

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: Планування розвитку малого бізнесу

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

Завідувач кафедри: _____ / Мельник Л.Г. /

Керівник роботи: _____ / Сотник І.М. /

*Виконавець: _____ / Левченко Ю.А. /
П.І.Б.*

*Група: _____ Пе-61
шифр*

Зміст

Реферат	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНІВ	6
1.1. Поняття бізнес-плану і бізнес-планування	6
1.2. Етапи розробки бізнес плану	8
1.3. Зміст основних розділів	12
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ РОЗРОБЛЕННЯ ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПП «МІСТЕР ОІЛ»	21
2.1. Економічна характеристика підприємства/бізнесу	21
2.2. Проблеми, що обумовлюють необхідність розробки бізнес-плану	22
2.3. Напрями розробки бізнес-плану	24
РОЗДІЛ 3 ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПП «МІСТЕР ОІЛ»	28
3.1. Формування бізнес-плану розвитку підприємства	28
3.2. Врахування ризиків при розробленні бізнес-плану	32
3.3. Розрахунок показників економічної ефективності проєкту	33
3.4. Вплив фінансових аспектів на бізнес-діяльність	40
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46

Реферат

Кваліфікаційна робота містить 45 сторінок основного тексту, 3 розділи, 2 рисунки, 17 таблиць, список використаної літератури із 101 джерела.

Метою роботи є планування розвитку малого бізнесу на прикладі ПП «Містер Оіл».

Об'єкт дослідження – підприємство малого бізнесу ПП «Містер Оіл».

Предмет дослідження - бізнес-планування діяльності підприємства.

Методи дослідження – метод прогнозування, факторного і структурного аналізу, техніко-економічних розрахунків.

У першому розділі «Теоретичні засади розроблення бізнес-планів» розглянуто сутність та функції бізнес-плану і бізнес-планування, зміст та стадії розробки бізнес-плану.

У другому розділі «Обґрунтування розроблення плану розвитку ПП «Містер Оіл»» розглянуто економічні передумови та обґрунтовано напрями розвитку нового бізнесу на ринку.

У третьому розділі «Оцінка економічної ефективності бізнес-плану ПП «Містер Оіл»» проведено аналіз економічних показників та оцінку економічної ефективності, ризиків та фінансових аспектів розвитку нового бізнесу.

Ключові слова: бізнес-план, економічна ефективність, малий бізнес, фінансування, розвиток, термін окупності.

ВСТУП

Актуальність теми роботи визначається тим, що в умовах ринкової економіки будь-яка більш-менш масштабна підприємницька діяльність (бізнес) пов'язана з господарським ризиком. Багато підприємців банкрутують через те, що не мають достатніх знань і навичок господарювання. Як свідчать дослідження причин банкрутств малих фірм США, 98% невдач у бізнесі пояснюються незадовільним управлінням (45% - некомпетентність, 20% - низький професіоналізм, 18% - брак управлінського досвіду, 9% - відсутність досвіду роботи на виробництві, 3% - невиконання взятих на себе зобов'язань, 2% - шахрайство, 1% - стихійне лихо і лише 2% - причинами, що не залежать від якості управління фірмою [9]. Тому всяка комерційна акція (створення приватної фірми, залучення інвестицій, перехід на нову технологію, організація випуску нової продукції тощо) вимагає ретельної і професійно грамотної підготовки до її здійснення. Наскільки ґрунтовно буде підготовлена, організована і проведена така робота, настільки успішно буде реалізовуватися підприємницька ідея. Результатом роздумів, критичного аналізу та пошуків відповідей на питання реалізації нової ідеї, що виникла, саме і є бізнес-план. Попередня розробка бізнес-плану має величезне значення, оскільки, знаючи свої майбутні дії, можна уникнути можливих проблем або нейтралізувати їх, унеможливити виникнення затримок у виконанні задуманого. Саме тому тема цієї кваліфікаційної роботи є актуальною. За сучасних складних економічних умов питання, висвітлені в цій кваліфікаційній роботі, є надзвичайно важливими для кожного підприємця та менеджера, а отже, потребують ретельного теоретичного та практичного опрацювання.

Соціально-економічні та організаційно-управлінські проблеми розробки засновницьких документів та бізнес-плану підприємства висвітлювалися в працях І.Т. Балабанова, С. Покропивного, Т.В. Кашаніної, Л.В. та М.Ю. Тихомирових, Ю.М. Осіпова, А.П. Перхунова та В.П. Сорокіна, Г.В. Щокіна. При виконанні цієї кваліфікаційної роботи використані їхні праці.

Метою роботи є планування розвитку малого бізнесу на прикладі ПП «Містер Оіл».

До завдань, що виконуються при написанні кваліфікаційної роботи, належать:

- розкрити сутність та функції бізнес-плану і бізнес-планування;
- схарактеризувати зміст та стадії розробки бізнес-плану;
- розкрити напрями аналізу ефективності бізнес-плану;
- скласти бізнес-план підприємства та оцінити його економічну ефективність.

Об'єкт дослідження – підприємство малого бізнесу ПП «Містер Оіл».

Предмет дослідження – бізнес-планування діяльності підприємства.

Методи дослідження – метод прогнозування, факторного і структурного аналізу, техніко-економічних розрахунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНІВ

1.1. Поняття бізнес-плану і бізнес-планування

Бізнес-план — це документ, в якому дається опис основних розділів розвитку організації на конкурентному ринку з урахуванням власних і позикових фінансових джерел, матеріальних і кадрових можливостей і передбачуваних ризиків, що виникають в процесі реалізації підприємницьких проектів[1,104,106,108,119,124].

У плані характеризуються основні аспекти комерційного підприємства, аналізуються проблеми, з якими воно стикається, і визначаються шляхи і методи їх рішення. Тому бізнес-план виступає одночасно як пошукова, науково-дослідна і проектна робота.

Бізнес-план допомагає вирішувати наступні основні проблеми, що виникають при створенні власної справи:

- визначити конкретні напрями діяльності підприємства, його цільові ринки і місце на цих ринках;
- сформулювати довготривалі і короткострокові цілі бізнесу, стратегію і тактику їх досягнення, а також визначити коло осіб, відповідальних за реалізацію наміченого;
- зафіксувати склад і показники товарів і послуг, які будуть запропоновані споживачам, оцінити відповідні виробничі і торгові витрати;
- виявити відповідність наявного персоналу підприємства і умов в мотивації його праці вимогам, що пред'являються;
- визначити систему маркетингових заходів щодо дослідження ринку, реклами, стимулювання продажів, ціноутворення, каналам збуту і інше;
- оптимізувати організуючу структуру управління;

- оцінити фінансове положення підприємства і відповідність наявних фінансових і матеріальних ресурсів, можливості досягнення поставленої мети;

- виявити ті труднощі, які здатні перешкодити виконанню бізнес-плану, і накреслити заходи по їх усуненню [3,4].

Отже, бізнес-план — це економічно обґрунтований аналітичний документ, що показує реальність планованої справи. При цьому масштаби планування можуть бути різні: розвиток підприємства, напряму діяльності, нового виду продукції, нової системи оплати праці і т.д.

Бізнес-план є і багатоплановим управлінським інструментом. Він передбачає рішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед підприємством, незалежно від його функціональної орієнтації, зокрема: організаційно-управлінська і фінансово-економічна оцінка стану підприємства; виявлення потенційних можливостей бізнесу, аналіз сильних і слабких його сторін; формування інвестиційних цілей на планований період.

У бізнес-плані обґрунтовуються загальні і специфічні елементи функціонування підприємства в умовах ринку, вибір стратегії і тактики конкуренції, проводиться оцінка фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, необхідних для досягнення мети підприємства.

Бізнес-план забезпечує об'єктивне уявлення про можливості розвитку виробництва, способи просування товару на ринок, ціни, можливий прибуток, основні фінансово-економічні результати діяльності підприємства, виявляє зони небезпек, пропонує шляхи їх обмеження. Подібний план використовується незалежно від сфери діяльності, масштабів, виду власності, організаційно-правової форми компанії. У ньому знаходять своє рішення як внутрішні завдання, пов'язані з управлінням підприємством, так і зовнішні, обумовлені, зокрема, взаєминами з іншими фірмами і організаціями.

Завдяки бізнес-плану з'являється можливість поглянути на роботу підприємства якби з боку. Сам процес розробки бізнес-плану, що включає

детальний аналіз економічних і організаційних питань [151; 152], постійно спонукає мобілізуватися.

У ринковій економіці бізнес-план є виключно ефективним робочим інструментом як для новостворюваних, так і для діючих компаній у всіх сферах підприємництва, а особливо в умовах забезпечення сталого розвитку як підприємства так і територій [88-91,105,110-112,120-131]. Бізнес-план спонукає ретельно вивчити кожен елемент передбачуваного ризикового ринкового заходу. Практично завжди в цьому процесі виявиться немало слабких місць і пропусків, усуненню яких не можна не приділити уваги[2].

Бізнес-планування займає все більш істотну частку у веденні підприємництва на сучасному рівні, враховуючи необхідність підтримання енергоефективних рішень та інноваційних стратегій задля трансформації соціально-економічних систем [92-95,107,109,114,115,117,118; 136; 137]. У діловому світі, що постійно перетворюється, для бізнесу відкривається зараз безліч нових можливостей. Бізнес-планування допомагає не втратити їх і використовувати для перетворення і підвищення ефективності діяльності на ринку [51-64,102,103; 138; 139].

1.2. Етапи розробки бізнес плану

Бізнес-план став принципово новим для української економіки документом з початку 1990-х років. Основною метою його розробки виступає планування господарської діяльності підприємства на найближчий і віддалені періоди відповідно до потреб ринку і наявності необхідних ресурсів. До інших цілей відносяться:

- визначення бізнес-планом ступеня життєздатності і майбутньої стійкості підприємства, зниження ризику підприємницької діяльності;
- конкретизація перспектив бізнесу у вигляді системи кількісних і якісних показників;
- забезпечення зовнішніх інвестицій [3; 54; 147; 148].

Бізнес-план враховує не тільки внутрішні цілі підприємства, але і зовнішні цілі осіб, зацікавленість в участі яких є у підприємця. Головним чином це інвестори. Бізнес-план є документом, що дозволяє оцінити доцільність вкладення грошових коштів (капітал) в проект, що розробляється. Науково обґрунтований бізнес-план є кількісним і якісним орієнтиром як для самого підприємця, так і для його партнерів і кредиторів. Багато банків не говорять про умови кредитування без наявності бізнес-плану [9].

У сучасній практиці бізнес-план виконує наступні функції:

- служить основою для розробки стратегії і тактики бізнесу;
- дозволяє проводити формування і реалізація планових програм для оцінки потенціалу розвитку нового напрямку діяльності, контролювати процеси, що протікають в рамках бізнесу;
- привертає ззовні грошові кошти для розвитку або реінжинірингу бізнесу;
- привертає до реалізації планів бізнесу партнерів, які здатні вкласти в нього власний капітал або технологію, що є у них [6].

Бізнес-план, будучи невід'ємною частиною системи планування на підприємстві, є її окремою ланкою і не обмежується яким-небудь одним видом планування. Проте, йому все ж таки властиві у достатній мірі стійкі ознаки відповідно до завдань, що стоять перед ним:

- бізнес-план не може включати весь комплекс загальних цілей підприємства, а лише одну з них, ту, яка пов'язана з інвестиційним процесом (внутрішнім або зовнішнім) [147; 148]. Бізнес-план – це завжди інвестиції (розвиток). Немає інвестицій – не може бути і бізнес-плану (на відміну від інших видів планування, наприклад стратегічного);
- на відміну від стратегічного і тактичного плану, бізнес-план має чітко обкреслені тимчасові рамки, після закінчення яких обкреслені планом мета і завдання повинні бути виконані;

- у бізнес-плані функціональні складові (план маркетингу, план виробництва та інше) на відміну від всіх інших видів планів, є повноправними, рівноважними частинами структури [11].

Бізнес-план — це документ, на підставі якого інвестор або кредитор складають свою думку про фірму і ухвалюють рішення про надання їй засобів. Тому при складанні бізнес-плану треба, перш за все, уявляти, кому він буде адресований: кредиторів або інвесторів, оскільки у цих двох груп кредиторів різні цілі, а отже, і різні принципи оцінки бізнес-плану. Кредитор, що надає позикові засоби на певний термін, хоче переконатися в тому, що фірма, що кредитується ним, достатньо надійна і він зможе вчасно отримати борг і відсотки, що належать по ньому. Його мало цікавить, які розміри прибутку фірми в цілому, оскільки він зацікавлений лише в тому, щоб отримуваний фірмою прибуток дозволяв їй виплатити основний борг і відсотки по ньому. Крім того, його інтереси охороняє кредитний договір, який гарантує кредиторів першочергове відшкодування позики навіть у разі банкрутства фірми-боржника. Ризики інвестора набагато вищі. У багатьох випадках він навіть ризикує втратити весь свій вкладений капітал. Тому для того, щоб зважитися на такий ризик, інвестор повинен мати перспективу отримання високої норми прибутку [16; 137; 138].

Отже, при оцінці бізнес-плану кредитор аналізуватиме діяльність підприємства, перш за все, з погляду його надійності і стійкості, а інвестор — з погляду його прибутковості.

Проте на кого б не був орієнтований план, він повинен легко читатися і бути добре оформленим. Рекомендується, щоб його розміри не перевищували в середньому 40 сторінок, а якщо матеріалів набагато більше, то слід подумати, що винести в додаток. В той же час якщо об'єм бізнес-плану виходить набагато менше 40 сторінок, значить, його укладачі погано знайомі з принципами і технікою підготовки цього документа [21].

Конкуренція між охочими отримати кредит, характерна для сучасної епохи бізнесу, примушує підприємців подумати і про презентабельність

документа: зовнішньому вигляді, обкладинці, малюнках, фотографіях і інше. Бізнес-плани підприємств, для опису діяльності яких використовуються складні технічні терміни, повинні включати глосарій термінів для необізнаного читача. Одним з найважливіших принципів складання бізнес-плану є вимога, згідно якій його укладачі повинні орієнтуватися не на товар або послугу, вироблювані їх підприємством, а на вибраний ними ринок і задоволення потреби споживача. Що, наприклад, набуває споживач, купуючи підручники? Він набуває не товар «книги», а знання або шлях до знань. Саме на цьому слід сфокусувати увагу в бізнес-плані. При цьому треба підкреслити, які переваги отримає споживач, набуваючи даного товару або послугу, в порівнянні з придбанням товарів або послуг конкурентів. Чи буде це виграш в часі або в грошах, або потреба буде задоволена більш повно, користуватися товаром буде зручніше або економніше, а надана послуга буде більш комплексною? Якщо є можливість, треба обов'язково підкреслити унікальність, але знову ж таки не товару, а підприємства: володіння патентами і секретами виробництва, наявність на підприємстві людей рідкісних професій або талантів, унікальну вигідність місцеположення, еколого-економічну безпеку і т.п. [96-101; 141; 142; 146]. Принципи оцінки підприємства, що дісталися нам від планової економіки, на перше місце ставили основні фонди: насиченість технікою, її новизну і інше. У ринковій же економіці при оцінці підприємства найпильніша увага приділяється людському чиннику: хто є власником підприємства, з кого складається команда менеджерів, який їх професійний рівень, яка мотивація їх діяльності і чому, нарешті, вони зібралися разом на даному підприємстві. Це і є ті питання, які потенційний інвестор в першу чергу задає собі, починаючи працювати з бізнес-планом, що зацікавив його. Прямі і непрямі вказівки на високу ефективність персоналу менеджерів підприємства повинні з'являтися не тільки в спеціальному розділі, але і, в міру можливості, в інших розділах бізнес-плану. Якщо підприємець береться за складання бізнес-плану, то він зобов'язаний показати в нім реалістичну, підкріплену розрахунками картину

того, чого може досягти підприємство при відповідному фінансуванні. Бізнес-план повинен переконати кредиторів в поворотності кредитів, виплаті відсотків в необхідні терміни і обіцяти їм першокласні гарантії, а інвестора — переконати у високому прибутку на вкладений капітал і її отриманні в можливо короткі терміни [8].

1.3. Зміст основних розділів

Типовий бізнес-план охоплює такі розділи.

Опис фірми

Для кредиторів важливо отримати якомога більше відомостей про підприємство (фірму), тому вони виявляють велику цікавість до його (її) історії. Їх, як правило, цікавить все: чи почали підприємці нову діяльність або ж купили готове підприємство (фірму) [143; 149], чи розширюють вони виробничу діяльність або відбрунькувалися від крупнішої материнської фірми. Повинні бути вказані статус фірми (акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю і т. п.), дата і місце, підстави (реєстрації) фірми, її власники і управлінський персонал зі всіма змінами перерахованих позицій за останні п'ять років. Вітається навіть виклад досягнень і аналіз помилок (зрозуміло, поправних) фірми за весь або осяжний період її діяльності [15].

Опис бізнесу

На початку основного розділу бізнес-плану дається короткий опис бізнесу: напрями діяльності (виробництво, торгівля, послуги); стан галузі в цілому, і як дана фірма вписується в галузь, і яке місце в ній займає; хто є споживачем результатів діяльності фірми; чи є бізнес сезонним, чи орієнтований він на виробництво невеликої кількості високоякісних товарів (послуг) або на масове виробництво дешевих. Тут же зазвичай стисло висловлюються цілі бізнес-плану: які кошти хоче отримати підприємець, на які цілі і в які терміни, яка очікується прибуток від вкладень [10].

Укладач плану повинен пояснити, чому він упевнений в успіху фірми і її прибутковості. Цей розділ дає ще один шанс звернути увагу інвесторів на найпривабливіші риси даного конкретного підприємства (фірми).

Опис товару або послуги

У цьому маленькому, але важливому розділі підприємець повинен розповісти про продукцію свого підприємства (фірми): описати її фізичні властивості, пояснити, які потреби задовольняють його товари або послуги, що відрізняє даний товар або послугу від інших, що є на ринку, які його (її) переваги і недоліки і що виграє споживач, набуваючи саме цього товару або послуги. Важливо вказати в даному розділі, яку інтелектуальну власність має в своєму розпорядженні підприємець: патенти, ліцензії, секрети виробництва.

Інвестор відчує інтерес до підприємства (фірми), якщо побачить, що вироблюваний ним (нею) товар або послуга мають унікальні властивості, наприклад істотні переваги в ціні або споживчих якостях. Такі переваги позначаються в світовій комерційній практиці спеціальним терміном «унікальність товару». Якщо таких переваг немає, то це великий мінус для підприємства (фірми) і укладачам бізнес-плану слід поклопотатися про їх розробку [12].

Виробничий (організаційний) план

Основною метою складання виробничого плану є доказ потенційним партнерам здатності підприємства (фірми) якісно і в строк виготовлювати товар (послугу), тобто ефективності підприємства (фірми). Було б помилкою вважати, що інвестори на слово повірять обіцянкам, що навіть документуються, повернення грошей з прибутком. Насправді будь-який серйозний інвестор особисто вивчає і оцінює організацію виробництва на підприємстві (фірмі), управлінські методи [134; 151] і управлінський персонал.

Але ступінь інтересу стороннього вкладника несумірний з цікавістю власника підприємства (фірми). Тому роль виробничого плану в бізнес-плані залежить від орієнтації останнього або на зовнішніх інвесторів, або на

внутрішні потреби. Залежно від цього виробничий план може бути схемним або розгорненим [13].

Ступінь деталізації виробничого плану пов'язаний також з характером виробництва: чим вище технологічна складність виробничих процесів, тим докладніше виробничий план.

Зазвичай виробничий план включає розділи з описом технології виробництва, ресурсів підприємства (фірми) і менеджменту.

Технологія виробництва

У цьому розділі укладачі бізнес-плану розповідають про процес розробки продукту (товару, послуги або технології), особливо нового, і його результатах у вигляді отриманих патентів, ліцензій, товарних знаків. Тут же можна розповісти про підрозділ підприємства, що займається розробкою нових товарів і технологій, і навіть про окремих винахідників — авторів цікавих розробок. Можна також описати виробничий процес: послідовність операцій, особливості виробництва (екологічність, безпека, екстремальні умови [143; 144; 145; 150]), структуру витрат виробництва [134; 135], перспективу їх зниження і організацію сервісу. Зовнішні чинники, що роблять вплив на виробничу діяльність. До їх числа відносяться: доступ до економічних ресурсів, постачальники, клієнти, зміни в технології, а також зміни у державному і місцевому законодавстві [15; 135; 138; 139; 140].

Ризики

У цьому розділі підприємець показує інвесторові, наскільки його бізнес ризикований і які заходи прийняті по захисту від ризиків. Для цього дається повний ранжируваний перелік ризиків, властивих даній галузі бізнесу, визначається вірогідність кожного з них, дається оцінка збитків у разі їх настання, встановлюється допустимий рівень збитків, нижче за який ризики не приймаються до уваги, і визначаються організаційні заходи по профілактиці і нейтралізації ризиків. Перераховуються також всі види страховок з вказівкою назв страхових компаній, номерів страхових полісів, термінів і умов страховки [16].

Ресурси

Як правило, в бізнес-планах розглядаються матеріальні і людські ресурси підприємства.

До матеріальних ресурсів (фондам) відносяться виробничі приміщення, транспортні засоби, машини і устаткування, сировина і матеріали, запаси готової продукції. У контексті бізнес-плану розглядаються місцезположення підприємства, наявність транспортної і комунікаційної інфраструктур, виробничі площі, кількість і технічний рівень устаткування, політика ресурсозбереження [19; 65-72,113].

Найбільшу цікавість для кредиторів і інвесторів представляє аналіз людських ресурсів, і перш за все управлінського апарату. Цей розділ розкриває зацікавленим особам, хто персонально стоїть за даним бізнесом. Багато інвесторів починають своє знайомство з бізнес-планом саме з цього розділу, вважаючи, що, як би припадні не були ідеї, викладені в документі, успіх підприємства залежатиме від того, хто їх утілює в життя [21].

Менеджери/власники

У цьому розділі не тільки поіменно перераховується весь управлінський персонал, але і пояснюється, чому ці люди зібралися разом, яка мотивація їх спільної діяльності. Окремо розглядаються такі групи, як: активні інвестори, що надали підприємству капітал, консультації або експертизу; співробітники на ключових постах (директори по виробництву, маркетингу, кадрам, фінансам і інші.); юрисконсульт; члени Ради директорів, в число яких крім власних директорів зазвичай включають відомих в кругах бізнесу діячів; консультантів з інших фірм, зокрема юридичних, банків, бірж, університетів і т.п. [15]

Організаційна схема управління підприємством показує, як взаємодіють служби, хто і чим займається, як здійснюються координація і контроль за різними видами діяльності. Банкіри і інвестори обертають на цю особливу увагу, оскільки із-за організаційної плутанини нерідко терплять крах навіть самі багатообіцяючі проекти. У малих підприємств, тільки починаючих свою

комерційну діяльність, організаційна структура, природно, нескладна, але і в ній повинні бути закладені основи для її подальшого зростання і ускладнення. У будь-якому випадку повинна бути забезпечена тісна зв'язка між розробкою організаційної схеми і рештою частин бізнес-плану: у схемі повинні знайти віддзеркалення стратегія і методи, викладені в інших розділах. Кадрова політика і стратегія повинні дати уявлення про філософію, якою керується фірма при вирішенні кадрових питань, що в значній мірі визначає обличчя фірми, оскільки робить вплив на її довготривалу ефективність. Тут розглядаються умови підбору і найму персоналу, розміри і структура винагороди і інші форми стимулювання персоналу, включаючи участь в прибутках [18,116].

Маркетинговий план

У цьому розділі фірмі необхідно роз'яснити потенційним партнерам, як вона має намір впливати на ринок і споживача, щоб забезпечити збут своєї продукції. Залежно від товару, регіону, розміру бізнесу і інших чинників маркетинг-план може виглядати по-різному, але, як правило, в нім містяться наступні розділи: маркетингова стратегія; аналіз ринку; ціноутворення, система просування товару [14].

Маркетингова стратегія

Цей розділ повинен будуватися, виходячи з самого поняття маркетингової стратегії, що означає планування і організацію сил і засобів підприємства (фірми) і використання їх в найбільш вигідних і перспективних напрямках. У цьому розділі підприємець деталізує цілі маркетингу з продажу конкретних товарів (послуг), визначає ринки, на які його підприємство (фірма) орієнтуватиметься, основні сегменти ринків по кожному окремому виду товарів/послуг, тактику конкурентної боротьби, бюджет маркетингу і т.д. Після цього визначається конкретна маркетингова стратегія для досягнення сформульованої мети [16].

Аналіз ринку

Цей розділ повинен починатися з аналізу стану галузі, до якої відноситься дане підприємство (фірма). Хороший аналіз галузі виявляє основних конкурентів і показує гостроту конкуренції, сильні і слабкі сторони конкурентів, а також їх передбачувану дію на дане підприємство (фірму). Результати порівняльного аналізу конкурентів часто бувають представлені у вигляді таблиць або діаграм. Іноді специфіка ринку дозволяє на основі аналізу не тільки виявити справжніх конкурентів, але і дати прогноз розвитку конкуренції в майбутньому. Крім конкурентів на розвиток ринку роблять вплив і інші зовнішні чинники, такі як державне регулювання, політика постачальників, політичне положення в країні і громадська думка. Якщо якийсь з цих чинників грає для даного виробництва особливо важливу роль, то його слід розглянути докладним чином. Тут також може бути розрахований передбачуваний об'єм продажів підприємства (фірми), при цьому окремо по періодах з урахуванням сезонності продажів; товарам і послугам; групам споживачів. По кожному з вказаних критеріїв доцільно розрахувати частку ринку і зробити не один, а декілька варіантів розрахунків і прогнозів: консервативний, найбільш вірогідний і оптимістичний [24].

Ціноутворення

При аналізі ціноутворення в бізнес-плані розглядається загальний підхід фірми до цінової політики, її цінова стратегія. Найбільш поширені варіанти зазвичай включають принцип ціноутворення залежно від якості продукції — чим вище якість, тим вище ціна; витрат виробництва — чим вони нижчі, тим відповідно нижче ціна; цін конкурентів.

Будь-яка фірма, що претендує на залучення зовнішнього фінансування, повинна провести попереднє дослідження щодо можливої реакції споживачів на підвищення або пониження ціни (розрахувати еластичність попиту за ціною), а також розглянути комплекс заходів, які слід прийняти у разі зміни цін конкурентів. При визначенні цінової стратегії зазвичай виходять з цілей фірми, тому для різних фірм або різних стадій життєвого циклу товару цінова політика може і повинна бути різною. При виході на нові ринки для

залучення покупців встановлюються занижені ціни. Новий товар добре відомої фірми, навпаки, може претендувати на вищі ціни протягом періоду, коли він знаходиться поза конкуренцією. Ціна може бути підпорядкована досягненню абсолютно конкретного завдання, вираженій в конкретній цифрі норми прибутку або термінів окупності витрат і т.д. [15].

Система просування товарів/послуг

Сюди відносяться розробка оптимальних схем логістики (питання транспортування і складування), створення каналів збуту (магазинів, фірм-посередників, дилерської мережі) і методів стимулювання продажів, організація післяпродажного обслуговування, рекламна кампанія і формування громадської думки. При описі методів стимулювання продажів підприємець повідомляє майбутніх інвесторів, що є його фірмовим стилем, чи використовує він товарний знак, чи організовує ярмарки і виставки, чи здійснює продаж в розстрочку і інше. В області післяпродажного обслуговування в бізнес-плані повинні бути викладені схема гарантійного обслуговування, приведені розрахунки середньої вартості ремонту і запасних частин, а також середні терміни ремонту. Щодо рекламної кампанії фірми треба повідомити в плані, скільки коштів виділяється на рекламу, які види реклами використовуються фірмою і чи є зв'язок між витратами на рекламу і прибутком фірми [17].

Фінансовий план

Тут ми підійшли до самого, ймовірно, складного розділу бізнес-плану.

У фінансовому плані все викладене в попередніх розділах словами знаходить цифровий вираз, що дозволяє оцінити вигідність підприємства (фірми) в конкретних категоріях ефективності.

Фінансовий план, як ніякий інший розділ бізнес-плану, важливий не тільки для потенційних інвесторів, але і для внутрішнього використання, тому слід відноситися з особливою ретельністю до його складання і постійно його оновлювати. Фінансові аспекти вимагають особливих знань, перш за все знань бухгалтерського обліку і аналізу, тому для його підготовки, якщо

підприємство (фірма) настільки мало, що у нього (її) немає свого бухгалтера (фінансової служби) або він (вона) недостатньо кваліфікований, часто запрошуються фахівці з фірм по бухгалтерському обліку і фінансовому менеджменту. У зарубіжній практиці склалися достатньо чітко формалізовані вимоги до підготовки фінансового плану, які включають певний набір фінансових планових і звітних документів і розрахунок беззбиткової діяльності підприємства (фірми). На жаль, українська система бухгалтерського обліку і аналізу відрізняється від систем, прийнятих в більшості зарубіжних країн (хоч і між системами різних країн існують деякі відмінності), проте, перехід, що почався в Україні, на міжнародну систему обліку повинен спростити взаєморозуміння в багатьох питаннях бізнесу, включаючи підготовку бізнес-планів. Багато українських банків вже повністю перейшли на нову систему, інші знаходяться на підході до неї. [14]

У справжньому дослідженні будуть приведені вимоги до складання фінансового розділу бізнес-плану виходячи з міжнародних вимог.

До планових і звітних форм, згаданих вище, відносяться:

- оперативні плани (звіти) за кожен період і по кожному товару і ринку;
- плани (звіти) про доходи і витрати по виробництву товарів/послуг, які показують, чи отримує підприємство (фірма) прибуток або терпить збитки від продажу кожного з товарів;
- план (звіт) про рух грошових коштів показує надходження і витрачання грошей в процесі виробничої діяльності підприємства(фірми);
- балансовий звіт, що підводить підсумок діяльності [16].

Важливим елементом фінансового плану є аналіз беззбиткової комерційної діяльності підприємства (фірми), який може бути проведений двома способами: з використанням формули або за допомогою побудови графіка.

Докладний аналіз коефіцієнтів, що розраховуються на основі фінансових документів, які приводяться у фінансовому розділі бізнес-плану, і методика

їх розрахунку викладені в спеціальній літературі по підготовці бізнес-плану [18].

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ РОЗРОБЛЕННЯ ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПП «МІСТЕР ОІЛ»

2.1. Економічна характеристика підприємства/бізнесу

ПП «МІСТЕР ОІЛ» - майбутній виробник кукурудзяної олії. Дане підприємство буде розміщене в місті Тростянець Сумського району. Саме виробництво можна розташувати на вулиці Набережна, де розташовані приміщення від минулого машинобудівного заводу, які можна переобладнати для виробництва олії.

Кукурудзяна олія – одна із найкорисніших і популярних рослинних олій серед шанувальників здорового способу життя.

Кукурудзяну олію виробляють із зародків кукурудзи. Вона містить багато вітаміну Е (гамма-токоферолу) та лінолеву (Омега-6) кислоту. Кукурудзяна олія в 2,5 рази калорійніша від крохмалю. Вона корисна для зниження рівня цукру в крові, виводить з організму токсини. Має ніжний аромат. Застосовують її для приготування різного тіста, хлібобулочних виробів, соусів, використовують при виготовленні дитячого харчування. Через високу температуру плавлення кукурудзяна олія добре підходить для смаження. Додають у картопляні і морквяні салати, овочеві рагу.

Кукурудзяна олія – це товар, який часто використовується у кулінарії, вона є не такою популярною як соняшникова олія, але не менш корисна та економічніша в використанні. Чисельність наявного населення Тростянецького району складає 35,6 тис. осіб. Попит на жири рослинного походження постійно зростає. Особливою категорією споживачів кукурудзяної олії являються люди з захворюваннями серцево-судинної системи. Також даний продукт рекомендують тим, у кого є проблеми з кишково-шлунковим

трактом, а також людям з проблемами зору, тобто даний продукт є дуже корисним завдяки своєму складу та властивостям[23].

Населення віддає перевагу не дуже дорогій та економній у використанні продукції, що і забезпечує їм наша кукурудзяна олія «Містер Оіл».

Тож, враховуючи конкуренцію та інші чинники, ринок Тростянецького району може спожити 5500 кг на місяць продукції нашого підприємства.

2.2. Проблеми, щообумовлюютьнеобхідністьрозробкибізнес-плану

Планування- це головна складова ринкових відносин для суб'єктів господарювання.

Розвиток практично будь-якого підприємства неможливий без уважного дослідження конкурентів на існуючому ринку товарів або послуг. Необхідна постійна робота над пошуком слабких місць і, навпаки, аналіз їх сильних сторін. Аналіз варто продити за багатьма напрямками від внутрішнього середовища до зовнішнього (включаючи аналіз людських ресурсів, рентабельності, екологічності, конкурентоспроможності, ресурсоефективності, тощо) [43-50; 132; 133; 136; 140; 141; 142]. Перш за все, варто виявити як діючих, так і можливих конкурентів [132;133].

При цьому з'ясовується, які конкретно суб'єкти підприємницької діяльності є основними конкурентами, хто з конкурентів займає найбільш сильні позиції на ринку. Важливо з'ясувати і яка частка кожного з конкурентів на ринку.

У ході вивчення ціноутворення у конкуруючих структур, треба з'ясувати ціну на товари або послуги, пропоновані конкурентами на ринку. Аналізується їх політика в галузі надання бонусів, знижок і т. п. При моніторингу політики конкурентів у просуванні товарів і послуг, потрібно акцентувати увагу на рекламні акції. Вивчається періодичність реклами конкуруючої організації, визначається, як і що рекламується[26].

Важливо проаналізувати відгуки покупців товарів і послуг на проведені конкурентами рекламні акції. При проведенні аналізу політики у сфері збуту і дистрибуції товарів і послуг, з'ясувати і визначити канали збуту послуг або товарів конкурентів.

Аудит роботи сервісної політики дозволяє виявити додаткові послуги у конкуруючих структур.

Здійснюється робота із систематизації всіх слабких і сильних сторін конкурентів з позиції покупців товарів або послуг. Для визначення діяльності конкурентів та отримання математично обґрунтованої інформації, необхідно використовувати методи математичного аналізу[25].

Вітчизняним підприємствам слід використовувати методи математичного аналізу для отримання більш точних результатів діяльності конкурентів. Існують три найбільш часто використовуваних методи [6]: кореляційно-регресійний - використовується для знаходження взаємозв'язків явищ; кластерний - використовується для групування об'єктів аналізу в порівняно однорідні групи; дисперсійний - використовується для пошуку залежностей експериментальних даних шляхом дослідження значущості відмінностей у середніх значеннях [6].

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки. Бізнес-план передбачає оцінку власної підприємницької діяльності фірми, цільову оцінку кон'юнктури ринку, є необхідним робочим інструментом інвестиційних рішень і планування діяльності підприємства.

Під час створення бізнес плану необхідно приділяти увагу пункту "конкуренти", це зумовлено тим, що сучасні ринки перестають або перестали зростати.

У свою чергу, збільшення частки ринку або захоплення нового ринку того чи іншого підприємства можливе тільки за рахунок конкурентів, а не за рахунок збільшення зростання ринку.

Детальне вивчення діяльності конкурентів надасть можливість сформулювати власну маркетингову стратегію, та більш оперативно

реагувати на зміни ринку. Використання методів математичного аналізу дозволить керівникам вітчизняних підприємств отримувати більш точну інформацію про конкурентів, та допоможе у виборі стратегії розвитку підприємства.

Планування для бізнесу є способом забезпечення встановлення та розвитку проєкту, необхідною складовою для приведення діяльності у відповідність до вимог ринку.

Основними чинниками зростаючої ролі планування в умовах сучасного господарювання є [31]:

- для отримання кредиту в банку;
- для створення нового підприємства;
- для розрахунку фінансового стану майбутнього підприємства;
- для підбору штату спроможного реалізувати план;
- для збільшення розмірів та розширення напрямків діяльності підприємства;
- обмеженість ресурсів;
- забезпечення рентабельності витрат і капітальних вкладень;
- необхідність отримання фінансування для досягнення цілей;
- вплив на процес реалізації плану зовнішнього середовища [132; 15; 151];
- зростання продуктивності праці.

2.3. Напрями розробки бізнес-плану

Бізнес-план включає розробку мети та завдань стратегічного плану розвитку підприємства, оцінку поточного стану підприємства, сильних і слабких сторін виробництва, аналізу кон'юнктури ринку та інформацію про клієнтів. У ньому дається оцінка ресурсів, необхідних для досягнення поставлених цілей в умовах посилення конкуренції [1].

На основі аналізу діяльності ПП виявлено зростання важливості бізнес-плану. Це пов'язано з такими факторами: зростання конкурентного тиску на зовнішньому середовищі вимагає від підприємств високої гнучкості в управлінні [134; 140; 152], вміння постійно прораховувати безліч варіантів управлінських рішень у комплексі, з урахуванням усіх факторів; зростає роль стратегічного маркетингу, вміння знаходити і оцінювати можливі перспективні напрями господарської діяльності. Але мало знайти перспективну можливість на ринку, потрібно ще й оцінити, чого вона коштує. Для цього і потрібен бізнес-план.

Бізнес-план складається для зовнішніх і внутрішніх цілей. Зовнішня сторона бізнес-плану призначається для виправдання довіри інвесторів і кредиторів, переконання їх у потенційних можливостях компанії, компетентності її співробітників, а також необхідності надання їй стратегічної та фінансової допомоги. Іншими словами, відсутність ретельно продуманого бізнес-плану, систематично відкоригованого відповідно до мінливих умов ринку, є істотним недоліком, що відображає слабкість управління компанією, і в підсумку ускладнює можливість залучення фінансових ресурсів і досягнення довгострокової стабільності в конкурентному середовищі. Цей документ є базисом всієї планової і виконуючої діяльності підприємства. Це найбільш важливе джерело акумуляції стратегічної інформації і спосіб прямого управлінського впливу на майбутнє становище підприємства [132; 134; 150; 151], що визначає шляхи досягнення прибутковості. У цілому фінансова, оперативна й інвестиційна політика підприємства повинна відповідати напрямам і стратегічним цілям, виділеним у бізнес-плані.

На вітчизняних підприємствах в умовах динамічно змінного ринку, процес створення бізнес-плану повинен мати такі складові: визначення ступеня життєздатності та майбутньої стійкості організації; передбачення ризиків підприємницької діяльності; конкретизація перспективи бізнесу у вигляді системи кількісних і

якісних показників розвитку; розвиток перспективного (стратегічного) погляду на організацію та її робоче середовище шляхом отримання цінного досвіду планування [5]. У сучасних умовах розвитку вітчизняного ринку значну увагу слід приділяти розділу бізнес-плану – "аналіз галузі".

Більшість підприємств у розділі "аналіз галузі" концентрують свою увагу тільки на вивченні споживача та об'єму ринку, але під час збільшення конкуренції важливо приділяти увагу діяльності конкурентів.

Розвиток підприємства можливий багато в чому за рахунок розширення своєї присутності на ринку. При цьому виникає необхідність у тому, щоб зменшити частку конкурентів.

Для ефективного розвитку бізнесу потрібно мати стійкість від внутрішніх і зовнішніх негативних чинників, а з іншої сторони потрібна така стратегія, яка б передбачала безвідходне використання ресурсів. За умов розвитку стабільності та росту підприємства буде здійснюватися його діяльність (рис. 2.1).

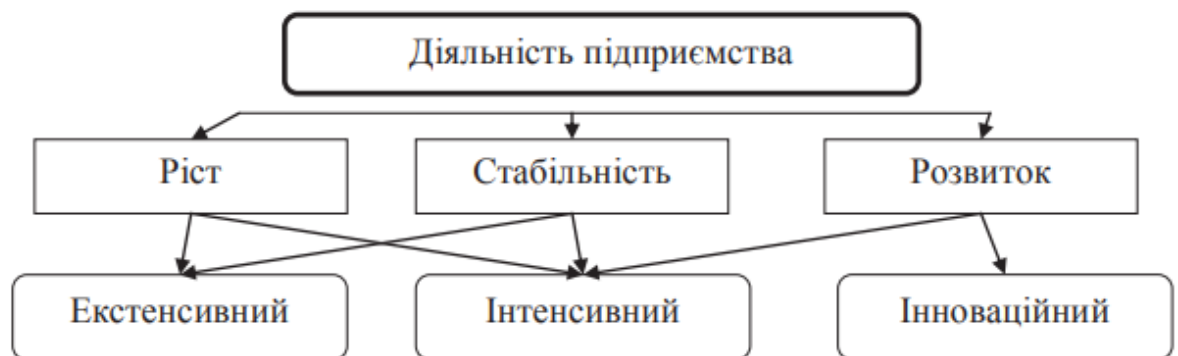


Рис 2.1 Напрямки здійснення діяльності підприємства[42]

Виділяють три напрямки розвитку підприємства : екстенсивний (за рахунок сировини), інтенсивний (за допомогою внесення інвестицій), інноваційний (монетизація інтелектуальної діяльності).

Для економічного зростання бізнесу можна розглянути такі напрямки розвитку: збільшення споживання ресурсів – кількісний аспект; зміна складу його компонентів і їх комбінацій- структурний аспект; зміна характеристик елементів для надання більшої користі – якісний аспект[42].

Головним пріоритетом для нашого майбутнього підприємства є нарощування виробництва кукурузяної олії. Для забезпечення такої роботи головне знайти постачальника відповідального постачальника. Також робити все можливе, щоб негативні фактори якнайменше впливали на бізнес. І, напевно, найголовніше для початкового бізнесу працювати в напрямку розповсюдження продукту, а також залучення нових споживачів.

РОЗДІЛ 3 ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПП «МІСТЕР ОІЛ»

3.1. Формування бізнес-плану розвитку підприємства

Головними конкурентами для продукції підприємства є олія кукурудзяна рафінована торгових марок «Кама», «Anri», «RIO» оскільки вони мають великі об'єми продаж, якісну продукцію, є досить популярними, рекламованими та мають значну підтримку споживача, але на ринку кукурудзяної олії не так уже і багато, в основному вся олія йде на експорт, на прилавках ми бачимо більшість соняшникової олії, тому наш товар урізноманітнить вітрини магазинів.

Ціни на олію конкурентів наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 - Ціни олії на продукцію[31]

Виробник	Ціна, грн.
«Кама» (1 л)	55,10
«Anri» (1 л)	50,00
«RIO» (1 л)	49,50

1. Схема поширення товару.

Кукурудзяна олія буде постачатися у різні роздрібні магазини по оптових цінах та методом розвезення у дрібні торгові точки по малих населених пунктах.

2. Ціноутворення.

Ціна товару буде утворюватися на основі собівартості продукції, а також з урахуванням ціни конкурентів на аналогічну продукцію.

3. Реклама.

Першочергова мета рекламної кампанії – ознайомлення всіх споживачів місцевого цільового ринку із особливостями продукції.

Рекламування продукції буде відбуватися за допомогою розміщення реклами безпосередньо в точках продажу товару та способом безпосередньої реклами: реклама товару у малих населених пунктах. Про відкриття підприємства і виходу нового продукту населення дізнається зі рекламних статей своїх місцевих районних газет «Тиждень» та «Круглий двір», а також із розміщеної реклами на інформаційних стендах нашого міста та сіл району.

Рекламні заходи, наведені вище, повинні стати основою розширення діяльності виробництва. Рекламна кампанія для підприємства планується проводитися протягом трьох місяців.

Також продукт можна буде представити на ярмарках які проводяться під час фестивалів в м. Тростянець, такі як «Стара фортеця» та інші.

Бюджет рекламної кампанії ПП «Містер Оіл» представлений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Вартість діяльності рекламної кампанії

Вид реклами	Вартість, грн.
Виготовлення плакатів (1)	150,0
Оренда одного інформаційного стенда(місяць) (2)	2x1800,0
Загальна вартість:	3750
Вартість одного оголошення в газеті «Тиждень»	4x35,0
Вартість одного оголошення в газеті «Круглий двір»	4x40,0
Загальна вартість оголошень:	300,0
Всього на рекламу (місяць):	4050,0
Всього витрат на рекламну кампанію(3 місяці):	12150,0

4. Методи стимулювання продажу.

В майбутньому планується розширення території збуту (сусідні райони – Охтирський та Лебединський), а також відкриття власного магазину при підприємстві.

Підприємство буде працювати 22 дні в місяць по 8 годин в одну зміну.

Режим роботи підприємства представлено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Графік роботи підприємства

День	Час роботи	Перерва
Субота, неділя	Вихідний	-
Понеділок - П'ятниця	з 8 ⁰⁰ - до 17 ⁰⁰	з 12 ⁰⁰ - до 13 ⁰⁰

На підприємстві буде приблизно такий розпорядок дня:

8⁰⁰ – 8³⁰ – підготовка обладнання та сировини

8³⁰ – 11³⁰ – віджим олії.

11³⁰ – 12⁰⁰ – чистка обладнання

12⁰⁰ – 13⁰⁰ – перерва

13⁰⁰ – 16⁰⁰ – віджим олії.

16⁰⁰ – 16³⁰ – чистка обладнання

16³⁰ – 17⁰⁰ – підготовка до наступного робочого дня.

Підприємство потребує наступних працівників: головний бухгалтер, оператор, технолог, менеджер з продажу та закупівель, прибиральник, водій, вантажник, підсобник та електрик.

Управління на підприємстві побудоване за функціональною ознакою. Кожен виконавець має своє завдання-функцію, яку він повинен якісно і своєчасно виконувати, за що отримує відповідну заробітну плату. Розмір зарплати визначається залежно від якості та кількості виконаних робіт. Така організаційна структура визначає стабільність функціонування підприємства.

Оплата праці робітників здійснюється за системою твердих ставок. Адміністрація підприємства представляє собою групу посадових осіб, яка являє собою частину трудового колективу, на чолі з директором. Адміністрація здійснює керівництво діяльністю колективу у відповідності зі своїми правами та зобов'язаннями. Трудовий колектив підприємства являє собою сукупність людей, які пов'язані між собою єдиною метою, спільною працею по виробництву та реалізації продукції.

Директор – керівник всіх процесів на підприємстві.

Головний бухгалтер – здійснює контроль за використанням матеріальних ресурсів, нараховує заробітну плату працівникам підприємства,

нараховує податки, надає інформацію щодо загального фінансового стану господарства.

Оператор – займається обслуговуванням технологічної лінії виробництва.

Прибиральник – слідкує за загальним санітарним та гігієнічним станом на території, здійснює прибирання довірених об'єктів.

Водій-експедитор – займається доставкою продукції в магазини, а також перевезенням матеріальних цінностей підприємства.

Вантажник – здійснює завантажувально-розвантажувальні роботи на складі, несе матеріальну відповідальність за довірені матеріальні цінності.

Снабженець - забезпечує своєчасну й комплектну поставку сировини та матеріалів згідно з графіком. Здійснює організацію вантажно-розвантажувальних і транспортних робіт.

Електрик – проводить роботу з налагодження електрообладнання.

Організаційна схема підприємства представлена на рисунку 3.1.

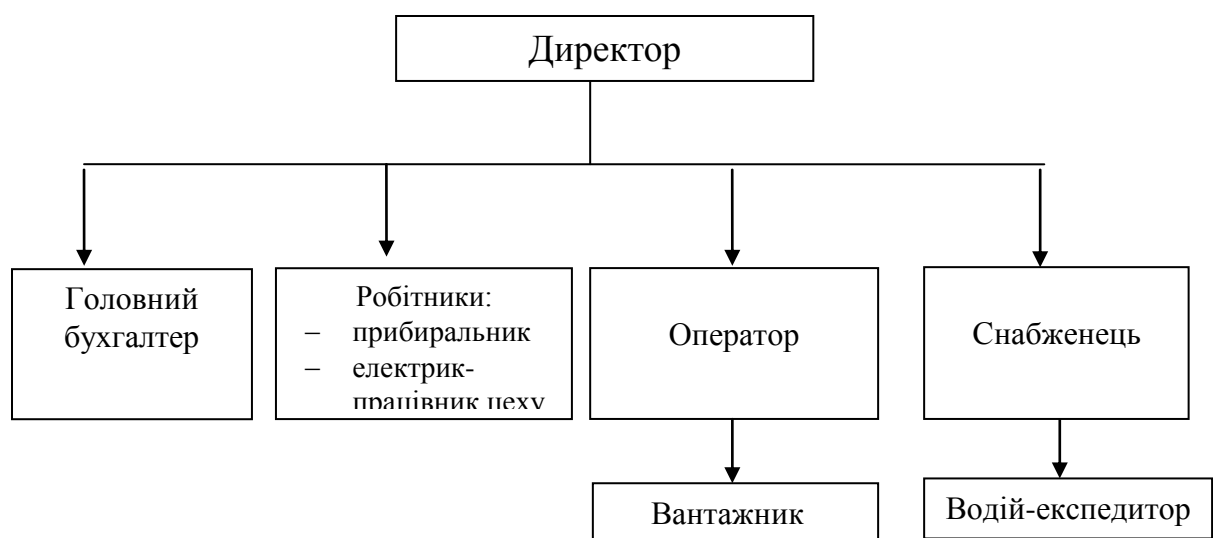


Рисунок 3.1 – Організаційна схема підприємства

Заробітна плата кожного працівника підприємства представлена у таблиці 3.4, яка наведена нижче.

Таблиця 3.4– Розрахунок фонду оплати праці

Посада	К-сть осіб	Заробітна плата, грн.	Фонд оплати праці, грн.
Директор	1	7000	7000
Головний бухгалтер	1	6000	6000
Оператор	1	5000	5000
Снабженець	1	5000	5000
Водій-експедитор	1	4700	4700
Вантажник	1	4700	4700
Прибиральник	1	4700	4700
Електрик-працівник цеху	1	4700	4700
Разом	8	41800	41800

Як бачимо, щомісячний фонд оплати праці складає – 41800грн.

Відрахування на соціальне страхування складе (ФОП*22%) = 9196грн.

А загальна сума витрат на заробітну плату складе тоді – 50996грн.

3.2. Врахування ризиків при розробленні бізнес-плану

Функціонування підприємства завжди піддається певному ризику бути порушеним через певні непередбачувані обставини. Тому, з метою готовності до подібних обставин, нам необхідно спланувати діяльність підприємства так, щоб уникнути непередбачених випадків або швидко відновити колишній стан виробництва.

До основних ризиків можна віднести такі як[23]:

- природні (пожежі);
- форс-мажорні обставини (страйки і конфлікти);
- економічні (зміни в податковій системі) [151; 152];
- виробничі ризики.

Першим ризиком для роботи нашого підприємства є ризик, пов'язаний з підвищенням цін на основні матеріали і купувальні вироби, що використовуються у виробництві. Для того, щоб мінімізувати можливість цього ризику, необхідним є зниження витрат, не пов'язаних з матеріальними витратами, - режим економії, підвищення продуктивності праці, вживання

продуктивнішого устаткування. Також на роботу підприємства може негативно вплинути підвищення податкових зборів та платежів.

Враховуючи всі можливі ризики, які можуть суттєво вплинути на роботу підприємства, необхідним є страхування майна. Страховий договір буде укладений із страховою компанією «Провідна». Страховий платіж в даній компанії складає 300 грн.

Також для забезпечення себе від ризиків потрібно вжити необхідних заходів щодо їх скорочення, а саме:

1. Детальне вивчення ринку.
2. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства.
3. Страхування майна.
4. Розширення кола постачальників сировини.
5. Проведення заходів, спрямованих на зниження собівартості продукції, зменшення кількості витрат у процесі виробництва і транспортування.
6. Пошук нових сегментів ринку з метою збільшення прибутку для покриття можливих збитків.
7. Проведення профілактичних робіт для зниження ймовірності великих поломок обладнання.
8. Проведення заходів з оздоровлення фінансового стану підприємства і запобігання банкрутству [16].

3.3. Розрахунок показників економічної ефективності проєкту

Підприємство ПП «Містер Оіл» буде розміщуватися в м. Тростянець. Даний вибір зумовлений:

- близькістю розташування до таких міст як Охтирка, Лебедин, Краснопілля, Липова Долина, Суми;
- невисокими ставками орендної плати;

– на території Тростянецького району немає виробників кукурудзяної олії;

– можливість покращити зайнятість в районі, так як підприємство потребує певну кількість працівників.

Приміщення для підприємства буде орендуватися. Всі витрати, пов'язані з витратами підприємства на оренду приміщення наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Потреба у виробничих площах

Тип приміщень	Площа, м ²	Ставка орендної плати, грн./м ² /міс.	Сума орендної плати, грн./міс.
Загальна площа	110	–	8200
у т.ч. офісні приміщення	20	80	1600
виробничі приміщення	50	60	3000
складські приміщення	20	60	1200
та ін.(роздягальня, санвузол, гараж)	30	80	2400

Приміщення, орендоване нами, підходить для виробництва, але потребує деякий косметичний ремонт в певних місцях. Сума затрат на дану роботу складає 20000 грн. (потрібна сума є складовою частиною стартового капіталу).

Конвеєрна лінія з виробництва олії складається з:

- повітряно-ситовий сепаратор (очищення кукурудзи від великих і дрібних домішок)
- вальцьовий верстат (подрібнення кукурудзи),
- олійний прес для «Холодного віджиму» (призначений для віджиму олії з зародків кукурудзи методом холодного пресування),
- фільтр-прес (призначено для фільтрування кукурудзяної олії);
- лінія рафінації.

Для відкриття підприємства мною будуть придбані основні фонди, види та вартість яких наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Розрахунок вартості основних фондів і амортизаційних відрахувань

Найменування об'єктів основних фондів	К-ть, шт.	Вартість об'єкту, грн./шт	Загальна вартість грн.	Річна норма амортизації %	Річна сума амортизаційних відрахувань, грн.
1	2	3	4	5	6
Група 4 - машини та обладнання :					
повітряно-ситовий сепаратор	1	35000	35000	10	3500
вальцьовий верстат	1	24000	24000	10	2400
олійний прес	1	40000	40000	10	4000
фільтр-прес	1	25000	25000	10	2500
Лінія рафінації	1	165000	165000	10	16500
Ємкість для готового продукту (2000 л)	2	5000	10000	15	1500
Комп'ютер	2	11000	22000	50	11000
Принтер Canon PIXMA MP270	1	1600	1600	50	800
Телефон ТЕХЕТ ТХ-212	1	280	280	50	140
Група 5 - транспортні засоби :					
ГАЗ 2705	1	24000	24000	10	2400
Група 6 - інструменти, прилади, інвентар (меблі) :					
Стілець	10	300	3000	25	750
Стіл	3	1100	3300	25	825
Шафа для одягу	3	1500	4500	25	1125
Набір інструментів	1	1200	900	10	90
Всього	-	-	534580	-	85130

Метод нарахування амортизації – прямолінійний, тобто річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів[21].

Наступною статтею витрат підприємства є витрати на електроенергію, потреби та витрати якої наведено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Розрахунок потреб в електроенергії

Вид обладнання	К-ть, шт	Споживаюча потужність кВт	К-ть робочих год. на добу	К-ть робочих днів в місяць	Заг. потреба в ел. енергії, кВт/міс.	Тариф, грн./кВт	Заграти на ел. енергію, грн./міс.
1	2	3	4	5	6	7	8
Ел. лампочка	15	0,1	8	22	264	2,02	533,28
повітряно-ситовий сепаратор (2,5 т/год)	1	1,1	6	22	145,2	2,02	293,30
вальцьовий верстат (4 т/год)	1	30	6	22	3960	2,02	7999,20
олійний прес (40 л/год)	1	3	6	22	396	2,02	799,92
фільтр-прес (100 кг/год)	1	0,75	6	22	99	2,02	199,98
Лінія рафінації (40 л/год)	1	2	6	22	264	2,02	533,28
Комп'ютер	2	0,5	8	22	176	2,02	355,52
Принтер	1	0,2	3	22	13,2	2,02	26,66
Чайник	1	0,65	1	22	14,3	2,02	28,89
Телефон	1	0,020	8	22	3,52	2,02	7,11
Всього:	-	-	-	-	5335,22	-	10777,14

Оскільки на підприємстві є автомобіль, який використовуються для доставки нашої продукції в магазини, то необхідно розрахувати витрати на паливно-мастильні матеріали (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 – Розрахунок потреби в паливно-мастильних матеріалах

№пор.	Показник	Транспортний засіб
		ГАЗ 2705
1	Середньодобовий пробіг, км	50
2	Кількість робочих днів на місяць	22
3	Загальний пробіг, км/міс.	1100
4	Вид палива	Бензин
5	Норма витрати, л/100 км	12
6	Загальні витрати, л	132
7	Ціна палива, грн./л	25,8
8	Витрати на паливо, грн./міс.	3406

У таблиці 3.9 подано розрахунок витрат за комунальні послуги.

Таблиця 3.9– Розрахунок витрат за комунальні послуги.

№	Назва	Ціна, грн./ м ³	Кількість, м ³	Затрати, грн./міс
1	Водопостачання	15,41	5	77,05
2	Каналізація	26,05	5	130,25
3	Опалення	14,68	200	2936,00
4	Опалення (6 місяців)	14,68	200	17616,00
Всього в неопалювальний період:		-	-	207,30
Всього в опалювальний період:		-	-	3143,30
Всього в середньому:		-	-	1675,30

Тобто в середньому щомісяця витрати на оплату комунальних послуг становитимуть 1675,30 гривень.

Для успішної роботи підприємства необхідно провести детальний розрахунок потреб в сировині та матеріалах. Всі розрахунки наведено в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10 – Розрахунок потреби в сировині та матеріалах

Сировина та матеріали	Норма витрат на день, т	Загальна потреба в сировині та матеріалах, т	Ціна придбання, грн.	Витратина сировини та матеріали, грн.
1	2	3	4	5
Розрахунок		гр. 2 · Q		гр. 3 · гр. 4
Кукурудзяні зародки	1	22	5200	114400
Усього	x	X	x	114400

Отже витрати на сировину в місяць складають 1144000 грн.

Місячний обсяг виробництва олії – 55000 л, з них: 55000 пляшок по 1 л.

Для того, щоб підприємство функціонувало нормально та не зазнавало втрат від перебоїв в постачанні продукції, проводиться розрахунок виробничого запасу. Для цього необхідно розрахувати норми виробничого запасу (табл.3.11).

Таблиця 3.11 – Розрахунок норми виробничого запасу

Показник	Розрахунок	Сировината матеріали	
		Кукурудзяні зародки	Пляшки (1 л), шт.
Норма витрати на одиницю продукції (1 л), кг	H_p	4	1
Середньодобова потреба (1 л), т	$P_{м.с.} = (H_p \cdot Q) / T$	1000	250
Інтервал між двома постачаннями, дні	I_n	3	5
Поточний запас, кг	$Z_{тек.} = P_{м.с.} \cdot I_n$	3000	1250
Норма страхового запасу, %	$H_{стр.}$	100%	100%
Страховий запас, кг	$Z_{стр.} = Z_{тек.} \cdot H_{стр.}$	3000	1250
Норма виробничого запасу, кг	$H_{пр.з.} = Z_{стр.} + Z_{тек.}$	6000	2500
Ціна придбання, грн./кг		5,2	1,8
Виробничий запас, грн.		31200	4500
		35700	

Сировина буде завозитися 1 раз у 3 дні, а пляшки раз у 5 днів.

Для того щоб розпочати діяльність підприємства, необхідні кошти для придбання основних і оборотних фондів, для створення виробничого запасу, створення підприємства.

Стартовий капітал підприємства представлено в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12 – Стартовий капітал підприємства

Види витрат	Сума, грн.
Одноразові витрати на створення підприємства	5000
Капітальні витрати (придбання основних фондів)	534580
Створення виробничого запасу	35700
Реклама	12150
Інші одноразові витрати, пов'язані із запуском виробництва	21400
Усього	608830

Інші витрати включають в себе:

- укладення страхового договору – 300 грн.;
- підключення до телефонної мережі – 500 грн.

- встановлення програмного забезпечення на комп'ютери – 600 грн.;
- ремонт приміщення – 20 000 грн.

Одноразові витрати на створення підприємства виділяються на: процес реєстрації фірми, одержання печатки і штампів, відкриття рахунків у банках, становлення на облік в органах статистики, податковій інспекції, держадміністрації та ін.

Витрати на транспортування і налаштування основних фондів входять в їх вартість, тому до їхньої вартості вартість монтажу та транспортування ми не додаємо.

Так як виробничий цикл мого підприємства складає невеликий проміжок часу, то втрати на оренду приміщень, електроенергію, заробітну плату не враховуємо в стартовий капітал.

Отже, для початку діяльності підприємства необхідно 608 830 грн.

3.4. Вплив фінансових аспектів на бізнес-діяльність

Для фінансування підприємства нам бракуватиме власних заощаджень, тому ми звернемося до банківських установ, щодо надання кредиту. Отже, ми беремо 108 830 грн. власних коштів та 500000 грн. кредиту в банку під 18 % річних.

У таблиці 3.13 представлено графік погашення кредиту з виплатою банківського відсотка.

Таблиця 3.13 – Повернення кредиту згідно з графіком погашення, з виплатою банківського відсотка

Період	Погашення кредиту	Погашення %	Загальний внесок	Залишок кредиту
1 рік	125000	79688	204688	375000
2 рік	125000	57188	182188	250000
3 рік	125000	34688	159688	125000

4 рік	125000	12188	137188	0
Всього:	500000	183750	683750	-

Класифікація витрат на змінні і постійні необхідна для розрахунку точки беззбитковості, яка показує, який обсяг продукції або послуг повинне реалізовувати підприємство для того, щоб не мати збитків від своєї діяльності.

Представимо розподіл витрат на змінні та постійні у таблиці 3.14.

Таблиця 3.14 – Розрахунок змінних і постійних витрат на один місяць

Стаття калькуляції	Змінні витрати	Постійні витрати
Сировина і матеріали	114400	-
Електроенергія	10777	-
Комунальні послуги	1675	-
Оплата праці:	-	41800
Соціальні відрахування:	-	5984
Реклама	-	12150
Орендна плата	-	8200
Транспортні витрати	-	3406
Оплата охоронної фірми	-	7200
Відсоток за кредитом	-	3828
Амортизація	-	7094
Усього	126852	89662

Калькуляція собівартості продукції на підприємстві складається для визначення відпускної ціни одиниці товару.

Зауважимо, що за розрахунками в місяць підприємство має випускати $250 \cdot 22 = 5500$ л олії.

У таблиці 1.15 відображено калькуляцію собівартості і розрахунок відпускної ціни продукції.

Розрахуємо обсяг продажів, витрати та податок (табл.3.16). Варто зауважити, що сума амортизаційних відрахувань, та відсотків по кредиту береться середня. Із прибутку ми сплачуємо тіло кредиту.

Таблиця 3.15 – Калькуляція собівартості і розрахунок відпускної ціни продукції, грн.(на 1 л)

№ пор.	Стаття калькуляції	Олія		Усього
		на 1 л	на весь обсяг	
1	Сировина і матеріали	20,8	114400	114400
2	Електроенергія	2,0	10777	10777
3	Оплата праці	4,9	27200	41800
4	Соціальні відрахування	1,1	5984	5984
5	Орендна плата	1,5	8200	8200
6	Реклама	2,2	12150	12150
7	Паливно-пастильні матеріали	0,6	3406	3406
8	Комунальні послуги	0,3	1675	1675
9	Амортизація	1,3	7094	7094
10	Тара і упаковка	1,8	9900	9900
11	Оплата охоронної фірми	1,3	7200	7200
12	Повна собівартість продукції	37,8	207986	207986
13	Відпускна ціна	44,5	244750	244750
14	Прибуток	6,7	36764	40912

Таблиця 3.16 – Фінансовий план (баланс доходів і витрат), грн.

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
1. Виручка від реалізації продукції	2937000	2937000	2937000	2937000
2. Сукупні витрати	2928288	2434220	2411720	2389220
3. Прибуток до оподаткування	5865288	5371220	5348720	5326220
4. Податок на прибуток	1055752	966820	962770	958720
5. Чистий прибуток	4809536	4404400	4385950	4367500

Завданням інвестиційного плану є відображення прогнозованих майбутніх грошових потоків. В таблиці 3.17 показано розрахунок грошових потоків проекту по роках.

Таблиця 3.17 – Інвестиційний план проекту (грошові потоки по роках), тис. грн.

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
1. Чистий прибуток	4809536	4404400	4385950	4367500
2. Амортизаційні відрахування	7094	7094	7094	7094
3. Процент за кредитом	79688	57188	34688	12188
4. Грошовий потік	4896318	4468681	4427731	4386781

Річний обсяг виготовлення олії становить 5500 л. Для реалізації даного інвестиційного проекту необхідно мати стартовий капітал у розмірі 608 830 грн., власних коштів недостатньо, тому необхідно взяти банківський кредит. У розділі було розраховано грошові потоки підприємства, що становлять 4896318 грн. для першого року, 4468681 грн. для другого, 4427731 грн. для третього та 4386781 грн. для четвертого років.

ВИСНОВКИ

Сучасні темпи зміни і нарощування об'ємів знань настільки великі, що планування є єдиним шляхом реального прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Планування забезпечує також основу для ухвалення ефективних управлінських рішень. Коли відомо, чого організація хоче досягти, легше знайти найбільш відповідні дії. Планування сприяє зниженню ризиків при ухваленні рішень. Ухвалюючи обґрунтовані планові рішення, керівництво зменшує ризик помилок, обумовлених помилковою або недостовірною інформацією про можливості підприємства або про зовнішню ситуацію. Планування служить для формулювання і досягнення ключової мети в рамках організації.

Але помилковим було б розглядати складений бізнес-план якраз і назавжди задану стратегію діяльності. При використанні жорстко зафіксованих параметрів може легко бути втрачена актуальність конкретної розробки. Бізнес-планування дозволяє продумувати нові варіанти поведінки бізнесу на основі проаналізованих сценаріїв. Тому універсальних рекомендацій немає і бути не може. Бізнес-план, мабуть, єдиний офіційний документ, що допускає таке велике варіювання в своєму складанні і застосуванні. Для будь-якого бізнес-плану обов'язковими, на думку більшості авторів, є тільки план маркетингу, план виробництва, фінансовий і організаційний плани, при цьому останній винен пронизувати всі перераховані розділи. У всьому іншому кожен бізнес-план залежить від величезної кількості чинників, основною з яких – сам підприємець, з його цілями, професіоналізмом і спрямованістю на успіх. При цьому важливо пам'ятати, що планування саме по собі не гарантує успіху, але воно може забезпечити немало важливих і сприятливих чинників для його досягнення[79-87].

Виробництво кукурудзяної олії в Тростянці є досить прибутковим видом діяльності. Це обумовлено тим, що, по-перше, у даному регіоні ніхто не займається виготовленням кукурудзяної олії, по-друге, кукурудзяна олія є кориснішою та економнішою у використанні, ніж соняшникова, по-третє, на ринку виробників кукурудзяної олії досить мало, тому продукт є досить конкурентоспроможним, по-четверте, собівартість даної продукції, порівняно із конкурентами, не досить велика, адже для виготовлення продукції використовується найновіше обладнання, що значно скорочує собівартість. Також орендна плата у місті районного типу не досить велика, тому продукція завдяки доступній ціні та високій якості є конкурентоздатною, а її виготовлення та збут буде приносити значний прибуток.

Річний обсяг виготовлення олії становить 5500 л. Для реалізації даного інвестиційного проекту необхідно мати стартовий капітал у розмірі 608 830 грн., власних коштів недостатньо, тому необхідно взяти банківський кредит. У розділі було розраховано грошові потоки підприємства, що становлять 4896318 грн. для першого року, 4468681 грн. для другого, 4427731 грн. для третього та 4386781 грн. для четвертого років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верба В.А., Загородніх О.А. Проектнийаналіз: Підручник. – К.: КНЕУ, 2010. – 322 с.
2. Верба В.А., Гребешкова О.М., Востряков О.В. Проектнийаналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2012. – 204 с.
3. Проектнийаналіз. Навч. посібник / Під ред. С.О.Москвіна - К.: Лібра,2014.
4. Батенко Л.П., За городніх О.А., Ліщинська В.В. Управлінняпроектами.- К.: КНЕУ, 2013. – 231 с.
5. Богданов В.В. Управление проектами в MicrosoftProject 2012. – СПб.: Питер, 2013. – 640 с.
6. Клиффорд Ф.Грей, ЄрикУ.Ларсон. Управление проектами: Практическоеруководство/ Пер. с англ. - М.: Издательство,„Дело и сервис”, 2013. – 528 с.
7. Практикум з курсу „Управління проектами” для студентів-магістрівусіхспеціальностей/ Укл. Л.П. Батенко, О.А.Загородніх, Г.М.Хворова. – К.:КДЕУ, 2016. – 15 с.
8. Управление проектами. И.И.Мазур, В.Д.Шапиро, Н.Г.Ольдерогге. – М.: Экономика, 2011. – 576 с.
9. Управление проектами. / Справочник для профессионалов./ Подред.И.И.Мазура и В.Д.Шапиро. – М.: Высшая школа, 2011 – 875 с.
10. Шапиро В.Д. Управление проектами – СПб.; „Два-Три”, 2016. – 610 с.
11. A Guidetothe Project ManagementBodyofKnowledge. - PMI, USA, 2012.
12. HaroldKerzner. Project Management: A SystemsApproachtoPlanning, SchedulingandControlling, 7thEdition, 2014.

13. Беренс В., Хавранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций: Пер. с англ., перераб. и дополн. изд. - М.: АЗОТ "Интерэксперт", "ИНФРА-М", 2015.-528 с.
14. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов: /Пер. с англ. /Под ред. Л.П.Белых.-М.:Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.- 631с.
15. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент.-К.: ИТЕМ, 2015.-448 с.
16. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента.(т. 2) - К.: Ника-центр, 1999.-448 с.
17. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 2016.
18. Волков И.М., Грачева М.В. Проектный анализ. М. :Юнити, 2008.
19. Воркут Т.А. Проектний аналіз. – Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів, що навчаються за напрямом “Транспортні технології”. – Київ: Український Центр духовної культури, 2014. – 440 с.
20. Гитман Л. Дж, Джонк М.Д. Основы инвестирования.-М.: Дело, 2012.- 992 с.
21. Горохов М.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ: Как привлечь деньги.-М.:Филинь,2015.-202 с.
22. Золотогоров В.Г. Инвестиционно проектирование: учебн. пособие.-М.:Эксперспектива,2014.
23. Инвестирование, финансирование, кредитование. Стратегия и тактика предприятия /Под ред. Н.Н. Ушаковой-К.:КГТЭУ,2015.-191 с.
24. Инвестиционно проектирование: практическое руководство по экономическому обоснованию инвестиционных проектов /Под ред. С. И. Шумилина М.:Финстатинформ, 2015.-с.240 с.

25. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный процесс: Методы подготовки и анализа: учебн.-справ. пособие.- М.:Издательство БЕК, 2006.-304с.
26. Меркулов Л.С. Экономическая оценка эффективности инвестиций и финансирования инвестиционных проектов.- М: ИИЦ ДИЛ, 2015.-160с.
27. Савчук В.П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. – К.: Издательский дом «Максимум», 2016 – 600 с.
28. Савчук В.П., Прилипко С.И., Величко Е.Г. Анализ и разработка инвестиционных проектов: Учебн. пособие.- К.: Абсолют-В, Эльга, 2009.-304с.
29. Смирнов А.Л. Организация финансирования инвестиционных проектов.-М.:Консалтбанкир, 2016.
30. Тростянець info - [Электронный ресурс] -Режим доступа до сайту: <https://trostyanyets.info/>
31. Novus: каталог товарів – кукурудзяна олія- [Электронный ресурс] -Режим доступа до сайту: <https://novus.zakaz.ua/uk/products/04820113380341/oil-rio-1000g/>
32. Управление инвестициями: В 2-х т. /В.В.Шеремет, В.М.Павлюченко, В.Д.Шапиро и др.- М.: Высшая школа, 2014.
33. Sotnyk I., Kovalenko Y., Chortok Y., Kripak Y. ProspectsofInvestmentinGreenEnergyProjects inUkrainianHouseholds. - Економіка і регіон. Науковий вісник. 2019. – №2(73). – Р. 12-21.
34. Дутченко О.М. Інтегровані бізнес-підприємницькі структури кластерного типу в системі конкурентоспроможного розвитку регіону / Дутченко О.М., Мішеніна Н.В., Мішеніна Г.А. // Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки: монографія / [Л. В. Кривенко, Є. В. Мішенін, М. І. Макаренко та ін.] / за заг. ред. д-ра

екоп. наук Л.В. Кривенко. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – С. 149-169.

35. Чортюк Ю.В., Евдокимов А.В., Родимченко А.О. Логістичні стратегії та логістичні процеси на торговельних підприємствах // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки» / ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва» ПП «Інститут економіки і технологій підприємництва». –2012. – Вип. 1 (11). – С. 246-249. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/29284>.

36. Чортюк Ю.В., Карінцева О. І., Старченко Л. В. Значення логістики для підприємства в сучасних умовах // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – Суми, 2005. – № 2. – С. 127-132.

37. Ярова І.Є. Інституційні та еколого-економічні засади розвитку природогосподарського підприємництва / І.Є. Ярова, Н.В. Мішеніна, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Збалансоване природокористування.-2016.-№ 1 – С. 21-29.

38. Melnyk L., Dehtyarova I. Synergetic Basis of Innovation Marketing // Scientific Journal of Riga Technical University. Series: Economics and Business. – 2012. Riga Technical University. - # 22. – PP. 118-124.

39. Mishenin, Ye.V, Yarova, I.Ye., Dutchenko, O.M., Mishenina, N.V. Conceptually-innovative directions and organizational mechanism for providing the environmental and economic safety of agrarian nature management/ National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics V. Omelyanenko, Ph.D in Technical Sciences, Assoc. Prof. Yu. Ossik. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2018 – P. 242-249.

40. Celeland D. Project management: Strategic Design and Implementation. New York, 1989.

41. Газета «Тиждень» -Розцінки на рекламу - [Електронний ресурс] - Режим доступу до сайту:<http://ntgazeta.com.ua/rozcinki-na-reklamu/>
42. Кондратюк О.І. Основні напрямки економічного розвитку підприємств у сучасних умовах / Кондратюк О.І. – 2020. – С. 258-259.
43. Промышленные революции : учебное пособие / Л. Г. Мельник, А. М. Маценко, И. Б. Дегтярева, А. В. Кубатко. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2017. – 160 с.
44. Дерев'янюк Ю. М. Соціальна та солідарна економіка: поняття та сутність, досвід та перспективи / Ю. М. Дерев'янюк, Л. Г. Мельник, О. В. Кубатко // Mechanism of Economic Regulation. - 2014. - № 3. - С. 89-98. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_3_12
45. Melnyk Leonid G., Oleksandr V. Kubatko, and Oleksandra V. Kubatko. Were Ukrainian region stood different to start interregional confrontation: economic, social and ecological convergence aspects? Economic Research- Ekonomska Istraživanja Vol. 29 , Iss. 1, 2016 – PP. 573-582. <http://dx.doi.org/10.1080/1331677X.2016.1174387>
46. Мельник Л.Г. Ефективність використання природно-ресурсного потенціалу України та передумови формування «зеленої» економіки // Л.Г. Мельник, О.В. Кубатко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № № 50(2) – С. 93–98.
47. Melnyk L., Kubatko O. The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption / Internationaleconomic relations and sustainable development : monograph. / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2017. – 272 p
48. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку відновлювальної енергетики України [Текст]: звіт про НДР (проміжний) / кер. І.М. Сотник. – Суми: СумДУ, 2017. – 110 с.

49. Мельник, Л.Г. Україна та ЄС: передумови та вектори соціально-економічної інтеграції [Текст]: навч. посіб. / Л.Г. Мельник, І.Б. Дегтярьова, О.В. Кубатко. - Суми: СумДУ, 2012. - 254 с.
50. Мельник, Л.Г. Динамічне моделювання системи еколого-економічних показників для обґрунтування сталого розвитку територій [Текст] / Л.Г. Мельник, О.В. Кубатко // Механізм регулювання економіки. — 2009. — № 4, Т. 1. — С. 245-249.
51. Мельник, Л. Г. Передумови ефективності освітніх трансформацій у контексті сталого розвитку на основі формування екополісу [Текст] / Л. Г. Мельник, О. В. Шкарупа // Екологічний вісник. – 2012. – № 4. – С. 14-15. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/67389/3/Melnyk_Shkarupa_ecopolis.pdf
52. Мельник Л.Г., Шкарупа Е.В., Самаль С.А. К вопросу об интегрированном управлении устойчивым развитием региона // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4. – С. 27- 40. file:///D:/Users/User/Downloads/Mre_2013_4_5.pdf
53. Мельник Л.Г., Дегтярева И.Б., Шкарупа Е.В., Чигрин Е.Ю. Социальная и солидарная экономика при переходе к сестейновому развитию: опыт ЕС // Механізм регулювання економіки, № 4, 2014 – С. 24-30. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/72345/1/Melnyk_Degtiarova_Shkarupa_Chygryn.pdf
54. Дериколенко, О.М. Формування бізнес-моделі венчурної діяльності машинобудівних підприємств. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції, 29 вересня - 1 жовтня 2016 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. Суми: Ткачов О.О., 2016. С. 73-75.
55. Венчурна діяльність промислових підприємств України на порозі нової промислової революції / О.М. Дериколенко, І.М. Бурлакова, Г.С. Пономарьова, К.Ю. Кондруніна. Механізм регулювання економіки. 2016. № 4. С. 11-24.

56. Формування на території Сумської області ЕКОПОЛІСУ "Еко-Сумщина" / Л.Г. Мельник та ін. Механізм регулювання економіки. 2008. №1. С.11-21.
57. Божкова, В.В., Дериколенко О.М. Передумови удосконалення управління інноваціями на малих та середніх промислових підприємствах. Механізм регулювання економіки. 2009. №3, Т.2. С. 225-229.
58. Ілляшенко С. М., Божкова, В.В., Дериколенко О.М. Теоретико-методичні підходи до аналізу інноваційних проектів промислових підприємств. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2010. № 690 : Логістика. С. 48-53.
59. Дериколенко, О.М. Особливості вибору інноваційних стратегій промисловими підприємствами. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. №2. С. 78-83.
60. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / С. М. Ілляшенко [та ін.] ; заг. ред. С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2008. – 615 с.
61. Телетов А.С., Негреба О.Н., Дериколенко А.Н. Экологическая продукция–проблема продвижения. Методы решения экологических проблем. 2001. С. 263-77.
62. Божкова В.В., Дериколенко О.М. Методичні підходи до вибору стратегій просування інновацій на ринок. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 1. С 34-41.
63. Дериколенко ОМ. Інноваційні ризики: сутність, класифікація. 2012. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prom/2012_1/Derikolenko.pdf. 2012.
64. Дериколенко О. М. Управління інноваційними ризиками на малих та середніх промислових підприємствах : дис. Суми, Вид-во СумДУ, 2010. 169 с.
65. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком: звіт про НДР (заключний)/ Кер.: О.А.Біловодська. Суми: СумДУ, 2010. 274 с.

66. Дериколенко О. М. Венчурна діяльність промислових підприємств: теорія, методологія, практика. ВВП " Мрія", 2016.
67. Інновації у маркетингу і менеджменті : монографія / С. М. Ілляшенко [та ін.] ; заг. ред. С. М. Ілляшенко. Суми : Друкарський дім "Папірус", 2013. 616 с.
68. Сотник І.М. Економічне стимулювання ресурсозбереження у контексті сталого розвитку України. Економіст. 2010. № 12. С. 72-75.
69. Sotnyk I. EnergyefficiencyofUkrainianeconomy: problemsandprospectsofachievementwiththehelpofESCOs. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 1. С. 192-199.
70. Сотник І. Про макроекономічні наслідки ресурсозбереження. Економіка України. 2009. № 10. С. 27-35.
71. Сотник І.М. Формування еколого-економічного механізму управління ресурсозбереженням. Автореферат... д-ра екон. наук, спец.: 08.08.01 – економіка природокористування і охорони навколишнього середовища. Одеса : ІПРЕЕД, 2010. 34 с.
72. Sotnyk I. Shvets I., Chortok Y., Momotiuk L. ManagementofrenewableenergyinnovatedevelopmentinUkrainianhouseholds: problemsoffinancialsupport. MarketingandManagementofInnovations. 2018. № 4. P. 150–160. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-14>.
73. Сотник І.М., Мазін Ю.О. Управління розвитком ринку ресурсозбереження в Україні: проблеми і перспективи. Сталий розвиток економіки, 2011. № 1. С. 3-8.
74. Сотник І.М., Кулик Л.А. Декаплінг-аналіз економічного зростання та впливу на довкілля в регіонах України. Економічний часопис-XXI. 2014. 7–8 (2). С. 60-64.
75. Сотник І.М., Охтеменко К.О., Сидоренко Є.О. Проблеми та напрямки підвищення енергоефективності економіки України. Механізм регулювання економіки. 2010. № 4. С. 214-218.

76. Шкарупа О.В. Індикатори екологічної модернізації соціально-економічних систем в контексті зеленого зростання економіки регіону // Механізм регулювання економіки, № 1, 2015 – С. 9-20. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/41826/1/shkarupa_environmental_modernization.pdf
77. Шкарупа О.В., Бурич І.В. Теоретичні аспекти формування та управління портфелем екологічно орієнтованих бізнесів регіону // Маркетинг і менеджмент інновацій, № 1, 2015. – С. 240-252. [file:///D:/Users/User/Downloads/Mimi_2015_1_23%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/User/Downloads/Mimi_2015_1_23%20(1).pdf)
78. Shkarupa, O., Sineviciene, L., Sysoyeva, L. (2018). Socio-economic and Political Channels for Promoting Innovation as a Basis for Increasing the Economic Security of the State: Comparison of Ukraine and the Countries of the European Union. *SocioEconomic Challenges*, 2(2), 81-93. DOI: 10.21272/sec.2(2).81-93.2018
79. Косодій Р.П., Мішенін Є.В., Бондаренко А.О. Глобальне середовище та фінансово-економічна нестабільність. Суми: МакДен. 2010. 252 с.
80. Мишенін Є.В. Еколого-економічні та правові передумови трансформації власності на лісові ресурси. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. 2004. Вип. 69. С. 131-136.
81. Мішенін Є.В., Ярова І. Є. Формування системи екологічного менеджменту лісогосподарських підприємств. Економіст, 2013. №10. С. 21-26.
82. Мішенін Є.В., Пізняк Т.І. Екологічний аудит сільськогосподарського землекористування (організаційно-економічні засади): монографія. Харків: Бурун і К, 2012. 176 с.
83. Мішенін Є.В., Ярова І. Є. Лісогосподарювання як сучасна парадигма сталого розвитку лісового комплексу. Наукові праці Лісівничої академії наук України. 2014. Вип. 12. С. 221-226.

84. Екологічноорієнтованелогістичнеуправліннявиробництвом : монографія./ Мішенін Є.В., Коблянська І.І., Устік Т.В., Ярова І. Є. Суми: ТОВ «ГД», 2012. 215 с.
85. Мішенін Є.В., Косодій Р.П. Проблема щодобагатовимірностісільськогорозвитку. Економіка АПК. 2009. №5. С. 133-139.
86. Мишенина Н.В., Мишенин Е.В. Методические основы формирования системы показателей эколого-экономического уровня производства. ВісникСумського державного університету. 1995. № 4. С. 82-93.
87. Мішенін ЄВ., Мішенін Г.А., Ярова І.Є. Еколого-економічні та соціальніорієнтирилісоресурсногорозвитку на підприємницьких засадах. ВісникСумськогонаціонального аграрного університету. СеріяЕкономіка та менеджмент. 2012. Вип. 3. С.3–10.
88. Дегтярьова, І.Б. Економічнітафінансовіінструментизабезпеченнясталогорегіональногогорозвитку: досвідЄС [Текст] / І.Б. Дегтярьова, О.І. Мельник, Я.В. Романенко // Механізмрегулюванняекономіки. - 2014. - № 3. - С. 18-27.
89. Дегтярьова, І.Б.Врахування екстернальних ефектів при розрахунку синергетичних результатів в еколого-економічних системах (мова оригіналу - українська) [Текст] / І.Б. Дегтярьова // Механізм регулювання економіки. — 2009. — №1. — С.52-62.
90. Мельник Л.Г. Экономическая оценка и учет в региональном планировании экосистемных услуг /Л.Г.Мельник, И.Б.Дегтярева/Экономика экосистем и биоразнообразия: потенциал и перспективы стран Северной Евразии: Материалы совещания «Проект ТЕЕВ – экономика экосистем и биоразнообразия: перспективы участия России и других стран СНГ(Москва, 24 февраля 2010 г.). – М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2010. – С. 41-49

91. Мельник Л.Г., Дегтярева И.Б., Бурлакова И.М. Управление социально-экономическим потенциалом устойчивого сбалансированного развития региона// Инновационная Россия: опыт регионального развития : сборник научных трудов / ред.. кол.: С.Г. Емельянов, Л.Н. Борисоглебска [и др.]. – Курск : Курск.гос. техн. ун-т, 2009. – С. 32–36.

92. Melnyk, L. Innovations in the context of modern economic transformation processes of enterprise, region, country: the EU experience / L. Melnyk, I. Dehtyarova, D. Gorobchenko, O. Matsenko // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 4. - С. 260-271. - DOI: 10.21272/mmi.2017.4-23

93. Sotnyk, I. N., Dehtyarova I.B., Kovalenko, Y.V. Current threats to energy and resource efficient development of Ukrainian economy //Actual Problems of Economics. #11(173), 2015, P. 137-145.

94. Leonid Melnyk, Oleksandr Kubatko, Iryna Dehtyarova, Oleksandr Matsenko and Oleksandr Rozhko (2019). The effect of industrial revolutions on the transformation of social and economic systems. Problems and Perspectives in Management, 17(4), 381-391. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(4\).2019.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(4).2019.31)

95. Melnyk L., Dehtyarova I. Synergetic Basis of Innovation Marketing //Scientific Journal of Riga technical University. Series: Economics and Business. – 2012. Riga Technical University. - # 22. – PP. 118-124

96. Мішенін Є.В. Еколого-економічна безпека аграрного землекористування: концептуальні орієнтири та організаційні механізми /Є.В. Мішенін, І.Є.Ярова, О.М.Дутченко// Збалансоване природокористування. – 2017. - №2.- С.145-151.

97. Мішенін Є.В. Стале землекористування у контексті забезпечення продовольчої безпеки: національні та глобальні аспекти / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, І.Є. Ярова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». 2015.- № 4 (63) – С. 8-14.

98. Ярова І.Є. Інституційні та еколого-економічні засади розвитку природогосподарського підприємництва / І.Є. Ярова, Н.В. Мішеніна, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Збалансоване природокористування.-2016.- № 1 – С. 21-29.

99. Дутченко О.М. Інтегровані бізнес-підприємницькі структури кластерного типу в системі конкурентоспроможного розвитку регіону / Дутченко О.М., Мішеніна Н.В., Мішеніна Г.А. // Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки: монографія / [Л. В. Кривенко, Є. В. Мішенін, М. І. Макаренко та ін.] / за заг. ред. д-ра екон. наук Л.В. Кривенко. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – С. 149-169.

100. Mishenin, Ye.V, Yarova, I.Ye., Dutchenko, O.M., Mishenina, N.V. Conceptually-innovative directions and organizational mechanism for providing the environmental and economic safety of agrarian nature management/ National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics V. Omelyanenko, Ph.D in Technical Sciences, Assoc. Prof. Yu. Ossik. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2018 – P. 242-249

101. Мішенін Є.В. Соціально-економічна ефективність розвитку екологічно чистих виробництв агропромислової сфери України / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». - 2017. - № 12 (74) – С. 147-151.

102. Гармонизация социально-экономического развития как магистральное направление повышения конкурентоспособности современного государства / под.ред. Емельянова С.Г., Минаковой И.В. – Орёл: АПЛИТ, 2011. – 344 с.

103. Государственное регулирование рыночных процессов в современной экономике / под.ред. Емельянова С.Г., Минаковой И.В. – Орёл: АПЛИТ. – 2010. – 428 с. (ISSN 978-5-904446-04-8)

104. Економіка підприємства: Підручник / За ред. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2004. – 630 с.

105. Каринцева А.И. Экономические основы планирования процессов экологически устойчивого развития территории. Сумы: СумГУ, 1997

106. Каринцева А.И., Старченко Л.В. Финансовый менеджмент. М.: Экономика, 2015

107. Карінцева О.І., Волк О.М. Еколого-економічна ефективність використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні. Механізм регулювання економіки. – 2009. – №2. –С. 24-29.

108. Карінцева О.І., Кубатко О.В., Лавриненко А.С. Інвестиційне забезпечення підприємств сільського господарства в умовах економічних та екологічних флуктуацій. Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 1. – С. 143–149

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_16/OLEKSANDRA_V_KARIN_TSEVA_OLEKSANDR_V_KUBATKO_ALINA_S_LAVRYNENKO_Investment_Fostering_in_Agriculture_Considering_Economic_In.pdf

109. Карінцева О.І., Матвеев П.С. Теоретичні аспекти визначення сутності інноваційного потенціалу. Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 23-30.

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_25/OLEKSANDRA_I_KARIN_TSEVA_PAVLO_S_MATVIEIEV_Theoretical_Aspects_of_Defining_the_Essence_of_the_Innovative_Potential.pdf

110. Карінцева О.І., Мельник Л.Г., КачурП.С., БалацькийО.Ф. та ін. Формування на території Сумської області ЕКОПОЛІСУ – науково-виробничо-освітнього комплексу з виробництва і реалізації товарів екологічного призначення (концептуальні положення). Науково-практичне видання. - Суми: ВТД “Університетська книга”, 2003. ISBN 966-680-088-8

111. Карінцева О.І., Тарасенко С.В. Методичні аспекти аналізу інфраструктури ринку екологічних товарів та послуг (РЕТП) в Україні. Механізм регулювання економіки.-Суми,вид-во СумДУ, 2011.- № 1(51).- С.-

267-273.

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_12/O_I_Karintseva_S_V_TarasenkoMethodical_aspects_of_the_analyses_infrastructure_of_the_market_ecological_goods_and_services.pdf

112. Карінцева О.І., Тарасенко С.В. Теоретичні засади механізму екологізації розвитку підприємств на основі формування попиту на екологічні товари. Механізм регулювання економіки. №4, 2010. С. 94-100

113. Карінцева О.І., Харченко М.О., Кальченко С.О. Ефективність використання лізингу в сучасних умовах. Механізм регулювання економіки, №3. 2016. С. 97-106

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_30/OLEKSANDRA_I_KARINTSEVA_MYKOLA_O_KHARCHENKO_SVITLANA_O_KALCHENKOEfficie ncy_of_Leasing_in_Modern_Conditions.pdf

114. Карінцева О.І., Харченко М.О., Матвеев П.С. Науково-практичні засади оцінки розвитку інноваційного потенціалу регіонів. Механізм регулювання економіки, #2. 2014. С. 70-78

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_21/OLEKSANDRA_I_KARINTSEVA_MYKOLA_O_KHARCHENKO_PAVLO_S_MATVIEIEVScientific_and_Practical_Bases_of_Estimation_of_Innovative_P.pdf

115. Концептуальні підходи до змін моделей споживання та виробництва при переході до стійкого розвитку [Текст] / Л.Г. Мельник, О.І. Мельник, О.І. Карінцева та ін. // Механізм регулювання економіки. — 2007. — №3. — С.51-58.

116. Мельник Л. Г., Волк О. М., Гайтина Н. М., Рибалка М. В., Удосконалення методів мотивації працівників на підприємствах України з урахуванням міжнародного досвіду // Вісник СумДУ. Серія “Економіка”, № 4'2012. С. 55-63.

117. Мельник Л.Г. Екологічна економіка. – Суми, 2001. – 284 с.

118. Мельник Л.Г. Екологічна економіка: підручник. – 3-тє вид., випр. і допов. – Суми: Університетська книга, 2006. – 367 с.

119. Мельник Л.Г., Каринцева А.И. Экономика предприятия. конспект лекций: Учебное пособие. – Университетская книга, 2002. 400 с.

120. Мельник, Л.Г. Научные основы самоорганизации экономических систем. Часть 1 / Л.Г. Мельник // Механізм регулювання економіки. - 2010. - №3, Т1.- С. 12-26.

121. Основы стійкого розвитку: навч. посіб. / За ред. Л.Г. Мельника. - Суми :Університетська книга, 2005. - 654 с.
https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/44620/1/Melnyk_Osn_stiy_rozv.pdf

122. Социально экономические проблемы информационного общества : монография / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, к.э.н., доц. М. В. Брюханова. – Вып. 2. – Сумы : Университетская книга, 2010. – 896 с.

123. Тарасенко С.В. Механізм впливу інфраструктурних факторів на процеси функціонування ринку екологічних товарів та послуг в Україні. Збірник наукових праць//Економіка: проблеми теорії і практики.- Випуск 262.- Т.8.- Дніпропетровськ:ДНУ, 2010. -с.-2011-2105.

124. Chygryn O., Karintseva O., Kozlova D., Kovaleva A. HR Management in the Digital Age: the Main Trends Assessment and Stakeholders // Механізм регулювання економіки, 2019, № 2. С. 106-115.

125. Hens L., Karintseva O., Kharchenko M., & Matsenko O. The States Structural Policy Innovations Influenced by the Ecological Transformations. Marketing and Management of Innovations, #3, P. 290-301.
<http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-26>

126. Karintseva O.I. Economic restructuring in Ukraine in view of destructive effect of enterprises on environment. International Journal of Ecological Economics & Statistics #38 (4), 2017. P. 1-11

127. Karintseva O.I., Shkarupa O.V., Shkarupa I.S. Innovation potential of ecological modernization for green growth of economics: a case study. International Journal of Ecology and Development 31 (1), 2016. P. 73-82
<http://www.ceser.in/ceserp/index.php/ijed/article/view/4044> (SCOPUS)

128. Li Rui, Sineviciene L., Melnyk L., Kubatko O., Karintseva O., Lyulyov O. Economic and environmental convergence of transformation economy: The case of China // *Problems and Perspectives in Management* Volume 17 2019, Issue #3, pp. 233-241 [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.19](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.19)

129. Melnyk L., Dehtyarova I., Kubatko O., Karintseva O., Derykolenko A. (Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 2019, 179(9-10), 22-30. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V179-02>

130. Melnyk L., Kubatko O., Dehtiarova I. Sustainable development strategies in conditions of the 4th Industrial revolution: the EU experience // River Publishers, 2019

131. Shkarupa O.V., Karintseva O.I., Zhukova T.A. Ecological modernization of the transport system in Sumy for green growth of economics // *International Journal of Ecology and Development* Volume 32, Issue 3, 2017, Pages 75-85.

132. Viktor V. Sabadash, Peter J. Stauvermann & Ruslana O. Peleshchenko. Competitiveness of Ukrainian Companies in Foreign Markets: New Challenges and Opportunities. *Механізм регулювання економіки*, 2019. № 1. С. 79–89. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74278>.

133. Viktor V. Sabadash & Tetyana V. Marchenko. Lenovo's Global Competition Strategy: the Driving Forces of Leadership. *Механізм регулювання економіки*, 2017. № 1. С. 60–70. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66472>.

134. Сабадаш В. В., Люльов О. В. Науково-методичні підходи до розроблення варіантів ефективної стратегії розвитку підприємства. *Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств* : монографія. Суми : ВВП «Мрія-1», 2010. С. 392–412. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/27558>.

135. Сабадаш В. В., Червяцова О. В. Організація оплати праці на підприємствах: проблеми в умовах обмеженості ресурсів. *Механізм*

- регулювання економіки*, 2015. №3. С. 6–14.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/46503>.
136. Сабадаш В. В., Сабадаш О. О. Енергетична безпека України: можливості подолання конфліктних тенденцій. *Механізм регулювання економіки*, 2010. №3. Т. 1. С. 204–210.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3581>.
137. Сабадаш В. В. Дослідження впливу енергоресурсних чинників на економічну безпеку. *Механізм регулювання економіки*, 2009. №2. С. 11–18.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3360>.
138. Сабадаш В. В. Енергетична безпека України: конфліктність геополітичного вибору. *Механізм регулювання економіки*, 2011. № 2. С. 52–59.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/24474/1/Sabadash.pdf>
139. Сабадаш В. В. Енергетично-ресурсна безпека України: загрози виникнення еколого-економічних конфліктів. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*, 2009. № 2. С. 70–77.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/525/1/002svveek.pdf>
140. Сабадаш В. В., Давиденко І. В., Бабій Т. В. Конкуренція за ресурси й економічні конфлікти у глобальному бізнес-середовищі: рушійні сили, безпека, інституційно-ресурсний концепт врегулювання. *Механізм регулювання економіки*, 2017. № 4. С. 128–147.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68716>.
141. Sabadash V. and Denysenko P. Economic and social dimensions of ecological conflicts: root causes, risks, prevention and mitigation measures. *Int. J. of Environmental Technology and Management*, 2018, Vol. 21, Nos. 5/6, 273–288.
<https://doi.org/10.1504/IJETM.2018.100579>.
142. Сабадаш В. В. Социально-экономическое измерение экологических конфликтов в достижении устойчивого развития. *Социально-экономический потенциал устойчивого развития: учебн. / под ред. проф. Л.Г.*

Мельника (Україна) и проф. Л. Хенса (Бельгія). Сумы : ИТД «Університетська книга», 2007. С. 963–982.

143. Сабадаш В. В. Соціально-економічні виміри екологічного конфлікту. *Механізм регулювання економіки*, 2006. №2. С. 190–201.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3634>

144. Сабадаш В. В. Економіко-організаційні й інституційні чинники екологічного конфлікту, як ресурсні обмеження економічного зростання. *Механізм регулювання економіки*, 2012. № 3. С. 32–37.
https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/34225/1/V_V_Sabadash_Economic_organizational_and_institutional_factors_of_ecological_conflict_as_resource_constraints_of_economic.pdf

145. Sabadash V. Social and economic evaluation of ecological conflicts in achieving sustainable development. *Social and economic potential of sustainable development: підручн. / Edited by L. Hens and L. Melnyk. Sumy : “University Book”, 2008. Pp. 290–294.*

146. Сабадаш В. В. Экологический фактор в эффективной экономике: неконфликтные модели управления природным капиталом. «Устойчивое развитие в неустойчивом мире», международная науч. конф. (2014; Челябинск). Международная междисциплинарная научная конференция «Устойчивое развитие в неустойчивом мире», 26-28 июня 2014 года [Текст]: [труды] / Под ред. д.э.н., проф. В.И. Бархатова и к.э.н., доцента Д.А. Плетнёва. Москва: Издательство «Перо», 2014. – С. 180–185.

147. Сабадаш В. В., Петровська С. А. Науково-методичні підходи до прийняття неконфліктних екоорієнтованих інвестиційних рішень. *Актуальні проблеми економіки*, №5(155). 2014. С. 271–279.
<https://search.proquest.com/openview/87942db9ac75df9d66d8b81c19ed7f39/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035679>.

148. Сабадаш В. В., Петровська С. А. Оцінювання інвестиційної привабливості території з урахуванням еколого-економічних інтересів

суб'єктів господарювання. *Механізм регулювання економіки*, 2013. № 3. С. 21–29.

https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_18/VIKTOR_V_SABADASH_SVITLANA_A_PETROVS_KAEvaluation_of_Investment_Attractiveness_Considering_Environmental_and_Economic_Int.pdf

149. Сабадаш В. В., Гонтар Д. А. Ринки злиттів і поглинань: стан, проблеми функціонування і тенденції розвитку. *Механізм регулювання економіки*, 2015. № 4. С. 127–138. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/46796/1/Sabadash_Hontar.pdf;jsessionid=F2908841A14ADF0B6891C139C41CCF73.

150. Сабадаш В. В. Организационно-экономический инструментарий обеспечения устойчивой динамики развития национальной экономики: риск-факторы и ресурсные возможности. *Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі* : колективна монографія [Аверкина М. Ф., Андреева Н. М., Балджи М. Д., Веклич О. О. та ін.] / НАН України, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»; НТТУ «Київський політехнічний інститут»; Вища економіко-гуманітарна школа; Міжнародна асоціація сталого розвитку / за наук. ред. проф. Хлобистова Є. В. – Черкаси : видавець Чабаненко Ю. А., 2014. – С. 264–274.

151. Сабадаш В. В., Казбан А. Ю. Орієнтири національної митної політики в умовах торгово-економічної інтеграції. *Механізм регулювання економіки*, 2014. № 2. С. 123–133. https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_21/VIKTOR_V_SABADASH_ARTEM_YU_KAZBANLandmarks_National_Customs_Policy_in_Terms_of_Trade_and_Economic_Integration.pdf

152. Сабадаш В. В., Малуґа М. С. Дослідження конфліктного потенціалу тіньової економіки. *Механізм регулювання економіки*, 2015. № 3. С. 78–86. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/46511/1/Sabadash_Maliuha.pdf.