

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

Кафедра економіки підприємства та організації
підприємницької діяльності

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
Янковий О.Г.

“ - ”

2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності Економіка підприємства

за темою:

«Бізнес-план інвестиційного проекту диверсифікації виробничої діяльності
ПрАТ «Нова лінія»»

Виконавець

студентка факультету економіки та
управління підприємництвом

Ковальова Валерія Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н. доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Єгунов Юрій Артемович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТА.....	5
1.1. Диверсифікація операційної діяльності торгівельного підприємства: сутність, типи, економічна ефективність.....	5
1.2. Бізнес-план як інструмент обґрунтування напрямів диверсифікації виробничої діяльності торгівельного підприємства.....	15
РОЗДІЛ II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «НОВА ЛІНІЯ»	33
2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Нова лінія»	33
2.2. Оцінка результатів господарської діяльності.....	37
2.3. Аналіз виробничої діяльності ПрАТ «Нова лінія».....	45
РОЗДІЛ III. БІЗНЕС-ПЛАН ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «НОВА ЛІНІЯ».....	59
3.1. Сутність проекту, характеристика продукції.....	59
3.2. Маркетингове обґрунтування створення.....	61
3.3. Виробничі та організаційні аспекти інвестиційного проекту створення.....	66
3.4. Фінансові аспекти та аналіз ефективності проекту.....	71
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
Додатки.....	78

ВСТУП

На відміну від відносно недавнього періоду радянської доби, тепер, в умовах ринкової економіки, до підприємства пред'являються зовсім інші вимоги. В умовах ринкової економіки доводиться постійно піклуватися про високу економічну ефективність фірми.

Підприємство, надаючи якийсь стандартний набір послуг, може незабаром прогоріти, так як не достатньо просто їх удосконалювати, необхідно весь час шукати нові варіанти реалізації діяльності підприємства. Для мережі гіпермаркетів це особливо актуально, так як вироблений продукт досить розповсюджений. Підприємство продає послугу, а її можна охарактеризувати такими категоріями, як міцність, надійність, оформлення, дизайн, вага, розмір, тобто усім, що можна застосувати до опису будь-якого матеріального товару.

Необхідно вміти організовувати роботу в умовах ринку, на якому, з одного боку, знаходяться споживачі, з постійно мінливими потребами, які необхідно враховувати, а з іншого боку, конкуренти, яких стає все більше і більше і які постійно вдосконалюють вироблений ними продукт, намагаючись відібрати зайняті іншими підприємствами долі ринку. Також керівник повинен вміти правильно визначити потреби споживача, визначити переваги та недоліки товарів конкурентів, знайти свою нішу на ринку, підібрати висококваліфікований персонал, налагодити виробництво продукту і систему збуту, організувати ефективну рекламну кампанію виведення продукту на ринок тощо. І для того, щоб всі перераховані вище заходи носили не розрізнений, а системний характер, в сучасних ринкових умовах для виходу нового підприємства або продукту на ринок існує зрозумілий поняття «бізнес-планування».

Ринок вимагає від підприємства різнопланової діяльності. Для підвищення ефективності виробництва, отримання економічної вигоди і

запобігання банкрутства застосовується диверсифікація.

Однак розробити нове для даного підприємства не просто з тієї точки зору, що потрібно враховувати дуже багато чинників. Для того, щоб оцінити рентабельність впровадження нової послуги, фірма створює бізнес-план - детальний план організаційного та фінансового забезпечення діяльності турфірми з урахуванням інвестицій. Це досить об'ємний і складний документ, спрямований на опис методів і докладної програми досягнення прибутку, оцінку кон'юнктури ринку, сегментування ринку, правдоподібне обґрунтування успіху продажу туру.

Проблема дослідження полягає в протиріччі між можливостями використання бізнес-планування як інструменту диверсифікації фірми і недостатнє використання цих можливостей в роботі підприємства.

Мета - розробка бізнес-плану нового напрямку діяльності ПрАТ «Нова лінія»

В ході досягнення поставленої мети, виконуються наступні завдання:

1. Розглянути бізнес-планування як поняття;
2. Перерахувати і охарактеризувати етапи бізнес-планування;
3. Охарактеризувати диверсифікацію як метод оптимізації діяльності підприємства;
4. Скласти загальну характеристику діяльності ПрАТ «Нова лінія» і резюме бізнес-плану;
5. Дослідити та проаналізувати ринок продукту;
6. Охарактеризувати продукт;
7. Скласти маркетинговий план;
8. Розробити виробничий, організаційний та фінансовий плани;

Об'єкт дипломної роботи - процес диверсифікації діяльності підприємства.

Предмет - бізнес-планування як інструмент обґрунтування напрямків диверсифікації.

ВИСНОВКИ

Вироблення і реалізація фірмової стратегії, яка могла б краще відповідати швидко мінливим зовнішнім умовам, стала винятково важливою частиною діяльності керівництва більшості компаній.

У зв'язку з цим зросла роль стратегічного аналізу і бізнес планування, як інструментів, що дають базу для прийняття стратегічних рішень. Поява нових методів аналізу є важливим джерелом підвищення конкурентоспроможності фірми, допомагаючи їй в рамках невизначеності чітко виробити основні напрямки діяльності.

В даній дипломній роботі було розглянуто: характеристику та аналіз результатів ПрАТ «Нової лінії»; сутність, типи та економічна ефективність диверсифікації операційної діяльності торгівельного підприємства; бізнес-план як інструмент обґрунтування напрямів диверсифікації виробничої діяльності підприємства.

Була досягнута мета роботи, тобто розробка бізнес-плану нового напрямку діяльності ПрАТ «Нова лінія». І були виконанні завдання.

Ми знайшли спосіб впровадження нової технології і переходу на нові ринки і галузі, до яких раніше наше підприємство не мало відношення. Тобто розширили надання послуг, асортименту продукції, що випускається, частки ринку збуту з метою підвищення ефективності та стійкості підприємства, збільшення прибутку, освоєння нових ринків збуту.

Ми прийшли до висновку, що наша послуга доведе підприємство до гарного прибутку. Інвестувати прийдеться тільки раз і все окупиться вже через два з половиною місяця.

Добре проведена діагностика сильних і слабких сторін діяльності підприємства дає реальну оцінку його ресурсів і можливостей, а також є відправною точкою розробки стратегії.

Бізнес планування вимагає розуміння з боку керівництва того, на якій стадії розвитку перебуває підприємство, перш ніж вирішувати, куди рухатися

далі. Для цього необхідна ефективна інформаційна система, що забезпечує даними для аналізу минулих, нинішніх і майбутніх ситуацій.

У непередбачуваних умовах розвитку ринкової економіки України лише деякі підприємства дотримуються певної організаційно-економічної стратегії свого розвитку. Переважна більшість з них більше стурбована оперативним реагуванням на виникаючі одномоментні проблеми. В силу недосконалості законодавства і непередбачуваності ринку до вибору стратегії необхідно підійти дуже обережно. Не варто будувати далекосяжні плани. Зарубіжний досвід показує що період формування стратегії в промислових галузях в стабільному розвитку економіки близько 10-15 років. У сфері споживчих товарів близько 3-5 років. Якщо до цього додати і нестабільність українського ринку, то видно що обрана стратегія повинна бути гнучкою по відношенню до зовнішніх умов. У будь-якому випадку при визначенні стратегії в великій мірі треба керуватися сегментом ринку, і дивитися чи не скоротиться він в майбутньому.

Вище керівництво фірми в сучасних ринкових умовах має залучати до розробки стратегічних рішень аналітиків, інакше, без ретельно проведеного стратегічного аналізу, таке рішення може носити випадковий характер, бути не ефективним і здатне в умовах жорсткої конкуренції привести до банкрутства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аргунов Д.Ю. Межотраслевая диверсификация малых предприятий как фактор стабилизации региональной экономики. М., 2002. - 150с.
2. Аронов А.М. Особенности процесса стратегического планирования в условиях диверсифицированного предприятия. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. - 19с.
3. Горшков В.Г. Диверсификация на промышленном предприятии. -Барнаул: Изд-во АГТУ, 2000. 87
4. Грінченко Р.В. Інвестування в інноваційну діяльність підприємствами АПК України/ Р.В. Грінченко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Одеса: ОНЕУ. – 2014. - № 2(210). – С. 56–67.
5. Грінченко Р.В., Літвінова В.О. Тенденції розвитку підприємств сфери послуг в Україні / Раїса Володимирівна Грінченко, Вікторія Олександрівна Літвінова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – Вип. 1. – No 61. – С. 77–83.
6. Егупов Ю. А. Выбор эффективного решения многокритериальной задачи формирования производственного плана предприятия // Ю. А. Егупов // Економіст. – 2008. - №11, С. 76-80.
7. Егупов Ю. А. Планирование инноваций как инструмент маркетингового и ресурсного обоснования производственной программы предприятия //Ю. А. Егупов // Вісник Черкаського університету. Серія Економічні науки. Випуск 103. – Черкаси, 2007. – С. 110-118.
8. Егупов Ю. А. [Сущностная характеристика и классификация бизнес-планов](#)// Ю. А. Егупов // Вісник Донецького університету. Серія В. Економіка і право. Спецвипуск. Том 2. Донецьк, 2006. - С. 82-90.
9. Егупов Ю. А., Купинец Л. Е. Бизнес-план: методика разработки и анализа. // Ю. А. Егупов, Л. Е. Купинец // Навчальний посібник. Одеса: Оптимум, 2001. – 230 с.
- 10.Егупов Ю. А., Литвинова В. А. Оцінка порівняльної ефективності шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія /. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2013. – С. 141-159.
11. Егупов Ю. А. [Аналіз досягнення економічних критеріїв у процесі формування виробничої програми підприємства](#) // Ю. А. Егупов // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика: у 2 ч. – Ч. I – К.: КНЕУ, 2010. – С. 280-291.
12. Егупов Ю. А. Деякі аспекти аналізу беззбитковості та окупності інвестиційних проектів //Ю. А. Егупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 6 / Одес. держ. екон. ун-т.-

- Одеса: АТЗТ ІРЕНТТ, 2000. – С. 75-79.
13. Єгунов Ю. А. Планування виробничої потужності в контексті ресурсного обґрунтування виробничої програми підприємства// Ю. А. Єгунов // Економіст. – 2011. - №11. - С. 49-52.
 14. Єгунов Ю. А. Про логіку побудови техніко-економічних розрахунків у бізнес-плануванні //Ю. А. Єгунов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 12 / Одес. держ. екон. ун-т. - Одеса: ОДЕУ, 2002. - С. 163-166.
 15. Єгунов Ю. А. Розвиток підходів до формування виробничої програми підприємства // Ю. А. Єгунов // Інноваційна економіка. – 2016. – № 3-4 [62]. – С. 50-57.
 16. Єгунов Ю. А. Способи реалізації багатоцільового підходу до інтерактивної оптимізації виробничої програми промислового підприємства // Ю. А. Єгунов // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 45 / Одеса: ОНЕУ, 2012. – 396 С. 88-95.
 17. Єгунов Ю. А. Таксономічний аналіз як інструмент інтерактивної оптимізації виробничої програми м'ясопереробного підприємства // Ю. А. Єгунов // Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. - №4, 2011. – С. 113-118.
 18. Єгунов Ю. А. Оптимізація інформаційного поля формування початкового плану продажів підприємства // Ю. А. Єгунов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал [Електронний ресурс] . – 2016. – № 1(23). – С. 142-148. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n1.html>
 19. Єгунов Ю. А. Параметри виробничої програми сучасного промислового підприємства // Ю. А. Єгунов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 134-147.
 20. Єгунов Ю. А. Система планів сучасного промислового підприємства // Ю. А. Єгунов // Економіст. – 2017. – № 5. – С. 13-21.
 21. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення [Монографія] за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2013. – 470 с.
 22. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : моногр. / В. Г. Семенова, М. В. Обертайло [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
 23. Кошелёк Г.В. Современное состояние оптовой торговли в Украине / Кошелёк Г.В. Социально-экономические, гуманитарные науки и юриспруденция: вопросы теории и практики: материалы VI международной научно-практической конференции: Сб. науч. тр. ученых, преподавателей, аспирантов, магистрантов Междунар. науч.-практ. конф, г. Тирасполь, 09 ноября 2017 г. / редкол.: Соколов В.М. [и др.] – Тирасполь: Б. и., 2017 (ГУИПП «Бендер. тип. «Полиграфист»). – 347 с.
 24. Кошельок Г.В. Діагностика фінансово-економічної стійкості підприємства на основі грошових потоків / Янковий О.Г., Кошельок Г.В. // Вісник

- соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред.: М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 2 (63). – С 69-78.
25. Кошельок Г.В. Прогнозування фінансового циклу підприємства / Кошельок Г.В. // *European journal of economics and management* volume 3, issue 6, 2017. С. 92-98.
 26. Литвинова В. А. Повышение конкурентоспособности продукции: проблемы определения эффективности // *Бізнесінформ*. – №8. – 2013. – С. 252–255.
 27. Літвінов О.С. Визначення факторів конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я в умовах інноваційного розвитку / О.С. Літвінов // *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. - №4 (246). – с. 58-69.
 28. Літвінова В. О. Економічна ефективність: сутність та форми // *Вісник БУМІБ*. – №2(26). – 2014. – С. 43–45.
 29. Немченко Г. Донецкая С., Дьяконов К. Диверсификация производства: цели и направления деятельности. // *Проблемы теории и практики управления*. - 2009. - №5.
 30. Орленко О. М. Диверсифікація діяльності підприємства як умова зростання продуктивності праці на олійно-жирових підприємствах / Орленко О. М. // *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету: збірник наукових праць. Серія: Економіка і менеджмент*. – 2017. – Вип. 23. – Ч. 1. – С. 116-120.
 31. Орленко О. М. Інноваційна діяльність підприємств України та Одеської області як засіб збільшення продуктивності праці / Орленко О. М. // *Бізнес Інформ*. – 2016. – №2. – С. 95-102.
 32. Семенова В. Г. Інноваційний розвиток підприємств в Україні: фінансовий аспект / В. Г. Семенова // *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва : зб. наук. пр. ХНАДУ*. – 2017. – № 1 (6). – С. 165-170.
 33. Янковий О.Г. Маркетинговий інструментарій статистичної оцінки конкурентоспроможності підприємств // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. – 2014. – № 4 (14). – С. 63-72. [Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>
 34. Янковий О.Г. Управління беззбитковістю на рівні підприємства за допомогою СВР-аналізу // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право : Науковий журнал*. – 2015. – № 1 (72). С. 17-30.