

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва**

**Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Спеціалізація (освітня програма) «Підприємництво»**

Заочна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

МАЛОЇ ОЛЬГИ ВІТАЛІЇВНИ

**на тему «ОБґРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ
ВИРОБНИЦТВА НАПІВФАБРИКАТІВ ДЛЯ ВИПКАННЯ»**

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності Малої О.В.*

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доцент
_____ Олександр Старіков

Робота допущена до захисту в ЕК «__»_____2023р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф.

Інна РЄПНА

Київ - 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ	7
1.1 Аналіз маркетингового середовища.....	7
1.2. Аналіз інституційного середовища.....	15
РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН БІЗНЕС-МОДЕЛІ	22
2.1 Опис бізнес – моделі реалізації підприємницької ідеї.....	22
2.2 Ресурсне забезпечення реалізації ідеї	26
РОЗДІЛ 3	32
ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ	32
3.1 Організаційні аспекти реалізації підприємницької ідеї.....	32
3.2 Економічні аспекти підприємства виготовлення напівфабрикатів для випікання.....	39
ВИСНОВКИ.....	49
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	51
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Зважаючи на постійний розвиток галузі виробництва харчових продуктів та збільшення попиту на якісну та здорову їжу, виникає необхідність у нових підходах та ідеях для задоволення потреб споживачів. У зв'язку з цим, метою даної дипломної роботи є обґрунтування підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випікання, яка базується на збалансованому підході до харчування та забезпеченні споживачів якісними та смачними продуктами. Для досягнення поставленої мети, в роботі буде проведений аналіз зовнішнього середовища реалізації підприємницької ідеї, дизайн бізнес-моделі та обґрунтування доцільності реалізації ідеї з організаційних та економічних аспектів.

Метою даного дослідження є обґрунтування підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випікання на основі аналізу зовнішнього середовища та розробки дизайну бізнес-моделі з урахуванням організаційних та економічних аспектів.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз маркетингового середовища та визначити потенційний попит на вироблені продукти.
2. Проаналізувати інституційне середовище та визначити законодавчі та регуляторні обмеження для виробництва напівфабрикатів для випікання.
3. Розробити бізнес-модель виробництва напівфабрикатів з урахуванням ресурсного забезпечення та визначити ключові фактори успіху.
4. Обґрунтувати доцільність реалізації ідеї з організаційних аспектів, визначити структуру підприємства, охарактеризувати основні процеси та визначити необхідний персонал.

5. Провести економічний аналіз і визначити очікувані показники ефективності підприємства, розрахувати необхідні інвестиції та прогнози фінансові результати.

6. Сформулювати висновки та рекомендації щодо реалізації підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випікання.

Об'єктом дослідження є обґрунтування підприємницької ідеї та доцільності її реалізації.

Предметом дослідження є методи і процеси обґрунтування підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випікання.

Були використані різні методи дослідження, загальним чином всі методи будуть пов'язані в проектом та загальним чином допоможуть в отриманні результатів, зокрема виділити можливо такі методи:

- Аналіз літературних джерел - використання науково-популярних та наукових джерел, щоб дослідити вже наявні знання про предмет дослідження.
- Статистичний аналіз - вивчення статистичних даних для отримання інформації про ринок, споживачів, технологічні та економічні аспекти.
- Експертні оцінки - проведення опитування фахівців для отримання думок та рекомендацій з питань бізнесу, технологій, маркетингу.
- Анкетування - проведення опитування різних груп зацікавлених осіб, таких як потенційні споживачі, для дослідження їхніх потреб та вимог.
- Експериментальні дослідження - проведення практичних експериментів для вивчення технологічних та інших аспектів виробництва напівфабрикатів.
- Структурний аналіз - вивчення структури та функціонування суспільства, ринку та конкурентів, для визначення тенденцій розвитку та потенційних можливостей.

Значущість отриманих результатів дослідження може мати різний характер, залежно від того, для якої галузі знань або сфери життєдіяльності проводиться дослідження.

У нашому випадку, значущість отриманих результатів полягає у можливості виробництва та реалізації нових продуктів - напівфабрикатів для випікання. Результати дослідження мають допомогти в обґрунтуванні доцільності створення такого підприємства, а також визначити основні напрямки його розвитку.

Крім того, значущість отриманих результатів полягає у можливості внесення нових знань у наукову базу підприємництва та маркетингу, а також у визначенні пріоритетів та можливих шляхів вирішення проблем, що виникають при запуску та розвитку підприємства з виробництва напівфабрикатів для випікання.

Інформаційна база дослідження включає в себе різноманітні джерела інформації, які використовуються для проведення дослідження. Для дипломної роботи на тему "Обґрунтування підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випікання" можуть бути використані наступні джерела інформації:

- Наукова література, присвячена темі дослідження, зокрема монографії, наукові статті, дисертації та інші видання з питань маркетингу, бізнес-планування, виробництва продукції тощо.
- Статистична інформація про ринок напівфабрикатів та продуктів випікання, зокрема статистичні звіти, дослідження ринку, звіти про продажі тощо.
- Інформація про законодавче середовище, що регулює діяльність підприємств у сфері виробництва продуктів харчування, зокрема закони та нормативні акти, які впливають на виробництво та реалізацію продукції.
- Інформація про існуючі підприємства, які займаються виробництвом напівфабрикатів та продуктів випікання, зокрема інформація

про їхню організаційну структуру, обсяги виробництва, відносини зі споживачами тощо.

- Експертні оцінки та інтерв'ю з фахівцями у галузі виробництва продуктів харчування, маркетингу, бізнес-планування тощо.

- Інтернет-ресурси, що містять інформацію про технології виробництва, продажу та рекламу продукту.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ

1.1 Аналіз маркетингового середовища.

Даний розділ в дипломній роботі містить дослідження факторів, що впливають на підприємницьку ідею з виробництва напівфабрикатів для випікання з погляду зовнішнього середовища [1; 30]. У цьому розділі можна зробити аналіз таких аспектів:

1. Маркетингове середовище [20]:

- Ринок: опис і аналіз ринку напівфабрикатів для випікання, його потенціалу та можливостей;
- Конкуренти: опис і аналіз головних конкурентів на ринку, їх стратегій та пропозицій;
- Потенційні покупці: визначення цільової аудиторії, її потреб та очікувань.

2. Інституційне середовище:

- Правове середовище: опис і аналіз законодавчої бази, що регулює діяльність на ринку напівфабрикатів для випікання;
- Податкове середовище: аналіз податкових пільг та інших стимулів для розвитку виробництва напівфабрикатів для випікання;
- Соціально-економічне середовище: опис і аналіз соціально-економічних процесів, що можуть впливати на розвиток підприємницької ідеї.

У цьому розділі необхідно проаналізувати всі можливі фактори, які можуть впливати на розвиток і реалізацію підприємницької ідеї з

виробництва напівфабрикатів для випікання. Важливо описати тенденції та перспективи ринку, визначити переваги та недоліки конкурентів, охарактеризувати соціально-економічні умови розвитку бізнесу.

Для аналізу ринку напівфабрикатів в Україні можна використати дослідження ринку, опубліковані статистичні звіти, а також провести спеціальні опитування серед потенційних споживачів і дослідити конкурентне середовище [14]. Результати такого дослідження допоможуть визначити потенційний попит на продукт, конкурентну перевагу, можливості розширення ринку і інші важливі аспекти для успішної реалізації підприємницької ідеї [4].

Існує кілька підходів до аналізу ринку, але основні кроки аналізу включають наступне:

- Визначення масштабу ринку: оцінка загального обсягу ринку, його структури та динаміки.
- Визначення цільової аудиторії: вивчення характеристик потенційних споживачів (вік, стать, дохід, інтереси тощо).
- Вивчення конкурентного середовища: вивчення пропозиції і попиту на товари або послуги, що конкурують з вашими.
- Вивчення тенденцій і факторів, що впливають на ринок: дослідження новітніх технологій, змін у законодавстві, зміна вимог споживачів тощо.
- Аналіз SWOT: визначення сильних і слабких сторін компанії, можливостей та загроз на ринку.

Для того аби проаналізувати ринок напівфабрикатів необхідно звернути увагу на велику кількість факторів, деякі з них це:

1 Розмір ринку. Ринок напівфабрикатів в Україні в останні роки відзначався стабільним зростанням, що свідчить про його великий потенціал.

2 Конкуренція. На ринку напівфабрикатів в Україні діє достатня кількість конкурентів, серед яких можна виділити як малі, так і великі

підприємства. Основними гравцями на ринку є вітчизняні компанії, що забезпечують виробництво напівфабрикатів.

3 Попит на продукцію. В Україні спостерігається зростання попиту на продукцію напівфабрикатів, що обумовлено зростанням кількості сучасних кухонь, де багато уваги приділяється якості та швидкості приготування їжі.

4 Законодавче середовище. На ринку напівфабрикатів в Україні існують певні правила та норми, які регулюють виробництво та реалізацію продукції. Законодавство в цій галузі постійно змінюється, тому потрібно слідкувати за останніми змінами.

5 Тенденції ринку. Останніми роками на ринку напівфабрикатів в Україні спостерігається тенденція до збільшення виробництва здорової їжі та продукції зі зменшеним вмістом шкідливих речовин.

6 Сезонність. Попит на продукцію напівфабрикатів в Україні може змінюватися залежно від сезону, наприклад, влітку попит на м'ясні напівфабрикати менше, але зростає попит на продукцію з фруктовими начинками.

Розглядаючи потенційних клієнтів є велика кількість людей та корпорацій які будуть зацікавлені в нашому продукті, зокрема маємо змогу виділити такі групи:

- Господарки, які люблять готувати вдома і шукають якісні та зручні напівфабрикати для випікання.
- Ресторани, кафе та інші заклади громадського харчування, які мають потребу у великих обсягах продукції для випікання.
- Магазины продуктів харчування, які хочуть розширити асортимент та пропонувати якісні та смачні напівфабрикати своїм клієнтам.
- Кондитерські виробництва, які шукають якісний та зручний продукт для своєї виробничої лінії.
- Супермаркети та гіпермаркети, які пропонують продукти для випікання в своїх відділах домашньої та професійної кулінарії.

На ринку пропозиції велика кількість малого та середнього бізнесу який займається виготовленням напівфабрикатів про те на ринку є і великі компанії які займають велику нішу на даному ринку [34].

На ринку напівфабрикатів в Україні можна виділити декілька гравців, що мають значний вплив на ринок та конкурують між собою. До найбільших конкурентів можна віднести наступні компанії [33]:

ТМ "Віта" - це один з найбільших виробників хлібобулочних виробів і напівфабрикатів в Україні. Компанія має власну мережу роздрібних магазинів і пунктів продажу, які знаходяться в більшості міст країни. Виробництво продукції відбувається на власних виробничих потужностях, що дозволяє контролювати якість від початку до кінця виробничого процесу.

ТМ "Здоровий світ" - це відомий український виробник природних харчових продуктів, включаючи напівфабрикати для випікання. Компанія працює на ринку більше 10 років і має свою власну розробку у галузі виготовлення продуктів з натуральних компонентів.

ТМ "Колос" - це ще один з відомих виробників хлібобулочних виробів і напівфабрикатів в Україні. Компанія має десятки виробничих підприємств по всій країні, а також мережу роздрібних магазинів та пунктів продажу.

ТМ "Хлібці" - це компанія, що спеціалізується на виробництві натуральних хлібних виробів та напівфабрикатів для випікання. Компанія має власне виробництво та розробки, що дозволяє забезпечити високу якість продукції.

На ринку напівфабрикатів спостерігається тенденція постійного росту проте якщо робити певні конкретні висновки то зростання попиту на здорову їжу та напівфабрикати з натуральних інгредієнтів без ГМО та штучних добавок. Дивлячись на розвиток ринку готових страв, який став популярним серед зайнятих людей та тих хто не має бажання чи навичок готуватися самостійно.

Потрібно також звертати увагу на тих людей у яких є своє бачення в їжі таким чином люди які являються веганами або вегетеріанцями будуть

зацікавлені в їжі свого формату, також здорова конкуренція приводить до постійного розвитку ринку та його постійну адаптацію та поширення.

Обсяг виробництва залежить від багатьох факторів, таких як потужність обладнання, кількість працівників, наявність ринків збуту та багато іншого.

На прикладі буде розглянуто малий бізнес який являється місцевим на місці мого проживання, зважаючи на формат виготовлення та кількість замовлень за квартал компанія виготовляє достатню кількість товарів з можливістю збуту. Розрахувати кількість здобутого та виловленого товару не має здатності так як необхідно відповідати кількості замовлень.

5 сил Портера - це концептуальна модель, запропонована професором Майклом Портером, яка допомагає аналізувати конкурентну ситуацію на ринку. Модель включає 5 основних сил, які впливають на конкуренцію відомих як "5 сил Портера". Ці сили включають:

- Загрозу нових учасників на ринку - нові компанії, які можуть конкурувати з вже існуючими.
- Загрозу заміни продуктів - можливість заміни продуктів альтернативними продуктами.
- Влада постачальників - вплив постачальників на ціни та якість продуктів.
- Влада покупців - вплив покупців на ціни та якість продуктів.
- Рівень конкуренції між існуючими компаніями на ринку - рівень конкуренції між існуючими компаніями.

Аналіз 5 сил Портера допомагає компанії зрозуміти, які фактори впливають на її конкурентоспроможність та як зробити її більш успішною на ринку.

Далі представлений аналіз методом 5 сил М.Портера на рисунку 1.1.

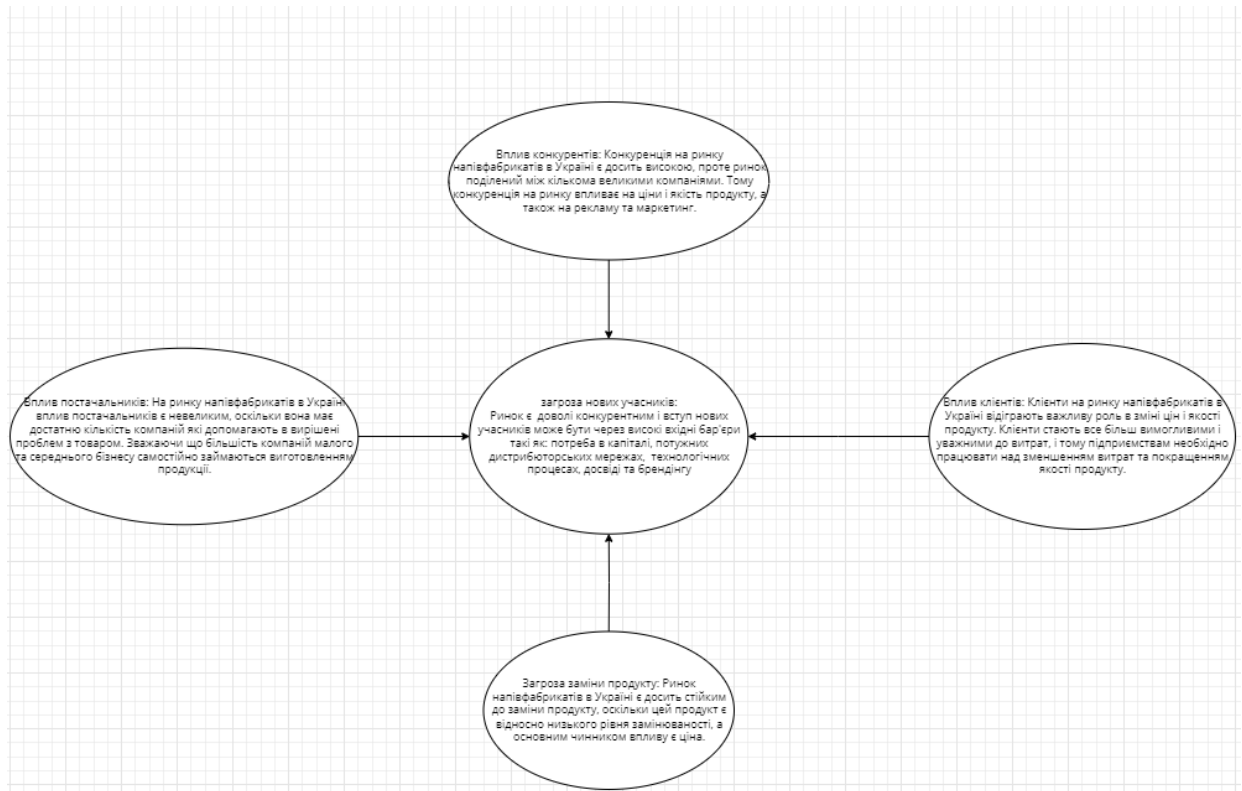


Рисунок 1.1. – Аналіз 5 сил М.Портера

Джерело: Розроблено автором на основі дослідження

Далі представлений кожен з головних аспектів аналізу за методом 5 сил М.Портера. Відповідно отримуємо такі результати дослідження.

Загроза нових учасників: Ринок напівфабрикатів в Україні є доволі конкурентним, і вступ нових учасників може бути складним через високі вхідні бар'єри. Такі бар'єри, як висока потреба в капіталі, потужних дистриб'юторських мережах, технологічних процесах, досвіді та брендінгу.

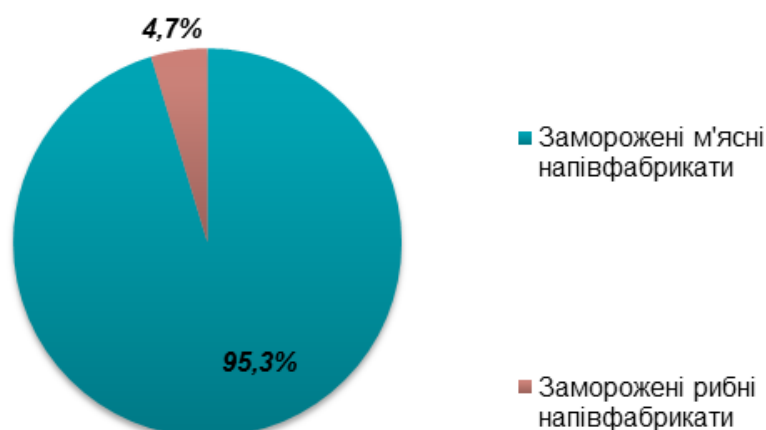
Загроза заміни продукту: Ринок напівфабрикатів в Україні є досить стійким до заміни продукту, оскільки цей продукт є відносно низького рівня замінюваності, а основним чинником впливу є ціна.

Вплив конкурентів: Конкуренція на ринку напівфабрикатів в Україні є досить високою, проте ринок поділений між кількома великими компаніями. Тому конкуренція на ринку впливає на ціни і якість продукту, а також на рекламу та маркетинг.

Вплив клієнтів: Клієнти на ринку напівфабрикатів в Україні відіграють важливу роль в зміні цін і якості продукту. Клієнти стають все більш вимогливими і уважними до витрат, і тому підприємствам необхідно працювати над зменшенням витрат та покращенням якості продукту.

Вплив постачальників: На ринку напівфабрикатів в Україні вплив постачальників є невеликим, оскільки вона має достатню кількість компаній які допомагають в вирішенні проблем з товаром. Зважаючи що більшість компаній малого та середнього бізнесу самостійно займаються виготовленням продукції.

За даними популярності напівфабрикатів в 2020 році було проведено дослідження яке продемонстровано на рисунку 1.2.



Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики

Рисунок 1.2. – Структура ринку заморожених напівфабрикатів в Україні за видами продукції за 2020р., %

Попит на ринку напівфабрикатів залежить від кількох факторів, таких як економічна ситуація, споживчі звички, демографічні тенденції, технологічні зміни, стиль життя та культурні традиції.

Зазвичай, попит на напівфабрикати зростає, коли люди мають мало часу на готування, що може бути пов'язано зі збільшенням кількості робочих

годин, зайнятістю вдома та на роботі, або зі змінами в стилі життя, такими як більш активний та мобільний спосіб життя.

Також попит на ринку напівфабрикатів може залежати від демографічних тенденцій, таких як зростання населення, зміна структури населення (наприклад, збільшення кількості одиноких людей або домогосподарств з обмеженим часом на готування) та зміна етнічного складу населення.

Крім того, попит на напівфабрикати може бути впливаний технологічними змінами, такими як збільшення використання мікрохвильових печей та інших пристроїв для швидкого готування їжі.

Залежно від конкретної ситуації на ринку, попит на напівфабрикати може бути стабільним або зростати/зменшуватися з часом. Для точнішого визначення попиту на ринку можуть використовуватися різні методи дослідження, такі як опитування споживачів, аналіз продажів та збору статистичних даних.

Певним висновком виступає факт що якість товару повинна повністю відповідати її ціні якщо дане правило буде виконане в такому випадку бізнес буде прибутковим і процвітати [18].

Найпопулярнішими варіантами реалізації напівфабрикатів є торгіві мережі, імпорт продукції через торгових представників, продаж в сегмент NoReCa, продаж через інтернет або у власних магазинах,

У відсотковому відношенні це можна виразити так: 79.9% - роздрібні та великі торгові мережі, 13.4% - заклади швидкого харчування, 4.7% - експорт за кордон та 2% - продаж у власних магазинах. Наше новостворюване підприємство буде націлене на продаж у власному магазині який буде розташований в житловому комплексі, що дозволить залучити постійну клієнтуру та більш концентруватись на задоволенні потреб клієнтів.

Враховуючи описані вище критерії вибору споживачів, можна перерахувати декілька видів основної продукції [16; 17] які продемонстровані в таблиці 1.1

Таблиця 1.1. Види продукції в асортименті проекту

Назва продукту	Ціна в грн. за 1 кг продукції
Булочка Cinnabon	365 грн.
Французький круасан на маслі	320 грн.
Слойка з куркою та овочами	345 грн.
Патті Філло з м'ясом	355 грн.
Трикутник з м'ясом	335 грн.
Трикутник з сиром	260 грн.
Плетінка з кленовим сиропом та горіхами	280 грн.

Вікова категорія споживачів напівфабрикатів досить широка (від 18 до 65 років). 48% українців споживають напівфабрикати, та в середньому за рік споживають 90 тис. тонн продукції на рік.

1.2. Аналіз інституційного середовища.

Інституційний аналіз - це дослідження різних інституцій (норм, правил, законів, процедур та інших соціальних практик), які формують поведінку та взаємодію людей у різних сферах суспільства, таких як економіка, політика, культура, освіта, правосуддя та інші. Інституційний аналіз допомагає зрозуміти, як інституції впливають на поведінку людей та організацій, як вони формують правила гри, які визначають можливості та обмеження в конкретній галузі, і як вони можуть бути змінені або покращені для досягнення більш стійких результатів.

Інституційний аналіз зазвичай включає в себе дослідження правових норм, політичних структур, соціальних норм, культурних традицій та інших факторів, що впливають на роботу індивідів та організацій у певній галузі. Він може бути використаний для аналізу та розуміння різних проблем та викликів, з якими стикається галузь, а також для розробки стратегій та політик, які можуть поліпшити ситуацію та забезпечити більш стійкий розвиток [6].

Зовнішні фактори які впливають на ведення бізнесу в Україні можливо виокремити в такі категорії:

- Економічна ситуація в країні та світі: Економічні тенденції, такі як зростання ВВП, інфляція, безробіття, валютний курс та інші фактори можуть впливати на споживчу поведінку та попит на напівфабрикати.
- Конкуренція на ринку: Рівень конкуренції на ринку напівфабрикатів визначається кількістю та потужністю конкуруючих компаній. Велика кількість конкурентів може призвести до зменшення ринкових часток та зниження цін.
- Політична ситуація: Політична стабільність та надійність правової системи можуть вплинути на інвестиційний клімат та розвиток галузі.
- Технологічний прогрес: Технологічні новинки можуть впливати на якість та вартість виробництва напівфабрикатів, що може вплинути на конкурентність компаній та ринкові частки.
- Демографічні фактори: Рівень народжуваності, вік та дохід населення можуть впливати на споживчу поведінку та попит на напівфабрикати. Наприклад, зростання популярності здорового способу життя може підвищити попит на здорову їжу та напівфабрикати з натуральних продуктів.

Політико-правові фактори - це зовнішні фактори, які впливають на діяльність підприємств та ринків в цілому з точки зору законодавства та

політики держави. Від цих факторів залежать правила і закони, за якими працюють підприємства та ведуться бізнес-операції [10].

У разі ринку напівфабрикатів, політико-правові фактори можуть включати такі питання як [12]:

- Законодавство щодо якості та безпеки харчових продуктів, в тому числі напівфабрикатів;
- Податкова політика та оподаткування підприємств, які виробляють напівфабрикати;
- Реєстрація та ліцензування виробництва та продажу напівфабрикатів;
- Дотації та інші форми державної підтримки підприємств, що виробляють напівфабрикати;
- Міжнародні торговельні договори та відносини з іншими країнами щодо ввезення/вивезення напівфабрикатів.

Державна політика щодо цих питань може вплинути на вартість та доступність напівфабрикатів для споживачів, на прибутковість та конкурентоспроможність підприємств, які виробляють напівфабрикати, та на загальну динаміку ринку.

Говорячи про формат документообігу в середині підприємства потрібно зареєструвати себе як фізичну особу підприємця (ФОП) та провести певну реєстрацію себе в системі [13].

ФОП - це юридичний статус фізичної особи, яка самостійно здійснює господарську діяльність без утворення юридичної особи.

Україна знаходиться в переходовому періоді від підприємницької діяльності на основі ФОП до більш сучасних форм організації бізнесу, але ФОП все ще залишається однією з найбільш популярних форм бізнесу в Україні.

Існують різні види ФОП в залежності від характеру діяльності:

ФОП на загальних засадах - це ФОП, який займається будь-якою законною діяльністю, що не потребує спеціальних ліцензій або дозволів.

ФОП-платник єдиного податку - це ФОП, який відповідно до законодавства платить єдиний податок в залежності від обраної категорії.

ФОП-платник податку на прибуток - це ФОП, який веде більш складну діяльність і платить податок на прибуток за результатами своєї діяльності.

Згідно отриманої інформації потрібно зареєструвати себе як ФОП 2 групи оподаткування та бути платником єдиного податку(КВЕД-2010: Клас 10.85) для ведення діяльності в сфері виготовлення напівфабрикатів. Відповідно, підприємством буде сплачуватись єдиний податок у розмірі 1340 грн. на місяць(20% мінімальної заробітної плати станом на 1 січня 2023 року).

Окрім реєстрації себе як юридичної особи потрібно звернути велику увагу на дозволи на діяльність та відповідність до пожежної безпеки та безпеки при виготовленні якісного товару. Зокрема для діяльності бізнесу з виготовлення напівфабрикатів потрібен такий перелік документів та дозволів:

- Дозвіл на використання виробничих приміщень та земельної ділянки.
- Санітарно-епідеміологічні дозволи на виробництво продукції харчової промисловості.
- Дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної з переробкою та зберіганням продуктів харчування.
- Дозвіл на вивіз продукції за межі країни (якщо є потреба).
- Дозвіл на спеціальне використання водних ресурсів (якщо є потреба).
- Нормативно-технічні документи, такі як ДСТУ та ТУ, що встановлюють специфікації та вимоги до якості продукції
- Посвідчення відповідності продукції вимогам стандартів та технічних умов

- Пожежний дозвіл на виробництво продукції.

Згідно законодавству України, існують регулюючі органи, які контролюють виробництво напівфабрикатів і забезпечують дотримання стандартів якості та безпеки продукції. Основним законодавчим актом, який визначає правила виробництва харчових продуктів, є Закон України «Про основні засади державного нагляду(контролю) у сфер господарської діяльності» від 15 липня 1999 року.

Державний орган, відповідальний за контроль якості харчових продуктів в Україні, це Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Вона має повноваження проводити інспекції підприємств, які займаються виробництвом напівфабрикатів, та перевіряти дотримання вимог щодо санітарно-гігієнічних норм, якості продукції, відповідності етикетки та інших вимог законодавства.

На нашому новостворюваному підприємстві також мають дотримуватись технічні норми та стандарти, яві встановлені відповідними організаціями. Наприклад Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики (ДКСП) встановлює стандарти безпеки харчових продуктів, яких повинні дотримуватись підприємства.

Економічні фактори можуть мати значний вплив на сферу виготовлення напівфабрикатів в Києві, зокрема на ціни на сировину та обладнання, заробітну плату працівників, витрати на енергоносії та транспортування готової продукції. До економічних факторів, що впливають на бізнес у цій галузі, можна віднести:

- Інфляція - зростання рівня цін на товари та послуги, що може зменшити прибуток підприємства та знизити попит на продукцію.
- Валютні коливання - коливання курсів валют можуть вплинути на вартість сировини та обладнання, а також на ціни на продукцію на зовнішніх ринках.
- Кон'юнктура ринку - залежно від попиту на продукцію може змінюватися цінова політика підприємства та його прибуток.

- Рівень оподаткування - збільшення податків може зменшити прибуток підприємства та знизити його конкурентоспроможність на ринку.
- Рівень технологічного розвитку - відстає від новітніх технологій, це може призвести до зниження продуктивності та зростання витрат на виробництво.

У Києві можуть бути свої особливі економічні фактори, які впливають на виробництво напівфабрикатів, наприклад, вартість оренди приміщень, ціни на енергоносії, транспортні витрати та рівень заробітної плати. Тому при розгляді економічних факторів слід враховувати специфіку регіону та його особливості.

Відповідно до ринку та формату роботи ринок конкуренції в сфері демонструє факт популярності сфери та її лояльності до нових гравців та підприємств які зацікавлені в веденні діяльності в сфері напівфабрикатів.

Соціокультурні фактори відіграють важливу роль у впливі на бізнес. Ці фактори включають в себе такі складові як культура, традиції, етика, стиль життя, демографічні тенденції, національна і релігійна ідентичність і багато іншого. Наприклад, зміна культурних та соціальних тенденцій може вплинути на попит на певний вид продукту, такий як напівфабрикати.

Наприклад, збільшення ролі здорового способу життя може призвести до збільшення попиту на здорові продукти, включаючи напівфабрикати з натуральних інгредієнтів, замість продуктів зі шкідливими добавками.

Також соціокультурні фактори можуть вплинути на стиль маркетингової стратегії компанії. Наприклад, якщо цільова аудиторія більш схильна до використання соціальних медіа, компанія може більше інвестувати у цей канал маркетингу, щоб залучити нових клієнтів.

Таким чином, соціокультурні фактори впливають на ринок напівфабрикатів, і компанії повинні звернути на це увагу при розробці маркетингових стратегій та прийнятті рішень про виробництво продуктів.

Техніко-технологічні фактори є важливими для бізнесу, оскільки вони визначають можливості виробництва та конкурентоздатність компанії на ринку. Деякі з таких факторів включають:

- Рівень технологічного розвитку: У наш час технології швидко змінюються, тому компанії, які володіють останніми розробками і використовують найновіші технології, зазвичай мають конкурентну перевагу.
- Інновації: Розвиток нових технологій і продуктів може сприяти росту бізнесу і відкривати нові можливості на ринку.
- Доступність ресурсів: Доступність необхідних ресурсів, таких як сировина, енергія, технічні засоби, також є важливою умовою успіху бізнесу.
- Автоматизація: Впровадження автоматизованих систем виробництва може допомогти зменшити витрати на робочу силу та підвищити продуктивність роботи.
- Ефективність виробництва: Оптимізація виробничих процесів може допомогти зменшити витрати на виробництво, що забезпечує більшу конкурентоспроможність на ринку.

У контексті виготовлення напівфабрикатів, техніко-технологічні фактори можуть включати такі аспекти, як використання сучасного обладнання для виробництва, розробка нових технологій для покращення якості продукції, інтеграція ІТ-рішень для автоматизації процесів виробництва та управління бізнесом.

Підводячи висновки до правової сфери вибір саме ФОПу та його відповідної групи полягає в форматі оподаткування та рівня бажаного бізнесу. Обсяг підприємства не буде достатньо великими для формату ТОВ та повної юридичної особи.

РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН БІЗНЕС-МОДЕЛІ

2.1 Опис бізнес – моделі реалізації підприємницької ідеї.

Бізнес-модель - це опис того, як підприємство заробляє гроші. Вона визначає, як підприємство генерує доходи, як витрачає гроші, як управляє ресурсами, як взаємодіє зі своїми клієнтами та як забезпечує прибутковість [2].

Існує багато типів бізнес-моделей, і вони можуть бути унікальними для конкретного бізнесу. Однак, деякі загальні типи бізнес-моделей включають [9; 21 ; 27]:

Прямий продаж - продаж товарів або послуг безпосередньо клієнтам.

- Абонентська модель - прийняття регулярних платежів від клієнтів за користування продуктом або послугою.
- Модель продажу реклами - прибуток отримується за рекламування продуктів чи послуг на своєму сайті або в додатку.
- Модель партнерства - співпраця з іншими компаніями для створення спільних продуктів або послуг.
- Модель франчайзингу - продаж прав на використання своєї брендової технології або іншої інтелектуальної власності.
- Модель підписки - збирання місячних або щоквартальних платежів від клієнтів, які отримують доступ до певних продуктів або послуг.
- Модель фріміум - надання безкоштовної версії продукту або послуги, але з варіантом платної підписки для отримання більш широкого спектру функцій.
- Модель маркетплейсу - створення платформи, де продавці можуть продавати свої товари або послуги безпосередньо клієнтам.

Для ведення бізнесу в сфері продажу та виготовлення напівфабрикатів для випікання найкращим варіантом та варіантом який найбільше відповідає компанії буде модель прямого продажу яка дозволить в повній мірі відповідати потребам майбутньої компанії[3; 7; 17].

Модель прямого продажу (Direct Selling) - це форма продажу товарів або послуг, при якій компанія безпосередньо продає свої товари або послуги споживачам через незалежних дистриб'юторів або консультантів, які працюють на умовах договору з компанією.

Така модель дозволяє компанії мінімізувати витрати на рекламу та зберегти кошти на торгівельній мережі. Дистриб'ютори отримують винагороду за продажі, що стимулює їхню активність та зацікавленість в успіху компанії. Крім того, така модель дозволяє компанії знаходитись ближче до своїх клієнтів та швидше реагувати на їхні потреби.

Зазвичай цю модель використовують компанії, що працюють у сфері косметики, парфумерії, товарів для дому, харчових добавок, одягу та аксесуарів, технологічних продуктів тощо. В нашому випадку дистриб'ютором можливо виступати і самостійно але і співпрацювати з іншими компаніями.

Для подальшого аналізу та більш детального розуміння про сферу виготовлення напівфабрикатів потрібно провести SWOT аналіз підприємства.

SWOT-аналіз (англ. SWOT analysis) - це інструмент стратегічного планування, що дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони організації, а також визначити можливості та загрози зовнішнього середовища.

Абревіатура SWOT складається з перших літер англійських слів: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (загрози).

SWOT-аналіз допомагає зрозуміти внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на діяльність організації, та розробити стратегію, яка дозволить використати сильні сторони, покращити слабкі, використовувати можливості

та захиститися від загроз. SWOT-аналіз може бути проведений для всієї організації, окремого відділу, товару або послуги – рисунок 2.1.

Зважаючи на сферу діяльності та місце розташування майбутнього підприємства SWOT аналіз матиме такий вигляд:

<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> -висока якість продукції -широкий асортимент напівфабрикатів для випікання -зручне розташування в місті -досвідчений колектив -розвинена дистрибуційна мережа 	<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> -високі витрати на виробництво -нестабільність цін на сировину -високі витрати на рекламу та маркетинг -обмежені можливості для розширення виробництва -конкуренція на ринку
<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> -збільшення попиту на продукцію внаслідок росту популярності домашньої випікання -розширення асортименту продукції на інші напрямки -розвиток онлайн продажів -можливість залучення додаткових інвестицій 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> -зростання конкуренції на ринку -зміни в законодавстві, що стосуються виробництва та продажу продукції -зміна попиту на продукцію внаслідок зміни смакових уподобань споживачів -нестабільність валютного курсу

Рисунок 2.1. SWOT аналіз підприємницької ідеї

Зважаючи на проведений SWOT аналіз не можливо звернути увагу на 2 головних фактори які частіше всього фігурують в ньому – це бачення та побажання клієнта, а також можливість певних економічних змін під час діяльності підприємства.

Розміщення активів підприємства з виготовлення напівфабрикатів залежить від багатьох факторів, таких як доступність сировини, наявність

ринку збуту, транспортна інфраструктура, наявність робочої сили тощо [15]. Однак, деякі загальні принципи розміщення активів можуть бути наступними:

Близькість до ринку збуту: підприємство повинно розташовуватись близько до місця збуту продукції, щоб зменшити витрати на транспортування та збереження продукції.

- Доступність до сировини: підприємство повинно розташовуватись в зоні зручного доступу до сировини, щоб зменшити витрати на транспортування сировини.

- Транспортна інфраструктура: підприємство повинно бути розташоване поруч з транспортними магістралями, щоб забезпечити зручний доступ до ринків збуту і сировини.

- Наявність робочої сили: підприємство повинно розташовуватись у зоні, де доступна кваліфікована робоча сила.

- Інфраструктура: підприємство повинно мати доступ до всієї необхідної інфраструктури, такої як енергопостачання, водопостачання, зв'язок та інші комунікації.

Зважаючи на вище перераховані фактори розміщення для підприємства обране в місті Києві так як більше людей які хочуть працювати в нашій країні немає не де це означає що кількість робочої сили забезпечена. Говорячи про доступність інфраструктури та сировини місто ідеально підходить так як в ньому чудово працює доставка від інших компаній в будь-якому випадку ми маємо змогу самостійно доставляти необхідну сировину до місця виготовлення так як головний цех з виготовлення буде знаходитися на околиці міста що дозволить швидко дістатися до місця не зважаючи на великі проблеми з пересуванням в центрі міста [32].

Звісно для діяльності підприємства в наш час потрібний певний список технологій які дозволять пришвидшити та покращити виготовлення та якість продукту.

Для виготовлення напівфабрикатів для випікання зазвичай використовуються такі технології [8]:

- Підготовка тіста: зазвичай використовуються сучасні міксери та машини для замішування тіста, які дозволяють швидко та якісно змішувати інгредієнти та отримувати однорідне тісто.
- Формування тіста: напівфабрикати для випікання формуються за допомогою спеціальних форм або машин, які дозволяють отримати бажану форму та розмір.
- Заморожування: зазвичай напівфабрикати для випікання заморожують, щоб зберегти свіжість та підвищити термін зберігання. Для замороження використовуються спеціальні шоківі морозильні камери, які дозволяють знизити температуру дуже швидко та рівномірно.
- Упакування: після заморожування напівфабрикати для випікання упаковуються в спеціальну упаковку, яка дозволяє зберігати їх відповідно до вимог зберігання та транспортування.

Також можуть використовуватися інші технології, які дозволяють підвищити ефективність та якість виробництва, наприклад, технології автоматизації процесу виготовлення та контролю якості продукції [31].

Для отримання даних технологій немає потреби в ліцензіях або дозволах всі вони закладені на етапі заводських налаштувань в тих приладах які будуть куплені для виготовлення напівфабрикатів для випікання.

2.2 Ресурсне забезпечення реалізації ідеї

Ресурси для ведення бізнесу - це все, що використовується підприємством для досягнення своїх цілей. Це можуть бути фінансові ресурси (грошові кошти, кредити), матеріальні ресурси (обладнання, інвентар, сировина), людські ресурси (співробітники, кадри), інформаційні

ресурси (інформаційні технології, документація), а також інші ресурси, необхідні для підтримки операцій підприємства. Ефективне використання ресурсів дозволяє підприємству зменшити витрати і збільшити прибуток. Більш ретельно кожен з зазначених ресурсів можливо описати таким чином [5; 19; 26; 28].

- Сировина: для виготовлення напівфабрикатів необхідні різноманітні сировинні матеріали, такі як борошно, цукор, жир, яйця, сіль, дріжджі та інші інгредієнти в залежності від типу продукту.

- Обладнання: для виробництва напівфабрикатів потрібні спеціальні машини та обладнання, наприклад, міксери, тістомішалки, преси для формування, печі для підсушування та запікання тощо.

- Робоча сила: необхідні кваліфіковані технологи, кондитери, пекарі, персонал управління, продажу, логістики та інші співробітники для ведення бізнесу.

- Енергія та паливо: для роботи машин та обладнання, що використовується в процесі виробництва, необхідна електроенергія та інші види палива.

- Транспортні засоби: для перевезення готової продукції можуть знадобитися транспортні засоби, такі як вантажівки, автомобілі, причепи та інше.

- Фінансові ресурси: для запуску та розвитку бізнесу необхідні фінансові ресурси, такі як капітал, позики, інвестиції тощо.

- Інформаційні ресурси: для ефективного ведення бізнесу необхідні інформаційні ресурси, такі як програмне забезпечення, облікові системи, CRM-системи, маркетингові дослідження тощо.

Для виготовлення напівфабрикатів для випікання можуть знадобитися різні види сировини, залежно від конкретного продукту. Зазвичай вони містять у складі борошно, цукор, яйця, молоко, масло або рослинну олію,

дріжджі, розпушувачі та інші інгредієнти, такі як фрукти, ягоди, горіхи або шоколад.

Основна сировина для виготовлення напівфабрикатів для випікання - це борошно. В залежності від вимог до якості продукту, можуть використовуватися різні види борошна, такі як пшеничне, житнє, кукурудзяне та інші.

Також, для виготовлення напівфабрикатів можуть знадобитися інші інгредієнти, такі як цукор, яйця, молоко, масло або рослинна олія, дріжджі та розпушувачі. Для приготування конкретного виду напівфабрикатів можуть додаватися інші інгредієнти, такі як фрукти, ягоди, горіхи або шоколад.

Для підприємства з виготовлення напівфабрикатів для випікання в місті Києві можна знайти постачальників сировини на різних рівнях - локальному, національному та міжнародному рівнях.

На локальному рівні можна звернутися до місцевих постачальників сировини, таких як фермерські господарства, пекарні, торгові мережі тощо. Також можна розглянути можливість придбання сировини на місцевих ринках.

Національні постачальники сировини можуть бути знайдені через пошук у Інтернеті, базах даних або в каталогах постачальників сировини. Такі постачальники можуть мати великі масштаби та можуть мати більший вибір сировини.

Міжнародні постачальники сировини можуть бути знайдені через міжнародні торгові платформи та бази даних, які спеціалізуються на торгівлі сировиною та іншими ресурсами. Такі постачальники можуть забезпечити доступ до різноманітної сировини з різних країн світу. Однак, важливо звернути увагу на додаткові витрати на доставку та митні процедури при використанні міжнародних постачальників сировини.

Для головного формату роботи будуть використовуватися місцеві служби доставки та налагоджені формати роботи з місцевими постачальниками.

Раніше формат використання обладнання для виробництва весь перелік необхідності був описаний раніше. Для їх отримання закупка буде проводитися в спеціалізованих магазинах які займаються професіональним форматом обладнання.

Для функціонування підприємства з виготовлення напівфабрикатів для випікання потрібні різні види робочої сили з різними кваліфікаціями. Основні позиції, які можуть бути потрібні на підприємстві, включають [11]:

- Технолог - людина, яка відповідає за процес виробництва і технічні питання. Ця позиція потребує вищої технічної освіти і досвіду роботи у виробництві.
- Оператор лінії - людина, яка відповідає за нормальну роботу обладнання та машин. Ця позиція потребує середньої технічної освіти та досвіду роботи з обладнанням.
- Робітник з виробництва - людина, яка відповідає за безперерйну роботу лінії виробництва. Ця позиція не вимагає освіти або досвіду роботи, але потребує фізичної витривалості та готовності працювати у швидкому темпі. Для функціонування підприємства потрібні 4 особи які будуть займатися виготовленням продукції.
- Менеджер з продажу - людина, яка відповідає за розвиток ринку та забезпечення попиту на продукцію підприємства. Ця позиція потребує досвіду роботи у продажах та знання ринку. Для повноцінної роботи підприємства потрібні 3 менеджери з продажу.
- Бухгалтер - людина, яка відповідає за ведення бухгалтерського обліку та звітності. Ця позиція потребує спеціальної освіти та досвіду роботи у бухгалтерії.
- Кур'єр - людина, яка відповідає за доставку продукції до клієнтів. Ця позиція не вимагає освіти або досвіду роботи, але потребує знання роботи з картами онлайн та вміння керувати відповідним транспортом.

- PR та SMM менеджер – людина яка займається просуванням підприємства в соціальних мережах веде їх в живому форматі та відповідає за повноцінну рекламу компанії.

Відповідно всі люди будуть оформлені офіційно та працювати відповідно доступну кількість годин та отримувати повноцінну заробітну плату яка буде припадати під податки.

Транспорт доставки для виготовленого товару буде взято особистий у кур'єра при наборі людини дана позиція буде вказана при наборі на роботу.

Для функціонування підприємства з виготовлення напівфабрикатів для випікання потрібні різноманітні фінансові ресурси. Деякі з них можуть включати:

- Початковий капітал: це грошові кошти, які вкладаються у створення та запуск підприємства.

- Кредити та банківські позики: підприємство може отримувати кредити та банківські позики для забезпечення різних потреб, наприклад, для придбання обладнання, виплати зарплат, розширення бізнесу тощо.

- Інвестиції: інвестори можуть інвестувати гроші у підприємство в обмін на частку власності або дохід.

- Гранти: деякі організації надають гранти підприємствам, які працюють над розвитком нових технологій або розширенням ринку.

- Власні кошти: підприємство може використовувати свої власні кошти, які заробляє на продажу своїх продуктів або послуг.

- Інші джерела: до інших джерел можуть належати субсидії від держави, лізингові угоди, продаж активів тощо.

Отже, для функціонування підприємства з виготовлення напівфабрикатів для випікання необхідно мати різноманітні фінансові ресурси, які забезпечують необхідний капітал, потрібний для розвитку бізнесу та забезпечення його функціонування.

Для фінансування підприємства було обрано варіант з роботою з інвестором який зацікавлений в роботі в даній сфері та дає можливість роботи на 3 роки за допомогою цього і буде реалізована підприємницька ідея. Головний формат співпраці заключено буде під 15% річних який потребує певної фінансової відповідальності перед інвестором.

Для функціонування підприємства з виготовлення напівфабрикатів для випікання необхідний певний формат інвестицій який описаний в Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Інвестиції для функціонування виробництва.

Опис	Витрати
Покупка обладнання	400 000 грн.
Ремонт приміщення	100 000 грн.
Створення запасу сировини та матеріалів	150 000 грн
Всього:	650 000 грн

Джерело: Розроблено автором на основі проведених досліджень

Також крім інвестиційних витрат також будуть присутні операційні витрати. Розрахунок операційних витрат описаний в Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. – Операційні витрати для функціонування виробництва.

Опис	Витрати на 1 місяць, грн.	Витрати на 1 рік, грн.
Закупка виробничої сировини	200 000 грн.	2 400 000 грн.
Заробітна плата	300 000 грн.	3 600 000 грн.
Реклама	20 000 грн.	240 000 грн.
Оренда приміщення	50 000 грн.	600 000 грн
Електроенергія	20 000 грн	240 000 грн.
Інші витрати	60 000 грн	720 000 грн.
Всього	615 000 грн.	7 800 000 грн.

Джерело: розроблено автором на основі проведених досліджень

Відповідно для підведення результатів дослідження ми робимо висновок, що половина необхідних ресурсів це будуть особисті кошти, а інша половина буде отримана від інвестора. Для роботи підприємства буде придбано все необхідне від сировини до обладнання.

РОЗДІЛ 3

ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ

3.1 Організаційні аспекти реалізації підприємницької ідеї

Вважати бізнес доцільним можна на основі аналізу різноманітних чинників, таких як ринкові умови, фінансова стійкість, потреби та очікування клієнтів, конкуренція на ринку та інші. Для визначення доцільності бізнесу можна провести SWOT-аналіз, оцінити рентабельність та інші фінансові показники, а також визначити потреби ринку та конкурентні переваги підприємства. Остаточне рішення про доцільність бізнесу повинно бути зроблено на основі комплексного підходу до аналізу всіх важливих факторів та з урахуванням майбутнього потенціалу підприємства [23; 29].

Зважаючи про проведення більшості досліджень раніше по ходу роботи та проведеного дослідження в подальшому необхідно зробити наступний формат робіт:

- Розробка матриці відповідальності
- Розробка CTR словника підприємства
- Розробка робочої структури підприємства
- Розробка організаційної структури
- Розробка сітьового графіку

- Діаграма Ганта для підприємства

Всі необхідні компоненти продемонструють можливість діяльності підприємства та його структури роботи.

В розділі описаний повний формат економічних досліджень необхідних для розуміння рентабельності проєкту та його подальшого функціонування та долі самого підприємства.

Організаційні аспекти відносяться до організаційної структури та процесів управління в підприємстві. Це може включати структуру організації, розподіл обов'язків та відповідальності між працівниками, процеси прийняття рішень, комунікації в компанії, системи контролю та звітності, організацію виробництва та інші аспекти управління підприємством.

Ефективні організаційні аспекти допомагають підприємству досягти своїх цілей та забезпечити стабільну роботу. Організаційна структура повинна бути чіткою та зрозумілою для всіх працівників, щоб забезпечити ефективну комунікацію та координацію між відділами. Також важливо мати ефективні процеси управління, щоб забезпечити прийняття рішень на основі точної та звичної інформації.

Недостатні організаційні аспекти можуть призвести до затримок в виробництві, помилок у прийнятті рішень, втрати довіри споживачів та негативного впливу на бізнес в цілому. Тому важливо забезпечити належний рівень організації в управлінні підприємством.

Матриця відповідальності (англ. Responsibility matrix) є інструментом управління проєктами, який допомагає визначити, хто відповідає за які завдання та роль кожного учасника проєкту. Вона використовується для забезпечення чіткого розуміння ролей та відповідальності кожного члена команди проєкту.

Матриця відповідальності зазвичай містить список завдань та ролей, які виконуються в рамках проєкту. Для кожного завдання вказується, який учасник проєкту відповідає за його виконання, а також хто приймає рішення,

надає підтримку або є інформаційним джерелом для виконавців завдань. Матриця відповідальності допомагає забезпечити чітку відповідальність та розподіл завдань між учасниками проєкту, що забезпечує ефективність роботи та зменшення ризиків. Матриця відповідальності проєкту продемонстровано в Таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Матриця відповідальності проєкту

Завдання\Роль	Проектний менеджер	Відділ маркетингу	Відділ продажів	Відділ виробництва
Розробити план проєкту	R			
Визначити цільову аудиторію	A	R		
Виконати маркетингові дослідження	I	R		
Розробити макети продукту	A		I	R
Забезпечити збуту продукту	I	A	R	
Розробити стратегію збуту продукту	I	R	A	
Здійснювати моніторинг підприємства	A	R	R	

Джерело: Розроблено автором на основі досліджень

WBS (Work Breakdown Structure) - це інструмент управління проєктами, що використовується для структурування проєкту на менші, більш керовані робочі елементи. WBS допомагає зрозуміти складність проєкту і встановити контроль над виконанням робіт.

Структура WBS розбиває проєкт на більш прості елементи, які можна керувати окремо. Кожен елемент має свій власний набір задач, необхідних для його виконання. Структура WBS зазвичай відображається у вигляді дерева, де кожен вузол представляє робочий елемент, а наступні вузли - робочі елементи меншого рівня.

Використання WBS допомагає керівникам проєктів збільшити точність управління проєктами, відслідковувати прогрес виконання робіт, розподіляти завдання між учасниками проєкту та оцінювати час та ресурси, необхідні для виконання проєкту. WBS структура продемонстрована на рисунку 3.1.

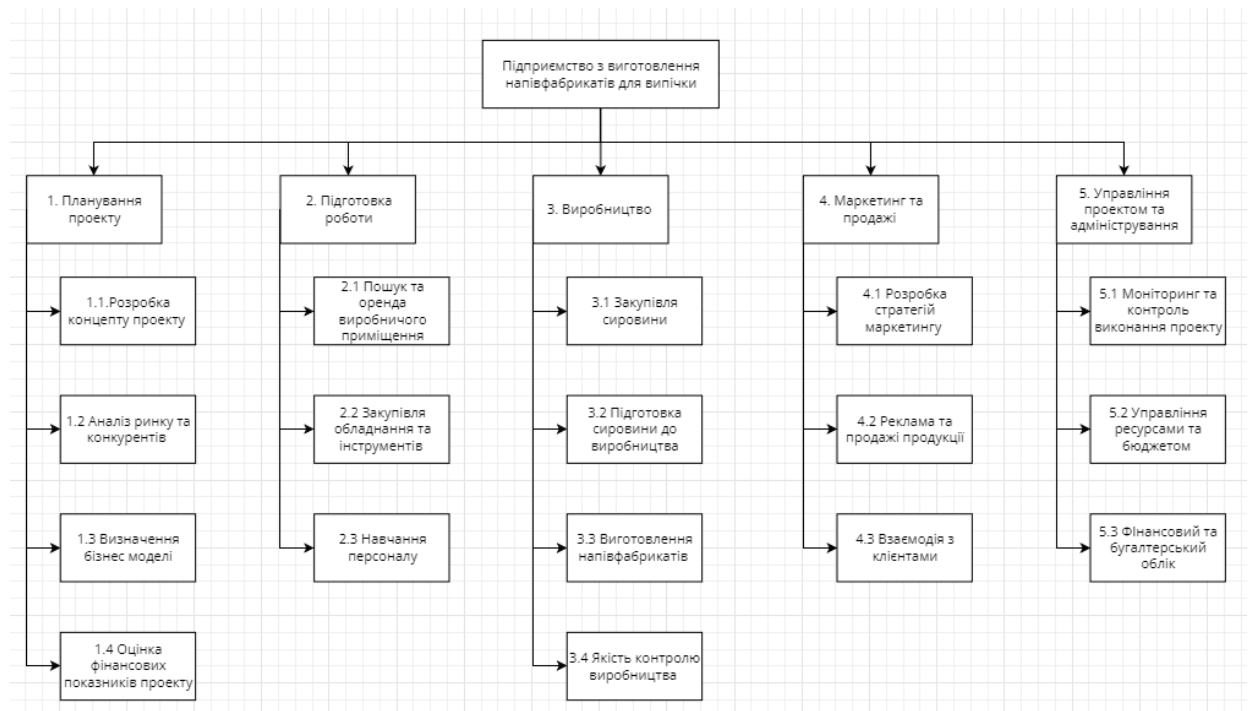


Рисунок 3.1 – WBS структура проєкту

Джерело: Розроблено автором на основі проведених досліджень

OBS (Organizational Breakdown Structure) - це структура, яка відображає організаційну ієрархію підприємства. Вона допомагає визначити, які ролі відповідають за виконання конкретних завдань та які працівники належать до кожної ролі.

OBS структура зазвичай містить список різних департаментів та підрозділів, які складають організацію, а також список посад, що

відповідають за керування цими департаментами та підрозділами. Вона може бути представлена у вигляді діаграми, таблиці або списку.

Основна мета OBS структури - забезпечити ясність та розуміння відповідальності різних рівнів управління, а також встановити ланцюжок керівництва на підприємстві.

OBS структура проєкту зображена на рисунку 3.2.

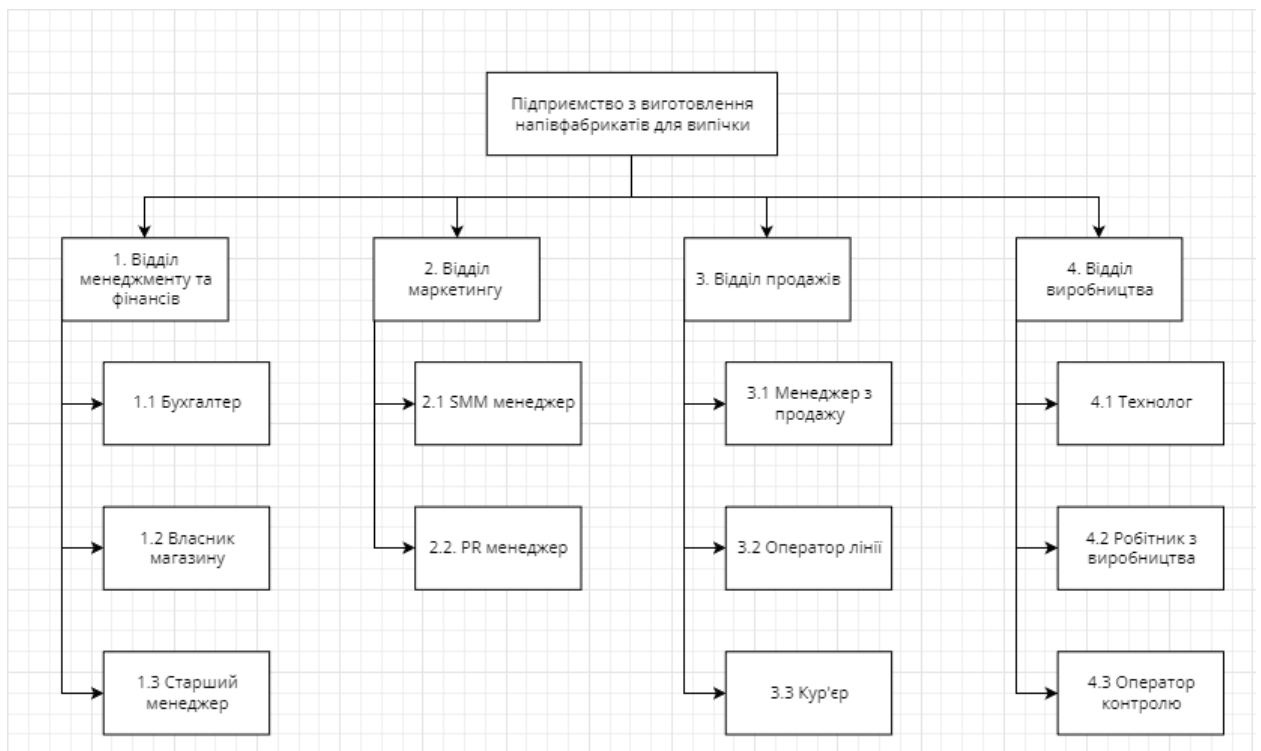


Рисунок 3.2 – OBS структура проєкту

Джерело: Розроблено автором на основі досліджень.

Для подальшого реалізації проєкту потрібно провести сітьовий аналіз який дозволить розуміти як працює проєкт.

Сітьовий графік - це графічне представлення послідовності та залежності завдань у проєкті. Він дозволяє візуально відобразити усі етапи проєкту та їх взаємозв'язки, а також визначити критичний шлях та тривалість проєкту в цілому

У сітьовому графіку використовуються дві основні форми представлення задач - стрілки та вузли. Стрілки відображають послідовність виконання завдань, а вузли - сами завдання.

Кожен вузол має свій номер та тривалість виконання, яка визначається у днях або тижнях. Крім того, між вузлами можуть бути встановлені зв'язки, які вказують на залежності між завданнями. Наприклад, завдання Б може початися лише після завершення завдання А.

Сітьовий графік допомагає проєктній команді візуалізувати та керувати проєктом, а також планувати час та ресурси, необхідні для виконання завдань.

Сітьовий графік в проєкті продемонстровано нижче в вигляді таблиці - таблиця 3.2.

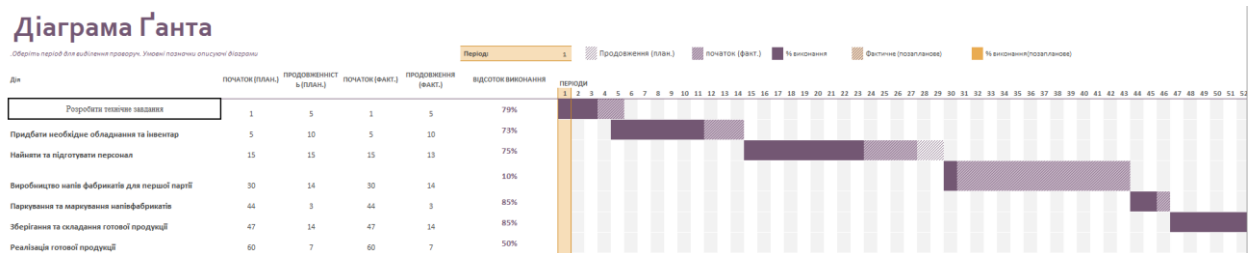
Таблиця 3.2 – Сітьовий графік проєкту

Завдання	Попередні завдання	Час(дні)
Розробити технічне завдання	-	5
Придбати необхідне обладнання та інвентар	1	10
Найняти та підготувати персонал	1	15
Виробництво напів фабрикатів для першої партії	2,3	14
Паркування та маркування напівфабрикатів	4	3
Зберігання та складання готової продукції	5	14
Реалізація готової продукції	6	7

Джерело: Розроблено автором на основі проведених досліджень.

Діаграма Ганта - це інструмент проєктного менеджменту, який використовується для візуалізації термінів і завдань проєкту. Діаграма Ганта містить список завдань проєкту в лівому стовпці, а в графічній формі відображає терміни виконання кожного завдання, його тривалість та залежності від інших завдань проєкту. Завдяки цьому, діаграма Ганта

дозволяє легко відстежувати хід проєкту, визначати критичні точки і при необхідності вносити зміни до графіку проєкту. Діаграма Ганта зображена на рисунку 3.3.



Джерело: Розроблено автором на основі дослідження

Рисунок 3.3 – Діаграма Ганта реалізації проєкту

CTR (Controlled Terms for Reporting) - це контрольовані терміни для звітності, які використовуються для опису робіт та послуг, що виконуються на проєкті. На основі WBS (Work Breakdown Structure) структури можна створити CTR словник, який містить коди та назви елементів WBS структури для використання в звітності про проєкт. CTR словник дає змогу розуміння в звітності та в майбутньому полегшує зв'язок між керівництвом та різними департаментами. Після виконання завдань звітність подається в скороченому форматі відповідно до поставленого коду завдання. Кожен код роботи продемонстрований в кодуванні кожної поставленої задачі, кодування складене відповідно до департаменту та кожного поставленого завдання. CTR словник для проєкту продемонстровано в Таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – CTR словник до проєкту

Код роботи	Зміст роботи	Витрати	Тривалість	Необхідні ресурси
101	Навчання персоналу	7000€	5 днів	Тренер-1 особа Аудиторія-1

				приміщення
102	Закупівля на стандартне замовлення товарів	12 000₴	2 дні	Менеджер з продажу -1 особа
103	Оплата інтернету в приміщені	1700₴	10 хвилин	Директор -1 особа
104	Впровадження реклами на місяць	40 000₴	2 дні	SMM – менеджер
105	Зйомки контенту для соціальних мереж	1500-4000₴	3 дні	PR- менеджер Необхідний персонал

Джерело: Виготовлено на основі досліджень зроблених автором

Ці коди та назви можуть використовуватись у звітності про проект для опису виконаної роботи та витрат. Використання CTR словника забезпечує єдиний стандарт опису робіт та послуг на проєкті, що полегшує звітність та аналіз виконаної роботи.

3.2 Економічні аспекти підприємства виготовлення напівфабрикатів для випікання

Грошові потоки (англ. cash flows) - це обсяги грошових коштів, які входять або виходять з підприємства протягом певного періоду часу, зазвичай розглядається як грошові рухи в терміни прибутків та витрат. Грошові потоки є важливим показником фінансової діяльності підприємства, оскільки вони дозволяють оцінити ефективність вкладення коштів, розрахувати прибуток, визначити спроможність підприємства відшкодувати свої витрати, виконати платежі, погасити борги тощо [22; 24].

Існують три типи грошових потоків:

- Поток грошових витрат (Cash Outflow) - це грошові кошти, які витрачаються на оплату витрат під час реалізації проєкту. Це можуть бути витрати на закупівлю обладнання, матеріалів, зарплату, оренду приміщення та інші витрати.

- Поток грошових надходжень (Cash Inflow) - це грошові кошти, які отримує підприємство від продажу товарів чи послуг, що впливають з проекту. Це можуть бути доходи від продажу товарів, послуг, інвестицій та інших джерел.

- Поток грошових резервів (Cash Reserve) - це грошові кошти, які підприємство зберігає в якості резерву на несподівані витрати або для покриття дефіцитів в грошовому потоці. Цей потік може бути формований зі збережень, кредитів, продажу активів та інших джерел.

Згідно отриманої інформації та загального представлення ведення підприємницької діяльності вище було визначено витрати підприємства за місяць.

Знаючи витрати які підприємства має кожного місяця, а також суму необхідних інвестицій вливань відсоткову ставку за місяць можливо визначити різні показники економічного стану компанії. Знаючи при попередньому дослідженні про формат роботи та загальний формат робіт та доходів схожих компаній прогнозований дохід з одного замовлення звичайним клієнтом орієнтований дохід 320€ за 1 замовлення.

Точка беззбитковості - це та точка обсягу продажів, при якій прибуток дорівнює нулю, тобто обсяг продажів дорівнює витратам. Ця точка є важливим економічним показником для будь-якого бізнесу, оскільки вона дозволяє визначити мінімальний обсяг продажів, необхідний для того, щоб підприємство не зазнало збитків і почало отримувати прибуток [25].

Для визначення точки беззбитковості необхідно відомою величиною ємності виробництва, цін на продукцію та змінними та фіксованими витратами. Інформація про точку беззбитковості допомагає керівництву підприємства приймати рішення про виробництво нових продуктів, зміну цінової політики та збільшення обсягів продажів.

Для розрахунку точки беззбитковості потрібно враховувати всі витрати, включаючи заробітну плату, оренду, матеріали, податки та інші

витрати, які пов'язані зі здійсненням бізнесу. Формула для розрахунку точки беззбитковості виглядає наступним чином:

$$\text{Точка беззбитковості} = \text{Витрати} / (1 - (\text{Валовий прибуток} / \text{Виручка}))$$

(3.1)

Де:

Витрати - всі щомісячні витрати підприємства, включаючи фіксовані та змінні витрати

Валовий прибуток - різниця між виручкою та витратами на виробництво

Виручка - кількість замовлень на місяць, помножена на середню вартість товару

Застосуємо цю формулу до наданих даних:

$$\text{Витрати} = 650\,000\text{€}$$

$$\text{Валовий прибуток} = (4500 * 320\text{€}) - 650\,000\text{€} = 400\,000\text{€}$$

$$\text{Виручка} = 4500 * 320\text{€} = 1\,440\,000\text{€}$$

$$\text{Точка беззбитковості} = 650\,000\text{€} / (1 - (400\,000\text{€} / 1\,440\,000\text{€})) = 1\,257\,143\text{€}$$

Отже, щомісячний обсяг продажу повинен бути не менше 4500 одиниць товару за середньою ціною 320€ в середньому чеці вже врахована сума на витрати на виробництво, щоб покрити всі щомісячні витрати в 650 000€ і досягнути точки беззбитковості в 1 257 143€ сума яка врахована с відсотковою ставкою фінансів за рік. 4500 одиниць товарів це враховуючи середній чек замовлення схожих підприємств відповідно це ~150 замовлень в день або 13 замовлень в годину.

Для подальшого економічного аналізу потрібно розрахувати показник NPV.

NPV - це скорочення від Net Present Value (Чиста присутня вартість). Це показник, що використовується для оцінки фінансової доцільності

інвестиційного проєкту. NPV відображає різницю між сумою витрат на проєкт та сумою його доходів, скоригованих на дисконт-ставку. Дисконт-ставка відображає вартість грошей в часі і використовується для врахування часової вартості грошей у майбутньому.

NPV визначається шляхом обчислення суми чистих грошових потоків, отриманих в результаті проєкту, за допомогою використання дисконт-ставки. Якщо NPV позитивний, це означає, що проєкт приносить прибуток, тоді як негативне значення NPV свідчить про збитки в результаті проєкту. Розрахунок NPV є важливим елементом у прийнятті рішення про інвестування в проєкт, оскільки він допомагає оцінити, чи буде проєкт прибутковим і чи буде він доцільним з фінансової точки зору.

Показник NPV потрібно розраховувати з прибутків за місяць відповідно:

$$\text{Прибуток від продажу за місяць} = 4500 * 320 = 1\,440\,000\text{€}$$

$$\text{Збиток за місяць} = 650\,000\text{€}$$

$$\text{Грошовий потік за місяць} = 1\,440\,000 - 650\,000 = 790\,000\text{€}$$

Для розрахунку NPV необхідно враховувати витрати та доходи за кожен період. За умови, що доходи та витрати за кожен місяць залишаються сталими, ми можемо використати формулу:

$$\text{NPV} = -\text{Initial Investment} + (\text{CF}_1 / (1 + r)^1) + (\text{CF}_2 / (1 + r)^2) + \dots + (\text{CF}_n / (1 + r)^n)$$

де:

CF₁ - грошовий потік за перший період

CF₂ - грошовий потік за другий період

CF_n - грошовий потік за останній період

r - ставка дисконту, в даному випадку 15%

n - кількість періодів

Отже, ми маємо:

$$CF1 = 790\,000\text{€}$$

$$CF2 = 790\,000\text{€}$$

$$CF3 = 790\,000\text{€}$$

...

$$CF36 = 790\,000\text{€}$$

$$NPV = -1,100,000 + (790,000 / (1 + 0.15)^1) + (790,000 / (1 + 0.15)^2) + \dots + (790,000 / (1 + 0.15)^36)$$

$$NPV = -1,100,000 + 19,737,846.28$$

$$NPV = 18,637,846.28$$

Отже, NPV для даного проєкту складає 18,637,846.28€. Це означає, що проєкт є прибутковим і вигідним, тому його можна рекомендувати для реалізації. Сума складена на кількість 36 періодів що складає 3 роки, а отже прибутковість підприємства буде вищою за рахунок постійного збільшення та розширення компанії.

PI (Profitability Index) або Індекс рентабельності - це фінансова метрика, яка визначає відношення чистого поточного значення (NPV) до початкової інвестиції (initial investment). PI відображає кількість грошових одиниць, яку можна очікувати на кожен вкладену грошову одиницю. Якщо PI більше 1, то проєкт вигідний, оскільки кожна вкладена грошова одиниця генерує більше однієї грошової одиниці прибутку. Якщо PI менше 1, то проєкт є невигідним, оскільки прибуток буде меншим, ніж вкладення. Якщо PI дорівнює 1, то проєкт повертає витрати, але не генерує прибутку.

Щоб розрахувати PI, потрібно обчислити суму вільних готівкових потоків (FCF) за всі періоди, що складають проєкт, та поділити її на початкову інвестицію (I0). Формула PI:

$$PI = (\text{сума FCF за всі періоди}) / I0$$

Отже, ми повинні обчислити суму FCF за 36 періодів.

$$FCF = (320 * 4500) - 650000 = 440000$$

$$NPV \text{ для 36 періодів} = 18637846$$

Сума FCF за 36 періодів:

$$FCF_{\text{total}} = FCF * 36 + NPV = 440000 * 36 + 18637846 = 34298146$$

$$PI = FCF_{\text{total}} / I0 = 34298146 / 1100000 = 31.18$$

Отже, PI для цих показників дорівнює 31.18.

IRR (англ. Internal Rate of Return) - внутрішня норма прибутку, це показник рентабельності проекту, який відображає відсоткову ставку доходності, при якій сума всіх грошових потоків проекту дорівнює нулю. IRR розраховується шляхом знаходження кореня рівняння, що відображає рівність суми грошових потоків проекту інвестиції до нуля. IRR використовується для порівняння рентабельності різних проектів та оцінки ефективності інвестицій. Чим вище IRR, тим більш привабливим є проект для інвестора.

Щоб розрахувати IRR, потрібно знайти внутрішню норму доходності, тобто таку ставку дисконту, при якій NPV буде дорівнювати нулю. Іншими словами, це ставка, яка забезпечує нульовий рівень чистого приведенного доходу.

Для цього можна використати формулу IRR, яка знаходить корінь рівняння, де NPV рівний нулю. У даному випадку, ми вже знаємо, що NPV = 18637846, тому ми можемо використати наступну формулу:

$$NPV = -C0 + (C1/(1+IRR)^1) + (C2/(1+IRR)^2) + \dots + (Cn/(1+IRR)^n)$$

де: C0 - початкова інвестиція

C_1, C_2, \dots, C_n - чистий прибуток на кожному періоді

n - кількість періодів

Підставляючи дані з нашого прикладу, маємо:

$$18637846 = -1100000 + (1860350/(1+IRR)^1) + (2005089/(1+IRR)^2) + \dots + (7368364/(1+IRR)^36)$$

Щоб розв'язати це рівняння, потрібно використовувати числові методи. Один з найбільш поширених методів - це метод ітерацій. Застосовуючи цей метод, ми можемо отримати IRR приблизно 27.5%.

Отже, IRR в цьому випадку становить близько 27.5%.

PBP (Payback period) - це показник, що вимірює, за скільки часу підприємство зможе повернути свої інвестиції. Цей показник визначається як час, необхідний для того, щоб чистий прибуток (різниця між внесками та витратами) дорівнював початковій інвестиції. При цьому не враховуються податки та вартість грошей у часі.

Для розрахунку PBP потрібно визначити, скільки місяців знадобиться, щоб здійснити повернення початкової інвестиції з прибутком.

Обчислимо чистий прибуток (NP) на місяць:

$$NP = (4500 * 320 - 635000) = 72500 \text{ грн.}$$

Обчислимо кількість місяців, необхідних для повернення початкової інвестиції з прибутком:

$$PBP = \text{Початкова інвестиція} / NP = 1100000 / 72500 \approx 15,17 \text{ місяців.}$$

Отже, PBP становить близько 15,17 місяців.

Початок ведення бізнесу це завжди ризик так як зміни навколо не будуть пройдені повз нашого підприємства. Кожен формат змін відобразиться на прибутковості та рентабельності проєкту, а відповідно до

цього ризику потрібно прораховувати та намагатися бути перед ними щоб вони не мали великого впливу на подальшу долю підприємства.

Відповідно до розрахунків вище, можемо розробити таблицю руху грошових коштів майбутні роки – таблиця 3.4.

Таблиця 3.4 – План руху грошових коштів за 2024-2029 рр., тис. грн.

Статті руху грошових коштів	2023 р.	2024 р.	2025 р.	2026 р.	2027 р.	2028 р.	2028 р.	2029 р.
Операційна діяльність								
Надходження		9 240 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000
Виплати:		7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000
Сировина		2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Оплата праці		3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000
Інші операційні витрати		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Податки і збори		1 560 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000
Витрати на збут		40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
ЧПП операц. діяльність		1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
Інвестиційна діяльність								
Надходження								
Виплати	650 000							
ЧПП інвест. діяльність	-650 000	0	0	0	0	0	0	
Фінансова діяльність								
Надходження	650 000							
власні кошти	325 000							
кредит	325 000							
Виплати:		124 582	124 582	124 582	0	0	0	0
основна сума кредит		108 333	108 333	108 333	0	0		
відсотки		16 250	16 250	16 250	0			
ЧПП фін. діяльність	650 000						0	0
Грошові кошти на початок	0	0	1 440 000	2 880 000	4 320 000	5 760 000	7 200 000	8 640 000
Сальдо за період(cash-flow)	0	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
Грошові кошти на кінець	0	1 440 000	2 880 000	4 320 000	5 760 000	7 200 000	8 640 000	10 080 000

При веденні бізнесу з виготовлення напівфабрикатів для випікання можуть бути наступні ризики:

- Ризик високих витрат на виробництво: Для виготовлення якісного продукту можуть знадобитися дорогі сировинні матеріали та обладнання. Крім того, дотримання стандартів якості може збільшити витрати на виробництво.

- Ризик невдачі на ринку: Конкуренція на ринку напівфабрикатів для випікання може бути досить високою, що може призвести до зниження продажів та прибутку. Крім того, зміни у смаках та тенденціях споживачів можуть впливати на попит на продукт.

- Ризик змін у вартості сировини: Якщо вартість сировини зростає, це може призвести до збільшення витрат на виробництво та зменшення прибутку. Крім того, нестабільність цін на сировину може призвести до збитків у випадку, якщо вартість сировини знижується після закупівлі.

- Ризик змін у законодавстві: Зміни у законодавстві щодо вимог до якості продукту або умов виробництва можуть призвести до збільшення витрат на виробництво або зменшення попиту на продукт.

- Ризик втрати ключового персоналу: Втрата ключового персоналу, який володіє необхідними знаннями та досвідом, може призвести до зниження якості продукту та збільшення витрат на виробництво.

Головні ризики які можуть бути найбільш шкідливими та непередбачуваними для підприємства.

Мінімізувати вплив ризиків на підприємство можна шляхом застосування наступних стратегій:

- Диверсифікація: розширення асортименту продукції та пошук нових ринків збуту можуть допомогти зменшити ризик впливу змін у попиті на конкретний продукт.

- Стратегічне планування: ретельний аналіз ринку, визначення перспективних напрямків розвитку та вчасне реагування на зміни дозволять підприємству зменшити ризик втрат.
- Контроль ризиків: важливо визначити можливі ризики та розробити стратегії їхнього управління, контролювати та оцінювати ризики на постійній основі.
- Фінансова стійкість: наявність достатнього запасу грошових коштів та створення резервних фондів допоможуть підприємству уникнути кризових ситуацій та зменшити ризик неплатоспроможності.
- Кадровий розвиток: важливо створити команду професіоналів з високою кваліфікацією та здібностями до інновацій, які зможуть вчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

ВИСНОВКИ

В результаті виконання роботи можна зробити наступні висновки. У ході дослідження було обґрунтовано підприємницьку ідею виробництва напівфабрикатів для випікання. Для цього було проаналізовано ринок та конкурентну ситуацію в даній сфері, визначено потенційних споживачів та їх потреби, розглянуто основні технології виробництва та визначено необхідне обладнання.

Оцінка показала можливість успішного розвитку підприємства на основі описаної ідеї, яке займатиметься виробництвом напівфабрикатів для випікання. Ринок даної продукції є стабільним та зростає, що дає можливість розраховувати на постійний попит на продукцію. Крім того, обрана ніша має певні переваги перед іншими сегментами ринку, зокрема, вона є менш конкурентною та має підвищену дохідність.

У кваліфікаційній роботі також зроблено оцінку інституціонального середовища проекту на основі описаної ідеї, визначено кращу організаційно-правову форму реалізації проекту, систему оподаткування тощо.

У процесі дослідження було обґрунтовано необхідні для створення виробництва інвестиційні ресурси, а також ресурси для операційної діяльності підприємства. Досліджено джерела їх отримання на фінансування придбання.

Зроблено оцінку потреби в персоналі, складено OBS і WBS структури проекту, побудовано сітьовий і календарний графіки його реалізації.

Здійснено прогноз витрат і грошових потоків проекту створення виробництва напівфабрикатів для випікання. Здійснено оцінку показників ефективності проекту. Аналіз показує високий рівень економічної ефективності реалізації даної підприємницької ідеї.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна зробити висновок про можливість успішного розвитку підприємства, яке

займатиметься виробництвом напівфабрикатів для випікання. Втілення даної ідеї в життя потребує певних інвестицій та зусиль, але при умові налагодження постійного збуту може стати прибутковою та ефективною діяльністю.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

- 1) Батурін, О. В. Підприємницька ідея: від обґрунтування до реалізації. - К.: Знання України, 2016.
- 2) Ковальов, В. М. Розробка бізнес-плану підприємства: навч. посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2017.
- 3) Потапова, О. О. Вибір напрямку бізнесу: методологічні аспекти та практичні рекомендації. - К.: КНЕУ, 2014.
- 4) Смірнова, О. В. Маркетингове дослідження ринку: навч. посібник. - К.: Знання України, 2016.
- 5) Хома, О. С. Розробка технології виробництва продукту: навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2015.
- 6) Шаблій, І. І. Основи бізнесу: навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2013.
- 7) Яременко, В. І. Бізнес-планування: навч. посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2018.
- 8) Яковлева, І. В. Технології виробництва продукції харчування: навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2017.
- 9) Клішевич, О. М. Підприємництво та бізнес-планування : навчальний посібник / О. М. Клішевич, О. В. Шумська. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 528 с.
- 10) Закон України "Про підприємництво". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
- 11) Кодекс законів про працю України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
- 12) Закон України "Про підприємства". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/887-14#Text>
- 13) Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/334-15#Text>

- 14) Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 15) Литвиненко, Ю. В. Основи підприємницької діяльності : навч. посіб.: Центр учбової літератури, 2018.
- 16) М. Болдирєв, В.В. Технологія виробництва хлібобулочних виробів. 2010
- 17) Закон України Про харчову промисловість. [№ 406-VII від 04.07.2013](#), ВВР, 2014, № 20-21, ст.712
- 18) Каргін, І.Ф. Економіка підприємства: навч. посіб. 2015.
- 19) Колесник, А.С. Технологія виробництва хліба, кондитерських і макаронних виробів: навч. Посіб. 2012.
- 20) Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. 2003
- 21) Кузнєцов, А. Розробка бізнес-плану:навч.посіб. 2018.
- 22) Лаврінєнко, А.В. Фінансовий менеджмент:навч. посіб. 2012.
- 23) Липкан, О.О. Організація та планування підприємницької діяльності. 2017
- 24) Малик, В. Мікроекономіка: навч. Посіб. 2014
- 25) Маслова, Л.М. Економіка підприємства: навч. Посібник. 2012.
- 26) Мельничук, С.Т. (2017). "Менеджмент інноваційного розвитку підприємства" (підручник).
- 27) Михайленко О.В., Скоромохова С.Ю., Саухіна О.В. Стратегічне планування в харчовій промисловості: виробництво напівфабрикатів для випічки. Видавництво Причорноморські економічні студії. 2021.
- 28) Юденкова О.П. Впровадження інноваційних технологій у виробництво напівфабрикатів. Патріотизм. 2021.
- 29) Самійленко З.В. Ефективне управління виробництвом напівфабрикатів для випічки. Baker Group. 2020.
- 30) Зінченко А.Ю. Аналіз ринку напівфабрикатів для випічки: попит, конкуренція, перспективи. Baker Group. 2021.

31) Місевич М.А, Залужна О.В. Фактори впливу на якість напівфабрикатів для випічки. Агросвіт. 2020

32) Бегеза А.В. Дослідження споживчих звичок щодо використання напівфабрикатів для випічки. Deloitte. 2020

33) Економічні звіти підприємств, які займаються виробництвом напівфабрикатів. Єдиний портал відкритих даних. Підприємство Галя Балувана. 2021.

34) Закон щодо регулювання виробництва харчової продукції в Україні. Постанова Кабінету Міністрів України від 31 жовтня 2018 р. № 896.

ДОДАТКИ



Ім'я користувача: Бізнес-економіки та підприємництва Будяєв Максим	ID перевірки: 1015126094
Дата перевірки: 17.05.2023 10:36:39 EEST	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 17.05.2023 10:50:11 EEST	ID користувача: 100005717

Назва документа: Мала_Диплом_2023_перевірка

Кількість сторінок: 47 Кількість слів: 8264 Кількість символів: 65942 Розмір файлу: 236.50 KB ID файлу: 1014808001

4.96% Схожість

Найбільша схожість: 2.38% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1014807997)

1.71% Джерела з Інтернету 256 Сторінка 49

4.62% Джерела з Бібліотеки 286 Сторінка 50

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомився з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: _____ Мала Ольга Віталіївна _____

Назва роботи: _____ Обґрунтування підприємницької ідеї виробництва напівфабрикатів для випічки _____

Науковий керівник: _____ Старіков О.Ю. _____

Підрозділ: кафедра _____ кафедра бізнес-економіки та підприємництва _____

Коефіцієнт подібності: _____ 4,96% _____

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- виявлені в роботі запозичення є сумнівними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;
- виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

Обидва коефіцієнти подібності є дуже низькими, робота виконана самостійно, посилання на джерела наведені. Робота допускається до захисту.

(дата)

(підпис)

(ПІБ)