

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
д.е.н., Сментина Н.В

“ ___ ”

2018 року

Випускна робота

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»

за темою: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ
МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ»**

Виконавець:

студентки IV курсу, ЦЗФН
Скрицька Діана Артурівна

- (підпис)

Науковий керівник:

к.е.н., професор
Карпов Володимир Анатолійович

- (підпис)

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Скрицька Діана Артурівна

«Економічне обґрунтування проекту створення магазину з продажу побутової техніки»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів.

У роботі розглядається загальна концепція створення бізнесу з роздрібною торгівлю побутової техніки в Україні. Дипломна робота складається з трьох розділів. У першому розділі роботі розглядається теоретичні аспекти обґрунтування створення магазину на ринку побутової техніки. У другому розглядається аналіз ринку торгівлі побутовою технікою та аспектів проекту. У третьому розділі проведено оцінку економічної ефективності проекту. Проаналізовані можливі ризики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова:

сфера роздрібною торгівлю побутовою технікою, бізнес-ідея, проект, ефективність, доцільність, ризик

SUMMARY

The final work consists of three sections.

The paper considers the general concept of creating a business for the retail of home appliances in Ukraine. The dissertation consists of three sections. The first section of the paper deals with the theoretical aspects of the reasoning for creating a store on the market of home appliances. The second one deals with the analysis of the home appliances market and aspects of the project. The third section evaluates the project's economic efficiency. The analysis of possible risks and proposed measures to minimize them.

Keywords: the sphere of retail trade in household appliances, business idea, project, efficiency, expediency, risk

Зміст

ВСТУП	4-7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБҐРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ НА РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ	
1.1. Торгівля як зовнішнє середовище організації роздрібних продажів побутової техніки.....	8-11
1.2. Законодавчі вимоги до організації роздрібної торгівлі побутової техніки.....	11-18
1.3. Організаційно-правова форма та система оподаткування новостворюваного бізнесу	18-21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ ТА АСПЕКТІВ ПРОЕКТУ	
2.1. Ідея проекту та обґрунтування вибору напрямку діяльності.....	22-25
2.2 Аналіз кон'юнктури ринку побутової техніки	25-34
2.3 Організаційні, маркетингові та технічні аспекти проекту	34-47
РОЗДІЛ 3 ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	
3.1 Розрахунок грошового потоку проекту	48-52
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності проекту	52-57
3.3 Аналіз ризиків проекту	57-63
ВИСНОВКИ	64-66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67-69

ВСТУП

Актуальність теми. Створення ефективної організації можливо тільки при ретельно розробленому бізнес-плані, що враховує стан ринку побутової техніки, розмір і склад одноразові і поточні витрати, розмір товарообіг і економічну ефективність діяльності майбутнього підприємства.

Актуальність теми обумовлена тим, що продажі побутової техніки стрімко ростуть, з'являються новинки, що сприяє зростанню покупців. Тільки в 2017 році український ринок побутової техніки та електроніки в порівнянні з попереднім роком зріс на 27,9%. Хоча інтернет-магазини створюють хорошу конкуренцію торговим точкам, вони все ще являються актуальними. До того ж можна проконсультуватися з продавцем, який допоможе у виборі, це одна з переваг магазину над інтернет магазином.

Важливими ознаками сучасного господарського середовища є загострення конкуренції між національними та іноземними виробниками; поява нових видів ризиків у підприємницькій діяльності, які мають не лише економічну, а й соціальну та політичну природу; періодичні коливання фінансових ринків, що змінюють швидкість і напрями руху капіталу. В таких мінливих умовах особливо актуальним є забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів, підтвердженням якого є збільшення ринкової вартості підприємства, що стає можливим завдяки формуванню його конкурентоспроможної моделі бізнесу.

На якому рівні планування здійснюється в певній послідовності. Вхідна інформація формується з прогнозів і виробничих програм, планів більш високого рівня. Вихідна інформація даного рівня планування служить в якості вхідної інформації для планів наступного рівня. При побудові плану кожного рівня враховуються зовнішні та внутрішні умови виконання плану і техніко-економічні нормативи для визначення повноти вхідних даних і вихідних показників.

Процес планування завершує оцінка виконання плану і досягнення поставлених у плані завдань. Цей процес повторюється кілька разів на кожному рівні.

З метою збільшення обсягу прибутку, рентабельності своєї роботи підприємство повинне постійно розробляти проекти, які передбачають вкладення фінансових ресурсів в створення нових технологій, організацію нових виробництв, реконструкцію виробничих платажів і устаткування для випуску конкурентоздатних товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках, створення філій, наближеним до постачальників і ринків збуту.

Кожен з цих проектів повинен бути заснований на бізнес-плані від ідеї до розрахунку конкретної суми прибутку, що буде отримана від його реалізації.

Дослідження економічних аспектів торгівлі в Україні започатковані у працях Д. Журавського, В. Кубійовича, К. Воблого, О.Діброви. На сучасному етапі аспекти дослідження торгівлі проводять з метою розроблення раціональної, регіональної політики, вирівнювання регіональних рівнів розвитку торгівлі.

Визначення торгівлі давали Т. Мен та А. Монкретьєн, У. Петі та А. Сміт, А. Ісаєв та М. Туган'Барановський, а також багато інших дослідників. Еволюція поглядів на сутність категорії торгівлі висвітлена І. Кулішером [1], роль торгівлі в економіці країни обґрунтовується Л. Чернелевським [2]. Д. Гілберт [4] виокремлює основні чинники, що призводять до змін у галузі роздрібною торгівлі, а В. Апопій [3] визначає важливість соціальної функції торгівлі. Категорія торгівлі визначена в законодавстві України [5; 6]. Тобто, торгівля як економічна категорія та сфера діяльності знайшла широке висвітлення в науковій літературі, досліджувалась багатьма вченими як минулих століть, так і нашими сучасниками.

Мета випускної роботи: теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері продажу побутової техніки.

Завдання випускної роботи є:

- проаналізувати законодавчі вимоги до організації роздрібною торгівлі побутової техніки;
- провести маркетингове дослідження ринку побутової техніки;
- розробка розділів бізнес-плану проекту створення магазину побутової техніки
- провести оцінку економічної ефективності проекту.
- скласти SWOT-аналіз

При обґрунтуванні проекту в роботі були використані методи аналізу ринку, метод сегментування і метод експертних оцінок.

У роботі розкрита можливість використання бізнес-планування для розширення діяльності торгової фірми і підвищення економічної ефективності діяльності компанії.

Практична важливість проекту полягає в тому що, якщо проект окупиться, буде можливість створення мережі магазинів "Технопарк".

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи у торгівельній діяльності.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину – у сфері торгівлі в м. Южне.

Методи дослідження. Як методи дослідження були використані загальні методи наукового дослідження, порівняльний аналіз – у процесі дослідження ринку роздрібною торгівлі, графічні методи – для наочного відображення показників, маркетингові: SWOT-аналіз, для виявлення небезпек та можливостей.. Використано статистичні методи для аналізу ринку. Розрахунки за проектом відкриття магазину 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

У результаті проведеного дослідження було зроблено такі висновки:

1. Бізнес (англ. Business – справа, діло) – підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку.
2. Бізнес-планування – процес техніко-економічного обґрунтування діяльності підприємств в ринкових умовах або модель функціонування підприємства в мінливому середовищі в майбутньому.
3. Планується створення магазину побутової техніки «Технопарк», загальною площею 200 м² за унікальним дизайном, креативним інтер'єром. Інтер'єр створювався на основі відтінків, в сучасному стилі. Асортимент буде представлений різноманітним асортиментом товару. Від великої техніки, такі як холодильник, до дрібної техніки та аудіо- та відео систем.
4. Магазин «Технопарк» буде засновано у виді Товариства з обмеженою відповідальністю. Згідно з ч.3 ст.80 ГК України Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний капітал, подільний на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства. Підприємство буде знаходитись на загальній системі оподаткування та платником податку на додану вартість.
5. Споживання електропобутових товарів коливається залежно від національних тенденцій, економічної ситуації. В цілому ринок електропобутових товарів є тим, що сформувався, хоча і має деякі національні особливості. Згідно даних на 2017 рік українці почали частіше купувати побутову техніку. Продажі даного товару зросли на 20 % . Ринок побутової техніки України є одним із ринків споживчих товарів тривалою обігу, що найбільш динамічно розвивається в останні роки. не нав'язлив
6. Основним критерієм вибору закладу все частіше стає не інтер'єр або престижність, а якість обслуговування, то як запропонують товар. Тому немає

сенсу створювати унікальний інтер'єр, якщо в торговому залі продавці не допомагають покупцям з вибором товару.

7. При проведенні SWOT-аналізу новоствореного підприємства було виявлено, що основними сильними сторонами проекту є гнучкість компанії. Компанія з хорошим чуттям на вимоги ринку і великий гнучкістю; можливість швидкого реагування на попит; бажання розвивати бізнес і охоплювати нові сегменти ринку; вміння оптимізувати витрати; широкий асортимент; серйозні наміри.

8. З метою ефективного розвитку бізнесу будуть проводитися наступні заходи: визначення оптимального рівня цін; підвищення якості обслуговування та ширини асортименту надання послуг; контроль роботи персоналу та діяльності підприємства в цілому; щоденний аналіз фінансових результатів; формування стратегії підвищення конкурентоспроможності у сфері роздрібної торгівлі в умовах нестабільності.

9. Стартові витрати на започаткування бізнесу складають 989 366,00 грн., 49,46 % з яких профінансовані за рахунок власних коштів, решта – кредит комерційного банку у розмірі 500000,00 грн. Щомісячні загальні витрати будуть складати 182 322,00 грн.

10. Товарообіг магазину роздрібної торгівлі складається основної складової: продаж закупівельних товарів. Для здійснення ритмічної роботи підприємства і своєчасного випуску готової продукції високої якості і необхідні умови чіткого планування.

11. Розрахунки запланованих обсягів реалізації майбутнього магазину проводились виходячи з його середнього середнього чеку, сума якого складається з продажів техніки. При цьому середньозважена націнка на матеріальну складову складатиме 50%.

12. Чистий дохід за проектом в перший рік визначено на рівні 359103,38 грн., що вказує на значну абсолютну прибутковість проекту.

14. Термін окупності інвестицій у даний проект складає 9 місяців, а з урахуванням вартості грошей у часі – 10 місяців, що є достатньо коротким

проміжком часу, проте відповідає дійсності враховуючи реалії ведення аналогічного бізнесу. Усі показники, що відображають ефективність інвестування, а саме середня норма рентабельності, індекс прибутковості та внутрішня норма рентабельності також свідчать про високий ступінь віддачі коштів, інвестованих в проект, що планується.

15. Аналіз ризиків – процедура виявлення чинників ризику і оцінки їх важливості, по суті, аналіз вірогідності того, чи відбудуться певні небажані події і негативно вплинуть на досягнення цілей проекту. Аналіз ризиків включає оцінку ризику і методи зниження ризиків або зменшення пов'язаних з ним несприятливих наслідків.

16. З точки зору функціональної спрямованості найбільш ймовірними ризиками слід вважати ризики пов'язані з споживачами та зовнішнім середовищем. Аналіз даних вказує, що проект відкриттямагазину побутової техніки «Технопарк» є найбільш чутливим до таких факторів, як обсяг збуту та його цінова складова. За для запобігання ризиків або зменшення їх наслідків майбутньому магазину «Технопарк» слід максимально звернути увагу саме на маркетингові фактори у своїй діяльності. Ці заходи передбачають провадження максимально раціональної цінової політики та концентрації на збільшенні відвідуваності закладу, в т.ч. на забезпеченні формування його постійної клієнтури.

17. На збільшення продажів позитивний вплив має надати паралельне введення заходів по стимулюванню продажів. Можливо також збільшення продажів за рахунок значного розширення асортименту супутніх товарів і введення нових груп товарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Кулишер И. М. Основные вопросы международной торговой политики

/ И.М. Кулишер. 5'е изд., стеретип. — Челябинск: Социум, 2008. — 479 с.

1. Chernelevs'kyj, L. M. (2003), Ekonomichnyj analiz na pidpriemstvakh promyslovosti i torhivli [Economic analysis of industrial enterprises and trade], Kyiv, Ukraine.
2. Апопій В.В. Соціальна функція торгівлі / В.В. Апопій // Економіка і прогнозування: Науково'аналітичний жур'нал. — 2007. — N 4. — С. 93—104.
3. Гилберт Д. Управление розничным маркетингом. / Д. Гилберт. — М.: ИНФРА'М, 2005. — 571 с.
4. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2003. — N 18, N 19—20, N 21—22. — Ст. 144. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436'15/page8>
5. Verkhovna Rada of Ukraine (2003), "The Civil Code of Ukraine", [online], available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435'15/page12> (Accessed 29 Oct 2013).
6. Верховна Рада України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://rada.gov.ua>
7. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356) Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
8. Закон України «Про захист прав споживачів» [Електронний ресурс]
9. (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379) Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
10. Указ президента України “Про Положення про Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України” [Електронний ресурс] Режим доступу:<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1187/95>

11. Наказ “Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами” [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>
12. Національний банк України. Департамент контролю, методології та ліцензування валютних операцій. Лист “Про використання нового класифікатора видів економічної діяльності “ [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v6300500-12>
13. Асоціація ритейлерів України [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://rau.ua/uk/>
14. Данько Т. П. Управление маркетингом. Учебное пособие. – М.:Инфра-М, 1997. – 280с
15. GfK в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу:<http://www.gfk.com/uk-ua/pro-nas/overview/>
16. Офіційний сайт ПАТ «Укрсіббанку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrsibbank.com/ru/>
17. Зверяков М. І. Банківський капітал: вимоги Базеля III / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2011. – № 6. – С. 13-23.
18. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.
19. Зверяков М. І. Пізнавальний потенціал політичної економії [Текст] / М. І. Зверяков // Економічна теорія . – 2012. – № 3. – С. 5–14.
20. Пономарьов О. С. Стратегічне управління в умовах невизначеності та ризику: текст лекцій / О. С. Пономарьов, А. О. Харченко, О. О. Чернікова; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х., 2009. - 62 с.
21. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. Навчальний посібник. Київ: «Каравела», 2003, 432 с.
22. Нелеп В.М. Планування на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/122/8077.html>
23. Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.

24. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
25. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
26. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.
27. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
28. Вишняків Я. Д., Колосов А. В., Шемякин В. Л. Оцінка й аналіз фінансових ризиків підприємства в умовах ворожого навколишнього середовища бізнесу // Менеджмент в Україні й за рубежом - 2003. №3, с. 15-17.
29. Методи аналізу ризиків. Основи/Під ред. Л.Е.Стровського. - М.: Закон і право, ЮНИТИ, 1999 с.56-79.
30. Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьяков В. Г. Фінансово-економічна діяльність підприємства. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2000. - 471 с.
31. Альгин А. П. Ризик у підприємстві. С.-П., 1998- 236 с.
32. Каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://price.ua/catc362t3.html>
33. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів/ Л. Е. Стровский, С. Е. Казанцев і ін.; під ред. Л. Е. Стровського. - 2-і изд., перераб. і доп. - М: ЮНИТИ, 2000. -з. 823.
34. Гольцберг М.А. Міжнародна торгівля. - М.: Біном, 2004. - 306 с.
35. Карпов В.А., Улибіна В.А. Проектний аналіз (конспект лекцій та практичні завдання) – Одеса, 2005 – 56 с.
36. Кучеренко В. Р. Проектний аналіз у підприємстві /В.Р.Кучеренко, В.А.Карпов, О.М.Подмазко; Одес. держ. екон. ун-т. — О.: Астропринт, 2006. — 122 с.