

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 створення магазину одягу»

Виконавець

студент ЦЗФН

Баркар В'ячеслав Євгенович

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доц.

Горбаченко Станіслав Анатолійович

-

/підпис

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра Баркар В'ячеслав Євгенович «Економічне обґрунтування створення магазину одягу» Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. У роботі розглядається загальна концепція створення бізнесу з продажу стокового одягу: розглянуто бізнес-ідею започаткування власної справи у сфері роздрібної торгівлі; досліджуються умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні. Проаналізовано конкурентне середовище на ринку одягу у м. Одеса та визначені внутрішні конкурентні переваги стокового магазину. Розраховано витрати на створення та функціонування магазину. Розраховано прибуток від реалізації різних груп товарів. Проведено оцінку економічної ефективності проекту. Проаналізовані можливі ризики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: торгівля одягом, бізнес-ідея, проект, прибутковість, ефективність

ANNOTATION

Graduation work for obtaining educational degree bachelor Barkar Vyacheslav "The economic justification of creation of clothes shop " Odessa National Economic University Odessa, 2018

Graduation work consists of three sections.

Work considers the general concept of a business of selling discounted clothes: considered the business idea of starting a business in the retail trade; researched conditions of business activity in Ukraine. Competitive environment for the clothing market in Odessa, analyzed internal competitive advantages discounted store identified. The costs for the creation and functioning the store calculated. An income from the sale of various groups calculated. An assessment of the economic effectiveness of the project carried out. The possible risks analyzed and measures to minimize them proposed.

Keywords: Trade in clothes, business idea, project, profitableness, effectiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	
1.1 Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері торгівлі одягом.....	6
1.2 Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у торговельній сфері.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ СТОКОВОГО ОДЯГУ	
2.1 Аналіз ринку одягу.....	23
2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу.....	31
2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат на створення магазину....	39
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	
3.1 Прогнозування прибутку від реалізації у магазині «Stock.od.ua».....	40
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності проекту.....	47
3.3 Основні ризики в сфері роздрібної торгівлі одягом та шляхи їхньої мінімізації.....	50
ВИСНОВКИ.....	56
Список використаних джерел.....	68

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 А.А. Мазаракі, О. Є.Кузьміна, О. І. Моляка, О.М. Азарян, М.В. Афанасьєва, І.О. Бланка, Л.І. Воротіної та інших. В свою чергу, питаннями розробки та управління проектами створення суб'єктів підприємництва займалися такі вчені як В.А. Карпов, С.А. Горбаченко, І. Г. Грабар, І.І. Мазур.

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 одягу;
- провести економічне обґрунтування проекту створення стокового магазину;
- 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 стокового магазину 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 одягу та інтегральні методи оцінки

проектних ризиків. Розрахунки за проектом відкриття стокового магазину провадились з використанням програмного продукту «Ехel».

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

В результаті розгляду теоретичних питань створення власного бізнесу в галузі роздрібної торгівлі, а також практичного вирішення проектного управління в підприємницьких структурах, в роботі зроблено наступні висновки:

1. Відкриття власного магазину – один з найпростіших варіантів започаткування власного бізнесу. Основною його ідеєю є покупка товару за оптовою ціною і подальший продаж за вищою роздрібною. Головною проблемою вважається знайти ту нішу, в якій буде знаходитися бізнес. Однією з привабливих ніш є торгівля одягом, особливо у форматі «сток». У всьому світі одяг та взуття «сток» популярні вже кілька десятиріч. Здебільшого завдяки високій якості та доступним цінам. Постачальники одягу для стокових магазинів пропонують різні чоловічі, жіночі, дитячі речі поточного або минулого сезонів.

2. Що стосується кон'юктурних тенденцій вітчизняного ринку одягу, його річні темпи падіння в доларовому еквіваленті, в посткризовий період, складали 10-15%, а отже у 2017-му році обсяг ринку становив трохи більше ніж 6 млрд. дол. Отже перспективи є, насамперед, у нижньому та середньому цінових сегментах, до яких відносяться і стокові магазини.

3. Найбільшу частку у загальній структурі стокового сегменту займають мережі стокових магазинів. Їхня частка постійно збільшується за рахунок входження існуючих в Одесі окремих магазинів до мереж в силу збільшення конкуренції. Стокові шоу – руми та відділення брендових магазинів поступово витісняють популярні раніше мультибрендові магазини та заклади на ринках, оскільки мають привабливі умови торгівлі, широкий асортимент, додаткові послуги і здатні задовольнити вимоги українців до процесу покупки та якості продукції.

4. Основними конкурентними перевагами нового стокового магазину «Stock.od.ua» повинні стати цікавий асортимент, гнучкі ціни, якість продукції, комплексна маркетингова стратегія та комунікабельний та обізнаний персонал. Меншого впливу на комерційний успіх дістають місце розташування та дизайн магазину.

5. Початкові витрати на реалізацію проекту відкриття стокового магазину верхнього одягу склали 254 тис. грн. Оптимальне приміщення для відкриття стокового магазину, загальною площею 104 кв. м. є в наявності у житловому комплексі «Райдужний-1» будинок № 6. Основною статтею інвестиційних витрат є закупівля стартової партії товару. В «Stock.od.ua» буде представлено щонайменш 700 одиниць різного одягу. Як правило, близько 80% асортименту стокових магазинів складають молодіжні, спортивні та жіночі речі, решту між собою ділять дитячий та чоловічий одяг. Джерелами інвестицій виступають власні кошти автора бізнес – ідеї та банківська позика. В свою чергу, операційні витрати за проектом складатимуть 77 тис. грн. на місяць. Найбільша частка з них доводиться на заробітну плату та оренду.

6. Розрахунок доходів ґрунтувався на середній ціні однієї речі на рівні 400 грн. З точки зору товарної структури, найбільшу частку в загальному обсягу реалізації займатимуть брюки та джинси, футболки та светри. Означені позиції відносяться до товарів із середньою націнкою. У той самий час, найменш рентабельні товари (шапки, шорти) займатимуть незначну частку в асортименті. Збутова стратегія «Stock.od.ua» передбачає упор на оборотність: постійне відстеження попиту і зниження цін на то, що загрожує перетворитися на неліквід. Отже, змінні витрати, тобто собівартість продукції розраховувалися виходячи із середньої націнки у 50%. Прогнозований операційний прибуток у першій рік функціонування магазину «Stock.od.ua» складе 151 тис. грн.

7. За термін життя проекту чистий приведений дохід складе 242,7 тис. грн., індекс прибутковості складає 1,64, що є досить високим показником для інвестиційних проектів, які стосуються сфери роздрібної торгівлі. Внутрішня норма рентабельності на рівні 61,5 про високий запас міцності проекту.

8. В ході діяльності торговельного підприємства найбільш вагомими є комерційний ризик, а також ризики пов'язані з споживачами та зовнішнім середовищем. Специфічним ризиком для стокових магазинів є й слабка ліквідність товару. Накопичений на складах неліквід, по суті, гальмує розвиток і знижує загальний прибуток. Власне, для позбавлення від таких речей стоки змушені періодично проводити тотальні розпродажі, в рамках яких товар може бути проданий із знижкою до 90%. Саме ці ризики можуть забезпечити найбільш негативний вплив на діяльність магазину 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, 2017. – 209с.
2. Азарян О. М. Роздрібна торгівля: розвиток та інновації: монографія / О. М. Азарян, Б. Халпір, Е. М. Локтєв, Л. Г. Саркісян, О. Ю. Біленький ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. — 387 с
3. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навчальний посібник / [Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Білий М.М., Мозіль О.І.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2015. – 160с.
4. Аналіз ринку верхнього одягу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
5. Афанасьєв М.В. Проектний аналіз: конспект лекцій / М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2016. — 260 с.
6. Баркан Д. И. Як створюються комерційно успішні товари і послуги: маркетинг і нововведення / Баркан Д. И., Ходяченко В. Б., Валдайцев С. В. и др. Л.: Аквилон, 2011.- 231с.
7. Бєлов М.А. Планування діяльності підприємства /Бєлов М.А., Євдокимова Н.М., Москалюк В.Є. - Київ: КНЕУ, 2017, 252 с.
8. 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.
9. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: Метод. і орг. аспекти упр. / Укр. акад. зовніш. торгівлі. — К.: [Логос], 2008. — 145с.

- 10.Васильев Г.А. Поведение потребителей / Г.А. Васильев. – М.: Инфра-М, 2015. – 423 с.
- 11.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.
12. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.
- 13.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.
- 14.Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки [Електроний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/54.pdf
- 15.Зламанюк Т. В. Особливості управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства [Електроний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evd/2011_2/25.pdf
- 16.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.
- 17.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.
18. 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

19. 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.
20. Кучеренко В. Р. Проектний аналіз у підприємництві /В.Р.Кучеренко, В.А.Карпов, О.М.Подмазко; Одес. держ. екон. ун-т. — О.: Астропринт, 2006. — 122 с.
21. 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.
22. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. — К. : Вид-во КНТЕУ, 2011. — 800 с.
23. Зверяков М. І. Банківський капітал: вимоги Базеля III / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко // Фінанси України. — 2011. — № 6. — С. 13-23.
- 23.Мазур И. Управление проектами: учебное пособие /Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. - М.: Омега-Л, 2014.— 664с.
24. Маркетинговая товарная политика: Учеб.-метод. разработка / Межрегион. акад. упр. персоналом; [Сост. О. Г. Звездкина; Отв. ред. А. В. Орехов]. — К., 2013. — 83 с.
- 25.Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ): Моногр. / Х. З. Махмудов; Полтав. держ. аграр. акад. - Полтава, 2004. - 268 с.
26. 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.
- 27.Моляка О.І. Інвестиційні проекти : Учб. посіб. / Міжгалуз. ін-т упр.; [Наук. ред. Погорельцев В.Н.] — К.: [ТОВ «Дот ЛТД»], 2002. — 50 с.
28. Морозов П. С. Методы проектирования торговой сети предприятия / П. С. Морозов // Современные аспекты экономики. — 2014. — Вып. 13 (106). — С. 42–49

29. Мурована Л. В. Маркетингові підходи до формування асортименту товарів легкої промисловості / Л. В. Мурована // Вісник КНУТД. – 2010. – Т. 5. – № 5. – С. 108–112.
30. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.
31. 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>
32. 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>.
33. Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
34. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова; Дніпропетр. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. - Д., 2011. - 350 с.
35. 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.
36. Пасєка С. Р. Управління персоналом та інноваційна стратегія підприємства / С. Р. Пасєка // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Екон. науки . - 2009. - Вип. 153. - С. 109-116.
37. Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
38. Покатаєва О. В. Економічна конкуренція у торгівлі: стан і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/Vsunud/2009-6E/09povsip.htm>

- 39.Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку провадження торгівельної діяльності та правил торгівельного 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>
- 40.Проблеми кон'юктурних 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.
41. Зверяков М. І. Формування системи індикаторів фінансової стійкості банківської системи [Текст] / М. І. Зверякова, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2012. - № 4. – С. 3 – 12.
- 42.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.
- 43.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.
- 44.Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. — Вінниця, 2012. — 134 с.
- 45.Соболев В.О. Формування та розвиток роздрібної торговельної мережі в умовах ринкової економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук / В.О. Соболев; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк, 2005. — 19 с.
- 46.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.
45. Ульянченко О.В. Управління проектами. Бізнес-план проекту: лекція / О.В. Ульянченко, М.Ф. Соловійов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василено; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х.,

2009. — 58 с.

46. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с.
47. 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
48. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання / А.В. Череп. — Х.: ВД Інжек, 2006.- 135с.
49. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку [Електроний ресурс]. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En_oif/2012_9_3/64.pdf
50. Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2008. — N 9. — С. 7-12.
51. Шубалий О.М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі ринку / Шубалий О.М. // Актуальні проблеми економіки - 2008.-№1.с. 70-77
52. Яскевич І.Л. Аналіз системи вибору методів оцінки економічної ефективності проектів / І.Л. Яскевич // НТІ . — 2014. — N 2. — С. 22-24.