

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки та управління національним
господарством

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____ М.Д. Балджи
“ ” _____ 2016 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»

на тему:
«Економічне обґрунтування відкриття власної справи на прикладі SPA –
салону»

Виконавець

студентка ФЕУВ IV курсу, групи 6
напряму підготовки:
6.030504 «Економіка підприємства»
Розенберг Валентина Олександрівна _____

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент
Клевцевич Наталія Анатоліївна _____

/підпис/

ОДЕСА 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Теоретичне обґрунтування бізнес-ідеї.....	6
1.2. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємства та системи оподаткування.....	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМНИЦТВА	
2.1. Аналіз ринку косметологічних послуг та торгівлі косметологічними товарами України та Одеської області.....	18
2.2. Аналіз конкурентів і споживачів ринку косметологічних послуг.....	22
2.3. Загальна характеристика та SWOT- аналіз створюваного підприємництва.....	29
2.4. Формування початкових витрат на створення підприємництва.....	37
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	
3.1. Формування поточних витрат на функціонування підприємства.....	43
3.2. Прогнозування прибутку та грошового потоку від реалізації продукції СПА-салону «Христина».....	47
3.3. Розрахунок та аналіз показників ефективності проекту.....	50
3.4. Аналіз можливих ризиків та шляхи щодо їх мінімізації.....	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Актуальність теми. Створення власної справи - це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминуче виникає при народженні нового. Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не тільки можливість користуватися благами, які пророкує це починання, а й нести відповідальність за її функціонування, розвиток, виживання. Підприємцем практично може стати будь-яка людина - інженер, економіст, технік, продавець, винахідник, службовець, робітник, викладач, студент тощо. Але залишитися підприємцем зуміють лише ті, хто нестандартно мислить, має силу волі, цілеспрямованість, велику працездатність, націленість на пошук нового, тобто ті, хто у підприємницькій діяльності вбачають сенс усього свого життя.

Відкрити власну справу, тобто організувати своє підприємство нелегко. Кожне таке рішення приймається, виходячи із конкретної економічної ситуації, і тому воно унікальне. Але все ж в усіх подібних рішеннях є дещо спільне - вони передбачають відмову від способу життя, що склався, на користь створення бізнесу.

Бізнес має свою стратегію і тактику. Стратегія бізнесу - максимізація вигоди (доходу, прибутку) у процесі укладання різних угод. Тактика - реалізація цієї стратегічної установки у відносинах з контрагентами в кожному окремому випадку з використанням конкретних умов здійснення, строків і предметів угод, тобто якими способами і методами буде реалізована стратегія бізнесу. Якщо мета бізнесу відповідає об'єктивній потребі, виражає назрілі потреби, то люди свідомо творять майбутнє. Якщо людина не ставить перед собою мету, то вона ніколи її не досягне.

Як показує зарубіжний досвід, для того щоб суспільство було багатим, потрібно, аби 5 — 7 % його активного населення мало схильність до підприємництва. За мірою еволюції людства, науково-технічного прогресу, механізації і автоматизації фізичної праці, сфера послуг набирає темпів свого розвитку і стає ключовим сектором економіки.

Основною перевагою сфери послуг, з точки зору організації майбутнього бізнесу, є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

Проблемам розвитку підприємництва у сфері послуг присвячені праці відомих вчених О.Д. Андрєєвої, М.М. Єрмошенко, О.Є.Кузьміна, О.І. Моляки, Н.В.Савки, Д.М. Тарасюка, О.В.Титаренко, О.І. Хорольського, О.І. Черниша. В свою чергу, питаннями розробки та управління проектами створення суб'єктів підприємництва займалися такі вчені як Карпов В.А., Грабар І.Г., Шапиро В.Д., Матвійчук А.В.

Мета випускної роботи - теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері послуг.

Завданнями дипломної роботи є:

- Розглянути основні аспекти бізнес - ідеї;
- проаналізувати юридичні особливості започаткування бізнесу у сфері послуг;
- провести аналіз ринку спа - салонів;
- визначити внутрішні конкурентні переваги майбутнього спа - салону;
- визначити основних клієнтів та конкурентів салону;
- розрахувати необхідні інвестиційні та операційні витрати для реалізації проекту;
- здійснити розрахунки економічної ефективності проекту;
- проаналізувати проектні ризики та шляхи їхньої мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес – проектування започаткування власної справи у сфері косметичних послуг.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення спа-салону в м. Одеса.

Методи дослідження. У випускній роботі використовувались наступні методи: діалектичний – для вивчення стану об'єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному підприємстві; аналіз – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; порівняння – для зіставлення даних у динаміці; табличний (графічний) – для наочного відображення результатів

дослідження. Розрахунки щодо проекту спа-салону провадилися з використанням програмного продукту «Exel».

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження використовувались статистичні та аналітичні дані, інформація консалтингових агентств щодо стану ринку косметичних послуг, і окремо, сегменту спа - салонів, а також законодавчі і нормативні акти, літературні джерела та Інтернет - видання.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз ринку косметологічних послуг у місті Одеса виявив, що на ринку спостерігається тенденція зростання попиту серед населення на косметологічні та спа-послуги. Таким чином, вважається за доцільне організація такого виду діяльності як спа-салон.

2. За останні роки кількість учасників ринку спа – послуг істотно зросла. З'явилися представництва відомих іноземних компаній, а також офіційні представники провідних світових брендів – наприклад, Sybaritic, Haslauer, Starpool, Unbescheiden. Найпопулярнішим обладнанням для спа – послуг є так звані альфа- та спа-капсули.

3. Організаційно-правова форма майбутнього спа – салону – фізична особа підприємець. Система оподаткування – 3 група спрощеної системи зі сплатою єдиного податку у розмірі 5% від отриманої виручки.

3. Загальна вартість необхідного для діяльності устаткування становить 323,5 тис. грн. Сукупна необхідна сума для відкриття спа-салону становить 362,5 тис. грн. Для реалізації проекту планується використовувати власні кошти, а також отримати кредит у банку «Платіnum» у розмірі 100 тис. грн. на 1 рік під 28% річних.

4. Щомісячні витрати закладу становлять 69,8 тис.грн., що відповідно на рік дорівнює 837,6 тис.грн. Найбільш вагома стаття витрат – оплата праці – 480 тис.грн. та оренда приміщення – 90 тис.грн. на рік.

5. Сумарні доходи від діяльності спа – салону складатимуть 97 тис. грн. на місяць. Таким чином, річна сума доходів становить 1164,0 тис.грн. Дохід від надання послуг становитиме 1164,0 тис.грн., дохід після сплати єдиного податку – 1105,8 тис.грн. Валові витрати складуть 610 тис. грн. на рік. Чистий прибуток проекту – 495,8 тис.грн. на рік. Чистий прибуток після сплати тіла кредиту дорівнюватиме 395,8 тис.грн. У наступних роках чистий прибуток становитиме 495,8 тис.грн.

6. При ставці дисконтування у 32% дисконтований термін окупності проекту відкриття салону краси «Христина» складе 14 місяців, а індекс прибутковості 3,42.

При цьому внутрішня норма рентабельності складає 119%, що більше ніж в 3 рази перевищує ставку дисконтування. Все це свідчить про високу ефективність проекту, що пропонується і доцільність його реалізації на практиці.

7. Найбільш значимим ризиком для даного виду бізнесу є комерційні. В першу чергу, мова йде про ризик пов'язаний з конкуренцією. Задля мінімізації ризиків необхідно здійснення наступних заходів:

- прогнозування зовнішньої обстановки, тобто періодична розробка сценаріїв розвитку і оцінки майбутнього стану середовища господарювання для учасників проекту, прогнозування поведінки партнерів і дій конкурентів;
- створення системи резервів (цей метод близький до страхування, але зосереджується всередині підприємства);
- удосконалення системи управління персоналом та його мотивації;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- постійне підвищення рівня інформатизації, оновлення систем нормативно-довідкової інформації, проведення власних прогнозно-аналітичних досліджень;
- моніторинг ринкового становища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. — К., 2008. — 98 с.
2. Аналіз ринку послуг спа - салонів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
3. Андрєєва О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2015. – 211с.
4. Афанасьєв М.В. Проектний аналіз: конспект лекцій / М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2014. — 260 с.
5. Борецька Н.П. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. П. Борецька, Є. В. Кравченко; Донец. ін-т ринку та соц. політики. — Донецьк, 2010. — 271 с.
6. Вачевський М.В. Маркетинг у сферах послуг / Вачевський М.В., Скотний В.Г. — К.: ЦНЛ, 2014.- 232с.
7. Гайванович Н.В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення / Н.В. Гайванович // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Логістика. — 2009. — N 649. — С. 145-153.
8. Голубятніков В. Т. Моделювання бізнес-планів інвестиційних проектів: навч. посіб. / В. Т. Голубятніков, Р. М. Мазур, Н. В. Голубятнікова, В. В. Захарчук ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — 2-ге вид., переробл. — Л., 2014. — 264 с.
9. Горохова О.В. Кадровий менеджмент салонів краси / О.В. Горохова, Н.О. Ткаченко // Запорозж. мед. журн . — 2010. — 12, N 3. — С. 98-99.
10. Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. — Житомир, 2012. — 128 с.
11. Григор'єва Т.В. Економіко-математичне моделювання структури малого бізнесу сфери послуг на регіональному рівні / Т.В. Григор'єва, І.С. Ткаченко. — Т.: Екон. думка, 1999. — 151 с.

- 12.Грин М. Менеджмент салона краси: Как создать и сделать успешным бизнес в салоне красоты / Мартин Грин; пер. С англ. Е.Моисеевой.– М.: РИПОЛ классик, 2006.– 192с.
- 13.Дука А.П. Аналіз інвестиційних проектів: навч. посіб. / А.П. Дука ; Акад. праці і соц. відносин Федер. профспілок України. — К., 2010. — 240 с.
- 14.Кирилова Л.І. Принципи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / Л.І. Кирилова // Економіка пром-сті . — 2005. — N 3. — С. 122-126.
- 15.Кузнецов М. Суперприбыльный салон красоты. Как преуспеть в этом бизнесе / Кузнецов М., Иванов Е. – Из-во: Вершина, 2015.– 460с.
- 16.Марцин В.С. Економічна стратегія конкурентної політики - шлях ефективної діяльності підприємства// Проблеми науки.- 2007.- №10.- С. 22-28.
- 17.Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
- 18.Нематеріальна сфера економіки: умови для налагодження плідного середовища розвитку підприємств: Моногр. / О.О. Папаїка, Н.М. Поспєлова; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 263 с.
- 19.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 20.Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с.
- 21.Ткаченко Н.О. Вивчення особливостей менеджменту підприємств індустрії краси / Н.О. Ткаченко, Т.О. Кравченко, В.О. Демченко // Актуал. питання фармац. і мед. науки та практики . — 2014. — Вип. 23, N 1. — С. 79-81.
- 22.Тесьє М.-Ф. Салон майбутнього / Марі-Франсуаз Тесьє //Les Nouvelles Esthiques Україна.– №5(45) – 2013.– С.142-143
- 23.Свідрик Т.І Впровадження системи діагностики на підприємстві: вибір організаційної форми / Т.І. Свідрик // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка".

- Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і пробл. розв. — 2014. — N 647. — С. 202-207.
- 24.Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. — Вінниця, 2002. — 134 с.
 - 25.Савельєв Є.В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Савельєв (ред). - К.: Знання, 2008. - 420с.
 - 26.Слободян Н.Г. Фінансово-інвестиційний аналіз: Курс лекцій для студ. ден. та заоч. форм навч. / Н.Г. Слободян ; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2014. — 124 с.
 - 27.Соколова О. Є. Проектний аналіз: курс лекцій / О. Є. Соколова, Л. О. Сулима. — К.: НАУ, 2011. — 86 с.
 - 28.Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г.М. Тарасюк; Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир, 2006. — 419 с.
 - 29.Управління проектами: навч. посіб. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва / Ред.: О. В Ульянченко; П. Ф Цигікал. — Х., 2010. — 522 с.
 - 30.Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с
 - 31.Черниш О.І. Ринок послуг: механізми державного регулювання в трансформаційній економіці / В.В. Дорофієнко (заг.ред.). — Донецьк : ТОВ "РВК"ПРОМО", 2005. — 410с.
 - 32.Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2008. — N 9. — С. 7-12.
 - 33.Юрченко П. Бизнес Красоты – задачи и решения./ Юрченко П.// Сборник статей.– К., 2015.– 112с.