

**Міністерство освіти і науки України**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту і логістики



**КОМПЛЕКСНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА:**

**Бізнес-планування як інструмент досягнення**

**Головний керівник – д.е.н., проф. Ірина СЕДІКОВА**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**на тему: Розробка бізнес-плану організації виробництва нової продукції**

ШИФР КРБ. МІЛ.1.689-03.28.1

Здобувачка Анастасія АДАМЕНКО

Керівник д.е.н., проф. Ірина СЕДІКОВА

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від \_\_\_\_ 2023 р., протокол № \_\_\_\_

Завідувач кафедри менеджменту і логістики \_\_\_\_\_ Ірина СЕДІКОВА

(підпис)

Одеса – 2023 р.

## Одеський національний технологічний університет

Факультет  
Кафедра  
Ступінь вищої освіти  
Спеціальність  
Освітня програма

Менеджменту, маркетингу і логістики  
Менеджменту і логістики  
Перший (бакалаврський)  
073 – Менеджмент  
Менеджмент

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**  
Завідувач кафедри МіЛ

\_\_\_\_\_ (підпис)

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_ 2023 р.

### ЗАВДАННЯ

**на кваліфікаційну роботу бакалавра здобувачки вищої освіти**

**Адаменко Анастасії**

1. Тема роботи: «Розробка бізнес-плану організації виробництва нової продукції» затвердженою наказом по університету від 03.10.2022 р. №689-03.
2. Термін здачі студентом закінченої роботи 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані роботи: звіти діяльності підприємства, законодавчі акти, статистичні збірники, наукові публікації вчених менеджерів та економістів.
4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра. Вступ. Розділ 1 теоретичні основи бізнес-планування. 1.1. Роль бізнес-планування в оцінці ефективності діяльності організації. 1.2. Система бізнес-планування на підприємстві та її елементи. Висновки за розділом 1. Розділ 2 розробка основних розділів бізнес-плану. 2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Одеський коньячний завод». 2.2. Опис коньячної галузі України. 2.3. Аналіз конкурентної позиції ПрАТ «Одеський коньячний завод». Висновки за розділом 2. Розділ 3 Обґрунтування економічної доцільності випуску нового виду продукції. 3.1. Визначення інвестиційних витрат на реалізацію нового виду продукції. 3.2. Економічне обґрунтування запропонованого заходу. Висновки за розділом 3. Висновки.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових

креслень) таблиць 14, рисунків 11.

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів проекту, що стосуються їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Нормоконтроль			

7. Дата видачі завдання 25.02.23 р.

Керівник \_\_\_\_\_

(підпис)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

(підпис)

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Проходження комплексної практики	25.02.23-14.03.23	виконано
2	Захист звіту з практики	15.03.23-17.03.23	виконано
3	Розробка теоретичного розділу	20.03.23-31.03.23	виконано
4	Розробка аналітичного розділу	01.04.23-14.04.23	виконано
5	Розробка проектного розділу	15.04-02.05.23	виконано
6	Розробка інших складових кваліфікаційної роботи	03.05.23-07.05.23	виконано
7	Розгляд науковим керівником чорнового варіанту кваліфікаційної роботи	08.05.23-11.05.23	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням пропозицій наукового керівника та підготовка її у чистовому варіанті	12.05.23-16.05.23	виконано
9	Розгляд науковим керівником чистового варіанту кваліфікаційної роботи та підготовка до малого захисту	17.05.23-19.05.23	виконано
10	Нормоконтроль роботи	22.05.23-24.05.23	виконано
11	Перевірка роботи на плагіат	22.05.23-24.05.23	виконано
12	Малий захист та доробка роботи по результатах малого захисту	25.05.23-31.05.23	виконано
13	Передача роботи завідувачу кафедри для отримання дозволу на захист	01.06.23-04.06.23	виконано
14	Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи	05.06.23-10.06.23	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	12.06.23-23.06.23	виконано

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

## АНОТАЦІЯ

**Актуальність теми.** У сучасному середовищі інноваційних підходів до ведення бізнесу відкриття нових або розширення існуючих бізнесів можливе лише після виявлення потреб ринку, що постійно змінюються. Динаміку ринкових тенденцій необхідно враховувати при розробці нових продуктів, організації їх виробництва та фінансуванні. Іншими словами, перед кожним етапом вдосконалення виробництва, розширенням діяльності або оновленням асортименту продукції необхідно вирішувати, чи варто вкладати гроші і зусилля в реалізацію того чи іншого проекту. Бізнес-план є інструментом для вирішення цієї проблеми, оскільки його розробка дозволяє узгодити інноваційні можливості з потребами ринку протягом певного періоду часу.

У першому розділі **«Теоретичні основи бізнес-планування»** визначено роль бізнес-планування в оцінці ефективності діяльності організації; досліджено систему бізнес-планування на підприємстві та її елементи, зроблено висновки.

У другому розділі **«Розробка основних розділів бізнес-плану»** надана загальна характеристика ПрАТ «Одеський коньячний завод», проаналізована коньячна галузь України, проведено аналіз конкурентної позиції ПрАТ «Одеський коньячний завод», зроблено висновки.

У третьому розділі **«Обґрунтування економічної доцільності випуску нового виду продукції»** визначено інвестиційні витрати на реалізацію нового виду продукції, обґрунтовано економічну доцільність запропонованого заходу. Зроблено загальні висновки.

**Кваліфікаційна робота бакалавра** містить 630 сторінки, 14 таблиць, 11 рисунків. Перелік посилань нараховує 36 найменування.

**Ключові слова:** бізнес-планування, інвестиції, коньяк, ринок, маркетингові дослідження, план виробництва, собівартість.

## SUMMARY

**Actuality of theme.** In modern conditions of development of innovative approaches to business, it is possible to start a new business or expand an existing enterprise only after determining the needs of the market, which are constantly changing. The dynamics of market trends must be taken into account when developing new products, organizing and financing their production. That is, before the beginning of each stage of production improvement, expansion of activities or renewal of the assortment, it is necessary to solve the question: is it worth investing money and spending efforts on the implementation of a specific project? The tool for solving this problem is a business plan, the development of which allows you to align innovative opportunities with the needs of the market for a certain period of time.

The first chapter "**Theoretical foundations of business planning**" defines the role of business planning in evaluating the effectiveness of the organization's activities; the business planning system at the enterprise and its elements were investigated, conclusions were drawn.

In the second chapter, "**Development of the main sections of the business plan**", the general characteristics of Odessa Cognac Factory PJSC are provided, the cognac industry of Ukraine is analyzed, the competitive position of Odessa Cognac Factory PJSC is analyzed, and conclusions are drawn.

In the third section "**Justification of the economic feasibility of the release of a new type of product**", the investment costs for the implementation of a new type of product are determined, and the economic feasibility of the proposed measure is substantiated. General conclusions are made.

**The bachelor's thesis contains** 63 pages, 14 tables, and 11 figures. The list of links includes 36 names.

**Key words:** business planning, investments, cognac, market, marketing research, production plan, cost price.

<b>ЗМІСТ</b>	<b>СТОР</b>
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ	9
1.1. Роль бізнес-планування в оцінці ефективності діяльності організації	9
1.2. Система бізнес-планування на підприємстві та її елементи	19
Висновки за розділом 1	26
РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА ОСНОВНИХ РОЗДІЛІВ БІЗНЕС-ПЛАНУ	28
2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Одеський коньячний завод»	28
2.2. Опис коньячної галузі України	34
2.3. Аналіз конкурентної позиції ПрАТ «Одеський коньячний завод»	40
Висновки за розділом 2	49
РОЗДІЛ 3 ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИПУСКУ НОВОГО ВИДУ ПРОДУКЦІЇ	50
3.1. Визначення інвестиційних витрат на реалізацію нового виду продукції	50
3.2. Економічне обґрунтування запропонованого заходу	54
Висновки за розділом 3	57
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному середовищі інноваційних підходів до ведення бізнесу відкриття нових або розширення існуючих бізнесів можливе лише після виявлення потреб ринку, що постійно змінюються. Динаміку ринкових тенденцій необхідно враховувати при розробці нових продуктів, організації їх виробництва та фінансуванні. Іншими словами, перед кожним етапом вдосконалення виробництва, розширенням діяльності або оновленням асортименту продукції необхідно вирішувати, чи варто вкладати гроші і зусилля в реалізацію того чи іншого проекту. Бізнес-план є інструментом для вирішення цієї проблеми, оскільки його розробка дозволяє узгодити інноваційні можливості з потребами ринку протягом певного періоду часу.

**Ступінь дослідження проблеми.** Теоретико-методологічним аспектам бізнес-планування підприємств присвячено низку наукових праць таких видатних вітчизняних та зарубіжних вчених, як С. Головань, С. Млодика, С. Покропивний, В. Ясинський. Водночас дослідження наукової літератури та практики бізнес-планування на вітчизняних підприємствах свідчить про те, що розуміння бізнес-планування в сучасних умовах все ще залишається недостатньо висвітленим і навіть суперечливим.

**Метою дослідження** є розробка бізнес-плану організації виробництва нової продукції вітчизняних підприємств.

Відповідно до обраної мети в роботі поставлені наступні завдання:

– визначити роль бізнес-планування в оцінці ефективності діяльності організації:

– дослідити систему бізнес-планування на підприємстві та її елементи;

– надати загальну характеристику ПрАТ «Одеський коньячний завод»;

– проаналізувати коньячну галузі України;

провести аналіз конкурентної позиції ПрАТ «Одеський коньячний завод» ;

- визначити інвестиційних витрат на реалізацію нового виду продукції;
- обґрунтувати економічну доцільність запропонованого заходу.

**Об'єктом дослідження** є процеси розробки бізнес-плану організації виробництва нової продукції.

**Предметом дослідження** є теоретичні, практичні аспекти та підходи щодо розробки бізнес-плану організації виробництва нової продукції.

**Методи дослідження** У ході дослідження використовувались методи якісного і кількісного аналізу і синтезу, методи агрегування, композиції і класифікації, математично-статистичні методи, методи експертних оцінок і вибіркових спостережень та інші.

**Інформаційно-нормативною базою** складають Теоретичною і методичною основою виконаного дослідження є загальнонаукові положення та закони функціонування ринкової економіки, наукові праці класиків економічної теорії, менеджменту та публікації провідних вчених і фахівців з проблем бізнес-планування на підприємстві.

Інформаційну базу дослідження склали офіційні статистичні матеріали Держкомстату України, звіти про результати діяльності ПрАТ «Одеський коньячний завод», інформаційні ресурси мережі INTERNET, літературні джерела і публікації.

## ВИСНОВКИ

У роботі проаналізовано ринок виробництва коньячної продукції та виявлено, що ПАТ "Одеський коньячний завод" є лідером з виробництва коньяку в Одесі, Україна. Наразі завод виробляє понад 50 видів марочних і ординарних коньяків та 13 видів шампанського. У 2020-2021 роках також розширюється виробництво шампанських вин.

Згідно з аналізом основних економічних показників ПрАТ "ОКЗ", діяльність підприємства за останні роки стала позитивною. Як результат, чистий прибуток від основної діяльності збільшився на 5229 тис. грн. (546456 тис. грн. у 2020 році та 541227 тис. грн. у 2019 році). Це свідчить про позитивну тенденцію економічної стабільності та ринкової стійкості. Однак, незважаючи на позитивні результати аналізу внутрішнього середовища, компанія стикається із загрозами та значними негативними впливами з боку макросередовища. Зокрема, можна відзначити, що на компанію більш негативно впливають політичні, економічні та правові фактори. Таким чином, проведене дослідження інструментарію стратегічного управління ПАТ "ОКЗ" виявило слабкі сторони та процеси, які потребують вдосконалення з метою реалізації актуальних стратегічних рішень в умовах впливу поточних макроекономічних показників на діяльність компанії. Тому було визнано за доцільне використовувати та впроваджувати стратегію виживання. Купівельна спроможність споживачів наразі є низькою, і ці заходи можуть допомогти підтримати продажі та не допустити повного відходу з ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Омаров Ш. А. Особливості використання сценарного підходу при формуванні стратегії розвитку компанії. Проблеми економіки. 2007. № 4. С. 139-142.
2. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
3. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. Економіка та держава. 2014. №9. 166 с
4. Израель Ю.А. Концепція моніторингу стану біосфери Моніторинг стану навколишньої природної середовища. Л. : Гідро-метео видавництво, 2017. С. 10-25.
5. Воронков Д. К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: [монографія]. Х. : ІНЖЕК, 2010. 340с.
6. Ліпець Ю.В. Впровадження стратегічного управління на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку. URL:<http://ipdo.kiev.ua/files/articles/but4.pdf>
7. Шульга Г. О. Стратегічне управління розвитком підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Харків, 2001. – 19 с.
8. Левицький С.І. Інформаційні системи на підприємствах: розвиток теорії та практики: монографія. НАН України. Інститут економіки пром.-ти. Д. : ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2017. 250 с.
9. Аналіз ринку імпортованих алкогольних напоїв (віскі і бренді) в Україні. URL:<https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-importnyh-alkogolnyh-napitkov-viski-i-brendi-v-ukraine-2018-god>.
10. Агеева І.М., Агаркова О.В. Впровадження функціональних стратегій на підприємствах виноробної галузі Економіка харчової промисловості. 2019. Т.11, вип. 4. С. 51-57.

11. Споживання алкоголю в Україні:  
URL:[https://ratinggroup.ua/research/ukraine/potreblenie\\_alkogolya\\_v\\_ukraine.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/potreblenie_alkogolya_v_ukraine.html) .
12. Кайлюк Є.М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: НАМГ, 2010. 279 с.
13. Державна служба статистика України: URL:  
<http://www.ukrstat.gov.ua/> .
14. Офіційний сайт Shustoff. URL:<https://shustoff.com/>.
15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління на українських промислових підприємствах. Вісник Хмельницького національного університету. 2011., вип. 2 Т. 2. С. 182-187.
16. Державна митна служба України : URL: <https://customs.gov.ua>.
17. Регулярна річна звітність ПрАТ «Одеський коньячний завод» за 202 рік. URL: <http://doc.shustov.com/index.php/111-regulyarna-richna-informatsiji-prat-odeskij-konyachnij-zavod-za-2020-rik>
18. Карантин змінив споживацькі звички 63% українців – дослідження «Делойт». URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2021/2020-consumer-behavior-in-ukraine.html>
19. В Україні вибрали кращий коньяк. URL:  
<https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/325285.html>
20. Закон України "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів" від 19 грудня 1995 р. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80>
21. Мельничук О.І. Особливості розвитку вітчизняного ринку продукції підприємств спиртової галузі агропромислового комплексу. Аграрний вісник Причорномор'я: зб.наук.праць. 2018. №60. С. 105-109.
22. Дрокіна Н. Методи ситуаційного аналізу SWOT, SNW, PEST [Електронний ресурс]: презентація лекції. Одеса, 2019.

23. Субочев О., Киян Є. Ринок алкогольної продукції. Рейтинг. Бізнес в офіційних цифрах. 2019. URL : <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>.
24. Global beverage alcohol is not expected to rebound until 2024. IWSR drinks maker analysis. 2020. URL : <https://www.theiwsr.com/global-beveragealcohol-is-not-expected-to-rebound-until-2024/>.
25. Розничный товарооборот вин, алкоголя и пива в первом полугодии 2020. Wine & Spirits. 2020. URL : <https://wineandspirits.com.ua/wsbsales-6-2020/>.
26. Коткова Н.С. Развитие рынка спирту в Украине под влиянием внутренних и внешних факторов Экономика АПК. 2017. №1. С. 33-39.
27. Эффективный SWOT-анализ – записка успеха вашего бизнеса. Лучшие примеры для разных ниш бизнеса. URL : <https://ua.weblium.com/blog/efektivnij-swot-analiz-zaporuka-uspihu-vashogo-biznesu-najkrashi-prikladi-dlya-riznih-nish-biznesu>
28. Higgins, J.M. Organizational Policy and Strategic Management: Text and Cases: 2nd ed [Text] / J.M. Higgins. – Chicago: The Dryden Press. – 1983. – 237 p.
29. Шершньова, З.Є. Стратегічне управління: підручник К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
30. Технологія виробництва коньяку. URL: <https://foodtechnology.pro/tehnologiya-vyrobnytstva-vyna/tehnologiya-vyrobnytsva-konyaku>
31. Система аналітики відкритих даних Clarity Project. URL: <https://clarity-project.info/smida/00412056?year=2020>
32. Ринок алкогольної продукції 2019 року. URL: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>
33. Офіційний сайт. ОП «Ужгородський коньячний завод». URL: <http://tysa.ua/>
34. Офіційний сайт. ПрАТ «Дім марочних вин «Таврія»» URL:

<http://www.tavria.ua/>

35. Офіційний сайт. ПрАТ «Галіція Дистилері» (англ. Galicia Distillery). URL: <http://gdspirit.com/>

36. YouControl – сервіс перевірки контрагентів. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/00412056/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/00412056/)