

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

«___» травня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»
на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОДЯГУ»**

Виконавець:

студентка ФЕУП

Дробенюк Катерина Олександрівна _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Доброва Наталя Василівна _____

ОДЕСА – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ОДЯГУ	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері виробництва і реалізації одягу.....	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері виробництва і реалізації одягу.....	16
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТОВ «KDROBEN»	25
2.1. Характеристика новостворюваного підприємства	25
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг підприємства.....	33
2.3. Формування стартового капіталу на створення ТОВ «KDROBEN».....	37
2.4. Формування поточних витрат на функціонування підприємства.....	46
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБґРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ТОВ «KDROBEN»	53
3.1. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту.....	53
3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання.....	59
ВИСНОВКИ	68
Список використаних джерел	70
Додатки	75

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. У сучасному світі моди та бізнесу одяг є не лише предметом одягу, але й важливим елементом культури та самовираження. Створення підприємства з виробництва та реалізації одягу вимагає не лише творчого підходу, але й глибокого економічного обґрунтування. В даній роботі розглянуто головні кроки створення такого підприємства, включаючи витрати на виробництво, відкриття та прогнозування доходів.

Актуальність відкриття підприємства з виробництва та реалізації одягу пов'язано з тими функціями, які виконує одяг для людини. Основна функція одягу – це захист людини від погодних умов (холод, спека, атмосферні опади). Основні функції сучасного одягу: захисна, інформаційна, естетична.

Одяг – це один з основних товарів, необхідних для життєдіяльності людини. Він потрібен кожного дня, різноманітний, на різні пори року, на різні події. Одяг має велику кількість різних стилів використання. Трикотажний та в'язаний одяг завжди зігріє взимку, а светри вже давно стали одними з найпоширеніших зимніх речей. В'язаний одяг завжди вважався символом затишку та комфорту, але сучасні тренди перетворили його на стильний елемент гардеробу, який підходить не лише для холодної пори року, але й для літніх образів.

Бізнес-ідея полягає у створенні та ефективному функціонуванні підприємства з виробництва та реалізації жіночого одягу. Одяг виконує дуже важливу роль і специфічні функції в життєдіяльності людини.

Інформаційна база представлена працями провідних українських вчених та спеціалістів: Гаєвської Г.І. [35], Сментини Н.В. [28], [32], Добрової Н.В. [28], [29], [32], Карпова В.А. [34], Продан Л.В. [36], та ін., які в своїх працях розглядають теоретичні аспекти підприємницької діяльності, правові основи ведення бізнесу в Україні, алгоритм започаткування власної справи та

функціонування суб'єктів підприємництва, особливості функціонування бізнесу в різних сферах діяльності.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні, прикладні аспекти відкриття підприємства з виробництва та реалізації одягу.

Для того, щоб досягти поставленої мети були поставлені наступні **завдання**:

- 1) охарактеризувати бізнес-ідею започаткування власної справи у сфері виробництва і реалізації одягу;
- 2) дослідити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері виробництва та реалізації одягу;
- 3) обґрунтувати вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування;
- 4) навести характеристику новостворюваного підприємства;
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги підприємства;
- 7) сформулювати стартовий капітал на створення ТОВ «KDROBEN»;
- 8) сформулювати поточні витрати на функціонування підприємства;
- 9) розрахувати та проаналізувати показники економічної ефективності проєкту;
- 10) проаналізувати можливі ризики та запланувати заходи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення підприємства з виробництва та реалізації одягу в м. Одеса.

Предмет дослідження – бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері виробництва та реалізації одягу.

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи використовувались такі методи:

- 1) економіко-статистичний аналіз використовувався при аналізі графіків та таблиць;

2) маркетинговий метод використовувався при формуванні SWOT-аналізу створюваного підприємства;

3) порівняльний метод використовувався при дослідженні сучасних підходів до створення підприємства та управління його економічним розвитком;

4) розрахунково-аналітичні методи використовувався при визначенні проблем, тенденцій і перспектив розвитку створюваного підприємства;

5) метод експертних оцінок використовувався при визначенні основних характеристик зовнішнього середовища нового підприємства;

6) розрахунки показників ефективності проєкту відкриття підприємства з виробництва та реалізації одягу проводилися за допомогою програмного продукту «Excel».

Інформаційна база дослідження: Закони України, інші нормативно-правові акти України, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані Державної служби статистики України, Головного управління статистики в Одеській області та Головного управління економіки Одеської обласної державної адміністрації, монографічні дослідження, навчальна література, наукові статті.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок. Основний зміст викладено на 71 сторінці. Робота містить 36 таблиць, 3 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ОДЯГУ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері виробництва і реалізації одягу

Бізнес-ідеєю є можливість створити підприємство, спрямоване на створення, загалом, трикотажних речей, переважно в'язаних з прямим людським втручанням у процес виробництва. Такий вид діяльності є дуже виграним для створення бренду одягу на сьогоднішній день.

Одяг – це один з основних товарів, необхідних для життєдіяльності людини. Він потрібен кожного дня, різноманітний, на різні пори року, на різні події. Одяг має велику кількість різних стилів використання. Трикотажний та в'язаний одяг завжди зігріє взимку, а светри вже давно стали одними з найпоширеніших зимніх речей. В'язаний одяг завжди вважався символом затишку та комфорту, але сучасні тренди перетворили його на стильний елемент гардеробу, який підходить не лише для холодної пори року, але й для літніх образів. У 2021-2022 роках мода на в'язані речі стала надзвичайно різноманітною, пропонуючи широкий вибір від светрів і джемперів до в'язаних суконь та аксесуарів. В'язані речі можуть бути виконані з кашеміру, вовни, ангори, грубої пряжі, що надає їм особливої текстури та вигляду [1].

Літо 2023 року принесло новий тренд у в'язаному одязі — кроше, техніку в'язання гачком, яка створює ажурні візерунки, ідеальні для літньої спеки. В'язані речі стали не лише практичними, але й елегантними, дозволяючи створювати стильні та неповторні образи. Фешіоністи поєднують в'язані светри з легкими спідницями, шортами, а також носять в'язані жилети у багат шарових образах [2].

На 2024 рік комфорт і практичність залишаються ключовими словами у жіночій моді, тому в'язані речі продовжують бути актуальними. Светри

великої в'язки, в'язані сукні та туніки можна комбінувати з джинсами, звуженими брюками, спідницями та шортами, створюючи різноманітні образи, які підкреслюють індивідуальність та стиль [3].

Таким чином, в'язаний одяг перестав бути лише засобом зігрітися в холодну погоду, перетворившись на важливий елемент моди, який демонструє індивідуальність та відчуття стилю. Він вдало вписується в різні стилі та образи, від повсякденного кежуал до елегантного вечірнього вбрання. В'язані речі продовжують залишатися у тренді, надаючи безмежні можливості для творчості та самовираження.

Важливо розуміти різницю між в'язаним та звичайним трикотажним одягом. Головні відмінності можна розглянути в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Відмінності в'язаного та трикотажного одягу

	В'язаний одяг	Тканинний одяг
Виготовлення	Виготовляється з ниток, які переплітаються між собою за допомогою спиць або гачка.	Виготовляється з тканин, які створюються шляхом переплетення ниток на верстаті.
Структура	Має еластичну, пухнасту структуру, з помітними петлями.	Має більш жорстку та гладку структуру, без помітних петель.
Властивості	Зберігає тепло, пропускає повітря, комфортний у носінні.	Може бути різної жорсткості, легко драпірується, може бути водонепроникним.
Види	Светри, шапки, шарфи, рукавиці, шкарпетки.	Сорочки, штани, сукні, спідниці, жакети.
Догляд	Вимагає делікатного прання та сушіння, може розтягуватися або зсідатися.	Може пратися в пральній машині, не втрачає форму.
Стиль	Може бути як класичним, так і сучасним, часто використовується для створення затишного образу.	Може бути будь-якого стилю, використовується для створення різних образів.

Джерело: сформовано автором

З таблиці 1.1 слідує, що асортимент в'язаного одягу може бути неймовірно великим.

Детальна інформація про основні елементи в'язаного одягу представлена у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Основні типи в'язаного одягу

Тип одягу	Короткий опис	Середня ціна, грн
Светри	зручний та теплий одяг, носить переважно в холодну пору року	600
Джемperi	легкі в'язані светри, які можна носити як окремий одяг або в поєднанні з блузами або сорочками	500
Туніки	вільні, довгі сорочки, які можна носити як плаття або в поєднанні з лосинами або спідницями	400
Кардигани	легкі в'язані жакети, які можна носити в різних ситуаціях. Вони бувають на гудзиках, змійці або без них	800
Шапки	необхідний взимку головний убір, зігріває вуха та є важливим додатком для образу	200
Шарфи	зимовий аксесуар, зігріваючий шию взимку, можуть бути різної довжини	250
Рукавички/ мітенки	зігрівають руки взимку	200

Джерело: розроблена автором

Дивлячись на дані, наведені в таблиці 1.1 та таблиці 1.2, та дослідив основні речі в гардеробах багатьох людей, вітрини в магазинах, можна прийти до висновку, що найпопулярнішими видами в'язаного одягу є светри, джемperi та кардигани. У кожної людини є ці речі, і не по одній штучці.

Головною причиною наявності цих речей в гардеробі є їхня можливість зігріти взимку. Але, як було зазначено раніше, влітку також можна побачити різні види одягу, таких як топи, футболки, сукні та сарафани. Деякі майстри в'яжуть навіть штани та спідниці, які виглядають насправді дуже цікаво і трохи незвично. На сьогоднішній день існує багато різних моделей, які в'яжуться безпосередньо вручну – гачком.

В'язання гачком зараз набирає великої популярності. Такий стиль в'язання підходить для літніх виробів та аксесуарів, наприклад, сумок. Основна техніка в'язання такого одягу – “бабусин квадрат”. Цей елемент використовує кожен майстер, він зустрічається в багатьох моделях суконь, сарафанів, сумок, навіть панам. Гачок є ручним інструментом в'язання, тож вироби, вироблені за його допомогою, автоматично стають дорожчими.

В'язальна машинка імітує спиці, що допомагає зекономити багато часу на виробництві. Для початку роботи на такому пристрої нерідко потрібно мати окремий програмний застосунок, на якому майстер розробляє модель, задає дані про потрібні візерунки, розміри та товщину пряжі. Машинка сама робить петлі, майстру потрібно лише керувати процес та направляти голку вгору-вниз. Після створення всіх деталей майстер повинен або вручну, або на швейній машинці зшити між собою, при необхідності нашити додаткові візерунки чи прикраси.

Коли виріб вже готовий, над ним необхідно провести ВТО (волого-термічну обробку). Це робиться для очищення ниток від заводських смол, які захищають пряжу від псування до її використання. Також це “розкриває” пряжу, вона стає більш м'якою та пухнастою. Важливою властивістю ВТО є розкриття складних візерунків, коли кожна петля встає на місце. Це надає одягу приголомшливого зовнішнього вигляду.

Окрім стандартних моделей, які будуть вироблені невеликими партіями, у покупців буде змога замовити будь-яку модель на свій смак, за власними мірками та будь-якими побажаннями. Для цього буде відокремлений робітник, що буде приймати такі замовлення, переносити їх до дизайнера та виробників.

Планується, що реалізація одягу буде виконується за допомогою двох напрямків продажу:

1) веб-сайт – офіційна сторінка бренду, на якій буде розміщено асортимент одягу та усі допоміжні послуги;

2) шоу-рум – магазин, через який буде йти продаж безпосередньо офлайн. В магазині буде фахівець консультант, який допоможе при виборі потрібної моделі, а також, при потребі, оформить замовлення на індивідуальне замовлення.

Для відкриття будь-якого бізнесу необхідно проаналізувати ринок. Загалом, світовий ринок трикотажного одягу на момент 2022 року був оцінений 105,45 мільярда доларів США [4]. На високий попит на одяг впливає постійний ріст заробітної плати по всьому світу. Також на це вплинув розвиток електронної комерції. Завдяки різноманітним онлайн-магазинам поняття шопінгу набуло нового рівня. Для багатьох жінок з усього світу шопінг став одним з типів релаксації, відпочинку та змоги відволіктися від буденності. Щодо українського ринку, то він зменшився на 24,47% за обсягом в 2022 році порівняно з 2021 роком, але зросла на 18,51% CAGR в 2022 році порівняно з 2017 роком [5]. Разом з цим падає конкурентоспроможність в порівнянні з іншими країнами-експортерами, такими як Туреччина та Китай.

Індекс ННІ (індекс Герфіндаля-Гіршмана – використовується при розгляді конкурентоспроможності країн) України в 2022 році становив 3375, тоді як в 2017 році він був 2241. Це можна пояснити подіями, пов'язаними з пандемією COVID-19, початок яких настає з весни 2020 року. Разом з цим, це так само дало величезний товчок для розвитку продажів через соціальні мережі та онлайн-магазини.

За цей час було створено безліч різноманітних брендів. Якісь не змогли зберегти своє місце на ринку, а хтось, навпаки, впевнено закріпився.

Ринок одягу в Україні відновлюється після кризи 2014-2015 років і пандемії COVID-19, але все ще залежить від купівельної спроможності населення, орендних ставок на комерційну нерухомість і мит на імпорт. Основною проблемою на даний момент є військовий стан. На сході та півночі України основна кількість підприємств, які займаються виробництвом одягу, переїхали за кордон, якщо була змога, а якщо ні – на захід, переважно у Львів та Закарпаття. Так зробив раніше київський виробник Etnodim, якій переніс виробництво до Львову, але на момент квітня 2022 року потрохи повертається до столиці. Виробничі потужності підприємства майже не постраждали, що не скажеш про інші. Значна частина зруйнованих підприємств знаходилися безпосередньо в таких областях, як Харківська, Сумська та Чернігівська. Одну з текстильних фабрик Соколовського в Чернігові розбомбили. До війни на ній виробляли 400 000 погонних метрів тканини на місяць [6]. Але, як повідомляє власник фабрики, його виробництво не переїжджало з міста.

Ринок одягу в Україні складається з різних сегментів за географічними, демографічними, психографічними та поведінковими критеріями. Один з таких сегментів – це ринок в'язаного одягу ручної роботи, який характеризується високою якістю, унікальністю, екологічністю та емоційною цінністю продукції.

Важливим пунктом в відкритті підприємства в сфері продажу одягу, важливо розуміти ситуацію з імпортом та експортом в країні.

Розглянемо деякі ключові показники та тенденції імпорту одягу в Україну за період 2018-2022 рр. в таблиці 1.3.

З таблиці 1.3 слідує, що основними країнами-постачальниками Китай, Туреччина, Бангладеш.

Таблиця 1.3

Імпорт одягу в Україну

Рік	Обсяг імпорту одягу (млн. доларів США)	Основні країни-постачальники
2018	1 200	Китай, Туреччина, Бангладеш
2019	1 100	Китай, Туреччина, Бангладеш
2020	900	Китай, Туреччина, Бангладеш
2021	800	Китай, Туреччина, Бангладеш
2022	700	Китай, Туреччина, Бангладеш

Джерело: складено автором на основі [7]

Тому, після дослідження даної інформації, можна зазначити, що Китай залишається найбільшим постачальником одягу в Україну, але спостерігається зниження обсягів імпорту. Туреччина та Бангладеш також є важливими партнерами. Важливо відзначити, що пандемія COVID-19 вплинула на ринок, знижуючи попит та обмежуючи логістику. На даний момент спостерігається зниження кількості імпорту в країну.

Розглянемо експорт з України в інші країни в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Експорт України в сфері одягу, 2018-2020 рр.

Рік	Експорт одягу (млн дол.)	Частка в світовому ринку, %	Основні покупці
2018	583	0,16	Давальницькі схеми, Європейський Союз
2019	566	0,15	Давальницькі схеми, Європейський Союз
2020	525	0,1	Європейський Союз

Джерело: складено автором на основі [8]

Згідно за даними, наведеними в таблиці, слідує, що до 2020 року приблизно 90% обсягів українського експорту одягу припадало на давальницькі схеми. Проте, поступово зростала частка одягу, виробленого в Україні, що сприяло розвитку внутрішнього виробництва. Найбільшими покупцями українського одягу були Європейський Союз (90.5%) та Росія (5.6%), але помітно зменшувалася частка Росії в загальному експорті. Події після пандемії COVID-19 та початку воєнного стану в Україні також негативно вплинули на експорт українського одягу. На даний момент українські виробники працюють в основному своєму обсязі на потреби ЗСУ та на волонтерські події.

В таблиці 1.4 був взятий такий термін, як давальницькі схеми. Давальницькі схеми – це певний вид бізнес-моделі, де одна компанія (давальник) передає іншій компанії (одержувачу) сировину, напівфабрикати або інші матеріали для виробництва готової продукції [9]. Одержувач обробляє ці матеріали та виготовляє кінцевий продукт. Давальницька схема може використовуватися для оптимізації виробництва, зниження витрат та залучення зовнішніх ресурсів.

Динаміка обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання з виробництва трикотажного та в'язаного одягу в Україні та Одеській області за період 2017-2021 роки представлена у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання з виробництва трикотажного та в'язаного одягу в Україні та Одеській області

Рік	Україна (усього), тис. грн	Одеська область тис. грн
1	2	3
2017	1642543,1	12322,6
2018	1826269,8	9959,4
2019	1610701,9	13937,8

Продовження табл.1.5

1	2	3
2020	1540407,1	17189,6
2021	2135332,6	24792,4
Відхилення 2021 рік до 2017 року	23,08%	50,3%

Джерело: сформовано за даними [10]

Дивлячись на дані, наведені в таблиці 1.5, які показують помірне зростання обсягів реалізованої продукції, можна ствердити, що виробництво трикотажного та в'язаного одягу в Україні та Одеській області не стоїть на місці. По Україні обсяги зросли на майже 500 млн. грн., що складає 23,08% від загальної суми в 2021 році. Щодо Одеської області, то тут за 5 років обсяги зросли на 12,5 млн. грн, і це становить половину обсягів (50,3%) в порівнянні з 2017 роком. Станом на 2021 рік Одеська область займає всього 1,16% обсягів усієї країни, що свідчить про малу концентрацію підприємців за даною галуззю по регіону.

Зараз повертається тренд на яскраві речі, цікаві, які хочеться роздивлятися. Зручність одягу також становиться на перше місце. Поняття “тренду” представляє собою сьогоденні пріоритети в одязі, за якими полюють основна частина людей, яка слідує за світом моди. Модою можна назвати нетривале панування певного смаку в певній сфері життя чи культури. Від стилю воно відрізняється тим, що мода не є постійною, вона швидко змінюється. Мода – це не лише зовнішній вигляд, але й соціокультурний явище, яке відображає смак, тенденції та сприйняття краси у певний період часу. Вона відіграє важливу роль у суспільстві, впливаючи на наш спосіб життя, взаємодію та сприйняття оточуючого світу [11].

Даний ринок є сегментованим, завдяки чому різні верстви населення можуть купувати одяг, доступний їм за їхніми фінансовими можливостями.

Таким чином, існує одяг якісний та дорогий, і дешевший, який уступає в своїй якості. Всього сегментів одягу є 5, вони всі показані на рис.1.1.

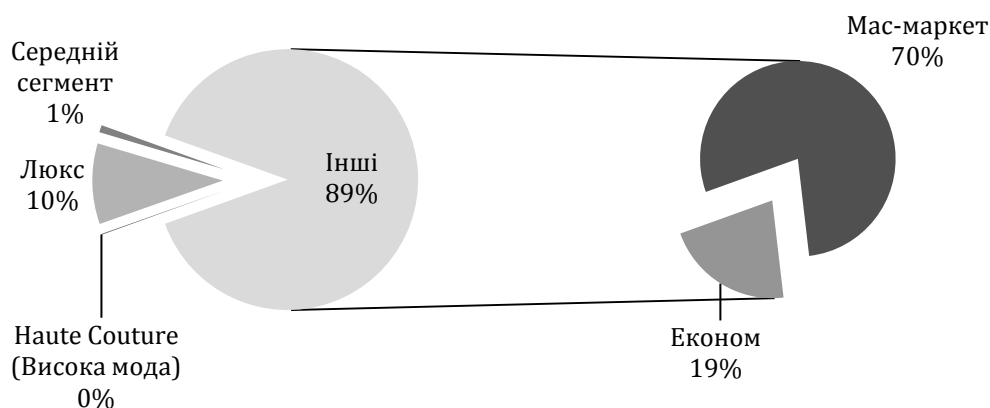


Рис. 1.1. Сегменти ринку одягу

Джерело: сформовано за допомогою [12]

Розглянемо дані рис 1.1. Haute Couture є надзвичайно ексклюзивним сегментом і складає лише 0.1% ринку. Він включає ручну роботу, унікальні колекції та високі ціни. Люксові бренди займають приблизно 10% ринку. Сюди входять такі відомі назви, як Fendi, Versace, Armani. Середній сегмент займає приблизно 0.9% ринку. Він включає бренди, які пропонують якісний одяг за помірну ціну. Сюди можна віднести такі магазини, як Massimo Dutti, COS та Mango. Мас-маркет є найбільшим сегментом ринку і складає близько 70% ринку. Сюди входять бренди, які виробляють масові колекції, наприклад, Zara та H&M. Економ-сегмент займає приблизно 19% ринку. Це бюджетний одяг, доступний для широкої аудиторії.

Зважаючи на ринковий аналіз та характеристику ринку трикотажного та в'язаного одягу в Україні, можна зробити висновок, що вільна ніша для відкриття власного бізнесу існує. Актуальність відкриття підприємницької діяльності на ринку трикотажного та в'язаного одягу обумовлена низкою факторів.

1. Зменшення конкуренції на ринку трикотажного та в'язаного одягу. Незважаючи на присутність глобальних брендів, ринок трикотажного та в'язаного одягу України є фрагментованим. Це створює можливість для менших гравців вийти на ринок та зайняти свою нішу.

2. Попит на унікальний продукт (трикотажний та в'язаний одягу). Споживачі все більше цінують якість, оригінальний дизайн та різноманітність трикотажних виробів. Виробництво вишуканих та якісних трикотажних виробів може знайти своїх клієнтів.

3. Електронна комерція. Зростаючий попит на онлайн-покупки створює можливості для ефективного просування трикотажних виробів та розширення кількості споживачів за віком.

4. Спеціалізація. Планується можливість спеціалізації на певних категоріях, таких як вечірні сукні, спортивний одяг або дитячий трикотаж.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері виробництва і реалізації одягу

Для відкриття підприємницької діяльності у сфері виробництва і реалізації трикотажного та в'язаного одягу ліцензія не потрібна.

Планується отримати сертифікат відповідності. Для трикотажного та в'язаного одягу важливо мати сертифікат відповідності, який підтверджує, що ваш продукт відповідає встановленим стандартам якості та безпеки.

Для отримання сертифікату відповідності в сфері виробництва одягу в Україні, потрібно виконати кілька кроків:

1. Обрати схему сертифікації.
2. Визначитися з асортиментом продукції, що підлягає підтвердженню відповідності.
3. Обрати орган сертифікації (акредитований НААУ, неакредитований).

4. Надати на аналіз нормативний документ, відповідно до якого виготовляється одяг (ДСТУ, ТУ тощо).

5. Надати протокол сертифікаційних випробувань зразків продукції.

Для сертифікації дитячого одягу, окрім вищезазначених кроків, необхідно гарантувати максимальну безпечність виробів для дитини та забезпечити відповідність встановленим медичним критеріям безпеки. Це досягається шляхом надання сертифікаційному органу Висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи [13].

Додатково, можуть знадобитися такі документи.

- Заявка з печаткою фірми-заявника та підписом керівника, довіреність.
- Контракт зі специфікацією.
- Товаросупровідні документи (інвойс, накладна, рахунок-фактура тощо).
- Опис продукції (технічні характеристики, область застосування, зовнішній вигляд, технічні умови на продукцію тощо).
- Документ, що підтверджує якість продукції (сертифікат якості, сертифікат походження, протокол випробувань тощо) [14].

Також планується отримати дозвіл на використання торговельної марки.

Згідно з Законом України «Про запровадження дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності», якщо планується використовувати певну торговельну марку для свого одягу, необхідно її зареєструвати [15].

Щоб зареєструвати торговельну марку в Україні, вам потрібно виконати наступні кроки.

1. Визначити об'єкт реєстрації. Вибрати позначення, яке може бути словом, зображенням, звуком, кольором або комбінацією цих елементів.

2. Перевірка на унікальність. Переконайтеся, що обране позначення не суперечить чинному законодавству і не дублює вже зареєстровані марки.

3. Підготовка документів. Сформувати пакет документів, який включає заяву про реєстрацію, зображення торговельної марки, перелік товарів і послуг, для яких вона реєструється, та інші необхідні документи.

4. Подання заявки. Надіслати заявку до відповідного органу, наприклад, до Укрпатенту.

5. Оплата державного мита. Сплатити встановлений розмір державного мита за реєстрацію торговельної марки.

6. Експертиза заявки. Дочекатися проведення експертизи заявки на предмет відповідності вимогам законодавства.

7. Отримання свідоцтва. У разі позитивного рішення, отримати свідоцтво про реєстрацію торговельної марки [16].

Для реєстрації торгівельної марки в Україні для юридичних осіб потрібно надати наступні документи.

- Код ЄДРПОУ підприємства.
- ПІБ і посада керівника підприємства.
- Знак товару чи послуги, який потрібно зареєструвати як торговельну марку (якщо зображення/логотип, то надається в електронному вигляді у форматі jpeg. jpg.) [17].

- Список товарів, послуг, щодо яких повинна бути зареєстрована торговельна марка.

- Довіреність, підписана керівником підприємства.

Також загальні вимоги для обох категорій заявників включають:

- зображення торговельної марки;
- дані про заявника;
- список товарів і послуг, щодо яких повинна бути зареєстрована торгова марка;
- довіреність, підписана заявником та скріплена печаткою для юридичної особи [18].

Кожне підприємство повинно мати санітарні норми для безпечної роботи працівників [19]. Розглянемо основні санітарні норми для новоствореного підприємства.

1. Розміщення підприємства: підприємство має бути розташоване з урахуванням аерокліматичної характеристики, рельєфу місцевості, умов туманоутворення та розсіювання промислових викидів. Як так ніяких шкідливих речовин у ході виробництва немає, розташування підприємства не має особливого значення.

2. Санітарно-захисні зони: між виробничими об'єктами та житловими будівлями мають бути встановлені санітарно-захисні зони для запобігання забрудненню. Як було зазначено у пункті вище, забруднення навколишнього середовища заплановане підприємство не створить, а тому можна розміщувати біля житлових будинків. Також важливо зазначити, що дане виробництво не зробить великого шуму, тому можливе розташування навіть у спальному районі.

3. Виробничі приміщення: будівлі та споруди повинні бути розташовані за ходом виробничого процесу, забезпечувати безпеку робіт і зручність обслуговування обладнання [20].

4. Освітлення: забезпечення природного та штучного освітлення відповідно до потреб виробництва [21]. Нормована освітленість є критичною для зорового комфорту та безпеки.

5. Опалення та вентиляція: створення оптимальних умов для роботи з використанням систем опалення та вентиляції.

6. Водопостачання та каналізація: наявність належних систем водопостачання та каналізації.

7. Очищення викидів: ефективні системи для очищення виробничих викидів в атмосферу та стічних вод. Для запланованого виробництва цей аспект не є важливим з-за відсутності викидів.

8. Побутові приміщення для працівників: надання працівникам доступу до необхідних побутових приміщень.

9. Зручність робочого місця: робоче місце має бути ергономічно організоване для забезпечення комфорту та ефективності праці.

10. Захист від шкідливих речовин: необхідно забезпечити захист від потенційно шкідливих речовин та випромінювань.

11. Захист від шуму та вібрацій: необхідно мінімізувати вплив шуму та вібрацій на працівників.

12. Засоби безпеки: використання засобів безпеки при роботі з травмонебезпечним обладнанням є обов'язковим.

У приміщеннях на робочих місцях мають забезпечуватись оптимальні значення параметрів мікроклімату: температура повітря повинна становити 22–25°C, відносна вологість повітря 40–60%, швидкість руху повітря – не більше 0,1 м/с [22].

Також важливо враховувати санітарно-гігієнічний контроль, який включає періодичні перевірки стану обладнання, робочих місць та дотримання працівниками правил особистої гігієни [23]. Всі ці заходи спрямовані на підтримку здоров'я та безпеки працівників, а також на підвищення продуктивності праці.

Ще одним важливим елементом організації роботи підприємства є дотримання пожежної безпеки та включає комплекс заходів, спрямованих на запобігання пожежам та вибухам.

- Протипожежні норми та правила: встановлення та дотримання протипожежних норм і правил, які регламентуються законодавством.

- Організаційні заходи: створення умов для безпечної праці, мінімізація ризику виникнення пожеж, забезпечення технічними засобами для запобігання займання та усунення пожеж.

- Контроль та навчання: контроль за дотриманням протипожежних вимог і норм, розробка і впровадження регламентів по гасінню пожеж,

евакуації та порятунку людей і майна, внутрішнє і зовнішнє навчання співробітників.

– Відповідальність: вимоги до пожежної безпеки повинен дотримуватися кожен співробітник, а організаційна складова покладається на посадових осіб.

– Технічні засоби: наявність та своєчасне забезпечення технічними засобами для запобігання займання та усунення пожеж та їх наслідків.

Для забезпечення пожежної безпеки на підприємстві необхідно також мати чіткий план евакуації, належно обладнані евакуаційні шляхи, встановлені детектори диму та вогнегасники, а також проводити регулярні тренування з евакуації та пожежогасіння. Важливою є також наявність підрозділу добровільної пожежної охорони та пожежно-рятувальної команди [24].

Для новоствореного підприємства з виробництва і реалізації трикотажного одягу буде обраний КВЕД 14.39 [25] – виробництво іншого трикотажного та в'язаного одягу. Додатковим КВЕДом планується взяти клас 47.71: Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах.

Для реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю, державному реєстратору необхідно надати документи.

1. Паспорт засновника(ів) та директора [26].
2. Картка платника податків (код/ІНН) засновника(ів).
3. Протокол загальних зборів ТОВ, в якому відображені всі рішення, пов'язані з реєстрацією ТОВ, розподілом часток учасників, призначенням директора, місцезнаходженням тощо.
4. Статут ТОВ [27].
5. Заява про державну реєстрацію ТОВ.
6. Структура власності ТОВ, яка відображає інформацію про всіх прямих чи опосередкованих власників товариства.

Якщо зареєструвати ТОВ онлайн через портал "Дія", також знадобиться кваліфікований електронний цифровий підпис.

Засновником новоствореного товариства з обмеженою відповідальністю буде одна особа Дробенюк Катерина Олександрівна.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування

Для здійснення підприємницької діяльності буде зареєстровано товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ).

ТОВ – це суб'єкт господарювання, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства [28].

Організаційно-правову форму у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю було обрано бо, по-перше, планується, що новостворене підприємство буде мати значні обсяги реалізації з можливим імпортом за кордон [29]. Це можливо завдяки замовленням від іноземних покупців.

По-друге, ТОВ має значні переваги у порівнянні з іншими організаційно-правовими формами:

- 1) ТОВ може мати декількох (два і більше) засновників, що сприяє спільному власництву та рівному розподілу активів підприємства;
- 2) обмежена відповідальність засновників підприємства, вони несуть відповідальність лише в межах статутного капіталу, а не всього особистого майна;
- 3) ТОВ має потенціал для зростання. ТОВ має більші можливості в податковій оптимізації, менеджменті та фінансах. Юридичні особи частіше співпрацюють з великими клієнтами та партнерами.
- 4) можливість працювати з великим бізнесом.

Новостворене підприємство з організаційно-правовою формою ТОВ може функціонувати як на спрощеній системі оподаткування (третья група платників єдиного податку) так і на загальній системі оподаткування. Кожна з цих систем має свої особливості та впливає на обов'язки платників податків.

Планується, що новостворене підприємство буде функціонувати на загальній системі оподаткування. Загальна система оподаткування має складну структуру щодо обліку та звітності для бізнесу. Проте вона дозволяє займатися будь-яким видом діяльності та не накладає обмежень, які притаманні спрощеній системі оподаткування (наприклад, обмеження за видами діяльності, кількістю працівників чи річним оборотом). Крім того, на загальній системі посилюється контроль з боку податкових органів щодо підприємців, оскільки розмір податку прямо залежить від результатів господарської діяльності. Іншими словами, на загальній системі оподатковується лише те, що залишилося після оплати витрат на ведення діяльності.

Вибір загальної системи оподаткування для новоствореного підприємства пов'язаний з тим, що ця система має значні переваги перед спрощеною системою оподаткування і, перш за все, не має обмежень щодо кількості найманих працівників та обсягів річного доходу.

Висновки до розділу 1.

1. Актуальність бізнес-ідеї створення власної справи у сфері виробництва і реалізації трикотажного одягу пов'язана з тим, що в сучасній індустрії одягу та моди в цілому повертається тренд на зручний та комфортний одяг, який зігріє взимку або доповнить літній образ.

2. Новостворене підприємство буде мати КВЕД 14.39: виробництво іншого трикотажного та в'язаного одягу. Додатковим КВЕДом планується взяти клас 47.71: Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах.

Основними умовами організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері виробництва і реалізації одягу є отримання сертифікатів відповідності та торгової марки, а також дотримання санітарних, протипожежних та гігієнічних норм.

3. Новостворене підприємство буде мати статус юридичної особи: товариство з обмеженою відповідальністю і мати назву ТОВ «KDROBEN» та функціонувати на загальній системі оподаткування.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТОВ «KDROBEN»

2.1. Характеристика новостворюваного підприємства

Новостворене підприємство буде мати статус юридичної особи, зареєстроване як товариство з обмеженою відповідальністю і мати назву ТОВ «KDROBEN». Зареєстровано за юридичною адресою: місто Одеса, вулиця Генерала Петрова 25.

Для здійснення діяльності, планується орендувати приміщення загальною площею 200 м². Це двоповерхова будівля. На першому поверсі знаходиться великий хол, кімната для персоналу, для прибиральників невелика кімнатка і туалет. Другий поверх складається з трьох кімнат, дві з яких: виробничі зали, і третя адміністративна, також туалет. Орендодавцем виступає фізична особа-підприємець на ім'я Петренко Олександр Володимирович.

Структура орендованих приміщень представлена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Структура орендованих приміщень

Назва приміщення	Площа, м ²	Питома вага, %
1	2	3
Хол	50	25
Кімната для персоналу	20	10
Кімнатка	3	1.5
Адміністративна кімната	27	13.5
Туалет, 1 поверх	5	2.5

Продовження табл. 2.1

1	2	3
Виробничий зал № 1	45	22,5
Виробничий зал №2	45	22.5
Туалет, 2 поверх	5	2.5
Всього	200	100

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.1 слідує, що загальна площа орендованого приміщення буде складати 200 м².

Асортимент товарів на підприємстві повинен бути лаконічним та водночас різноманітним. В'язаний одяг може охоплювати весь спектр одягу, від жіночих купальників до светрів та штанів.

Для асортименту новоствореного підприємства планується певна кількість моделей.

Асортимент продукції новоствореного підприємства представлений у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Асортимент продукції

№	Найменування продукції	Склад	Розмірна сітка	Кольори
1	2	3	4	5
1	Оверсайз пуловер з круглою горловиною	50% вовна, 50% акрил	-	чорний, білий, червоний, коричневий, зелений, синій, гірчичний та рожевий
2	Кардиган середньої довжини з V-образним вирізом на гудзиках	50% вовна, 50% акрил	XS-XL	сірий, коричневий, молочний, бузковий, салатний, голубий
3	Жилетка на гудзиках	50% вовна, 50% акрил	XS-XL	сірий, коричневий, молочний, бузковий, салатний, голубий

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5
4	Довгий оверсайз светр з подвійною горловиною	50% вовна, 50% акрил	-	чорний, білий, червоний, коричневий, зелений, синій, гірчичний та рожевий
5	Приталена сукня міді на бретельках	100% бавовна	XS-XL	червоний, чорний, білий, темний синій, темний зелений, яскравий рожевий та помаранчевий
6	Кроп-топ на бретельках	100% бавовна	XS-XL	червоний, чорний, білий, темний синій, темний зелений, яскравий рожевий та помаранчевий
7	Спідниця довжини міді	100% бавовна	XS-XL	червоний, чорний, білий, темний синій, темний зелений, яскравий рожевий та помаранчевий
8	Спідниця довжини максі	100% бавовна	XS-XL	червоний, чорний, білий, темний синій, темний зелений, яскравий рожевий та помаранчевий
9	Штани вільного крою	100% бавовна	XS-XL	червоний, чорний, білий, темний синій, темний зелений, яскравий рожевий та помаранчевий
10	Шапка стандартної моделі	50% вовна, 50% акрил	-	Більше 10 кольорів
11	Перчатки	50% вовна, 50% акрил	-	Більше 10 кольорів
12	Мітенки	50% вовна, 50% акрил	-	Більше 10 кольорів
13	Шарф довжиною 180 см	50% вовна, 50% акрил	-	Більше 10 кольорів

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.2 слідує, що асортимент новоствореного підприємства буде складати 13 найменувань.

Також важливо зазначити, що в магазині можливо зробити індивідуальне замовлення. Усі побажання виконуються штатним дизайнером, він повністю відтворює модель, яку хоче бачити клієнт, і після затвердження ескізу, розмірів та матеріалів, виробничий відділ починає роботу. В Додатку А (рис. А.1-А.3) можна розглянути декілька прикладів таких замовлень. Зазвичай, це цікаві, дизайнерські моделі, вироблені повністю вручну, без використання в'язальних машин.

Ціноутворення в сфері виробництва в'язаного одягу складається з багатьох факторів. Важливо враховувати складність виробу, кількість використаних матеріалів, час, витрачений на виробництво, амортизацію обладнання та витрати на оплату праці робітників. Це все включається до змінних витрат.

Розглянемо в таблиці 2.3 змінні витрати на виробництво продукції.

Таблиця 2.3

Змінні витрати на виробництво продукції

№	Найменування продукції	Вартість матеріалів, грн	Амортизаційні відрахування, грн	Оплата праці, грн	Коефіцієнт складності	Змінні витрати, грн
1	2	3	4	5	6	7
1	Оверсайз пуловер з круглою горловиною	424	50	700	1,2	1408,8
2	Кардиган середньої довжини з V-образним вирізом на гудзиках	424	50	700	1,5	1761,0
3	Жилетка на гудзиках	424	50	500	1,8	1753,2
4	Довгий оверсайз светр з подвійною горловиною	424	50	700	1,0	1174,0
5	Приталена сукня міді на бретельках	424	50	900	1,2	1648,8
6	Кроп-топ на бретельках	212	50	400	1,0	662,0

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
7	Спідниця довжини міді	318	50	400	1,2	921,6
8	Спідниця довжини максі	530	50	800	1,5	2070,0
9	Штани вільного крою	477	50	800	1,8	2388,6
10	Шапка стандартної моделі	106	50	300	0,5	228,0
11	Перчатки	106	50	300	0,7	319,2
12	Мітенки	106	50	300	0,6	273,6
13	Шарф довжиною 180 см	424	50	400	1,2	1048,8

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.3 слідує, що найбільшу питому вагу в змінних витратах на виробництво продукції буде займати вартість сировини і витрати на оплату заробітної плати.

Структура собівартості запланованої продукції детально представлена в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Собівартість продукції новоствореного підприємства

№	Найменування	Оренда приміщення, грн	Комунальні послуги, грн	Змінні витрати, грн	Загальна собівартість, грн
1	2	3	4	5	6
1	Оверсайз пуловер з круглою горловиною	107	488	1408,8	2004
2	Кардиган середньої довжини з V-образним вирізом на гудзиках	107	488	1761	2356
3	Жилетка на гудзиках	107	488	1753,2	2348
4	Довгий оверсайз светр з подвійною горловиною	107	488	1174	1769

Продовження табл. 2.4

1	2	3	4	5	6
5	Приталена сукня міді на бретельках	107	488	1648,8	2244
6	Кроп-топ на бретельках	107	488	662	1257
7	Спідниця довжини міді	107	488	921,6	1517
8	Спідниця довжини максі	107	488	2070	2665
9	Штани вільного крою	107	488	2388,6	2984
10	Шапка стандартної моделі	107	488	228	823
11	Перчатки	107	488	319,2	914
12	Мітенки	107	488	273,6	869
13	Шарф довжиною 180 см	107	488	1048,8	1644

Джерело: сформовано автором

Згідно з таблицею 2.4 бачимо, що змінні витрати займають найбільшу частину собівартості продукції. Проте на малі товари по типу шапки змінні витрати мають середній вплив на кінцеву ціну.

Окрім окупності собівартості, підприємство повинно отримувати прибутки. Зазвичай для одягу використовується націнка у 40-105% [30].

Для створюваного підприємства планується середній показник у розмірі 70% виробничих потужностей обладнання.

В таблиці 2.5 представлені ціни на продукцію новоствореного підприємства.

Таблиця 2.5

Розраховані ціни на одиницю продукції

№	Найменування продукції	Ціна, грн
1	2	3
1	Оверсайз пуловер з круглою горловиною	3399
2	Кардиган середньої довжини з V-образним вирізом на ґудзиках	3999

Продовження табл.2.5

1	2	3
3	Жилетка на гудзиках	3999
4	Довгий оверсайз светр з подвійною горловиною	2999
5	Приталена сукня міді на бретельках	3799
6	Кроп-топ на бретельках	2249
7	Спідниця довжини міді	2499
8	Спідниця довжини максі	4549
9	Штани вільного крою	5099
10	Шапка стандартної моделі	1399
11	Перчатки	1549
12	Мітенки	1499
13	Шарф довжиною 180 см	2799

Джерело: сформовано автором.

З таблиці 2.5 слідує, що найдешевшим товаром будуть шапки, планується реалізовувати шапки за ціною 1399 грн, а найдорожчим – штани вільного крою ціною в 5099 грн.

Заплановані обсяги виробництва за місяць та за рік функціонування новоствореного підприємства представлені в таблиці 2.6.

Згідно за розрахунками, наведеними в таблиці 2.6, можна побачити, що реалізація продукції за рік функціонування підприємства планується у розмірі 26,7 млн. грн.

Важливо зазначити, що розрахунки наведені з урахуванням 70% виробничих потужностей обладнання.

Таблиця 2.6

Обсяги виробництва та реалізації продукції

№	Вид продукції	Ціна одиниці продукції, грн	Обсяг виробництва в місяць		Обсяг виробництва в рік	
			одиниць	грн	одиниць	грн
1	2	3	4	5	6	7
1	Оверсайз пуловер з круглою горловиною	3399	50	169950	600	2039400
2	Кардиган середньої довжини з V-образним вирізом на гудзиках	3999	50	199950	600	2399400
3	Жилетка на гудзиках	3999	50	199950	600	2399400
4	Довгий оверсайз светр з подвійною горловиною	2999	50	149950	600	1799400
5	Приталена сукня міді на бретельках	3799	50	189950	600	2279400
6	Кроп-топ на бретельках	2249	50	112450	600	1349400
7	Спідниця довжини міді	2499	50	124950	600	1499400
8	Спідниця довжини максі	4549	50	227450	600	2729400
9	Штани вільного крою	5099	50	254950	600	3059400
10	Шапка стандартної моделі	1399	70	97930	840	1175160
11	Перчатки	1549	70	108430	840	1301160
12	Мітенки	1499	70	104930	840	1259160
13	Шарф довжиною 180 см	2799	70	195930	840	2351160
14	Індивідуальні замовлення (сер.)	3000	30	90000	360	1080000
	Усього	-	730	2226770	8760	26721240

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.6 слідує, що запланований обсяг реалізації продукції за рік функціонування підприємства планується у розмірі 26721240 грн.

З розрахунком ціни на індивідуальні замовлення важко визначити конкретні ціни, тож для визначення обсягів виробництва припустимо, що в середньому в місяць на підприємство приходить близько 30 індивідуальних замовлень за ціною в середньою 3 тис. грн.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг підприємства

Потенційними клієнтами запланованого підприємства може бути будь-яка людина. Одяг потрібен усім, без належності до якогось певного віку чи роду діяльності. З урахуванням того, що асортимент одягу на момент відкриття виробництва налічує лише жіночий дорослий одяг, можна охарактеризувати та скласти портрет споживача.

– Стать: жіноча.

– Вік: від 15 років.

– Фінансовий статус: середній та вище.

– Рід діяльності: не важливо. Більшу частину покупців можуть займати люди з творчою професією, що обирають замість простого офіційного стилю яскравий та оригінальний – ці люди в більшості випадків оберуть речі за індивідуальним замовленням. За рахунок великої кількості різних кольорів одягу, він підійде як до строгого стилю, так і як яскравий акцент в образі.

Важливим аспектом при виборі одягу останні роки є питання екології. Люди обирають бренди, які піклуються про навколишнє середовище та не використовують тваринні матеріали. За це можна не перейматись, адже здобуття вовни з вівець навпаки позитивно впливає на тварин. Без хутра їм легше, та зі стрижкою шкіра стає більш здоровою, а хутро більш м'яким [31].

Для оцінки конкурентів було обрано такі критерії:

- 1) цінова політика;
- 2) якість продукції, яка виробляється;
- 3) асортимент продукції;
- 4) популярність споживачів.

Аналіз конкурентів, які функціонують на ринку жіночого одягу за обраними критеріями представлений в таблиці 2.7.

Основними критеріями оцінки конкурентів вибрані: цінова політика, асортимент продукції, якість продукції.

Таблиця 2.7

Аналіз конкурентів

Критерій оцінювання	RITO	T. Mosca	Jenadin
Рік заснування	1991	2014	-
Місто існування	Бровари	Київ	-
Цінова політика	Висока	Висока	Висока
Якість продукції	Висока	Висока	Висока
Асортимент	сукні, спідниці, джемperi, накидки, жилетки, шапки та шарфи	сукні, спідниці, джемperi, накидки, жилетки, шапки та шарфи	сукні, спідниці, джемperi, накидки, жилетки, шапки та шарфи

Джерело: сформовано автором

З урахуванням даних з таблиці 2.7 про аналіз конкурентів, діючих на ринку вже тривалий час, можна виявити такі конкурентні переваги та загрози для новоствореного підприємства.

Для підприємства RITO можна виявили дві сильні сторони: дизайн та якість і соціальна відповідальність. Їхні речі мають високу якість завдяки перевіреним постачальникам матеріалів. Найбільшою загрозою від цього бренду можна назвати конкурентоспроможність, адже це підприємство вже стало вкоренився на ринку виробництва і реалізації жіночого одягу.

У підприємства T.Mosca великою перевагою є індивідуальність виробів та висока якість. Головною загрозою також вважається велика

конкурентоспроможність завдяки тому, що продукція цього підприємства має впізнаваність на ринку серед споживачів.

Підприємство Jenadin має унікальні безшовні вироби, які можна порівняти з ручною роботою, а також вони виграють за рахунок сучасного німецького обладнання. Підхід до виробництва цього підприємства є дуже важким для наслідування.

Сформуємо SWOT-аналіз для новоствореного підприємства в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Висока якість матеріалів, обладнання та вихідних виробів. 2. Ручне виробництво в проміжках між машинним в'язанням. 3. Спеціалізація та в'язаному одягу. 4. Можливість індивідуального виробництва під кожного клієнта.	1. Маловідомий бренд. 2. Висока вартість матеріалів. 3. Малий обсяг виробництва основного товару. 4. Сезонність одягу (не всі сприймають літній в'язаний одяг).
Можливості	Загрози
1. Можливість розширення асортименту (чоловічий та дитячий одяг). 2. Можливість розширення асортименту (трикотажний одяг). 3. Вихід на міжнародний ринок. 4. Створення виробництва за межами одного міста. 5. Онлайн-продаж. 6. Збільшення виробничих потужностей.	1. Велика конкурентоспроможність. 2. Зміни модних тенденцій. 3. Потреба в трикотажному одязі. 4. Зменшення платоспроможного населення. 5. Збільшення податків.

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.8 слідує, що основними сильними сторонами новоствореного підприємства будуть ручне виробництво та висока якість продукції.

Для «посилення» слабких сторін новоствореного підприємства планується розширення асортименту товарів та здійснення маркетингових заходів задля привернення уваги до новинок.

Окрім SWOT-аналізу, важливо розробити таблицю на основі PESTLE-аналізу, який представлений в таблиці 2.9. Розглянуті основні зовнішні впливи на діяльність новоствореного підприємства.

Таблиця 2.9

PEST-аналіз

Політичний аспект	Економічний аспект
1. Повномасштабна війна 2. Податкова політика	1. Динаміка ВВП 2. Інфляція 3. Динаміка курсу національної валюти 4. Динаміка зайнятості 5. Попит 6. Ринок та торгові цикли 7. Витрати на енергетику підприємства 8. Витрати на сировину підприємства 9. Витрати на комунікацію 10. Підвищення цін постачальників 11. Зниження купівельної спроможності населення
Соціальний аспект	Технологічний аспект
1. Зміни в базових потребах 2. Зміни в стилі і умовах життя 3. Демографічні зміни 4. Вплив ЗМІ 5. Відношення до роботи 6. Кваліфікаційна характеристика	1. Тенденції науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт 2. Нові патенти 3. Нові продукти 4. Технологій розвиток галузі 5. Швидкість зношування техніки 6. Фокусування на новітню технологію
Юридичний аспект	Екологічний аспект
1. Правила маркування 2. Авторське право 3. Захист прав споживачів	1. Екологічні стандарти та вимоги до виробництва 2. Споживча усвідомленість

Джерело: сформовано автором.

З таблиці 2.9 слідує, що найбільш вагомим аспектом є повномасштабна війна, яка впливає на кількість платоспроможного населення та є ризиком до бомбардування.

Не менш важливим в розгляді усіх пунктів є економічний аспект, а якщо точно – інфляція та усі витрати на роботу підприємства.

2.3. Формування стартового капіталу на створення ТОВ «KDROBEN»

Стартовий капітал – важлива частина створення будь-якого бізнесу. З нього починається перша робота над створенням підприємства та його подальшим запуском [32, стр. 132].

Для створення підприємства необхідно витратити первинні інвестиції, Елементи стартового для створення ТОВ «KDROBEN» представлені в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Стартовий капітал

№	Статті витрат (елементи стартового капіталу)	Сума, грн	Питома вага, %
1	2	3	4
1	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	1500	0,05
2	Орендна плата за оренду приміщення (за 2 місяця)	140000	5,47
3	Витрати на ремонт приміщення (дизайн приміщення)	150000	5,86
4	Витрати на придбання необхідного устаткування	525000	20,53
5	Оренда транспорту (2 місяці)	40000	1,56

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4
6	Транспортні витрати	15000	0,58
7	Вартість сировини, матеріалів, напівфабрикатів (за 2 місяці)	545050	21,32
9	Витрати на придбання офісних меблів	547450	21,41
10	Витрати на придбання комп'ютерної техніки (комп'ютер, принтер та ін.) та програмного забезпечення	275150	10,76
11	Вартість підключення до Інтернет	900	0,03
12	Витрати на проведення рекламних заходів до відкриття бізнесу	50000	1,95
13	Витрати на придбання реєстратора розрахункових операцій (РРО)	25000	0,97
14	Витрати на установку охоронної сигналізації	10000	0,39
16	Інші	230950	9,03
	У С Ь О Г О	2556000	100
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1	Власні засоби	556000	21,75
2	Кредити комерційних банків	2000000	78,25

Джерело: сформовано автором

Розглянемо детальніше кожен з елементів стартового капіталу.

На безпосередньо реєстрацію бізнесу буде витрачено 1000 грн. Реєстрація торгової марки виходить 500 грн.

Для функціонування новоствореного підприємства планується орендувати приміщення площею 200 м² у ФОП Петренка Олександра Володимировича. Вартість орендної плати буде складати 70 000 грн в місяць. В таблиці орендна плата встановлена за 2 місяця у розмірі 140 000 грн.

Планується виділення 150 000 грн на косметичний ремонт приміщення у вигляді фарбування стін та заміні вікон на панорамні на лицьовій стіні на обох поверхах. Це буде додавати природне світло в виробничих приміщеннях, а в залі з магазином дозволить створити якісну вітрину для покупців. Також буде покладено плитку на обох поверхах.

Для функціонування новоствореного підприємства необхідно закупити обладнання. У компанії LARKA планується закупити обладнання, вказане у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Витрати за покупку необхідного обладнання

№	Найменування	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума, грн
1	Silver Reed Sk 830	7	72000	504000
2	Janome 1522 BL	2	10500	21000
	Всього	9	-	525000

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.11 слідує, що усього виробничого обладнання на підприємстві буде закуплено на 525 тис. грн. Silver Reed Sk 830 – це потужні, якісні в'язальні машини японського виробника, що мають різноманітну кількість режимів та техніки в'язання. Так як усе виробництво здійснюється завдяки цим пристроям та рукам майстрів в'язання, це – основний виробничий засіб. Додатковим засобом вважаються 2 швейні машини Janome 1522 BL. Вони використовуються в основному для пришиття фурнітури та з'єднання деталей одягу між собою.

Для перевезення матеріалів необхідно орендувати вантажівку. До вартості оренди входить, окрім самого транспорту, ще й водій. Загальна сума оренди транспортних засобів за 2 місяці становить 40 тис. грн.

До вартості обслуговування транспорту входить ціна палива, а також можливі незначні ремонтні роботи. Загальна вартість виходить близько 15 тис. грн на місяць.

Кількість обладнання розраховано за умови, що підприємство в місяць максимально зможе виробляти по 70 одиниць одягу кожного виду, а саме 13 моделей.

В таблиці 2.12 представлені розрахунки закупівлі необхідної сировини для виробництва за два місяця.

Таблиця 2.12

Необхідні матеріали за 2 місяця

№	Найменування матеріалів	Кількість, шт	Ціна одиниці, грн	Загальна сума, грн
1	Напіввовняна пряжа	3715	70	260050
2	Бавовняна пряжа	2000	130	260000
3	Фурнітура (гудзики, блискавки, паєтки та ін.)	500	50	25000
	Всього	6215		545050

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.12 слідує, що на два місяця виробництва запланованої продукції необхідно закупити сировини на суму 545050 грн.

Матеріалами є пряжа від таких фірм як Alize, YarnArt та GAZZAL, ціновий діапазон яких становить від 70 до 130 грн за моток пряжі щільністю в 300-500 метрів на 100 грамів. Пряжа має високу якість ниток, вони не линяють та на полотні довгий час не з'являються катишки. Фурнітура якісно пофарбована, фарба з неї не полізе багато років. Така якість матеріалів дуже піднімає в ціні товар, адже такий одяг прослужить набагато довше, ніж дешевий та неякісний.

Кількість куплених меблів для офісу та їх вартість представлена в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Витрати на придбання офісних меблів

№	Назва меблів	Кількість, одиниць	Ціна за одиницю, грн	Загальна сума, грн
1	2	3	4	5
1	Стіл комп'ютерний	3	8100	24300
2	Крісло комп'ютерне	3	5000	15000
3	Стілець	4	750	3000
4	Шафа	1	4500	4500
5	Тумба	2	4300	8600
6	Комод	3	15250	45750
7	Лампа настільна	3	1800	5400
8	Кулер з водою	1	2000	2000
9	Тримачі під документи	6	250	1500
10	Маркерна дошка	1	1250	1250
	Всього	27	-	111300

Джерело: сформовано автором

Загальна вартість закупівлі офісних меблів для офісу, згідно з таблицею 2.13, становить 111,3 тис. грн.

В таблиці 2.14 представлені дані про закупівлю меблів в виробничий цех.

Для функціонування виробничого цеху новоствореного підприємства планується закупити: столи під в'язальні машинки, столи під швейні машинки, різного виду тумби, шафи та різноманітні стелажі для зберігання готової продукції

Таблиця 2.14

Витрати на закупівлю меблів в виробничий цех

№	Назва меблів	Кількість, одиниць	Ціна за одиницю, грн	Загальна сума, грн
1	2	3	4	5
1	Стіл під в'язальну машинку	7	17000	119000
2	Стіл під швейну машинку	2	8600	17200
3	Стілець робочий	2	1250	2500
4	Тумба	5	4300	21500
5	Стелажі для зберігання	40	2500	100000
6	Візок	7	3500	24500
7	Шафа	3	4500	13500
8	Кулер з водою	2	2000	4000
	Всього	68	-	302200

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.14 слідує, що загальна вартість меблів до виробничого цеху планується у сумі 302,2 тис. грн.

В таблиці 2.15 вказані вартість та кількість меблів для зони відпочинку персоналу.

Таблиця 2.15

Меблі для зони відпочинку

№	Назва меблів	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума, грн
1	2	3	4	5
1	Диван	3	8200	24600
2	Міні-холодильник	1	8000	8000
3	Мікрохвильова піч	1	2500	2500

Продовження табл. 2.15

1	2	3	4	5
4	Електрочайник	2	1500	3000
5	Стілець	6	750	4500
6	Стіл обідній	1	2000	2000
7	Стелаж кухонний (1,5*0,6 м)	1	4000	4000
8	Кулер з водою	1	2000	2000
	Всього	16	-	50600

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.15 слідує, що сума витрат на закупівлю меблів для зони відпочинку планується у розмірі 50,6 тис. грн.

В таблиці 2.16 представлені витрати на закупівлю меблів для облаштування магазину.

Таблиця 2.16

Вартість необхідних меблів для магазину

№	Назва меблів	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума, грн
1	Вішалка напольна	15	1450	21750
2	Вішалки	15	300	4500
3	Пуф	5	600	3000
4	Дзеркала	5	2000	10000
5	Манекен	5	7000	35000
6	Стіл	7	1300	9100
	Всього	52	-	83350

Джерело: сформовано автором

На даними таблиці 2.16, слідує, що зона магазину потребує меблів на суму 83,35 тис. грн.

Загальна вартість витрат на придбання всіх меблів для комфортного функціонування підприємства представлена в таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Загальна вартість необхідних меблів

№	Відділ	Вартість, грн
1	Офіс	111300
2	Виробничий відділ	302200
3	Зона відпочинку	50600
4	Магазинна зала	83350
	Всього	547450

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.17 слідує, що загальна вартість необхідних меблів для відкриття підприємства планується у сумі 547450 грн.

Планується закупити в магазині електронної техніки COMFY необхідну комп'ютерну техніку. Вартість комп'ютерної техніки та її кількість представлені в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Витрати на покупку комп'ютерної техніки

№	Найменування	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума, грн
1	Набір з комп'ютера, монітора 20", клавіатури та миші Intel i7 4x3.8GHz 16 ГБ 480 SSD Win10	10	20 000	200 000
2	БФП кольорового друку Canon i-SENSYS MF655Cdw (5158C004)	3	18 300	54 900
3	Програмне забезпечення KnittStyler	1	20 250	20 250
	Всього	14	-	275 150

Джерело: сформовано автором

Як зазначено в таблиці 2.18, закупівля комп'ютерної техніки становить 275,15 тис. грн. До вартості входять 10 наборів стаціонарних комп'ютерів, принтери та програмне забезпечення для в'язальних машинок. До кожної в'язальної машинки необхідний підключений комп'ютер, адже у неї немає власних екранів чи флешок з усіма програмами для в'язання різноманітних візерунків.

Охоронна система є важливою частиною стартового капіталу, адже складському приміщенню потрібна охоронна система та сигналізація у разі проникнення лиходіїв. На неї виділено 10 000 грн.

Витрати на рекламні заходи становлять 50 000 грн та формуються з розміщення оголошень на банерах, в Інтернеті. Окрім цього, буде наймано на аутсорсі маркетолога та програміста для створення веб-сайту магазину та офіційних сторінок в соціальних мережах, а також таргетована реклама, яка буде налаштована на необхідну цільову аудиторію.

Джерелами фінансування для відкриття новоствореного підприємства являється два засоби: власні кошти та залучення кредиту. Власних коштів у нас 321 300 грн, а кредитних коштів 2 млн грн. Банк, у якому буде отримано кредит – Приватбанк. Обрана програма, за якою береться кредит – 5-7-9% та Кредитна лінія для середнього та корпоративного бізнесу [33]. Умови кредитування:

- строк кредитування: 3 роки;
- процентна ставка: 9% річних із можливим зниженням до 7% при створенні нових робочих місць у подальшому.

В таблиці 2.19 представлений розрахований термін повернення кредиту.

В представлені розрахунки суми кредиту, суми відсотку за кредит (у розрахунку, що відсоток за кредит буде у розмірі 9% річних), виплати за кредитним зобов'язанням. У перший місяць сума відсотка за кредит буде складати 15 тис. грн і за п'ятнадцять місяців планується повернути кредит.

Таблиця 2.19

Термін повернення кредиту

Місяць	Тіло кредиту, грн	9% за кредитом	Виплата тіла кредиту	Тіло кредиту	Сума	Залишок на балансі
1	2 000 000,00	15 000,00	100 000,00	1 900 000,00	115 000,00	10 497 706,00
2	1 900 000,00	14 250,00	100 000,00	1 800 000,00	114 250,00	10 383 456,00
3	1 800 000,00	13 500,00	100 000,00	1 700 000,00	113 500,00	10 269 956,00
4	1 700 000,00	12 750,00	100 000,00	1 600 000,00	112 750,00	10 157 206,00
5	1 600 000,00	12 000,00	100 000,00	1 500 000,00	112 000,00	10 045 206,00
6	1 500 000,00	11 250,00	100 000,00	1 400 000,00	111 250,00	9 933 956,00
7	1 400 000,00	10 500,00	100 000,00	1 300 000,00	110 500,00	9 823 456,00
8	1 300 000,00	9 750,00	100 000,00	1 200 000,00	109 750,00	9 713 706,00
9	1 200 000,00	9 000,00	100 000,00	1 100 000,00	109 000,00	9 604 706,00
10	1 100 000,00	8 250,00	100 000,00	1 000 000,00	108 250,00	9 496 456,00
11	1 000 000,00	7 500,00	100 000,00	900 000,00	107 500,00	9 388 956,00
12	900 000,00	6 750,00	100 000,00	800 000,00	106 750,00	20 956 182,60
13	800 000,00	6 000,00	400 000,00	400 000,00	406 000,00	18 925 905,42
14	400 000,00	3 000,00	400 000,00	0,00	403 000,00	18 528 540,52
15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18 534 175,62

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.19 слідує, що кредит буде повністю повернуто до банку за 14 місяців.

2.4. Формування поточних витрат на функціонування підприємства

Для розрахунку поточних витрат необхідно розрахувати багато різних категорій. Однією з них є матеріальні витрати, до яких входять витрати на сировину, матеріали, засоби гігієни, канцелярію та інші витрати [32, стр. 203].

В таблиці 2.20 представлена загальна сума матеріальних витрат за місяць та за рік функціонування новоствореного підприємства.

Таблиця 2.20

Матеріальні витрати

Стаття матеріальних витрат	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума за місяць, грн	Загальна сума за рік, грн
Напіввовняна пряжа	1 860	70	130 200	1 562 400
Бавовняна пряжа	1 000	130	130 000	1 560 000
Фурнітура (гудзики, блискавки, паєтки та ін.)	250	50	12 500	150 000
Мило	50	75	3 750	45 000
Ручки	40	30	1 200	14 400
Бумага принтерна (блок)	10	150	1 500	18 000
Упаковка чорного чаю	10	50	500	6 000
Цукор 3 кг	3	30	90	1 080
Інші	-	-	20 000	240 000
Усього	-	-	299 740	3 596 880

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.19 видно, що загальна сума матеріальних витрат за рік становить майже 3,6 млн. грн.

Наступним елементом поточних витрат являється заробітна плата. Розрахунок штатного розкладу новоствореного підприємства подана в таблиці 2.20.

Для функціонування новоствореного підприємства планується на конкурсній основі набирати працівників, які володіють навичками працювати на в'язальних та швейних машинках. Планується найняти десять в'язальниць і трьох швачок.

Таблиця 2.20

Штатний розклад

Посада	Кількість посадових ставок	Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн	Загальна заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн
Директор	1	25 000	30 500	30 500
Менеджер	2	23 000	28 060	56 120
Дизайнер одягу	2	22 000	26 840	53 680
В'язальниця	10	22 000	26 840	268 400
Швачка	3	17 000	20 740	62 220
Керівник збуту	1	18 000	21 960	21 960
Продавець-консультант	3	15 000	18 300	54 900
Загалом	22	142 000	173 240	547 780

Джерело: сформовано автором

З таблиці слідує, що на новоствореному підприємстві будуть працювати 22 працівника. Фонд заробітної плати за рік функціонування підприємства планується у сумі 6573360 грн.

Наступним елементом поточних витрат є амортизаційні відрахування. Амортизаційні відрахування будуть розраховуватися прямолінійним методом.

Розрахунок амортизаційних відрахувань за рік та за місяць функціонування новоствореного підприємства наведений в таблиці 2.21.

Для розрахунку амортизаційних відрахувань включалися основні фонди підприємства, вартість яких досягає 20 тис. грн.

З таблиці 2.21 слідує, що амортизаційні відрахування за рік становитимуть 186385 грн.

Таблиця 2.21

Розрахунок амортизаційних відрахувань

Основні засоби	Вартість обладнання, грн	Кількість, одиниць	Термін служби, роки	Загальна сума, грн	Сума амортизаційних відрахувань за місяць, грн	Сума амортизаційних відрахувань за рік, грн
Silver Reed Sk 830	72000	7	4	504000	10500	126000
Конференц-стіл	21290	1	4	21290	443,54	5322.5
Програмне забезпечення KnittStyler	20250	1	4	20250	421.875	5062.5
Набір з комп'ютера, монітора 20", клавіатури та миші Intel i7 4x3.8GHz 16 ГБ 480 SSD Win10	20000	10	4	200000	4167	50000
Всього	-	19	-	745540	15532	186385

Джерело: сформовано автором

Комунальні послуги також є важливим елементом поточних витрат. Перед їхнім розрахунком важливо дізнатися витрати на споживання електроенергії.

Деталі представлені в таблиці 2.22.

Таблиця 2.22

Витрати на споживання електроенергії

№	Назва обладнання	Споживання, Вт/год	Кількість, одиниць	Ціна за Вт, грн	Витрати за місяць, грн	Витрати за рік, грн
1	2	3	4	5	6	7
1	Silver Reed Sk 830	3000	7	7	147000	1764000
2	Комп'ютери	300	10	7	21000	252000

Продовження табл.2.22

1	2	3	4	5	6	7
3	Принтер	1500	3	7	31500	378000
4	Лампочка	100	10	7	7000	84000
5	Холодильник	75	1	7	525	6300
6	Мікрохвильовка	40	1	7	280	3360
7	Електрочайник	1500	1	7	10500	126000
8	Лампа денного світла	125	100	7	87500	1050000
	Всього	6640	133	-	305305	3663660

Джерело: сформовано автором

Згідно з таблицею 2.22, всього в рік плануються витрати за споживання енергії у розмірі майже 3,7 млн грн.

Загальна сума комунальних витрат за місяць та за рік функціонування новоствореного підприємства розрахована в таблиці 2.23

Таблиця 2.23

Витрати на комунальні послуги

Статті витрат	Тариф, грн	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
Водопостачання	40	800	9600
Електроенергія	7	305305	3663660
Опалення	25	6600	34050
Зв'язок та Інтернет	550	550	6600
Вивіз сміття	4000	4000	48000
Всього	-	317255	3761910

Джерело: сформовано автором

Загальні витрати на комунальні послуги, згідно з таблицею 2.23, становлять майже 4 млн. грн.

Сформуємо загальні поточні витрати підприємства в таблиці 2.24.

Таблиця 2.24

Загальні поточні витрати

Найменування витрат	Витрати за місяць, грн	Витрати за 2025 рік, грн
Матеріальні витрати	299740	3596880
Заробітна плата (з ЄСВ)	547780	6573360
Амортизаційні відрахування	15532	186384
Послуги інших установ	10000	120000
Оренда приміщення	70000	840000
Комунальні платежі	317255	3761910
Виплати по кредиту	-	130500
Реклама	50000	600000
Інші витрати	100000	1200000
Всього	1410307	17009034

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.24 слідує, що поточні витрати за рік становитимуть 17009034 грн.

Висновки до розділу 2.

1. Новостворене підприємство буде мати статус юридичної особи, зареєстроване як товариство з обмеженою відповідальністю і мати назву ТОВ «KDroben». Зареєстровано за юридичною адресою: місто Одеса, вулиця Генерала Петрова 25.

Асортимент буде складатися з 13 позицій товарів, до яких входять: светри, кардигани, полувери, жилетки, сукні, спідниці, штани, топи та зимові аксесуари. Кожна модель одягу має декілька варіантів кольорів. Окрім цього буде реалізована послуга моделювання та створення одягу за індивідуальним замовленням.

2. Проведена оцінка внутрішніх конкурентних переваг новоствореного підприємства свідчить, що сильними сторонами будуть висока якість продукції та ручне виробництво.

3. Для створення ТОВ «KDROBEN» необхідний стартовий капітал у розмірі 2556000 грн. Буде задіяний власний капітал у розмірі 556000 грн. Планується взяти кредит в банку на суму 2 млн. грн під 9% річних, терміном на 14 місяців.

4. Заплановані поточні витрати за рік функціонування новоствореного підприємства у сумі 16228159 грн. Найбільшу питому вагу займають витрати на заробітну плату.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ТОВ «KDROBEN»

3.1. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проекту

Грошовий потік є важливим показником для діяльності підприємства. Для будь-якого підприємства, незалежно від розміру та галузі діяльності, розрахунок грошового потоку є життєво важливою процедурою. Це корисний інструмент, який дає змогу оцінити його фінансову стійкість, платоспроможність та перспективи розвитку. Грошовий потік відображає рух грошових коштів протягом певного періоду, показуючи співвідношення між надходженнями (виручка від продажу, надходження від дебіторів, інвестиції) та витратами (витрати на виробництво, оплата праці, інвестиції). Для його розрахунку також необхідно дізнатися багато інших даних, наприклад чистий дохід, ПДВ та податок на прибуток.

Деталі можна дізнатися в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Рахунок прибутку та грошового потоку за 2025-2030 роки

Показники	За роками (грн)					
	1-ий рік	2-ий рік	3-ий рік	4-ий рік	5-ий рік	6-ий рік
1	2	3	4	5	6	7
1. Виручка від реалізації продукції (послуг)	26721240,0	29393364,0	32332700,4	35565970,4	39122567,5	43034824,2
2. ПДВ (до бюджету)	4453540,0	4898894,0	5388783,4	5927661,7	6520427,9	7172470,7
3. Чистий дохід	22267700,0	24494470,0	26943917,0	29638308,7	32602139,6	35862353,5

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5	6	7
4. Поточні витрати, у тому числі:	17009034	18575387,4	20423026,1	22465328,7	24711861,6	27183047,8
– сума відсотка за кредитом	130500	9000	0,00	0,00	0,00	0,00
– амортизаційні відрахування	186384,00	205022,40	225524,64	248077,10	272884,81	300173,30
6. Фінансовий результат (прибуток)	5258666,0	5919082,6	6520890,9	7172979,9	7890277,9	8679305,7
7. Податок на прибуток	946559,88	1065434,87	1173760,35	1291136,39	1420250,03	1562275,03
8. Чистий прибуток	4312106,1	4853647,7	5347130,5	5881843,6	6470027,9	7117030,7
9. Грошовий потік	4498490,1	5058670,1	5572655,2	6129920,7	6742912,7	7417204,0
10. Накопичений грошовий потік	4498490,1	9557160,2	15129815,4	21259736,1	28002648,8	35419852,8

Джерело: сформовано автором

Детальніше роздивимося кожний показник таблиці 3.1.

Виручку було розраховано в таблиці 3.2. на найближчі 6 років роботи підприємства. Наступні роки було розраховано з урахуванням інфляції в 10%.

За даними таблиці 3.2. можна побачити, що більший обсяг реалізації продукції приходить на вересень-лютий, ніж на березень-серпень.

Це можна пояснити більшим асортиментом зимової продукції та більшим попитом на саме зимовий в'язаний одяг.

За 6 років, в порівнянні з 2025 та 2030 роками, запланована виручка підніметься на майже 20 млн грн. Найбільшу питому вагу застасє виручка від штанів завдяки найвищій ціні серед усього асортименту одягу.

Таблиця 3.2

Прогнозований обсяг реалізації на 2025-2030 роки

№	Асортимент продукції	Кількість виробленої продукції в рік, одиниць	Ціна одиниці, грн	Обсяг реалізації за вересень-лютий, тис. грн	Обсяг реалізації за березень-серпень, грн	Обсяг реалізації за 2025 рік, тис. грн	Обсяг реалізації за 2026 рік, тис. грн	Обсяг реалізації за 2027 рік, грн	Обсяг реалізації зв 2028 рік, тис. грн	Обсяг р реалізації за 2029 рік, тис. грн	Обсяг реалізації за 2030 рік, тис. грн
1	Пуловер	600	3399	1359,6	679,8	2039,4	2243,3	2467,7	2714,4	2985,9	3284,5
2	Кардиган	600	3999	1599,6	799,8	2399,4	2639,3	2903,3	3193,6	3512,9	3864,3
3	Жилетка	600	3999	1599,6	799,8	2399,4	2639,3	2903,2	3193,6	3512,9	3864,2
4	Светр	600	2999	1199,6	599,8	1799,4	1979,3	2177,2	2395	2634,5	2897,9
5	Сукня міді	600	3799	7598	1519,6	2279,4	2507,3	2758	3033,8	3337,2	3671
6	Кроп-топ	600	2249	449,8	899,6	1349,4	1484,3	1632,7	1796	1975,6	2173,2
7	Спідниця міді	600	2499	499,8	999,6	1499,4	1649,3	1814,2	1995,7	2195,2	2414,7
8	Спідниця максі	600	4549	909,8	1819,6	2729,4	3002,3	3302,5	3632,8	3996,1	4395,7
9	Штани	600	5099	1019,8	2039,6	3059,4	3365,3	3701,8	4072	4479,2	4927,1
10	Шапка	840	1399	867,3	307,7	1175,1	1292,6	1421,9	1564,1	1720,5	1892,6
11	Перчатки	840	1549	960,3	340,7	1301,1	1431,2	1574,4	1731,8	1905	2095,5
12	Мітенки	840	1499	929,3	329,7	1259,1	1385	1523,5	1675,9	1843,5	2027,8
13	Шарф	840	2799	1735,3	615,7	2351,1	2586,2	2844,9	3129,3	3442,3	3786,5
14	Індивідуальні замовлення (сер.)	360	3000	540	540	1080	1188	1306,8	1437,4	1581,2	1739,3
	Усього	8760	-	14429	12291	26721	29393	32332	35565	39122	43034

Джерело: сформовано автором

Податок на додану вартість товарів має ставку 20% від вартості продукції, тобто цей податок вкладено в ціну товару, за яку цей товар продається. В перший рік існування підприємства ПДВ виходить близько 4,5 млн грн, коли на шостий рік цей показник виростає майже на 1,6 млн грн.

Чистий дохід розраховується, як виручка, від якої віднято ПДВ. Згідно з таблицею 3.1, чистий дохід на новоствореному підприємстві за 6 років роботи буде становити від 22,2 до 35,9 млн грн.

Поточні витрати за наступні 6 років функціонування новоствореного підприємства вказані в таблиці. 3.3. Зазначимо, що прогнозування витрат розраховано з ймовірною інфляцією розміром в 10%.

Таблиця 3.3

Поточні витрати за 2025-2030 роки

Найменування витрат	Витрати за 2025 рік, тис.грн	Витрати за 2026 рік, тис.грн	Витрати за 2027 рік, тис.грн	Витрати за 2028 рік, тис.грн	Витрати за 2029 рік, тис.грн	Витрати за 2030 рік, тис.грн
Матеріальні витрати	3596,88	3956,568	4352,2	4787,4	5266,2	5792,8
Заробітна плата (з ЄСВ)	6573,36	7230,7	7953,76	8749,1	9624,1	10586,5
Амортизаційні відрахування	186,4	205,02	225,5	248,08	272,88	300,17
Послуги інших установ	120	132	145,2	159,72	175,692	193,261
Оренда приміщення	840	924	1016,4	1118,04	1229,844	1352,828
Комунальні платежі	3761,910	4138,101	4551,911	5007,102	5507,812	6058,593
Виплати по кредиту	130,5	9	0	0	0	0
Реклама	600	660	726	798,6	878,46	966,306
Інші витрати	1200	1320	1452	1597,2	1756,92	1932,612
Всього	17009	18575,3	20423	22465,3	24711,8	27183

Джерело: сформовано автором

За даними таблиці 3.3 можна зробити висновок, що протягом 6 років поточні витрати запланованого підприємства піднімуться на 10 млн грн. Найбільшою питомою вагою від усіх оперативних витрат є заробітна плата працівників.

Фінансовий результат підприємства може бути як позитивним, так і негативним, тобто від'ємним. В такому випадку оперативні витрати підприємства підвищують чистий дохід. У запланованого проєкту прибуток з'являється ще на першому році існування і дедалі росте з 5,3 млн грн до 8,6 млн грн.

Наступним показником йде податок на прибуток. Ставка податку на прибуток складає 18% від фінансового результату, і на шостий рік існування проєкту становить трохи більше, ніж 1,5 млн грн, що на 0,6 млн грн більше, ніж у першому році.

Чистий прибуток – це наш фінансовий результат без урахування податку на прибуток. В першому році роботи проєкт принесе близько 4,3 млн грн, а на шостий рік – вже 7,1 млн грн, що на 2,8 млн грн більше.

Грошовий потік складається не тільки з ЧП, а й з амортизаційних відрахувань. Вони необхідні нам для того, щоб повернути гроші, витрачені на покупку дорогого обладнання, і одразу мати у себе гроші для покупки нового при їхньому виходу зі стану експлуатації. Саме тому ці гроші повертаються із поточних витрат до ГП. Станом на шостий рік роботи він становитиме 7,4 млн грн, коли як загальний грошовий потік за усі 6 років роботи становитиме 35,4 млн грн.

Розрахуємо економічні показники ефективності проєкту створення підприємства з виробництва та реалізації жіночого одягу в таблиці 3.4.

В таблиці розраховані критеріальні показники, які характеризують доцільність проєкту створення підприємства: чиста поточна вартість, індекс прибутковості, термін окупності та внутрішня норма прибутковості.

Таблиця 3.4

Показники економічної ефективності проєкту

Показники економічної ефективності	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
1	2	3	4	5	6
1. Стартовий капітал	2556000	0	0	0	0
2. Грошовий потік	4498490	5058670	5572655	6129920	6742912
3. Ставка дисконтування	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24
4. Чиста поточна вартість	1071814	4361792	7284579	9877373	12177433
5. Індекс прибутковості	0,42	1,71	2,85	3,86	4,76
6. Термін окупності	0,59	-	-	-	-

Джерело: сформовано автором

Проаналізував дані з таблиць 3.2, а також розглянув розрахунки таблиці 3.4, можна зробити висновок, що заплановане підприємство є дуже ефективним.

Першим важливим показником є чистий приведений прибуток (NPV), або чиста поточна вартість. Цей показник визначає кінцевий ефект проєкту, його результат [34, стр. 157-158]. Чиста поточна вартість підприємства розраховується як дисконтований фінансовий результат підприємства. На п'ятий рік існування при дисконтній ставці в 24% NPV становить 12 млн грн.

Індекс прибутковості (PI) показує різницю або відношення між початковими інвестиціями в проєкт та сьогоdnішніми надходженнями грошей від нього [34, стр. 170-171]. Даний індекс розраховується як NPV, поділена на початкові вкладення, який вже на другому році існування складає 1,71, що вже вказує на більшу фактичну вартість підприємства.

Внутрішня норма прибутку, або IRR – це так званий показник рентабельності. Він допомагає зрозуміти, чи вигідно вкладати кошти в даний проєкт, чи краще знайти альтернативу [34, стр. 174-176]. IRR з NPV при ставці дисконтування в 24% у 1,07 млн грн та NPV при ставці дисконтування в 89% у -175 тис грн становить 269%. Внутрішня норма прибутковості дуже велика, тож проєкт вигідний.

Термін окупності означає час, за який підприємство зможе відшкодувати свої первинні затрати для створення [34, стр. 145]. Даний показник, що розраховується як початкові витрати, поділені на чистий прибуток, складає 0,59 року, тобто 7,2 місяці.

3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Перед відкриттям бізнесу необхідно проаналізувати ризики, які можуть перешкодити нормальному функціонуванню бізнесу. Ризики бувають внутрішні та зовнішні. Внутрішні створюються безпосередньо всередині підприємства, наприклад внутрішнім ризиком може бути пошкодження обладнання чи виробничі травми. Зовнішні ризики виникають поза межами підприємства, і найчастішим ризиком є висока конкурентність та, в сьогоденнішніх реаліях, військові події.

Аналіз ризиків є ключовим елементом управління будь-яким підприємством. Він дозволяє компаніям ідентифікувати потенційні проблеми до того, як вони стануть критичними, та розробляти стратегії для їх запобігання або мінімізації.

Аналізуючи ризики, компанії можуть вживати профілактичних заходів, щоб уникнути негативних наслідків. Це може включати зміни в процесах, навчання персоналу, оновлення обладнання тощо.

Розуміння ризиків дозволяє керівництву призначати ресурси там, де вони найбільш потрібні, забезпечуючи кращу захищеність від потенційних проблем [35].

Компанії, які ефективно управляють ризиками, можуть швидше відновлюватися після непередбачених подій, зберігаючи свою репутацію та фінансову стабільність.

Ігнорування ризиків може призвести до серйозних наслідків:

– Не ідентифіковані ризики можуть спричинити несподівані витрати, що впливають на прибутковість.

– Якщо компанія не може ефективно реагувати на кризу, це може негативно вплинути на її імідж.

– Ігнорування відомих ризиків може призвести до юридичної відповідальності, якщо це призведе до шкоди третім особам.

Аналіз ризиків є необхідним для забезпечення довгострокового успіху та стабільності підприємства.

В таблиці 3.5 показані 15 ризиків для запланованого підприємства.

Таблиця 3.5

Реєстр ризиків проекту

Номер ризику	Опис	Оцінка ймовірності	Оцінка впливу	Інтегральна оцінка	Стратегія	Дії
1	2	3	4	5	6	7
1	Низький попит на в'язаний одяг	6	10	60	Спостереження	Диверсифікація асортименту, маркетингові заходи
2	Зміни модних тенденцій	5	4	20	Адаптація	Гнучкість у дизайні, швидка реакція на зміни
3	Високі витрати на сировину	8	9	72	Контроль	Пошук альтернативних постачальників, оптимізація
4	Конкуренція на ринку	8	7	56	Розвиток	Унікальний дизайн, якість продукції

Продовження табл.3.5

1	2	3	4	5	6	7
5	Технічні збої в обладнанні	4	2	8	Адаптація	Регулярне обслуговування, резервне обладнання
6	Зміни в законодавстві	5	7	35	Адаптація	Юридична консультація, відстеження нових законів
7	Віезд клієнтів за кордон	8	9	72	Адаптація	Продажі за кордоном та через онлайн.
8	Проблеми з якістю продукції	6	10	60	Вдосконалення	Контроль якості, навчання працівників
9	Валютні ризики	5	6	30	Хеджування	Захист від коливань валютного курсу
10	Зміни в економічному середовищі	9	8	72	Спостереження	Моніторинг економічних показників, гнучкість
11	Втрата ключового персоналу	5	7	35	Контроль	Резервування знань, підвищення мотивації
12	Зміни в митних правилах	8	6	48	Адаптація	Моніторинг законодавства, співпраця з експертами
13	Пошкодження виробничого обладнання	4	9	34	Підлаштування	Регулярне обслуговування, страхування
14	Зміни в податковому законодавстві	9	7	63	Спостереження	Юридична консультація, оптимізація
15	Проблеми з логістикою	6	8	48	Планування	Гнучкість у маршрутах, запасні варіанти

Джерело: сформовано автором

Проаналізував таблицю 3.5, можна прийти до таких висновків: основні ризики ґрунтуються на виробничих аспектах та військових діях, яких всього 9.

На рис. 3.1 графічно зображено ці ризики у вигляді пелюсткової діаграми.

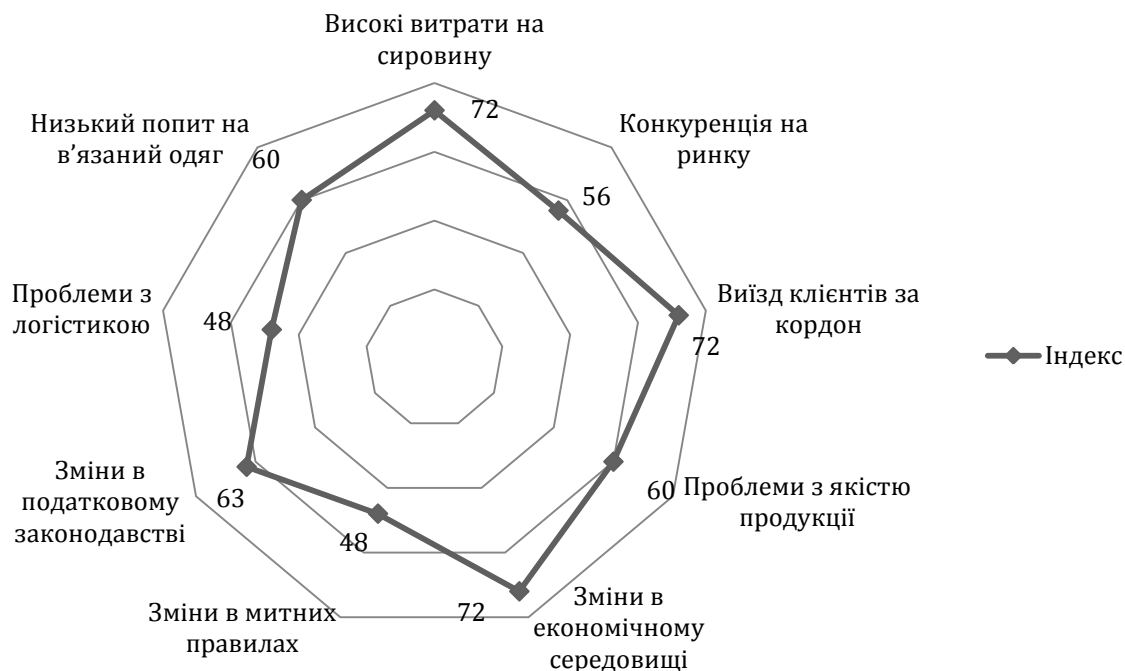


Рис. 3.1. Найбільші ризики підприємства

Джерело: сформовано за таблицею 3.5

З рисунку 3.1 можна зробити висновки, що найбільшими ризиками є зміни в економічному середовищі, високі витрати на сировину та виїзд клієнтів за кордон, їх інтегральна оцінка становить 72. Ці всі проблеми можна обійти за допомогою стратегій, описаних в таблиці 3.5.

Успіх будь-якого підприємства значною мірою залежить від ефективної взаємодії з ключовими зацікавленими особами. Це можуть бути інвестори, клієнти, постачальники, партнери, регулятори та інші групи, які впливають або можуть бути вплинуті діяльністю компанії. Реєстр зацікавлених осіб — це стратегічний інструмент, який допомагає ідентифікувати, класифікувати та управляти взаєминами з цими особами. Таблиця 3.6 надає систематизований огляд всіх зацікавлених осіб, їх інтересів, очікувань та впливу на підприємство, що є важливим для розробки ефективної стратегії стейкхолдер-менеджменту.

Таблиця 3.6 надає систематизований огляд всіх зацікавлених осіб, їх інтересів, очікувань та впливу на підприємство, що є важливим для розробки ефективної стратегії стейкхолдер-менеджменту.

Таблиця 3.6

Реєстр зацікавлених осіб

Ім'я Стекхолдера або Групи	Внутрішній/ Зовнішній	Рівень залучення	Рівень впливу (от 1 до 5)	Вплив на ресурси (от 1 до 5)	Загальний бал	Що йому потрібно чи які є заперечення?	Що від нього потрібно?
Власник підприємства	внутрішній	підтримуючий	5	5	10	позитивні показники ефективності проекту	затвердження, ресурси
Директор підприємства	внутрішній	підтримуючий	5	5	10	успішне виконання проекту	ресурси, бюджет
Проектний менеджер підприємства	внутрішній	підтримуючий	5	5	10	позитивні результати проекту до його повного завершення	погодження процесів, бюджет, відповідальність
Дизайнери	внутрішній	підтримуючий	5	5	10	надання доступу до побажань потенційних клієнтів та пряма співпраця з виробничим відділом	креативні ідеї, спостереження за трендами
Виробничий відділ (швачки, в'язальниці)	внутрішній	підтримуючий	5	4	9	забезпечення матеріалами, обладнанням, навчання та гідні умови праці	якісне виробництво одягу
Продавці-консультанти	внутрішній	підтримуючий	5	0	5	гідні умови праці та	спілкування з клієнтами та продаж товару
Клієнти	зовнішній	лідуючий	5	0	5	погодження вимог щодо надання якісної послуги	ресурс клієнтів
Постачальники пряжі	зовнішній	лідуючий	4	5	9	укладання договорів щодо здійснення поставок	ресурс обладнання
SMM-менеджер	внутрішній	підтримуючий	5	2	7	розширення клієнтської бази проекту	погодження процесів

Джерело: сформовано автором

Проаналізував дані, наведені в таблиці 3.6, можна прийти до висновків, що головними зацікавленими особами, які впливають на підприємство, окрім керуючого персоналу, такого як директор, власник та проєктний менеджер, вважаються дизайнери та виробничий відділ, що складається з в'язальщиків та швачок. Від дизайнера залежить вигляд нових колекцій та індивідуальних замовлень. Якщо дизайнер буде мало кваліфікованим, то його моделі виглядатимуть негарно та нецікаво. Від виробничого персоналу залежить також дуже багато, як мінімум якість одягу. При належній роботі та високому рівню навичок, в'язальщики можуть робити неперевершені вироби. Особливої уваги стосується вміння в'язати без машинки, вручну – спицями та гачком. Частіше за все індивідуальні замовлення створюються саме вручну, без механічного втручання, саме тому виробничому відділу важливо вміти геть усе [36].

Другим по важливості вважається постачальник пряжі. Від якості матеріалів залежить вихідний стан одягу. Дешева пряжа надає виробу погану текстуру, такий одяг скоріше покриється латишками та, скоріш за все, буде сильно линяти та розтягуватись при пранні. Більш якісні матеріали допоможуть створити в'язаний одяг більш витривалишим у повсякденному використанні.

Етапи підготовки до відкриття підприємства – це ключові кроки, які необхідно виконати для того, щоб підприємство розпочав свою діяльність на міцному фундаменті. Ці етапи включають ретельне планування, аналіз ринку, визначення бізнес-моделі, розробку бізнес-плану, отримання необхідних ліцензій та сертифікатів, а також реєстрацію підприємства. Вони потрібні для того, щоб забезпечити законність, ефективність та конкурентоспроможність бізнесу на ринку. Кожен етап має свої особливості та вимоги, які важливо врахувати для успішного запуску та подальшого розвитку підприємства.

Таблиця 3.7 детально описує кожен з етапів підготовки відкриття підприємства.

Таблиця 3.7

Етапи підготовки

Назва етапу	Початок	Тривалість	Кінець
Задача #1 ліцензії	01.09.2024	7	08.09.2024
Задача #2 план розвитку	01.09.2024	7	08.09.2024
Задача #3 сайт	01.09.2024	21	22.09.2024
Задача #4 оренда та ремонт приміщення	06.09.2024	50	26.10.2024
Задача #5 підбір персоналу	25.09.2024	7	02.10.2024
Задача #6 навчання персоналу	02.10.2024	30	01.11.2024
Задача #7 сертифікат	25.09.2024	7	02.10.2024
Задача #8 закупівля обладнання та матеріалів	25.09.2024	37	01.11.2024

Джерело: сформовано автором

Для більш детального аналізу таблиці 3.7 сформуємо діаграму Ганта. Діаграма Ганта – це популярний інструмент управління проектами, який використовується для візуалізації графіка роботи. Вона дозволяє менеджерам проектів та командам бачити етапи робіт, їх тривалість та послідовність. Це важливо для координації завдань та ресурсів, а також для відстеження прогресу проекту.

Управління проектами вимагає чіткого планування та організації. Діаграма Ганта є ключовим інструментом, який допомагає в цьому процесі, надаючи зрозуміле уявлення про часові рамки та взаємозв'язки між різними завданнями. Вона представляє собою горизонтальні смуги, що відображають тривалість кожного завдання, та їх взаємодію в часі, що дозволяє виявити можливі конфлікти та забезпечити ефективне використання ресурсів.

На рис. 3.2 можна побачити ілюстрування плану робіт для підприємства, відображаючи ключові етапи та їх очікувану тривалість, що є важливим для відкриття нової підприємницької структури.

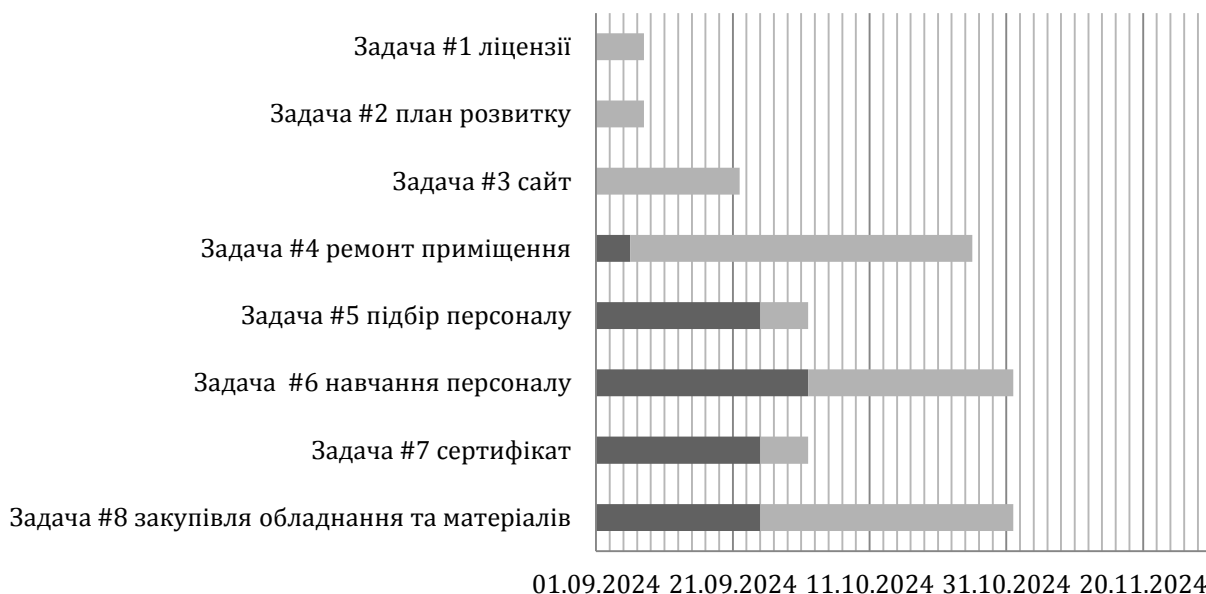


Рис. 3.2. Діаграма Ганта

Джерело: сформовано автором на основі таблиці 3.7

З рис. 3.2 слідує, що після ретельного аналізу діаграми Ганта можна зробити висновки щодо перетину етапів підготовки до відкриття підприємства. Купівля ліцензії, розробка плану розвитку та сайту йде водночас. Під кінець перших двох задач іде процес аренди приміщення та його ремонт, який перетинає усі інші процеси. Підбір персоналу та купівля сертифікатів йде одночасно, і після них вже йде навчання персоналу. Разом з цим триває закупівля необхідного обладнання та матеріалів. Навчання персоналу закриває процес відкриття підприємства, тож одразу після цього можна відкриватися.

Висновки до розділу 3.

1. Економічні показники ефективності проєкту створення підприємства показують, що підприємство є прибутковим та ефективним. NPV запланованого підприємства становить 12177433,54 грн. PI в перший рік функціонування підприємства становить 1,42, і IRR – 269% на першому році. Термін окупності становить 8 місяців.

2. Реєстр ризиків проекту налічує 15 різноманітних ризиків, найвищий індекс мають зміни в економічному середовищі, високі витрати на сировину та виїзд клієнтів за кордон.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері виробництва і реалізації жіночого одягу та зроблено наступні висновки.

1. Актуальність бізнес-ідеї створення власної справи у сфері виробництва і реалізації трикотажного одягу пов'язана з тим, що в сучасній індустрії одягу та моди в цілому повертається тренд на зручний та комфортний одяг, який зігріє взимку або доповнить літній образ.

2. Новостворене підприємство буде мати КВЕД 14.39: виробництво іншого трикотажного та в'язаного одягу. Додатковим КВЕДом планується взяти клас 47.71: Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах.

Основними умовами організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері виробництва і реалізації одягу є отримання сертифікатів відповідності та торгової марки, а також дотримання санітарних, протипожежних та гігієнічних норм.

3. Новостворене підприємство буде мати статус юридичної особи: товариство з обмеженою відповідальністю і мати назву ТОВ «KDROBEN» та функціонувати на загальній системі оподаткування. Зареєстровано за юридичною адресою: місто Одеса, вулиця Генерала Петрова 25.

4. Асортимент новоствореного підприємства буде складатися з 13 позицій товарів, до яких входять: светри, кардигани, полувери, жилетки, сукні, спідниці, штани, топи та зимові аксесуари. Кожна модель одягу має декілька варіантів кольорів. Окрім цього буде реалізована послуга моделювання та створення одягу за індивідуальним замовленням.

5. Проведена оцінка внутрішніх конкурентних переваг новоствореного підприємства свідчить, що сильними сторонами будуть висока якість продукції та ручне виробництво.

6. Для створення ТОВ «KDROBEN» необхідний стартовий капітал у розмірі 2556000 грн. Буде задіяний власний капітал у розмірі 556000 грн. Планується взяти кредит в банку на суму 2 млн. грн під 9% річних, терміном на 14 місяців.

7. Заплановані поточні витрати за рік функціонування новоствореного підприємства у сумі 16228159 грн. Найбільшу питому вагу займають витрати на заробітну плату.

8. Економічні показники ефективності проекту створення підприємства показують, що підприємство є прибутковим та ефективним. NPV запланованого підприємства становить 12177433,54 грн. РІ в перший рік функціонування підприємства становить 1,42, і IRR – 269% на першому році. Термін окупності становить 8 місяців.

9. Реєстр ризиків проекту налічує 15 різноманітних ризиків, найвищий індекс мають зміни в економічному середовищі, високі витрати на сировину та виїзд клієнтів за кордон.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Модні в'язані тренди 2021-2022: кращі в'язані речі на фото - Корисний порадник. *Корисний порадник.* URL: <https://poradnuk.com/moda/modni-vyazani-trendi-2021-2022-krashhi-vyazani-rechi-na-foto.html> (дата звернення: 05.03.2024).
2. Instagram-тренд: як носити в'язані речі влітку й чому без них не обійтися. *Elle – модний жіночий журнал.* URL: <https://elle.ua/moda/trendy/instagram-trend-yak-nositi-vyazani-rechi-vlitku-y-chomu-bez-nih-ne-obiytisya/> (дата звернення: 05.03.2024).
3. Що буде модно у 2024 році: головні тренди, актуальні новинки. *Joy-Pup.* URL: <https://joy-pup.com/ua/fashion-ua/shcho-bude-modno-u-2024-roci-golovni-trendi-ak/> (дата звернення: 05.03.2024).
4. Knitwear market: global industry analysis and forecast (2023-2029). *Maximize market research.* URL: <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/global-knitwear-market/19993/> (дата звернення: 06.03.2024).
5. Ukraine knitwear market market (2020 - 2026) | trends, outlook & forecast. *6Wresearch - Market Intelligence Solutions.* URL: <https://www.6wresearch.com/industry-report/ukraine-knitwear-market-market-2020-2026> (дата звернення: 06.03.2024).
6. Штука Н. Перекроїти все. Війна зруйнувала понад половину швейного бізнесу України. Як він намагається постати з попелу. *Forbes.ua.* URL: <https://forbes.ua/inside/perekroiti-vse-viyna-zruynuvala-ponad-polovinu-shveynogo-biznesu-ukraini-yak-vin-namagaetsya-postati-z-popelu-13042022-5415> (дата звернення: 06.03.2024).
7. Експорт одягу з України: європейський союз в пріоритеті. *Укрпромвнешекспертиза – цінові довідки, маркетингові дослідження,*

аналітика ринків. URL: <https://www.expert.kiev.ua/eksport-odyagu-z-ukrayini-yevropejskij-soyuz-v-prioriteti/> (дата звернення: 06.03.2024).

8. Експорт одягу з України: 90,5% купують країни ЄС. *Сьогодні.* URL: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/enews/eksport-odezhdy-iz-ukrainy-905-pokupayut-strany-es-723910.html> (дата звернення: 06.03.2024).

9. Давальницька офшорна схема. *Crystal.* URL: <https://crystal.tax.ua/davalniczka-sxema-z-vikoristannyam-kompan-nerezidenta.html> (дата звернення: 06.03.2024).

10. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.03.2024).

11. Учасники проєктів Вікімедіа. Мода – вікіпедія. *Вікіпедія.* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мода> (дата звернення: 15.03.2024).

12. ТОП 10 найкращих брендів одягу. *Reshi.ua.* URL: <https://www.rechi.ua/uk/info/best-clothing-brands> (дата звернення: 15.03.2024).

13. Сертифікація одягу власного виробництва. *Atestor – quality control centre.* URL: <https://atestor.ua/uk/poleznye-stati/sertifikaciya-odyagu-vlasnogo-virobnictva/> (дата звернення: 15.03.2024).

14. Сертифікація продукції. *Nvppoint.com.* URL: https://nvppoint.com/uk/sertifikatsiya-produktsiyi/?fdx_switcher=true (дата звернення: 15.03.2024).

15. Про запровадження дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності. *Офіційний вебпортал парламенту України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/99#Text> (дата звернення: 03.04.2024).

16. Як зареєструвати торговельну марку в Україні. *Дія.* URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/torgovelnna-marka/ak-zareestruvati-torgovelnnu-marku-> (дата звернення: 17.03.2024).

17. Документи, необхідні для реєстрації торгової марки. *Tsarik.* URL: <https://www.tsarik.com.ua/blog/dokumenty-dlya-reestratsii-tm/> (дата звернення: 1.03.2024).

18. Детальніше про торгові марки (товарні знаки) в Україні. *Msp-patent.com.ua*. URL: https://www.msp-patent.com.ua/ua/torgovuje_marki.html (дата звернення: 17.03.2024).

19. Загальні санітарно-гігієнічні вимоги до розміщення підприємств, до виробничих і допоміжних приміщень. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/1229031138304/bzhd/zagalni_sanitarno-gigiyenichni_vimogi_rozmischennya_pidpriyemstv_virobnichih_dopomizhnih_primischen (дата звернення: 17.03.2024).

20. Санітарно-гігієнічні вимоги до розміщення виробничих підприємств. Охорона праці і пожежна безпека. URL: <https://oppb.com.ua/news/sanitarno-gigiyenichni-vymogy-do-rozmishchennya-vyrobnychyh-pidpryyemstv> (дата звернення: 19.03.2024).

21. Промислова санітарія. Medical-Енс – медична енциклопедія. URL: <https://medical-enc.com.ua/prom-sanitaria.htm> (дата звернення: 19.03.2024).

22. Робота в офісі: основні санітарно-гігієнічні вимоги. *Управління інспекційної діяльності у Тернопільській області Південно-Західного міжрегіонального управління Державної служби з питань праці*. URL: <https://te.dsp.gov.ua/robota-v-ofisi-osnovni-sanitarno-gigiyenichni-vymogy/#:~:text=У%20приміщеннях%20на%20робочих%20місцях,0,1%20м/с> (дата звернення: 19.03.2024).

23. Основи фізіологи, гігієни праці та виробничої санітарії. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/1259060538930/bzhd/osnovi_fiziologi_gigiyeni_pratsi_virobnichoyi_sanitariyi (дата звернення: 19.03.2024).

24. Profiteh. Пожежна безпека на підприємстві – правила та організація. ПРОФІТЕХ. *ПРОФІТЕХ*. URL: <https://profiteh.ua/pozhezhna-bezpeka-na-pidpryyemstvi-pravyla-ta-orhanizatsiia/> (дата звернення: 20.03.2024).

25. КВЕД – Укрстат. *Kved.ukrstat.gov.ua*. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/14/KVED10_14_39.html#:~:text=Цей%20к

лас%20включає:,,%20джемperi,%20светри,%20жилети%20тощо (дата звернення: 20.03.2024).

26. Які документи потрібні для реєстрації ТОВ (Товариства з обмеженою відповідальністю). *Юридичний офіс Ігоря Бондаренко*. URL: <https://bondarenko-law.com/blog/yaki-dokumenty-potribni-dlya-reyestratsiyi-tov-tovaristva-z-obmezhenoyu-vidpovidalnistyu> (дата звернення: 22.03.2024).

27. Реєстрація товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), *Професійна допомога адвокатів та юристів в Києві або Львові*. URL: <https://legalaid.ua/ua/rejestratsiya-tov/> (дата звернення: 22.03.2024).

28. Основи бізнесу: навч. посіб/за ред. Н.В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 238 с.

29. Доброва Н.В., Райлян О.Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. Наукові перспективи: журнал. 2021. № 10 (16) 447 с.

30. Ціноутворення: як встановити націнку, яка принесе прибуток? Автоматизація та облік. Торгсофт. *Торговельне, касове обладнання, програма обліку. Торгсофт*. URL: <https://store.torgsoft.ua/blog/cenoobrazovanie/> (дата звернення: 22.03.2024).

31. Стрижка овець. Коли і як стригти овець. *ФермаТех*. URL: <https://fermateh.com.ua/strizhka-ovetsu#:~:text=Стрижка%20-%20досить%20важливий%20виробничий%20процес,запобігання%20втрат%20і%20пороків%20вовни> (дата звернення: 11.04.2024).

32. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб/ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.

33. Кредитна лінія – доступні умови кредитування бізнесу. ПриватБанк. *privatbank.ua*. URL: <https://privatbank.ua/business/kreditnaja-linija> (дата звернення: 15.04.2024).

34. Проектний аналіз: навчальний посібник /за ред. проф. Карпова В.А. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.

35. Гаєвська Л.М., Марченко О.І. Підприємницька діяльність : підручник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. 500 с.

36. Проданова Л. В., Котляревський О. В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України: монографія. Черкаси.: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. 240 с.

ДОДАТКИ

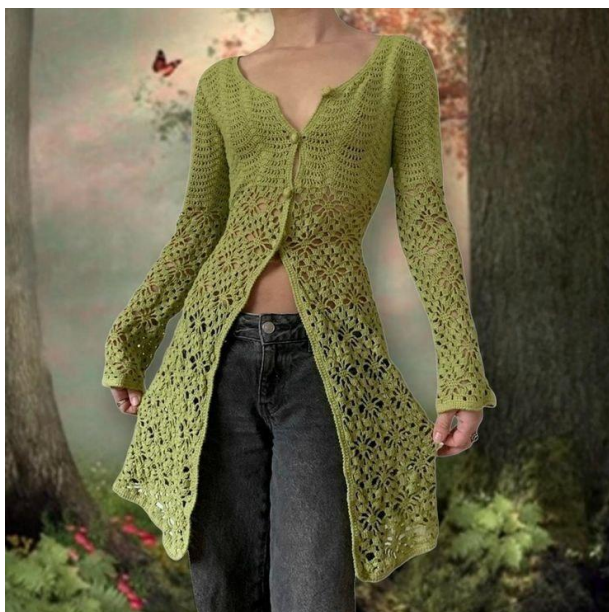
Приклади індивідуальних замовлень

Рис. 1. Індивідуальне замовлення



Рис. 2. Індивідуальне замовлення



Рис. 3. Індивідуальне замовлення