

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки та планування бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ М.Д. Балджи

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2017 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності «Економіка підприємства»**

на тему:

**«Економічне обґрунтування проекту створення магазину з продажу товарів  
для спорту»**

**Виконавець**

студент ФЕУВ  
Ковальчук І.О.

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник**  
к.е.н. Горбаченко С.А

\_\_\_\_\_  
/підпис/

ОДЕСА 2017

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ</b>	
1.1 Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері торгівлі спортивним одягом.....	6
1.2 Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у торговельній сфері.....	14
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФІРМОВОГО МАГАЗИНУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ «КОРН»</b>	
2.1 Аналіз ринку спортивного одягу.....	23
2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу.....	31
2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат на створення фірмового магазину «Корн».....	42
<b>РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ МАГАЗИНУ «КОРН»</b>	
3.1 Прогнозування прибутку від реалізації .....	50
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності проекту.....	55
3.3 Основні ризики в сфері роздрібної торгівлі спортивним одягом.....	60
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>69</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>72</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Важливим напрямком економічних реформ в Україні є створення сприятливого середовища для формування та функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Успішна діяльність бізнес-структур є одним з найбільш дієвих засобів вирішення таких першочергових соціально-економічних проблем, як: прискорення структурної перебудови економіки, забезпечення насиченості ринку товарами та послугами, створення конкурентного середовища, поповнення доходів місцевих бюджетів, створення додаткових робочих місць, вирішення питання зайнятості в кризових регіонах, які є потенціальними осередками високого рівня структурного безробіття, поліпшення загальних параметрів інвестиційного клімату, забезпечення ефективного використання місцевих сировинних ресурсів.

Сьогодні бізнес – це найпрогресивніша система ведення господарства незалежно від соціально-економічного устрою суспільства, що обумовлює актуальність обраної теми дипломної роботи.

Кожне рішення щодо створення власної справи 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.

Головна суспільна функція підприємця зводиться до вивчення потреб суспільства та їх задоволення. У ринковій економіці саме підприємець першим повинен розгадати, які товари й послуги завтра знадобляться покупцям. Його діяльність дає суспільству наступні переваги. По-перше, підприємець, як правило, завжди має можливість досягти кращих результатів, тому що він є висококваліфікованим спеціалістом, який добре знає свою справу. Саме вміння примножувати багатство, розвивати свої здібності та здатність інших людей до творчості, раціонального використання

наявних ресурсів вигідно вирізняє його в суспільстві. По-друге, підприємець може краще працювати «на споживача». Прогнозуючи його запити, він намагається виходити не лише з поточних, а й з майбутніх потреб і спрямувати суспільне виробництво на їх задоволення. По-третє, лише підприємець здатний організувати виробництво таким чином, щоб затрачені ресурси дали найбільшу віддачу.

Проблемам розвитку підприємництва у сучасному світі присвячені праці відомих вчених В. К. Галіцина, М. М. Єрмошенко, О. Є. Кузьміна, О. І. Моляка, Н. В. Савки, Д. М. Тарасюка, О. В. Титаренко, О. І. Хорольського, А. Гриффитса, П. Друкера, П. Хейне, Й. Шумпетера. В свою чергу, питаннями розробки та управління проектами створення суб'єктів підприємництва займалися такі вчені як В. А. Карпов, І. Г. Грабар, І. І. Мазур, А. В. Матвійчук.

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

**Завданнями дипломної роботи є:**

- розглянути теоретичні питання щодо створення власної справи;
- провести аналіз ринку спортивного одягу;
- провести економічне обґрунтування проекту створення фірмового магазину «Корн»;
- визначити основні параметри діяльності: місце розташування, кадрову та цінову політику тощо;
- здійснити розрахунки економічної ефективності проекту;
- проаналізувати проектні ризики та шляхи їхньої мінімізації.

**Предмет дослідження** – бізнес – проектування започаткування власної справи у сфері роздрібної торгівлі.

**Об'єкт дослідження** – процес обґрунтування доцільності створення магазину спортивного одягу в м. Одеса.

**Методи дослідження.** Як методи дослідження були використані загальні методи наукового дослідження, методи синтезу та угруповань

графічні методи – для наочного відображення показників, маркетингові: SWOT-аналіз, матричний, спостереження, опитування. Використано статистичні методи для аналізу ринку спортивного одягу та інтегральні методи оцінки проектних ризиків. Розрахунки за проектом відкриття магазину спортивного одягу провадились з використанням програмного продукту «Excel».

*Інформаційна база дослідження.* У якості інформаційної бази дослідження застосовувались матеріали кон'юнктурних досліджень аналітичних компаній, офіційні статистичні матеріали, законодавчі та нормативні документи, наукова література, періодичні видання та Інтернет - джерела.

## ВИСНОВКИ

1. Відкриття власного магазину – один з найпростіших і очевидних видів бізнесу для старту. Основною ідеєю є покупка товару за оптовою ціною і подальший продаж за вищою. Головною проблемою вважається знайти ту нішу, в якій буде знаходитися бізнес. Однією з привабливих ніш є торгівля спортивним одягом. Для організації бізнесу у сфері даній сфері планується обрати організаційно – правову форму фізична особа – підприємець, що функціонуватиме обрати 3-ю групу спрощеної системи оподаткування без сплати ПДВ.

2. В Україні ринок спортивного одягу до 2013 року розвивався досить динамічно зростаючи на 10-20% щорічно. Але з 2014 року спостерігається його різкий спад. Відтак у 2016-му році обсяг ринку склав трохи менше ніж 50 млн. дол. До 90% спортивного одягу та взуття що продаються в Україні, є імпортованими, проте офіційні представництва мають лише лідери ринку – компанії «Adidas» та «Reebok».

3. Конкурентоспроможність спортивного одягу на вітчизняному ринку залежить від трикутника «бренд-ціна-якість». Для магазину спортивного одягу «Корн» вона ґрунтуватиметься на наступних чинниках: позиціонування магазину як дилера відомого вітчизняного виробника; надання покупцям додаткових послуг (прінт на замовлення, доставка, у перспективі створення відділу з ремонту одягу); постійний пошук резервів для розширення асортименту; виважена кадрова політика; відкриття нових магазинів та створення мережі.

4. Інтер'єр магазину спортивного одягу «Корн» планується оформити у фірмовому стилі з національною тематикою і у майбутньому це може стати своєрідною фішкою. Обладнання магазину складається, насамперед, зі стандартних прилавок, стелажів і манекенів. Його планується придбати в Інтернет – магазині «Євроторг».

5. Початкові витрати на реалізацію проекту відкриття магазину спортивного одягу «Корн» склали 254 тис. грн., їхніми джерелами виступають власні кошти автора бізнес – ідеї та банківська позика ПАТ АБ «Південний». Основною статтею інвестиційних витрат є закупівля партії товару. В магазині спортивного одягу «Корн» повинне бути представлено щонайменш 700 одиниць різного одягу. Також вагому частку займатимуть витрати на торговельне обладнання та сплата оренди за перший та останній місяці.

6. Операційні витрати складаються з 2-х частин: витрати на персонал та загальні операційні витрати. Для проекту магазину спортивного одягу «Корн» витрати на заробітну плату із нарахуваннями складають 46,5 тис. грн. на місяць. В свою чергу сумарні операційні витрати склали 77 тис. грн. на місяць.

7. Розрахунок доходів ґрунтується на ціновій політиці та обсягах продажу послуг магазину. У магазині «Корн» планується використовувати диференційовану націнку для різних груп товарів – від 20 до 50%. Розмір націнки є рекомендованим для франчайзі бренду «Корн». Основу продажів магазину «Корн» становитиме сезонний одяг (у сегменті продажу спортивного одягу є два основних сезони: весна-літо та осінь-зима). Прогнозований прибуток за рік функціонування магазину спортивного одягу «Корн» складає 159 тис. грн.

8. Для того щоб знайти точку беззбитковості, необхідно загальну суму постійних витрат розділити на різницю між ціною одиниці продукції та величиною змінних затрат на одиницю продукції. У нашому випадку постійні витрати складають 77 тис. грн. на місяць, середня ціна реалізації 1000 грн. за од., а змінні витрати – 600 грн. на од. Відтак точка беззбитковості складе 193 од. на місяць або приблизно 7 од. на день.

9. Для проекту відкриття магазину спортивного одягу ставка дисконтування визначена на рівні 25%. За термін життя проекту (4 роки)

чистий приведений дохід складе 423,7 тис. грн., індекс прибутковості - 1,64, що є досить високим показником для інвестиційних проектів, які стосуються сфери роздрібної торгівлі. Внутрішня норма рентабельності на рівні 61,5% свідчить про високий запас міцності проекту.

10. В ході діяльності торговельного підприємства найбільш вагомими є комерційний ризик, а також ризики пов'язані з споживачами та зовнішнім середовищем. Саме ці ризики можуть забезпечити найбільш негативний вплив на діяльність магазину «Корн» як у кількісному так і у якісному виразі.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азаров О.В. Проблеми розвитку та інвестування малого та середнього підприємництва / О.В. Азаров // Зб.наук.праць ДНУ Економіка: проблеми теорії та практики. Вип.190. – Т.1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2011. – 209с.
2. Азарян О. М. Роздрібна торгівля: розвиток та інновації: монографія / О. М. Азарян, Б. Халпір, Е. М. Локтев, Л. Г. Саркісян, О. Ю. Біленький ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. — 387 с
3. Аналіз ринку спортивного одягу та взуття [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
4. Афанасьєв М.В. Проектний аналіз: конспект лекцій / М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2008. — 260 с.
5. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання: навч. посіб. – Харків: Промарт, 2015. – 300 с.
6. Беднарчук М. Проблеми формування асортименту спортивного взуття та одягу / М. Беднарчук, Б. Семак // Товари і ринки, 2008.- №1.- С. 35-38
7. Бланк І. О. Фінансова стратегія підприємства: монографія / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська, І. Г. Ганечко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2009. - 147 с.
8. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: Метод. і орг. аспекти упр. / Укр. акад. зовніш. торгівлі. — К.: [Логос], 2008. — 145с.
9. Боровська Т.М. Моделювання задач управління інвестиціями: навч. посіб. / Т.М. Боровська, В.А. Северілов, С.П. Бадьора, І.С. Колесник ; Вінниц. нац. техн. ун-т. — Вінниця, 2009. — 179 с.

10. Бугрим В.В. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / В.В.Бугрим // К.: ВПЦ «Київський університет», 2015. – 431 с.
11. Васильев Г.А. Поведение потребителей / Г.А. Васильев. – М.: Инфра-М, 2015. – 423 с.
12. Верещагіна Г. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: конспект лекцій / Г. В. Верещагіна; Харк. нац. екон. ун-т. - Х., 2009. - 116 с.
13. Воротіна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: Навч. посіб. / Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, Л. А. Мартинюк, Т. В. Черняк; ред.: Л. І. Воротіна. - К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2011.- 166 с.
14. Голубятніков В. Т. Моделювання бізнес-планів інвестиційних проєктів: 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., 2010. — 264 с.
15. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проєктів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапінт, 2013.- 241с.
16. Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_gum/Vzhdtu\\_econ/2010\\_3\\_1/54.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/54.pdf)
17. Гур'єв В. Галузь для всіх / В. Гур'єв // Легка пром-сть. – 2011. – № 2. – С. 18-20.
18. Данілова Е. І. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / Е. І. Данілова // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій . - 2009. - № 30. - С. 56-59.
19. Добрава Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та

- практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. - С.29-30.
- 20.Доброва Н.В. Соціальне підприємництво // Економічні інновації: зб. наук. праць. – Вип. 59. – 2015. – С. 112-117.
- 21.Зламанюк Т. В. Особливості управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbuuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evd/2011\\_2/25.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/evd/2011_2/25.pdf)
- 22.Карпов В. А. Путеводитель начинающего предпринимателя : учебное пособие / В. А. Карпов, А. И. Ковалев, С. А. Синятинский [та ін.]. – Одесса : Атлант, 2012. – 99 с.
23. Кирилова Л.І. Принципи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / Л.І. Кирилова // Економіка пром-сті . — 2015. — N 3. — С. 122-126.
- 24.Комкова Е.С. Определение портрета покупателя и портрета посетителя магазина для повышения объёма продаж торговой сети / Е.С. Комкова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – №1. – С. 78-85.
- 25.Косянчук Т.Ф. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі стратегічного менеджменту/ Т.Ф.Косянчук, І.В.Сокирник, С.А.Редванська// Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки.- 2002.- №2,Ч.1.- С. 175-177.
26. Криковцева Н. Вплив споживчих переваг на організацію збутової функції торговельного підприємства / Н. Криковцева // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. з пробл. торгівлі і громад. харчування. — 1999. — Вип. 9, Т. 2. — С. 263-267
27. Кузьмін О. Є. Рекламна стратегія підприємства / О.Є. Кузьмін, С.Б. Романишин, Н.І. Горбаль. — Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. — 167 с.

28. Кучеренко В. Р. Управління проектами в підприємницьких структурах: навчальний посібник / Кучеренко В.Р., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Левинський С.В..- О: Астропринт, 2013.- 268с.
29. Лошенко І. Р. Маркетингове управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства / І. Р. Лошенко // Економічні науки. — Луцьк, 2014. — Вип. 4 (14) : Серія : Економіка та менеджмент. — С. 194-203.
30. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. — К. : Вид-во КНТЕУ, 2011. — 800 с.
31. Маркетинговая товарная политика: Учеб.-метод. разработка / Межрегион. акад. упр. персоналом; [Сост. О. Г. Звездкина; Отв. ред. А. В. Орехов]. — К., 2013. — 83 с.
32. Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ): Моногр. / Х. З. Махмудов; Полтав. держ. аграр. акад. - Полтава, 2004. - 268 с.
33. Микитюк П.П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: Моногр. / П.П. Микитюк ; Терноп. нац. екон. ун-т. — Т.: Екон. думка, 2007. — 295 с.
34. Михайлова Е. А. Дифференцированный маркетинг в ритейловом бизнесе / Е.Михайлова. — М.: Центр маркетинговых исслед. и менеджмента, 2013. — 160 с.
35. Морозов П. С. Методы проектирования торговой сети предприятия / П. С. Морозов // Современные аспекты экономики. — 2014. — Вып. 13 (106). — С. 42–49
36. Мурована Л. В. Маркетингові підходи до формування асортименту товарів легкої промисловості / Л. В. Мурована // Вісник КНУТД. — 2010. — Т. 5. — № 5. — С. 108–112.

37. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами» від 19 квітня 2007 р. № 104 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>
38. Орленко О. В. Фінансово-економічна складова відродження сировинної бази текстильної галузі / International Scientific Analytical Project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/node/1136>.
39. Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
40. Офіційний веб – сайт компанії «Корн» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.korn-sport.com/>
41. Павлова В. А. Дослідження торговельного асортименту спеціалізованого магазину як основа його оптимального формування // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – №1 (5). Том 1. – С. 293-299.
42. Пасека С. Р. Управління персоналом та інноваційна стратегія підприємства / С. Р. Пасека // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Екон. науки . - 2009. - Вип. 153. - С. 109-116.
43. Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
44. Покатаєва О. В. Економічна конкуренція у торгівлі: стан і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Vsunud/2009-6E/09povsip.htm>
45. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» від 15 червня 2006 р. N 833. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

46. 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.
47. Савченко В.Ф. Аналіз альтернативних проектів та оптимальне розміщення інвестицій / В.Ф. Савченко, О.О. Ромашкін // Актуал. пробл. економіки . — 2009. — N 4. — С. 179-187.
48. Самура Ю. О. Малий бізнес та його вплив на зайнятість населення і економіку регіону / Ю. О. Самура // Соц.-екон. дослідж. в перехід. період . - 2009. - Вип. 2. - С. 338-350.
49. Сердюк В. Аналіз витрат на освоєння виробництва нової продукції / В. Сердюк, Ш. Акаєв // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. з пробл. торгівлі і громад. харчування. — 2009. — Вип. 9, Т. 1. — С. 96-101.
50. Стадницький Ю.І. Чинники розміщення господарської діяльності: монографія / Ю.І. Стадницький, Л.М. Коваль. — Хмельниц.: ХНУ, 2010. — 103 с.
51. 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.
52. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с.
53. Хвевик Ю.М. Сутність конкуренції та фактори впливу на стан ринкового конкурентного середовища / Хвевик Ю.М. // Інвестиції: практика та досвід. - 2009.-№4.- с. 53-57
54. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання / А.В. Череп. — Х.: ВД Інжек, 2006.- 135с.

55. Шевченко В. В. Удосконалення інвестиційної діяльності підприємств / В. В. Шевченко, А. І. Ковальов // Науковий вісник. – № 21 (200). – 2013. – С. 92–99.
56. Шевченко В. В. Прединвестиционный анализ и его применение в преобразовании предприятий / В. В. Шевченко, А. И. Ковалев // Юбилейна конференция: "Финансите и стопанската отчетност – състояние, тенденции, перспективи", Свищов: Академично издателство «Ценов», Р България, 2013. – С. 67–73.
57. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/En\\_oif/2012\\_9\\_3/64.pdf](http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En_oif/2012_9_3/64.pdf)
58. Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2008. — N 9. — С. 7-12.
59. Шубалий О.М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі ринку / Шубалий О.М. // Актуальні проблеми економіки - 2008.-№1.с. 70-77
60. Яскевич І.Л. Аналіз системи вибору методів оцінки економічної ефективності проектів / І.Л. Яскевич // НТІ . — 2014. — N 2. — С. 22-24.