

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
Н.В. Сментина  
2018 р.

- “ \_ ” -

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

на тему:

**«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ ВІДКРИТТЯ  
ЗООМАГАЗИНУ»**

**Виконавець**

студент ФЕУП, 47 група  
Тарасов Е.А.

\_\_\_\_\_ /підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., доц. Клевцевич Н.А.

\_\_\_\_\_ /підпис/

**Одеса 2018**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ</b>	
1.1 Загальна характеристика бізнес-ідеї відкриття зоомагазину.....	5
1.2 Нормативно-правові аспекти щодо відкриття зоомагазину.....	7
1.3 Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування майбутнього бізнесу .....	15
<b>РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ ВІДКРИТТЯ ЗООМАГАЗИНУ</b>	
2.1 Аналіз ринку продуктів і послуг для домашніх тварин в Одеському регіоні.....	22
2.2 Оцінка внутрішнього середовища та конкурентних переваг бізнесу що створюється.....	26
2.3 Формування інвестиційних та поточних витрат майбутнього бізнесу.....	31
<b>РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ЗООМАГАЗИНУ</b>	
3.1 Прогнозування прибутку від реалізації продукції зоомагазину.....	42
3.2 Оцінка економічної ефективності відкриття зоомагазину.....	45
3.3 Аналіз ризиків та заходи щодо їх запобігання.....	51
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	58
<b>Список використаних джерел</b> .....	61
<b>ДОДАТКИ</b> .....	64

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Створення зоомагазину - це відповідальний крок, скоюючи який необхідно враховувати багато чинників: місткість ринку, потреби покупців і їх переваги, конкуренцію. Безумовно, основним моментом при виборі зоомагазину для будь-якого покупця є мінімальна ціна на товар, проте навіть самих вибагливих клієнтів можна залучити додатковими послугами та цікавими пропозиціями.

Незважаючи на насиченість ринку зоомагазинів, ідея відкриття магазину досі є актуальною, оскільки існуючі магазини розкидані по території міст нерівномірно. Спостерігається концентрація магазинів в одних районах і їх недолік в інших. Багато магазинів займають великі площі (200-400 кв. м.) в престижних районах, а тваринками та продуктами для них заповнено менше половини торгових площ. Це відразу відбивається на ціні товару, особливо якщо торговельна площа орендується.

У сфері пропозиції є чимало незаповнених товарних ніш. Планування діяльності зоомагазину є актуальним, оскільки при створенні нового підприємства дуже важливо проаналізувати всі перешкоди для діяльності явища, та на основі даного аналізу скласти стратегію на наступні роки.

Проблемами планування діяльності підприємства займалось багато зарубіжних та вітчизняних вчених: Покропивний С. Ф., Котляревський Я.В., Попов В.М., Тарасюк Г.М., Швайка Л.А. та ін.

**Мета дослідження** – теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері роздрібною торгівлі. Створення проекту зоомагазину, в процесі розробки якого навчитися основам підприємницької діяльності. Ознайомлення з усіма етапами створення власної справи в галузі торгівлі.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

- розглянути особливості методології проектування нового бізнесу;

- охарактеризувати бізнес-ідею започаткування власної справи на ринку зоомагазинів України;
- дослідити основні організаційні умови створення та ведення бізнесу на ринку зоомагазинів України;
- обґрунтувати вибір виду діяльності;
- проаналізувати конкурентне середовище на ринку зоомагазинів;
- розрахувати витрати на реалізацію проекту та спрогнозувати прибуток від діяльності зоомагазину;
- обґрунтувати економічну ефективність створення зоомагазинів і запропонувати заходи щодо її підвищення;

**Об'єкт і предмет дослідження.** Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи в сфері роздрібної торгівлі. Об'єкт дослідження - процес обґрунтування доцільності створення зоомагазину на ринку роздрібної торгівлі у м. Одеса.

**Методи дослідження.** У процесі написання роботи використовувалися наступні методи дослідження:

- 1) економіко-статистичний аналіз: аналіз графіків та таблиць;
- 2) маркетинговий, що представляє собою SWOT-аналіз;
- 3) порівняльний метод – при дослідженні сучасних підходів до створення підприємства та управління його економічним розвитком;
- 4) розрахунково-аналітичний та структурно-динамічний методи – при визначенні проблем, тенденцій і перспектив розвитку досліджуваного підприємства;
- 5) метод експертних оцінок – при визначенні основних характеристик зовнішнього середовища нового підприємства.

**Інформаційною базою** дослідження слугували наукові публікації та монографічні видання вітчизняних та закордонних учених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, агентств та ін.

## ВИСНОВКИ

1. Роздрібна торгівля — сфера підприємницької діяльності з продажу товарів або послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їхнього власного некомерційного використання. Роздрібна торгівля є важливою сферою формування споживчого ринку, дзеркалом відображення економічного розвитку країни, координуючою ланкою в системі міжгалузевих і регіональних зв'язків, дійовим засобом задоволення потреб населення у товарах і послугах.

2. Щоб почати роботу зоомагазину, в першу чергу офіційно зареєструватися як підприємець. Згідно з Класифікатором організаційних форм суб'єктів економіки (СКОФ) було обрано організаційну форму 910. Фізична особа-підприємець.

3. Планується, що зоомагазин «Людовик» буде перебувати на спрощеній системі оподаткування.

4. SWOT-аналіз зоомагазину «Людовик» виявив, що утворювальний магазин має багато сильних сторін, що надає йому перевагу серед конкурентів. Однак, існують й слабкі сторони, які пов'язані з відсутністю репутації у покупців, недостатністю управлінського досвіду. Можливості пов'язані з функціонуванням магазину у майбутньому. Небезпеки – дії конкурентів, зниженням платоспроможності населення, загальними макроекономічними змінами в економіці держави.

Загалом, SWOT-аналіз показав, що зоомагазин «Людовик» буде мати достатньо високі позиції на ринку.

5. Стартові витрати на початок бізнесу складають 218878 грн, більша частина з яких сформовані двома статтями витрат: закупівля первинної партії товару (52,4%) та придбання необхідного устаткування (21,9%).

6. Джерелами фінансування проекту стануть як власні кошти, так і кредит комерційного банку. Задля задоволення потреб у капіталі новостворюваного бізнесу

планується взяти позику у розмірі 120 000 грн у «ПриватБанк» під 24% річних строком на 2 роки.

7. Аналіз економічної ефективності проекту показує, що чиста приведена вартість проекту створення зоомагазину «Людовик» складає 1 572 965 грн, тобто проект є прибутковим і з урахуванням вартості грошей у часі.

Показники середньої норми рентабельності, індексу прибутковості проекту та внутрішньої норми рентабельності також свідчать про високу відносну ефективність інвестування коштів у створення продовольчого магазину, що розглядається, як в абсолютному значенні, так і зі зміною вартості грошей у часі.

8. Для проекту створення зоомагазину «Людовик» термін окупності складе 9 місяців, що є достатньо непоганим показником враховуючи специфіку бізнесу – необхідність постійного підтримання асортименту товару у самому магазині.

9. За допомогою програмного продукту «Project Expert 6» визначено, що для беззбиткової діяльності зоомагазину «Людовик» необхідно отримувати щомісяця дохід від реалізації товарів у розмірі 139 673,6 грн, що не є недосяжним показником.

10. Аналіз чутливості проекту проводився за допомогою спеціалізованого програмного продукту «Project Expert 6». Аналіз даних вказує, що проект є найбільш вразливим до таких факторів, як ціни реалізації товарів, що представлені у магазині, а також їх вартість при проведенні закупок. Тобто, з ціллю запобігання ризику понесення збитків або для зниження збитків від їх настання необхідно постійно проводити моніторинг закупівельних та продажних цін на товари, представлених у зоомагазині «Людовик» для того щоб зберегти рівень маржинального прибутку.

11. Метод Монте-Карло дає можливість оцінити ризик, пов'язаний зі здійсненням даного проекту. Згідно з розрахунками стійкість проекту до ризику складає 92,7%.

Таким чином, підсумовуючи все вище написане, можна наголосити на тому, що за великим бажанням, знанням нормативно-правових актів, великій

орієнтованості на конкретній кон'юктурі ринку, за умови працевлаштування в свій бізнес справжніх професіоналів та плідної праці наш заклад буде:

А) рентабельним

Б) лояльним до клінтів

В) надаватиме якісні послуги, які будуть співвідноситись з поняттям «ціна-якість»

Г) за умови коректного ведення бухгалтерії та первинної документації – ми автоматично забезпечуємо добрий прибуток нашому проекту та лад у документації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кулаковська Т. А. Аналіз українського ринку кормів для домашніх тварин: стан і проблеми розвитку / Т. А. Кулаковська // Зернові продукти і комбікорми. - 2012. - № 3. - С. 36-38. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zpik\\_2012\\_3\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zpik_2012_3_12)
2. Мельников І. Основи зообізнесу / Ілля Мельников. – Київ, 2013. – 9 с.
3. Класифікатор видів економічної діяльності. ДК009:2010 від 01.01.2012 р
4. Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» від 24.04.1994 № 4005. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4005-12>
5. Закон України «Про затвердження Правил пожежної безпеки для об'єктів площею до 300 м<sup>2</sup>» Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0414-12](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0414-12)  
оформить правильно
6. Кодекс цивільного захисту України від 02.10.2012 № 5403-VI. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5403-17>
7. Міністерство аграрної політики України державний департамент ветеринарної медицини [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0659-05>
8. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 № 755-IV. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15/page>
9. Податковий кодекс України від 20.09.2015 № 2755-VI . Режим доступу: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/nalogovy-kodeks/>
10. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. М. Д. Балджи, Н. В. Доброва, В. О. Однолько, М. М. Осипова. Торговельне підприємництво / М. Д. Балджи, Н. В. Доброва, В. О. Однолько, М. М.

Осипова.// Навч. посібник. – Київ: «Кондор», 2017. – № 8. - С. 41-42.

12. Балабанова Л.В. SWOT- аналіз – основа формування маркетингових стратегій [Текст]: навч. посібник / Л. В. Балабанової – Київ.: Знання, 2005. – 301 с.

13. Складання стратегічного балансу та сутність SWOT-аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://in1.com.ua/book/13007/10315>.

14. ПриватБанк [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://privatbank.ua/ru>.

15. Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013. — Т.2. — С. 102-104.

16. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування : навч. посібн. / А. М. Єріна. – К. : КНЕУ, 2001. – 170 с.

17. Лазарева А. С. Особливості аналізу фінансових результатів на підприємстві [Текст] / А. С. Лазарева // Управління розвитком. – 2013. – № 4(144). – С. 175–178.

18. Гроші та кредит: Підручник / Івасів Б. С. — Тернопіль, К.: КонДор, 2008. — 528 с.

19. Оцінка ефективності проектів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://buklib.net/books/22886>.

20. Мамотенко Д. Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / Д. Ю. Мамотенко. // Запорізька державна інженерна академія. – 2008. – С. 212.

21. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання. Навчальний посібник. – Харків: Промарт, 2015. – 300 с.

22. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів / В. А. Карпов. // Одеський національний економічний університет. – 2014. – С. 125.

23. Середній чек [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/marketing/serednij-chek/>.

24. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013. — Т.2. — С. 102-104

25. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування і планування: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003.-188с.