

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: «Економічне обґрунтування проекту створення магазину меблів»

Виконавець:

Студент 49 групи факультету
економіки та управління
підприємництвом
Темний Костянтин Ігорович

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор
Андрейченко Андрій Вадимович _____

/підпис/

ОДЕСА – 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. На сьогоднішній день вітчизняний ринок меблів є надзвичайно привабливим, оскільки спостерігається поступовий розвиток та перехід на європейський рівень якості та дизайну. Без меблів в повсякденному житті не може обійтися жоден цивілізована людина. Зручні дивани, місткі шафи і м'які крісла оточують нас не тільки будинки, а й на роботі. Меблевий бізнес в Україні належить до поширених видів підприємницької діяльності, а це значить, що в цій галузі існує велика конкуренція. Але навіть при наявності конкурентів цей бізнес є затребуваним і досить прибутковим видом підприємництва.

Але, сучасний меблевий бізнес в Україні має властиві лише йому нюанси, знання яких допомагає в короткі терміни зробити свою справу рентабельною і окупити капітальні інвестиції. Насамперед, треба враховувати економічний стан країни і фінансовий стан клієнтів при формуванні асортименту меблевого магазину. Тому обрана тема дослідження є актуальною та перспективною.

Мета дослідження - теоретичне обґрунтування, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері меблевого бізнесу.

Завдання дослідження:

- охарактеризувати бізнес-ідею з роздрібною торгівлею меблями;
- обґрунтувати вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування;
- проаналізувати поточну кон'юнктуру ситуацію на ринку меблів;
- оцінити внутрішні конкурентні переваги новостворюваного бізнесу;
- сформулювати інвестиційні витрати на створення магазину меблів «Пан Диван»;
- здійснити прогноз поточних витрат та доходів від функціонування магазину меблів «Пан Диван»;
- розрахувати критерії ефективності проекту;
- оцінити ризики в сфері роздрібною торгівлею меблями та шляхи їхньої мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи в сфері меблевого бізнесу.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності відкриття магазину меблів.

Методи дослідження В кваліфікаційній роботі були використані такі методи: загальнонаукові та логічної абстракції при побудові загальної концепції організації власної справи на ринку меблів; економіко-математичні, економіко-статистичного аналізу, маркетингові при проведенні аналітичної оцінки можливості створення магазину меблів, а також оцінці економічної ефективності запропонованого проекту. Для обробки й аналізу інформації було використано комп'ютерну програму Microsoft Excel 2019.

Інформаційна база дослідження - з наукові та монографічні публікації українських та зарубіжних дослідників, нормативно-правові акти, матеріали наукових конференцій, дані статистичної звітності.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (44 найменування). Загальний обсяг роботи становить 75 сторінки. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 1 рисунок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Загальна концепція організації власної справи на ринку меблів» розглянуто бізнес-ідею з роздрібною торгівлі меблями; обґрунтовано вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування; проаналізовано поточну кон'юнктуру ситуацію на ринку меблів. Обґрунтована теза, що серед найбільш перспективних об'єктів для роздрібною торгівлі чільне місце займають меблі. Без меблів в повсякденному житті не може обійтися жодна цивілізована людина. Доведено, що навіть при наявності конкурентів цей бізнес є затребуваним і досить прибутковим видом підприємництва. Визначено, що рівень суперництва в сфері роздрібною торгівлі меблями є надзвичайно високим, тому потрібно заздалегідь подбати про можливі конкурентні переваги. Зроблено висновок, що доцільно відкрити стандартний магазин меблів, проте з певною спеціалізацією, яка буде відображена навіть в його назві – «Пан Диван». Для організації бізнесу у сфері роздрібною продажу меблів планується створити товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). З точки зору оподаткування доцільно обрати спрощену систему, а саме – 3-ю групу.

У другому розділі «Аналітична оцінка можливості створення магазину меблів» був проведений аналіз конкурентного середовища на ринку меблів; виявлені сильні та слабкі сторони конкурентів; оцінено внутрішні конкурентні переваги новостворюваного бізнесу; сформовано інвестиційні витрати на створення магазину меблів «Пан Диван».

В результаті проведеного дослідження ми дійшли висновку, що виробництво меблів в Україні має великий потенціал розвитку, оскільки потреба в оновленні меблів знаходиться в залежності як від рівня доходів населення, так і бажань мати меблі високого рівня якості та екологічності. Отже, він є надзвичайно привабливим для операторів із зростанням кількості конкурентів. Сучасний ринок меблів в Україні демонструє зростання, що обумовлено збільшенням обсягів внутрішнього виробництва. В результаті розрахунку середнього значення впливу по кожній конкурентній силі за 3-х бальною шкали було отримано результати, котрі свідчать, що коефіцієнти при індексах відображають відносну вагомість впливу конкурентних сил на магазин «Пан диван». Найбільш важливою, як ми можемо спостерігати, є сила впливу меблевої продукції-замінників (2,75) та конкуренція між існуючими підприємствами на ринку меблів (2,57). Показник загального впливу конкурентного середовища на рівні більше 2,5 означає несприятливе конкурентне середовище для розвитку магазину «Пан диван» та, як наслідок, значний вплив конкурентних сил. Проаналізувавши матрицю зваженої оцінки конкурентних переваг магазину «Пан диван» слід констатувати, що більш привабливим та конкурентоспроможними є такий вик продукція як дивани. Зроблено пропозиції щодо розширення комплексу

заходів з підвищення конкурентоспроможності таких видів меблевої продукції, як крісла та пуфи, ліжка.

Стосовно підвищення конкурентоспроможності за видами меблевої продукції магазину «Пан диван» можемо стверджувати наступне:

– високою конкурентною привабливістю обладують дивани і дитячі меблі. Для цієї групи меблів доцільно буде впроваджувати стратегії розвитку та підтримки конкурентних позицій за рахунок пріоритетного інвестування та можливого потенційного залучення інноваційних рішень;

– середній конкурентний статус і низьку привабливість на ринку мають крісла, пуфи та ліжка. Для активізації цього сегменту меблів бажано впроваджувати нову стратегію, зокрема зняття вершків.

За допомогою методу SWOT-аналізу оцінено вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Пан диван». До сильних сторін відноситься наступне: репутація серед клієнтів магазину меблів; якість меблів; наявність кваліфікованого торгового персоналу; досвід роботи на ринку меблів; довіра до нинішнього керівництва магазину з боку персоналу; надійні постачальники меблів.

При обґрунтуванні інвестиційних витрат на створення магазину меблів «Пан Диван» ми дійшли до наступного:

- вагоме місце у структурі стартових витрат займає ремонт приміщення (24,6%), закупка комп'ютерної та офісної техніки (18,3%). Проте основною статтею початкових витрат, із часткою 33,4%, є закупівля товарних зразків.

- початкові витрати на реалізацію проєкту створення меблевого магазину «Пан Диван» склали 163,2 тис. грн.

- у якості джерел фінансування використовуватимуться власні кошти автору бізнес – ідеї та банківський позика у розмірі 284,1 тис. грн. Враховуючи достатньо великі стартові витрати для реалізації проєкту планується залучити позику у «Приватбанку».

У третьому розділі «Оцінка економічної ефективності проєкту створення магазину меблів» здійснено прогноз поточних витрат та доходів від функціонування магазину меблів «Пан Диван»; розраховано критерії ефективності проєкту; оцінено ризики в сфері роздрібної торгівлі меблями та шляхи їхньої мінімізації.

За результатом аналізу Постійних витрат магазину «Пан Диван» було визначено, що серед постійних витрат найбільшу частку (майже 85%) займають витрати на заробітну плату. Режим роботи салону припускає відсутність вихідних днів та обідньої перерви, тому персонал буде змінювати один одного в графіку, із дотриманням КЗпП України.

Загальний щомісячний фонд оплати праці дорівнює 135 тис. грн.. передбачає також нарахування єдиного соціального внеску у розмірі 29,7 тис. грн. (за ставкою 22%). Сумарно заробітна плата з нарахуваннями складе 164,7 тис. грн.

Дані отримані з балансу кеш-фло свідчать про те, що до кінця 2022 року діяльність підприємства буде збитковою (баланс готівки на кінець періоду складе - 125,626 тис грн., а потім почнеться період наростаючої прибутковості.

Аналізуючи показники ефективності проекту можна спостерігати, що чистий приведений дохід є позитивним (дорівнює 4295 тис. грн.), що свідчить про доцільність та ефективність відкриття меблевого салону.

Проаналізувавши чутливість проекту створюваного магазину меблів «Пан Диван» ми дійшли висновку, що для проекту вкрай вразливими чинниками, зміна яких може привести до стану збитковості є ціна збуту при зменшенні на 20%.

Запропоновані практичні заходи для зменшення ризиків при відкритті магазину меблів «Пан Диван» та зроблено висновок, що програма зменшення ризиків спрямована, насамперед, на мікросередовище і не охоплює інвестиційних і політично-інституційних ризиків. Зазначені ризики зв'язані між собою і практично не залежать від якості господарської діяльності новоствореного салону. Зменшити дію маркетингових ризиків, пов'язаних із впливом макросередовища, можна шляхом диверсифікації виробництва і збуту, ретельним вибором напрямків і видів діяльності таким чином, щоб максимально використовувати сприятливі можливості і мінімізувати дію деструктивних факторів.

ВИСНОВКИ

1. Серед найбільш перспективних об'єктів для роздрібною торгівлі чільне місце займають меблі. Без меблів в повсякденному житті не може обійтися жодна цивілізована людина. Меблевий бізнес в Україні на сьогоднішній день належить до поширених видів підприємницької діяльності, а це значить, що в цій галузі існує велика конкуренція. Але навіть при наявності конкурентів цей бізнес є затребуваним і досить прибутковим видом підприємництва. Рівень суперництва в сфері роздрібною торгівлі меблями є надзвичайно високим, тому потрібно заздалегідь подбати про можливі конкурентні переваги. Насамперед, виділитися можна асортиментом товару. Отже, на нашу думку, доцільно відкрити стандартний магазин меблів, проте з певною спеціалізацією, яка буде відображена навіть в його назві – «Пан Диван». Для організації бізнесу у сфері роздрібною продажу меблів планується створити товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). З точки зору оподаткування доцільно обрати спрощену систему, а саме – 3-ю групу.

2. В результаті проведеного дослідження вважаємо, що виробництво меблів в Україні є потенціальним, оскільки потреба в оновленні меблів знаходиться в залежності як від рівня доходів населення, так і бажань мати меблі високого рівня якості та екологічності. Отже, він є надзвичайно привабливим для операторів із зростанням кількості конкурентів. Сучасний ринок меблів в Україні демонструє зростання, що обумовлено збільшенням обсягів внутрішнього виробництва.

3. В результаті розрахунку середнього значення впливу по кожній конкурентній силі за 3-х бальною шкали було отримано результати, котрі свідчать, що коефіцієнти при індексах відображають відносну вагомість впливу конкурентних сил на магазин «Пан диван». Найбільш важливою, як ми можемо спостерігати, є сила впливу меблевої продукції-замінників (2,75) та конкуренція між існуючими підприємствами на ринку меблів (2,57). Показник загального впливу конкурентного середовища на рівні більше 2,5 означає несприятливе конкурентне середовище для розвитку магазину «Пан диван» та, як наслідок, значний вплив конкурентних сил.

4. Проаналізувавши матрицю зваженої оцінки конкурентних переваг магазину «Пан диван» слід констатувати, що більш привабливим та конкурентоспроможними є такий вик продукція як дивани. Зроблено пропозиції щодо розширення комплексу заходів з підвищення конкурентоспроможності таких видів меблевої продукції, як крісла та пуфи, ліжка.

5. Стосовно підвищення конкурентоспроможності за видами меблевої продукції магазину «Пан диван» можемо стверджувати наступне:

– високою конкурентною привабливістю обладують дивани і дитячі меблі. Для цієї групи меблів доцільно буде впроваджувати стратегії розвитку та підтримки конкурентних позицій за рахунок пріоритетного інвестування та можливого потенційного залучення інноваційних рішень;

– середній конкурентний статус і низьку привабливість на ринку мають крісла, пуфи та ліжка. Для активізації цього сегменту меблів бажано впроваджувати нову стратегію, зокрема зняття вершків.

6. За допомогою методу SWOT-аналізу оцінено вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Пан диван». До сильних сторін відноситься наступне: репутація серед клієнтів магазину меблів; якість меблів; наявність кваліфікованого торгового персоналу; досвід роботи на ринку меблів; довіра до нинішнього керівництва магазину з боку персоналу; надійні постачальники меблів.

До слабких: відсутність Інтернет-магазину; високі витрати, пов'язані з закупкою меблів; відсутність сайту компанії; відсутність просування в соціальній мережі Instagram; відсутність посади маркетолога; маркетингова діяльність на низькому рівні; відсутність чіткої маркетингової стратегії.

До можливостей компанії віднесено: збільшення долі ринку меблів, розширення збутової мережі, відкриття нових магазинів в різних районах м. Одеси, залучення коштів інвесторів для реалізації повномасштабної маркетингової програми просування меблів.

7. При обґрунтуванні інвестиційних витрат на створення магазину меблів «Пан Диван» ми дійшли до наступного:

- вагоме місце у структурі стартових витрат займає ремонт приміщення (24,6%), закупка комп'ютерної та офісної техніки (18,3%). Проте основною статтею початкових витрат, із часткою 33,4%, є закупівля товарних зразків.

- початкові витрати на реалізацію проекту створення меблевого магазину «Пан Диван» склали 163,2 тис. грн.

- у якості джерел фінансування використовуватимуться власні кошти автору бізнес – ідеї та банківський позика у розмірі 284,1 тис. грн. Враховуючи достатньо великі стартові витрати для реалізації проекту планується залучити позику у «Приватбанку».

8. За результатом аналізу Постійних витрат магазину «Пан Диван» було визначено, що серед постійних витрат найбільшу частку (майже 85%) займають витрати на заробітну плату. Режим роботи салону припускає відсутність вихідних днів та обідньої перерви, тому персонал буде змінювати один одного згідно з графіком графіком, із дотриманням КЗпП України.

9. Загальний щомісячний фонд оплати праці складає 135 тис. грн.. передбачає також нарахування єдиного соціального внеску у розмірі 29,7 тис. грн. (за ставкою 22%). Сумарно заробітна плата з нарахуваннями складе 164,7 тис. грн.

10. Дані отримані з балансу кеш-фло свідчать про те, що до кінця 2022 року діяльність підприємства буде збитковою (баланс готівки на кінець періоду складе - 125,626 тис грн., а потім почнеться період наростаючої прибутковості. Також, аналізуючи показники ефективності проєкту можна спостерігати, що чистий приведений дохід є позитивним (дорівнює 4295 тис. грн.), що свідчить про доцільність та ефективність відкриття меблевого салону.

11. Проаналізувавши чутливість проєкту створюваного магазину меблів «Пан Диван» ми дійшли висновку, що для проєкту вкрай вразливими чинниками, зміна яких може привести до стану збитковості є ціна збуту при зменшенні на 20%.

12. Запропоновані практичні заходи для зменшення ризиків при відкритті магазину меблів «Пан Диван» та зроблено висновок, що програма зменшення ризиків спрямована, насамперед, на мікросередовище і не охоплює інвестиційних і політично-інституційних ризиків. Зазначені ризики зв'язані між собою і практично не залежать від якості господарської діяльності новоствореного салону. Зменшити дію маркетингових ризиків, пов'язаних із впливом макросередовища, можна шляхом диверсифікації виробництва і збуту, ретельним вибором напрямків і видів діяльності таким чином, щоб максимально використовувати сприятливі можливості і мінімізувати дію деструктивних факторів.

АНОТАЦІЯ

Темний К. І. «Економічне обґрунтування проєкту створення магазину меблів».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі розглянуто теоретичні, методологічні та прикладні аспекти відкриття магазину меблів. Зокрема проаналізовано поточну кон'юнктуру ситуацію на ринку меблів; оцінено внутрішні конкурентні переваги новостворюваного бізнесу; обґрунтовано інвестиційні витрати на створення магазину меблів «Пан Диван»; здійснено прогноз поточних витрат та доходів від функціонування магазину меблів «Пан Диван»; розраховано критерії ефективності проєкту; оцінено ризики в сфері роздрібною торгівлі меблями та шляхи їхньої мінімізації.

Ключові слова: підприємництво, меблевий бізнес, SWOT, ризики, прибуток, витрати.

ANNOTATION

Temnyi K. "The economic justification of the project of creation of the furniture store".

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities" for the educational program “Economics and business planning”.

Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The paper considers theoretical, methodological and applied aspects of opening a furniture store. In particular, the current situation on the furniture market is analyzed; the internal competitive advantages of the newly created business are assessed; investment costs for the creation of a furniture store "Pan Sofa" are substantiated; the forecast of current expenses and income from the operation of the furniture store "Pan Sofa" was made; project efficiency criteria are calculated; risks in the field of furniture retail and ways to minimize them are assessed.

Keywords: entrepreneurship, furniture business, SWOT, risks, profit, expenses.