 185 кв.м., приміщення розташоване на 1-м поверсі в окремому будинку нежилого призначення. ТДВ “Південьтекст” укомплектовано швейно-оздоблювальним устаткуванням. Устаткування представлено 4-мя вузлами:

1). Перший вузол - гладильне устаткування:

- плоский стіл моделі, що підпорює - 1 шт. 19130/2

- електропарогенератор АЛЕ 2000-45 - 1 шт.
- судина для живильної води АЛЕ 030-М - 1 шт.
- установка для зм'якшення води - 1 шт.
- настановний комплект - 1 шт.
- консоль - 1 шт.
- пом'ягшувачі - 5 шт.
- сполучний трубопровід - 1 шт.

2). Другий вузол - розкрійне устаткування:

- бульмер 604 8Б/КР - 1 шт.
- бульмер - 1 шт.

3). Третій вузол - кетельне устаткування:

- кетельна машина клас 760-5 - 1 шт.
- висвітлення - 1 шт.
- відкидання голівки - 1 шт.
- механізм для накидки петель — 1 шт.
- пристрій знімання товару - 1 шт.
- пристрій виправлення голок - 1 шт.
- пристрій відводу нитки - 1 шт.

4). Четвертий вузол - швейна система:

- пфаф-клас 5483/814/01-601 - 1 шт.
- пфаф-клас 3117/958/05-52 - 1 шт.
- зінгер-клас 1842 і 065-5 — 2 шт.
- пфаф-клас 3306-1/01 - 1шт.
- петельна машина - 1 шт.
- розпошивна машина 474 класу - 2 шт.
- машина ланцюгового стібка 1276 класу - 3 шт.
- оверлок 51 класу - 5 шт.
- швейна машина 1022 класу - 4 шт.
- кетельні машини - 9 шт.

Нове виробництво по пошиттю трикотажних виробів розташовано в одному

будинку з ТДВ “Південьтекст”. Приміщення призначене для установки в’язального устаткування. В даний момент приміщення цілком підготовлене й оснащено відповідно до правил технічної, пожежної та екологічної безпеки.

Можливості устаткування дуже високі. Плосков’язальна машина керується комп’ютером, тому виробництво тій або іншій моделі, може бути як масовим, так і одиничним. Передбачуваний режим роботи устаткування — у 2 зміни.

План виробництва нової продукції наведений у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

План виробництва ТДВ “Південьтекст”

Найменування	Інд. цикл	Графік виробництва
Штани жіночі	2 дні	Необмежене виробництво
Джемпер жіночий	2 дні	Необмежене виробництво
Джемпер чоловічий	1 день	Необмежене виробництво
Плаття	2 дні	Необмежене виробництво
Спідниця	2 дні	Необмежене виробництво
Туніка	2 дні	Необмежене виробництво
Шапка	1 день	Необмежене виробництво
Пуловер чоловічий	2 дні	Необмежене виробництво
Шарф	1 день	Необмежене виробництво
Послуги ремонту населенню	1 день	Необмежене виробництво

Основним видом сировини є льонолавсанова пряжа (льон — 90%, лавсан - 10%). Це доступна, якісна сировина. Основний постачальник пряжі — ТОВ “Текстильпром”. Вартість 1 кг пряжі для ТДВ “Південьтекст” складає 380 грн. Умови придбання – по безготівковому розрахунку на умовах передоплати. Необхідні обсяги постачання сировини – 1227,5 кг пряжі щомісяця.

3.5. Організаційний план

Закупівля устаткування і створення швейного цеху дозволяють створити нові робочі місця. Це нові робочі місця для персоналу, що безпосередньо зв’язаний з розробкою нових моделей, продажами (табл. 3.19).

План по персоналу ТДВ “Південьтекст”

Посада	Кількість	Зарплата (грн.)	Платежі
Управління			
Конструктор	1	7 100,00	Щомісяця, весь проєкт
Художник	1	7 100,00	Щомісяця, з 13 по 24 міс.
Виробництво			
Майстер-бригадир	1	7 500,00	Щомісяця, весь період виробництва
Спеціаліст-в'язальник	2	7 100,00	Щомісяця, весь період виробництва
Перемотувальник пряжі	1	7 100,00	Щомісяця, весь період виробництва
Швейні робітники	2	7 100,00	Щомісяця, весь період виробництва
Прибиральниця	1	6 100,00	Щомісяця, весь період виробництва
Маркетинг			
Менеджер продаж	3	8 500,00	Щомісяця, весь період виробництва
Всього	12	57 600,00	Щомісяця, весь період виробництва

Усього: 12 осіб на загальну суму 57 600,00 грн. на місяць.

Для розширення основної діяльності і для досягнення цілей проєкту будуть потрібні вкладення в активи - нове обладнання.

Дата початку проєкту - 01.01.2022 р.

Тривалість - 42 міс. (3 роки 6 місяців)

Фінансовий рік починається в січні.

Основна валюта проєкту – грн.

Ставка дисконтування – 12%

Планується використовувати стандартну систему оподаткування, а саме:

- податок на прибуток – 2022-2024 рр. - 18%;

- ПДВ – 2022-2024 рр. - 18 %;

- єдиний соціальний внесок – 34,9%.

Інвестиційна вартість проєкту 2 860 тис. грн., у тому числі:

- придбання устаткування – 1 453 тис.грн.

- поповнення оборотних коштів – 1 407 тис.грн.

ТДВ “Південьтекст” має у своєму розпорядженні власні засоби 1 млн. грн. на реалізацію проєкту і планує залучити кредит у вигляді кредитної лінії.

Для досягнення поставлених цілей необхідне залучення інвестицій на придбання і монтаж в'язальної ділянки фабрики, яка представлена двома вузлами.

Перший вузол складають:

- плосков'язальні автомати — 3 шт., 210 000 грн.

Другий вузол складають:

- узороутворюючий автомат - 3 шт., 135 000 грн.

- кольоровий сканер, принтер, стіл для комп'ютера - 3 шт., 125 000 грн.

- обертові стільці - 3 шт., 1 500 грн.

- опції, приналежності, запчастини, 30 000 грн.

Устаткування 2019 року випуску, виробник Німеччина (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Послідовність придбання та установки нового устаткування на
ТДВ “Південьтекст”

№	Найменування етапу	Тривалість	Дата початку	Дата закінчення
1	Закупівля плосков'язальних машин	15	20.01.2022	03.02.2022
2	Закупівля узороутворюючого автомата	15	20.01.2022	03.02.2022
3	Закупівля оргтехніки для в'язальних машин	15	21.01.2022	04.02.2022
4	Опції, приналежності, запчастини, меблі	5	25.01.2022	29.01.2022
5	Установка устаткування, введення в експлуатацію	8	08.02.2022	15.02.2022

Основними стадіями реалізації проекту є придбання і постачання устаткування, установка, монтаж, введення в експлуатацію. Календарний термін реалізації інвестиційного етапу проекту складає 1 місяць з 20.01.2022 р. по 08.02.2022 р.

3.6. Фінансовий план

На кожну асортиментну групу виробів потрібне визначена кількість допоміжної сировини, такого як лейбли, нитки льоні і бавовняні, пакети, підплечники, гудзики, гумки, етикетки (у розрахунках прийняті 2 основних виду сировини), які наведено в табл. 3.8-3.19.

Таблиця 3.8

Матеріали і комплектуючі

Найменування	Од. вим.	Ціна (грн.)
Льонолавсанова пряжа	кг	380,00
Нитки	шт.	30,00

Таблиця 3.9

Прямі витрати на продукцію “Штани жіночі”

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			144,01
Льонолавсанова пряжа	0,300	0,005	114,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			144,01

Таблиця 3.10

Прямі витрати на продукцію “Джемпер жіночий”

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			201,00
Льонолавсанова пряжа	0,450	0,000	171,00
Нитки	1,000	0,005	30,00
Усього			201,00

Таблиця 3.11

Прямі витрати на продукцію “Джемпер чоловічий”

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			201,01
Льонолавсанова пряжа	0,450	0,005	171,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			201,01

Таблиця 3.12

Прямі витрати на продукцію “Плаття”

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			467,04
Льонолавсанова пряжа	1,150	0,010	437,04
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			467,04

Таблиця 3.13

Прямі витрати на продукцію «Спідниця»

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			277,01
Льонолавсанова пряжа	0,650	0,005	247,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			277,01

Таблиця 3.14

Прямі витрати на продукцію «Туніка»

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			820,08
Льонолавсанова пряжа	2,000	0,010	760,08
Нитки	2,000	0,000	60,00
Усього			820,08

Таблиця 3.15

Прямі витрати на продукцію «Шапка»

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			106,00
Льонолавсанова пряжа	0,200	0,005	76,00
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			106,00

Таблиця 3.16

Прямі витрати на продукцію «Пуловер чоловічий»

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			296,01
Льонолавсанова пряжа	0,700	0,005	266,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			296,01

Таблиця 3.17

Прямі витрати на продукцію «Шарф»

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			106,00
Льонолавсанова пряжа	0,200	0,005	76,00
Нитки	1,000	0,000	30,00
Усього			106,00

Таблиця 3.18

Прямі витрати на продукцію “Послуги ремонту населенню”

Найменування	Витрата	Втрати	Сума, грн.
Матеріали і комплектуючі			90,00
Нитки	3,000	0,000	90,00
Усього			90,00

Таблиця 3.19

Загальні витрати ТДВ “Південьтекст”

Назва	Сума (грн.)	Платежі
Управління		
Оренда приміщення	65 250,00	Щомісяця, весь проект
Комунальні послуги	10 000,00	Щомісяця, весь проект
Зв'язок	3 000,00	Щомісяця, весь проект
Інтернет	1 500,00	Щомісяця, весь проект
Виробництво		
Обслуговування устаткування	10 000,00	Щомісяця, весь проект
Доставка закуповуваної сировини	6 000,00	Щомісяця, весь проект
Маркетинг		
Реклама	11 500,00	Щомісяця, весь проект

Загальна сума необхідних інвестицій складає 2 860 400 грн. Форма інвестування — власні засоби і довгостроковий кредит у грн. Передбачувана сума кредиту в грн. на момент введення проекту — 1 860 433 грн., ставка 24% річних, на 35 місяців, у виді кредитної лінії. Передбачувані джерела фінансування - комерційний банк м. Вознесенська.

Як фінансове забезпечення притягнутого капіталу може виступати майно підприємства, власне устаткування на суму 2 500 тис. грн. У якості додаткового фінансового забезпечення може виступати угоди про наміри закуповувати товар з 3-мя оптовими компаніями.

У фінансовий план також включаються показники, які характеризують ефективність інвестицій у проект і що показують, наскільки майбутні надходження виправдають первісні інвестиції (табл. 3.20).

При розрахунку бізнес-плану закладена ставка дисконтування рівна 12%, яка буде враховувати вартість грошей у залежності від того, у який період вони

вкладені (тобто вартість грошей, вкладених у проект сьогодні, не дорівнює тій же сумі, отриманої від проекту завтра).

Таблиця 3.20

Показники ефективності інвестицій у проект розробленого бізнес-плану для
ТДВ “Південьтекст”

Показник	Од. виміру	Значення
Ставка дисконтування	%	12,00
Період окупності - РВ	міс.	39
Дисконтований період окупності - DPB	міс.	42
Середня норма рентабельності - ARR	%	37,63
Чистий приведений доход - NPV	грн.	72 684
Індекс прибутковості - PI	-	1,03
Внутрішня норма рентабельності - IRR	%	13,51
Модифікована внутрішня норма рентабельності - MIRR	%	9,74

Період окупності відбиває той період, протягом якого надходження від проекту (прибуток) окуплять вкладені в проект інвестиційні витрати і складає 42 місяця (з урахуванням ставки дисконтування). Період окупності відповідає чеканням акціонерів по поверненню інвестицій від проекту.

NPV - чистий приведений доход по проекту - складає 72 684 грн.

Індекс прибутковості показує, яку суму коштів у підсумку реалізації проекту буде отримане на 1 грн. вкладених у нього інвестицій. Індекс прибутковості складає 1,03, що говорить про необхідність підвищення фондівіддачі, зниження витрат по проекту - перегляду переліку постачальників з метою вибору більш доступних у ціновому плані джерел сировини і підвищення рентабельності виробництва, а також підвищення планованого виторгу.

IRR - внутрішня норма рентабельності - відбиває норму прибутку на інвестований капітал, тобто максимальну рентабельність, що може забезпечити реалізацію цього проекту. Як правило, вона порівнюється інвестором з альтернативними джерелами вкладення вільних коштів і вибирається максимальна величина за інших рівних умов. IRR - це граничне значення ставки дисконтування, що може витримати даний проект. Внутрішня норма рентабельності складає 13,51 і перевищує ставку дисконтування. За

перерахованими показниками проект ефективний і з економічної точки зору його реалізація доцільна.

3.7. Аналіз ризиків проекту

Необхідно оцінити стійкість проекту до впливу різних факторів - його здатність забезпечувати показники ефективності інвестицій у бажаному діапазоні. Ризик-аналіз складається з якісного аналізу - визначення основних ризиків проекту - і їхньої кількісної оцінки. Найчастіше для кількісної оцінки ризиків використовується аналіз чутливості проекту, що показує, як зміняться показники ефективності інвестицій у залежності від зміни одного з факторів. Як фактори рекомендується вибирати дані, зв'язані з основними ризиками проекту і з даними, значення яких є невизначеними. У першу групу обов'язково включають такі фактори, як падіння збуту - цін і обсягів продажів, ріст цін на основні ресурси і статті витрат, збільшення ставок по кредитах. Також варто провести аналіз чутливості проекту до зміни ставки дисконтування.

Основними ризиками проекту є підвищення собівартості продукції і ризик падіння продажів (зниження показників, як по обсягах продажів, так і за передбаченою ціною реалізації).

Проект найбільш чуттєвий до зміни обсягу збуту і ціні збуту, у зв'язку з цим необхідно контролювати виконання плану продажів і дотримувати розрахованого рівня цін.

Таким чином, проект "Створення ательє - міні-фабрики по пошиттю трикотажних виробів" є ефективним з погляду вкладення засобів і доцільний для реалізації.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

Створення для людини сприятливих умов на її робочому місці, охорона її праці - одна з головних турбот будь-якого високоморального суспільства.

Основні положення по охороні праці в законодавчому порядку закріплені в Конституції України, у Кодексі законів про працю України та у Законі України «Про охорону праці» (зі змінами та доповненнями).

Закон України «Про охорону праці» визначає основні положення по реалізації конституційного права громадян на охорону їхнього життя і здоров'я в процесі трудової діяльності, регулює при участі відповідних державних органів відносини між власником підприємства, установи і організації чи уповноваженим їм органом і працівником по питанням безпеки, гігієни праці і виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні.

Відповідно до статті 1 цього Закону «Охорона праці - це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів і засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності людини в процесі праці».

Дія цього Закону поширюється на всі підприємства, установи й організації незалежно від форм власності і видів їхньої діяльності.

Людина випробує вплив різних виробничих факторів. Ці фактори можуть робити на людину сприятливий і несприятливий вплив. Відповідно до ДСТ 12.0.002-80 несприятливі виробничі фактори можуть бути небезпечними (їхній вплив на працюючого у визначених умовах приведе до травми чи іншому раптовому погіршенню здоров'я) і шкідливими (їхній вплив у визначених умовах приведе до захворювання чи зниження працездатності). Шкідливий виробничий фактор в залежності від рівня і тривалості впливу може стати небезпечним. Класифікація небезпечних і шкідливих факторів визначений ДСТ 12.0.003-74.

Виробничі умови праці, міждержавний стандарт системи стандартів безпеки праці (ГОСТ ССБТ 12.0.003-74 "Опасные и вредные производственные факторы. Классификация") визначає як сукупність чинників виробничого середовища, що здійснюють вплив на здоров'я і працездатність людини в процесі праці.

До цього відносяться:

- санітарно-гігієнічні, які визначають зовнішнє виробниче середовище на робочих місцях (стан повітря, освітлення, шуму та вібрації, різні види випромінювань), а також санітарно-побутове обслуговування;
- систематичні, які забезпечують формування позитивних емоцій у працівників (інтер'єр виробничого приміщення, озеленіння, функціональна музика);
- енергономічні, що установлюють відповідні параметри обладнання і оснащення робочих місць антропологічні та психічні можливості працюючих.

Для забезпечення нормальних умов праці всі чинники виробничого середовища повинні систематично контролюватись. Основними директивними документами, регламентуючими умови праці являються:

- Закони України;
- Державні нормативні акти про охорону праці;
- Державні стандарти України;
- Міждержавні стандарти системи стандартів безпеки праці;
- Санітарні норми і правила;
- Будівельні норми і правила.

Підвищення технічного рівня виробництва нерозривно пов'язано з широким використанням різних видів електроніки, телебачення, оптичних квантових генераторів, електро-обчислювальних машин. Всі ці прилади являються джерелами електромагнітних випромінювань, які зараз прийнято позначити одним терміном - іонізуючі випромінювання. Коло лиць, що підлягають впливу таких випромінювань весь час розширюється. Швидкий темп змін в умовах праці великого контингенту працюючих призводить у деяких випадках до зміщення

впливу на працюючу людину нових, раніше невідомих і шкідливих виробничих чинників фізичного, біологічного і особливо фізіологічного чинника.

В зв'язку з цим необхідно удосконалювати роботи по охороні праці, промислові, дослідницькі та конструкторські роботи по охороні праці, впроваджувати нові ефективні засоби забезпечення безпеки.

Таким чином, небезпечними факторами називаються виробничі чинники, вплив яких на працюючого в певних умовах призводить до травм чи іншого раптового погіршення здоров'я. Якщо виробничий чинник призводить до захворювання чи до зниження працездатності то його вважають шкідливим.

В залежності від рівня тривалості, вплив шкідливих виробничих чинників може стати небезпечним.

У ГОСТ ССБТ 12.0.003-74 приводиться класифікація елементів умов праці, які грають роль небезпечних та шкідливих виробничих чинників. Вони підрозділяються на чотири групи: фізичні, хімічні, біологічні та психофізіологічні.

Експлуатація електронно-обчислювальних машинах супроводжується утворенням ряду небезпечних і шкідливих виробничих чинників фізичного та психофізіологічного характеру на працівників, що обслуговують електронно-обчислювальних машинах. Під час праці впливають наступні небезпечні і шкідливі чинники:

- фізичні підвищення рівня шуму, електромагнітних випромінювань;
- підвищення напруги електричного, магнітного полів;
- недостатньо освітлення робочого міста чи підвищена яскравість світла;
- психофізіологічні-фізичні (статистичні) і нервово-психічні перевантаження;
- розумова перенапруга;
- монотонність праці;
- емоційні перенапруження.

Розглянемо небезпечні та шкідливі чинники при роботі на електронно-обчислювальних машинах, які присутні у досліджуваному відділі підприємства.

1. Освітлення недостатнє робочої зони. Постійна робота з документами надає якості освітленню робочого міста важливе значення. Недостатнє чи неправильне освітлення викликає через мірну втому органів зору, призводить до погіршення зору.

СНИП 11-4-79 „Штучне та природне освітлення” описує норми і правила освітлення в робочій зоні. Загальне освітлення повинно бути не нижче 200лк, а в робочій зоні - не нижче 300 лк. Потужність лампи не менше 60-70Вт.

Для освітлення робочої зони якісніше використовувати люмінесцентні лампи (тобто лампи денного світла). Це пояснюється тим, що їх спектр освітлення найбільше близький до природного освітлення. При цьому важливо слідкувати, щоб лампи не гуділи, тому що це може роздратовувати і призводити до зниження робото спроможності. Необхідно також враховувати колір стін і меблів - кольорова палітра повинна нести заспокійливий і нейтральний характер.

2. Рівень шуму в приміщенні.

Звукові коливання з'являються при порушенні стаціонарного стану середовища в наслідок впливу на нього будь-якої збуджувальної сили.

Слуховий апарат людини володіє неоднаковою чутливістю до звуків різної частоти (800-40000 Гц), на низьких (20-100Гц). В якості характеристик звука використовуються логарифмічних величини звукового тиску і інтенсивності.

Шумом є всякий небажаний для людини звук. Звук — пружні коливання, що розповсюджуються в твердому, рідкому чи газоподібному середовищах.

В залежності від рівня, характеру, тривалості шуму, а також від індивідуальних особливостей людини шум може оказувати на нього різні впливи. Шум, навіть тоді коли він невеликий (при рівні 50-60 дБА), створює значне навантаження на нервову систему людини, здійснює на неї психологічний вплив.

Це особливо часто спостерігається у людей, зайнятих розумовою діяльністю. Слабкий шум по різному впливає на людей. Причиною цього може бути: вік, здоров'я, вид праці, фізичний та душевний стан людини у момент дії шуму і інших чинників. Шум, що виробляється самою людиною, не турбує її, а невеликий зайвий шум може чинити великий ефект роздратування. При

збільшенні рівня шуму до 80 дБА і більше, шум здатний здійснювати фізіологічний вплив на людину. Під впливом сильного шуму (90-100 дБА) знижується гострота зору, виникають головний біль і запаморочення, порушуються ритми дихання і серцевої діяльності. Підвищується кров'яний тиск, порушується процес травлення, відбувається зміна об'єму внутрішніх органів.

Звукові коливання можуть сприйматись не тільки розумом, але і через кістки черепа (так звана кісна провідність). Таким чином, шум викликає несприятливу реакцію всього організму.

Нижче в табл. 4.1 наведені граничні рівні шуму в відповідності з ГОСТ ССБТ 12.1.003-83 " Шум. Общие требования безопасности".

Джерела шуму можуть носити зовнішній (шум машин на вулиці чи людей в коридорі) і внутрішні (шум принтера, друкарських машинок, розмови працівників, телефонні розмови) характер. Від зовнішніх джерел шуму захищає звукоізоляція вікон і дверей.

3. Можливість ураження електричним струмом.

Таблиця 4.1

Нормативні рівні звукового тиску і рівні звуку на робочих місцях у бухгалтерському відділі ТДВ "Південьтекст"

Вид шуму	Середньгеометричні частоти активних смуг, Гц								Рівні звуку дБА
	63	125	250	500	1000	2000	4000	8000	
	Рівні звукового тиску активних смуг, Дб								
При шумі виникаючим поза приміщення	71	61	54	49	45	42	40	38	50
При шумі виникаючим в приміщенні	63	74	68	63	60	57	55	54	65

При роботі з електроприладами необхідно приділяти великої уваги електробезпеці. Необхідно слідкувати, щоб вся оргтехніка була заземлена (при допомозі розетки). При відсутності заземлення можливо ураження електрострумом працівника, а також зіпсування персонального комп'ютера при проходженні заряду через його мікросхеми.

Також необхідний захист від електромагнітного випромінювання дисплея, яке може забезпечуватись захисним екраном.

4. Можливість виникнення пожеж.

Пожежна небезпека - можливість виникнення та розвитку пожежі в будь якій речовині, процесі, стані.

Основними причинами пожеж на виробництві є:

- недбала поведінка з вогнем;
- незадовільний стан електротехнічних пристроїв та порушення правил їх монтажу та експлуатації;
- порушення режимів технологічних процесів;
- несправність опалювальних приладів та порушення правил їх експлуатації;
- невиконання вимог нормативних документів з питань пожежної безпеки.

Дуже часто пожежі на виробництві спричинені недбалим поводженням з вогнем.

5. Вентиляція.

Під вентиляцією розуміють сукупність заходів призначених для забезпечення на постійних робочих місцях та заходів обслуговування виробничих приміщень метеорологічних умов та чистого повітряного середовища, що відповідають гігієнічним та технічним вимогам.

Основне завдання вентиляції - вивести з приміщення забруднене або нагріте повітря та подати свіже.

У фінансово-економічному відділі використовується загально обмінна штучна вентиляція яка забезпечує створення необхідного мікроклімату та чистоти повітряного середовища у всьому об'ємі робочої зони приміщення. Вона застосовується для видалення надлишкового тепла при відсутності токсичних виділень, а також у випадках, коли характер технологічного процесу та особливості виробничого устаткування виключають можливість використання місцевої витяжної вентиляції.

6. Вплив положення "сидячи".

Робота економіста пов'язана з витратами розумової енергії, в той час, як фізичної енергії витрачається мало, працівник майже цілий день повинен сидіти за столом. Це викликає порушення в обігу крові, постійна нерухомість приводить до отрафірування м'язів.

Для зниження впливу цього чинника необхідно кожну годину роботи робити перерву в роботі для проведення фізичних вправ.

Санітарними нормами і правилами встановлені такі припущенні значення:

Рівень шуму - 50дБ;

Граничнодопустима напруга електростатистичного поля на робочому місці при тривалості дії на людину до 1 години буде 60В/М.

Інтенсивність впливу неіонізуючих електромагнітних полів на обслуговуючий персонал (оператори, програмісти) залежать від потужності джерела випромінювання, розклад праці, конструктивних особливостей випромінюючих приладів, технічного складу приладів, розташування робочого місця та ефективність захисних заходів. Гранично допустима напруга електричного складового електромагнітного поля складає 10 В/М, магнітної поставної 0,3А/М.

Тривала дія неіонізуючих електромагнітних випромінювань на організм людини з інтенсивністю, що перевищує гігієнічні нормативи, призводить до функціональних змін у нервовій серцево-судинній і інших систем організму.

Проведені американськими фахівцями дослідження виявили, що змінні електромагнітні поля частотою 60Гц можуть викликати захворювання очей (а саме катаракту), злоякісні пухлини, знижують імунітет організму.

Фізичні перевантаження частіше всього впливають на систему зору та кістково-м'язову систему (плечовий суглоб, шия, верхня частина спини).

У зв'язку з цим рекомендується приймати заходи щодо зменшення дискомфорту та втоми працюючих економістів на електронно-обчислювальних машинах. Імовірність виникнення стійких порушень невелика, однак, монотонний рух при роботі на електронно-обчислювальних машинах може викликати хронічне захворювання.

ВИСНОВКИ

У випускній дипломній роботі з теоретичної та практичної сторони розглянуто бізнес-план розвитку ТДВ “Південьтекст”. Після написання роботи можна зробити наступні підсумки та пропозиції.

1. В першому розділі було розглянуто економічну сутність підприємства, бізнес-планування та особливості бізнес-плану. На сьогоднішній день, в умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції, кожний суб’єкт господарювання для збереження або розширення своєї частки на займаному сегменті ринку повинен все більше уваги приділяти не тільки сьогоднішнім проблемам підприємства, а й намагатися займатися довгостроковим плануванням діяльності. Але поставити стратегічну ціль не важко, основна проблема що постає перед власниками й топ менеджментом підприємств, це як і за рахунок чого досягти поставлену стратегічну мету за як найкоротший термін.

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

2. У другому розділі проводився аналіз ринку легкої промисловості України. Головними проблемами внутрішнього ринку легкої промисловості є: скорочення внутрішнього попиту на національну продукцію, обумовлене конкуренцією відносно дешевих імпортних товарів легкої промисловості; надмірна експортоорієнтованість галузі; неконтрольованість процесів імпорту-експорту текстильної сировини та продукції; занепад вітчизняної сировинної бази текстильної промисловості; розрив зв’язків технологічного та організаційного характеру між промисловими підприємствами та сільськогосподарськими виробниками сировини; тінізація ринку та насичення його імпортними товарами, ввезеними із заниженням митної вартості та контрабандно; техніко-технологічна відсталість значної частини підприємств, нестача власних фінансових ресурсів недоступність банківських кредитів для оновлення виробництва, низька інвестиційна привабливість галузі.

Можливості розвитку внутрішньому ринку легкої промисловості відповідно до національних інтересів передбачають: удосконалення системи забезпечення легкої промисловості сировинними ресурсами; поглиблення рівня переробки лляної, вовняної та шкіряної сировини; реалізацію потенційних можливостей з виробництва хімічних ниток та волокон; створенню науково-виробничих структур та кластерів на основі повного технологічного циклу; технічне і технологічне оновлення виробництва; впорядкування експортно-імпорتنих відносин, створення рівних умов для конкуренції вітчизняної й імпортованої продукції; боротьбу з контрабандною та контрафактною продукцією; розвиток інфраструктури бізнесу; податкове та кредитне сприяння виробничим програмам імпортозаміщення; створення сприятливих умов для залучення інвестицій; розвиток державно-приватного партнерства.

В випускній дипломній роботі пропонується створити підприємство у організаційно-правовій формі товариства з додатковою відповідальністю (ТДВ) під назвою “Південьтекст”.

3. У третьому розділі розроблено та економічно обґрунтовано бізнес-план створення нового підприємства. На ТДВ “Південьтекст” планується закупівля устаткування з метою розвитку підприємства у фабрику по виробництву чоловічого і жіночого трикотажного одягу. Використання сучасного устаткування дозволить значно збільшити діапазон використовуваних тканин, сформувати різноманітний асортимент продукції і вийти на ринок із принципово новими, сучасними моделями одягу.

ТДВ “Південьтекст” планує залучити позикові кошти для придбання і введення в експлуатацію в’язального устаткування німецької фірми. За задумом авторів проекту, ТДВ “Південьтекст” повинне стати трикотажною фабрикою, що випускає принципово нові сучасні моделі одягу.

Проведені розрахунки показали, що проект “Створення ательє - міні-фабрики по пошиттю трикотажних виробів” є ефективним з погляду вкладення засобів і доцільний для реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Л.Г. , Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. - 3-є вид., стер. - К.: Знання, 2017. - 158 с.
2. Афанасьєв М. В., Телишевська М. І., Рудика В. І. Оцінка ефективності організаційно-технічних засобів: Навчальний посібник – Харків: Вид. Дім “ІНЖЕК”, 2018. – 288 с.
3. Барнич Ю.О. Бізнес-план виробничої підприємницької діяльності: Навч. посіб. - К.: ВАТ "УкрНДІСВД", 2002. - 120 с.
4. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: Практ. посіб.: Перев. з 3-го англ. вид. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2017. – 285 с.
5. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посіб. / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболь, Г.О. Швиданенко, О.Г. Дерев'янка. – 2-е вид., доповн. - К.: КНЕУ, 2020. - 379 с.
6. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова. – М.: Финансы и статистика, 2017. - 672 с.
7. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібн. / П.В. Круш, С.О. Тульчинська, Р.В. Тульчинський, С.О. Кириченко, О.В. Кривда, О.П. Кавтиш. - К.: Центр учб. л-ри, 2008. - 206 с.
8. Господарський кодекс України // Інформаційно-правовий центр «Ксилон». – 2003. – с. 224.
9. Грицюк Е.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.: Дакор, 2009. - 303 с.
10. Економіка підприємства: Навч. посіб. / А.В. Калина, А.А. Котвицький, О.З. Стожок. - К.: Знання України, 2017. - 323 с.
11. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2018. – 431 с.
12. Економіка підприємства: Підручник / За заг. Ред.. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2017. – 608 с.

13. Жидацький В.Ц. Основи охорони праці: Підруч. - 3-є вид., переробл. та доповн. - Л., 2018. - 335 с.
14. Іванілов О.С. Економіка підприємства: Підруч. - К.: Центр учбової літератури, 2019. - 728 с.
15. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями // За ред. В.М. Попова. – вид. 4-те, перероб. і доповн. – К.: ЦУЛ, КиоРус, 2018. – 383 с.
16. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія і практика: Підручник. - Л.: Магнолія Плюс, 2019. - 428 с.
17. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності. – Х.: Фактор, 2019. - 244с.
18. Костенко Т.Д., Підгора Є.О. Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 400 с.
19. Кучеренко В.Р., Карлов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. посібник. – К.: Знання, 2020. – 423 с.
20. Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. - 2-е вид., стер. - К.: Знання, 2016. - 580 с.
21. Маханько В.Г. Планування виробничої діяльності підприємства з урахуванням конкурентоспроможності продукції // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. - 2010. - Вип. 5. - С. 139-146.
22. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. – К.: Скарби, 2002. – 336 с.
23. Планування і діагностика діяльності підприємств: Навч. посіб. / І. Р. Залуцький, В. М. Цимбалюк, С. Г. Шевченко. - Л.: Новий Світ-2000, 2009. - 320 с.
24. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: Навч.-метод. посібник. – Львів: Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2020. – 223 с.
25. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2017. – 160 с.

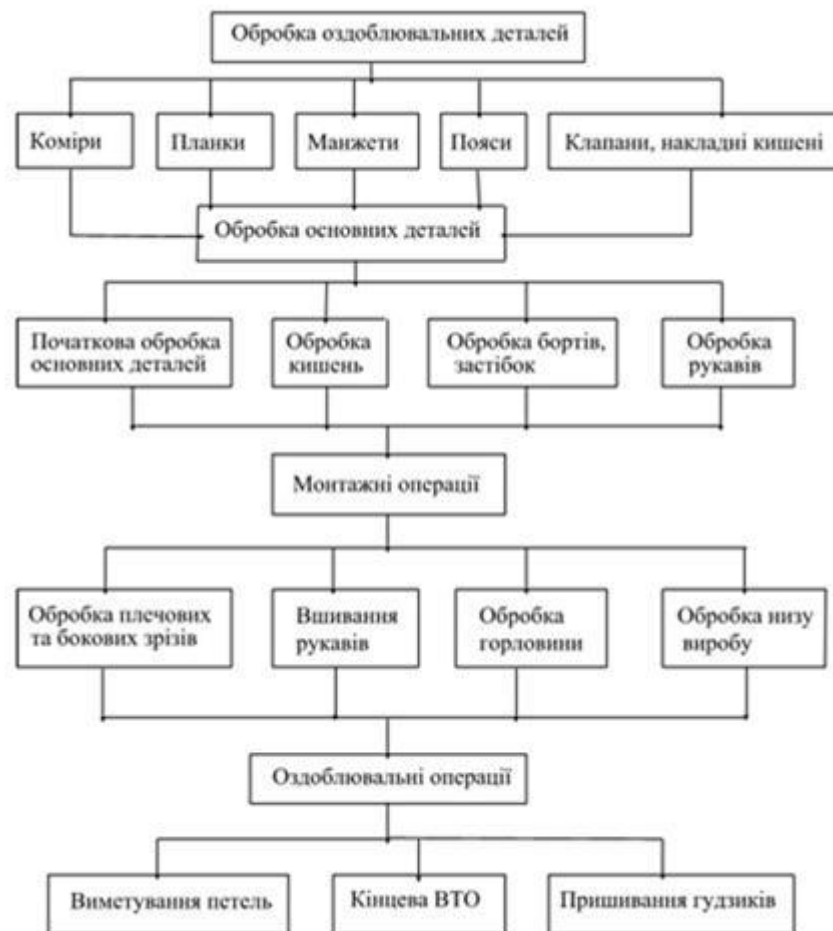
26. Семенов Г.А., Станчевський В.К., Семенов А.Г., Гребінець К.М. Організація і планування на підприємстві: Навч. посібник. – К.: Центр навч. літерат., 2016. – 521 с.
27. Сладкевич В.П. Стратегічний менеджмент організацій: Підручник. – К.: Персонал, 2018. – 495 с.
28. Стратегічне управління: Підручник / О.М. Тищенко, Т.М. Хміль, С.К. Василик, Т.М. Чечетова-Терашвілі, О.В. Ревенко. - Х.: ІНЖЕК, 2009. - 280 с.
29. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. - Житомир, 2006. - 419 с.
30. Тарасюк Г.М. Планова діяльність як системний процес управління підприємством: Моногр. - Житомир, 2006. - 469 с.
31. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. 2-ге вид. – К.: Каравела, 2015. – 312 с.
32. Фінансово-економічний аналіз: Підручник / Буряк П.Ю., Римар М.В., Бець М.Т. та ін. Під заг. ред. П.Ю. Буряка, М.В. Римара. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 528 с.
33. Хобчан М.І., Харів П.С., Бойчук І.М., Лотиш О.Л. Організація і планування виробництва: теорія і практика. Навч. Посібник. – Тернопіль: ТАНГ, 1996. – 193 с.
34. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. - Л.: Новий світ-2000, 2018. - 268 с.
35. Щуренко Н.В. Економічний аналіз: Навчальний посібник. – Львів: “Новий Світ-2000”, 2016. – 344 с.

ДОДАТОК А

Імпорт та експорт товарів легкої промисловості в Україні

Назва товару	Імпорт, тис. дол.			Експорт, тис. дол.			Сальдо
	2020р.	2020 р. до 2019 р., %	% до під- сумку	2020 р.	2020 р. до 2019 р., %	% до під- сумку	
Шкури	626	141,0	0,02	1 719	124,6	0,16	1 093
Шкіряні товари	71 837	139,4	2,84	120 883	85,6	11,41	49 046
Вироби із шкіри	97 723	151,4	3,87	44 112	157,9	4,17	-53 611
Сировина пушно-хутрова та хутрові шкури	3 660	70,4	0,14	6 671	99,0	0,63	3 011
Одяг з хутра	2 274	107,1	0,09	354	64,4	0,03	-1 920
Хутро штучне та вироби з нього	1 257	2,9 рази	0,05	82	40,8	0,01	-1 175
Відходи шовкові	3	-	0,00	-	-	-	-
Пряжа з шовку, нитки шовкові	4	36,4	0,00	-	-	-	-
Тканини з шовку	2 560	123,2	0,10	55	74,3	0,01	-2 505
Вовна та відходи вовни	2 853	92,7	0,11	226	146,8	0,02	-2 627
Пряжа з вовни	2 154	110,7	0,09	38	88,4	0,00	-2 116
Тканини вовняні	51 146	92,3	2,02	5 217	104,8	0,49	-45 929
Бавовна та відходи бавовни	13 267	82,7	0,53	67	54,0	0,01	-13 200
Нитки та пряжа бавовняна	24 741	136,7	0,98	1 686	53,8	0,16	-23 055
Тканини бавовняні	137 079	118,3	5,43	4 011	105,5	0,38	-133 068
Волокно лляне, конопляне, джутове, сизало	871	82,7	0,03	1 107	104,1	0,10	236
Пряжа лляна та з інших рослин	2 439	205,8	0,10	16	27,6	0,00	-2 423
Тканини з льону та інших рослин	10 233	102,4	0,41	154	114,9	0,01	-10 079
Нитки та пряжа з хімічних ниток	113 211	158,8	4,48	4 154	61,1	0,39	-109 057
Джути та волокна штапельні	106 224	117,6	4,20	898	108,1	0,08	-105 326
Тканини з хімічних ниток та волокон	193 890	132,2	7,67	7 412	83,1	0,70	-186 478
Вата	53 287	114,3	2,11	18 699	87,6	1,77	-34 588
Фетр і повсть	2 980	122,8	0,12	43	65,2	0,00	-2 937
Неткані матеріали	58 921	143,2	2,33	8 076	118,1	0,76	-50 845
Килими	37 856	159,1	1,50	11 645	78,4	1,10	-26 211
Інші текстильні матеріали	82 077	123,5	3,25	6 026	149,8	0,57	-76 051
Трикотажні полотна	83 414	139,1	3,30	6 662	164,7	0,63	-76 752
Одяг трикотажний	278 373	174,7	11,02	109 298	116,8	10,32	-169 075
Панчішно-шкарпеткові вироби	111 283	198,5	4,40	16 247	153,1	1,53	-95 036
Одяг текстильний	297 917	132,6	11,79	420 435	98,5	39,70	122 518
Ковдри та пледи дорожні	11 428	120,8	0,45	5 120	184,5	0,48	-6 308
Білизна постільна, столова, гардини, штори	44 241	185,0	1,75	18 863	93,7	1,78	-25 378
Інші вироби, мішки, брезент, навіси, тенти, ганчір'я	46 337	155,1	1,83	65 857	119,2	6,22	19 520
Одяг, що використовувався	104 292	167,9	4,13	391	2,2 рази	0,04	-103 901
Взуття та частини взуття	468 893	175,5	18,56	169 329	121,9	15,99	-299 564
Головні убори	7 293	87,4	0,29	3 550	86,5	0,34	-3 743
Всього товарів	2526644	145,3	100,0	1059103	104,7	100,0	-1467541




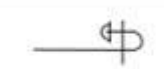
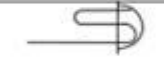




Схема типової послідовності збирання швейних виробів з трикотажних полотен



Шви, які застосовуються при виготовленні швейних виробів з трикотажних

ПОЛОТЕН

Шви	Схема шва	Строчка	Характеристика і використання
1	2	3	4
кетельний		одно- або двониткова кетельна ланцюгового стібка	характеризується розтяжністю, м'якістю, невеликою товщиною, відсутністю рубця
накладний з закритим зрізом		двониткова човникового або ланцюгового стібка	для настрочування кресних накладних карманів, кокеток
шов у стик		чотирьох-, шести- або дев'ятиниткова плоска	характеризується великою міцністю і еластичністю
накладний з відкритим зрізом		двониткова зігзагоподібна човникового або ланцюгового стібка	для пришивання мережив, тасьми, для настрочування накладних суцільнокресних кишень і т.п., а також для з'єднання деталей білизняного і верхнього одягу
		двониткова для човникового або ланцюгового стібка	

настрочний		човникового або ланцюгового стібка	одним закритим зрізом
		трьохниткова плоска	
крайові: в'їдгн з відкритим зрізом		однониткова потайна ланцюгового переплетення	для підшивання низу виробів і рукавів
		двониткова човникового або ланцюгового	
		двониткова крайобметувальна	
		трьохниткова плоска і інші	
в'їдгн з закритим зрізом		двониткова човникового або ланцюгового стібка	для обробки низу виробу і рукавів, розрізу рукавів в сорочках і ін.
		трьохниткова плоска і інші	
обшивний		двониткова човникового або ланцюгового стібка	використання при обробці кресних комірів, клапанів, манжет і т.ін.

Виробництво текстильних товарів

