

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ А.В. Андрейченко

“30” травня 2022 р.

РЕФЕРАТ

КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

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

на тему: «**Економічне обґрунтування проєкту створення магазину з
продажу верхнього одягу**»

Виконавець:

студент ФЕУП

Оржеховський Павло Дмитрович _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Клевцевич Наталія Анатоліївна _____

/підпис/

Одеса 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Ідея відкриття магазину верхнього одягу дуже приваблива для представників малого бізнесу. Сфера торгівлі одна з найбільш перспективних ніш для підприємців-початківців. Причому торгувати одягом дещо простіше, ніж продуктами, хоча б тому, що такі товари не мають обмеженого терміну придатності. Їх завжди можна знизити ціну або провести акцію.

Одяг - один з найбільш популярних товарів масового споживання. Тому не дивно, що в багатьох ТЦ переважають саме магазини одягу. До того ж, з боку законодавства в плані організації і ведення бізнесу вимоги тут мінімальні.

Будь-яка сім'я, незалежно від рівня доходу, соціального статусу або життєвих підвалин, потребує одягу. Остання має властивість зношуватися і застарівати. Сучасна людина схильна до тенденцій моди, тому часто вирішує купити ту чи іншу річ, тому що вона в тренді.

Бажаючи відкрити власний магазин одягу, підприємець, в першу чергу, замислюється про те, які переваги і недоліки є у цього формату бізнесу. До плюсів можна віднести наступні особливості:

- Велика кількість потенційних покупців. Якщо у випадку з відкриттям книгарні чи магазину товарів для творчості цільова аудиторія охоплює не більше половини жителів міста (на ділі ще менше), то залучити одягом можна майже будь-якого, особливо якщо пропонувати товари для чоловіків, жінок і дітей одночасно.
- Самостійний вибір сегмента ринку. Майбутній бізнесмен сам може вибрати, в якому напрямку йому працювати, чи відкривати стаціонарний магазин або продавати одяг по інтернету. Він також визначає ціновий рівень, середній вік свого покупця.
- Різноманітність категорій товарів. Необов'язково продавати повсякденний одяг або товари одного бренду. Наприклад, можна відкрити магазин спортивного одягу, ділових костюмів, нижньої білизни і так далі - варіантів дуже багато.
- Великі можливості в плані отримання доходу. Практично весь одяг отримує високу націнку, особливо це стосується брендових товарів з бутиків. В результаті підприємець отримує відчутний прибуток, просто перепродуючи готові вироби.
- Актуальність бізнесу не тільки в оффлайн-, але і в онлайн-просторі. Одяг - одна з найбільш популярних категорій товарів, що купуються в інтернеті. Такий же попит в інтернеті має хіба що побутова техніка, електроніка та аксесуари. Крім того, обидва формати бізнесу можна поєднати, збільшивши тим самим не тільки рівень прибутку, але і рентабельність.

До плюсів також можна віднести простоту відкриття магазину, відсутність необхідності мати особливі навички або спеціальну освіту. Навіть людина, ніколи не працюючий в сфері торгівлі, може розібратися в бізнес-процесах і організувати прибуткову справу. Але є у цієї ідеї і свої мінуси:

- серйозна конкуренція на ринку;
- сильна прихильність до брендів з боку покупців;
- темпи зростання ринку одягу не великі - близько 2 - 5% в рік;

- велика частина продажів доводиться на 20 - 30 відомих монобрендових магазинів (а в онлайн-продажах 80% обороту належить 7 - 10 компаніям);
- можливі різкі зміни моди, які роблять одяг неактуальним (за підсумком його доводиться продавати дешевше, ніж планувалося).

Особливої зростання в цій сфері не спостерігається, навпаки, іноді можливі навіть невеликі спади. Істотне уповільнення відбулося в 2014 - 2019 роках. Це пояснюється істотним падінням курсу гривні і економічною кризою в країні. Обсяги витрат населення ростуть незначно, при цьому ціни збільшуються на 4 - 12% в рік в середньому. Звідси можна зробити висновок, що люди: віддають перевагу більш дешевому одягу; стали купувати менше одягу через низьку купівельну спроможність.

При цьому відкриття власного магазину одягу залишається актуальним форматом бізнесу. Однак відкривати торгові точки краще під відомим брендом, придбавши франшизу. Розвиток власного виробництва зажадає серйозних капіталовкладень, а продаж виробів невідомих виробників принесе куди менший дохід.

Варто подумати про відкриття онлайн-магазину. Цей варіант вимагає менших стартових витрат. До того ж, в разі невдачі фінансові втрати виявляться куди нижче. Роботу такого магазину можна організувати самостійно - створити сайт, закупити товар і обслуговувати клієнтів дистанційно без залучення персоналу.

Незважаючи на зміщення інтересів покупців у бік інтернет-магазинів і монобрендових магазинів, у підприємця є можливість відкрити успішну справу і в стаціонарній торгівлі одягу. Головне в такому випадку - правильно підібрати асортимент і залучити покупців.

Метою роботи є розробка проєкту створення підприємства і оцінка його ефективності.

Виконання поставленої мети реалізується через послідовне вирішення таких завдань:

- розглянути теоретичні аспекти започаткування власної справи у сфері роздрібної торгівлі.
- вивчити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі одягом.
- сформулювати концепцію створення магазину з продажу одягу та обґрунтувати вибір організаційно-правової форми новостворюваного бізнесу.
- проаналізувати конкурентне середовище на ринку роздрібної торгівлі в м. Одеса.
- провести SWOT-аналіз створюваного підприємства.
- сформулювати витрати на створення та функціонування бізнесу.
- спрогнозувати прибуток від реалізації послуг магазину з продажу одягу.
- розрахувати показники економічної ефективності проєкту.
- проаналізувати можливі ризики при відкритті та функціонуванні магазину з продажу одягу та запропонувати заходи щодо їх запобігання.

Предметом дослідження є розробка бізнес ідеї започаткування власної справи в сфері роздрібною торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес створення магазину верхнього одягу.

Методи дослідження. Були застосовані такі методи дослідження як метод порівняння при дослідженні конкурентної середовища, синтезу, аналізу при аналізі ринку, графічні методи для відображення показників та маркетингові методи при розробці SWOT аналізу – для встановлення зв'язків між найхарактернішими для магазину з продажу одягу можливостями, загрозами, сильними сторонами та слабкостями; спостереження – моніторинг за діями конкурентів. В процесі обробки інформації використовувалась комп'ютерна програма Microsoft Excel для створення таблиць і для розрахунків показників.

Інформативна база дослідження. У якості інформативної бази дослідженні використовувалися законодавчі та нормативні документи, статистичні матеріали, періодичні видання, інтернет джерела.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 81 сторінка. Основний зміст викладено на 79 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ» розглянуто сутність створюваного підприємства, обрано та проаналізовано організаційно-правову форму, а також визначено усі законодавчі аспекти. У другому розділі «АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ ВЕРХНЬОГО ОДЯГУ» проаналізовано конкурентне середовище створюваного магазину верхнього одягу, було досліджено, якими кадрами має бути забезпечений магазин, а також були проаналізовані стартові та поточні витрати для відкриття бізнесу. У третьому розділі «ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ» запропоновано шляхи мінімізації ризиків підприємства, були проаналізовані показники ефективності і розглянуті та розраховані джерела доходів майбутнього магазину.

ВИСНОВКИ

1. Торгівля, яка зародилася ще в надрах первіснообщинного ладу, постійно розвивається, стає панівною формою обміну товарів та послуг. Основна роль торгівлі визначається, перш за все, тим, що вона виступає зв'язковою ланкою між виробництвом і споживанням, тим самим здійснюючи активний вплив як на виробництво, так і на споживання. Для успішного вирішення цього завдання торгівля повинна постійно вдосконалювати свою роботу з вивчення купівельного попиту з тим, щоб на цій основі грамотно і економічно обґрунтовано складати замовлення на виробництво, кваліфіковано вирішувати питання комерційної роботи з їх закупівлі й продажу.

2. Планується працювати за всіма нормами та законами України. Та дотримуватися пожежних та санітарно гігієнічних норм. З усіх вище перерахованих організаційно-правових форм була обрано форма ведення господарської діяльності як ФОП, так як вона є найбільш оптимальною для відкриття невеликого магазину. У зв'язку з цим і була обрана система оподаткування. Для реалізації проєкту планується зареєструватися як фізична особа – підприємець та обрати спрощену систему оподаткування (2 група).

3. Стоковий магазин - це своєрідний фільтр фешн - індустрії. В нього надходять всі надлишки і залишки з магазинів вищого гатунку, які, незважаючи на відому фірму, так і не знайшли собі господаря. У всьому світі одяг та взуття «stock» популярні вже кілька десятиліть років. Здебільшого завдяки високій якості та доступним цінам. Постачальники одягу для стокових магазинів пропонують різні чоловічі, жіночі, дитячі речі поточного або минулого сезонів. Тут збираються яскраві колекції ексклюзивних фасонів, які підприємці вибирають залежно від специфіки своєї роботи.

4. Щорічні темпи падіння вітчизняного ринку одягу в доларовому еквіваленті, в посткризовий період, складають 10-15%, а у 2021-му році обсяг ринку склав трохи більше ніж 6 млрд. дол. Отже перспективи є, насамперед, у нижньому та середньому цінових сегментах, до яких відноситься і сток.

5. Основними конкурентними перевагами стокового магазину можуть 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.

6. Стартові витрати складуть 531 000 грн. Для того щоб отримати гроші в повному обсязі планується взяти кредит на суму 150 00 грн. під 30% річних на 16 місяців, при цьому щомісячні виплати складуть 11 489,85 грн.

7. Розрахунок плану з прибутків підтверджує ефективність проєкту, який стає прибутковим вже на першому повноцінному році роботи. Наприкінці життєвого циклу проєкту у 2026 році значення чистого прибутку знаходитиметься на рівні понад 1 млн. грн

8. Значення дисконтованих критеріїв ефективності підтверджує доцільність реалізації проєкту відкриття магазину з продажу верхнього одягу. В даному випадку при ставці дисконтування 26%, період окупності склав 11 місяців, а дисконтує мий період окупності 12 місяців. За даним проєктом середня норма рентабельності склала 256,56 %. NPV за вказаним проєктом склало 2160471 грн. Для даного проєкту PI склало 7,17 що є більшим за одиницю тому можна вважати проєкт ефективним. При розробці проєкту відкриття магазину одягу IRR дорівнює 324,7 %, що свідчить про те, що проєкт є достатньо стійким до ризиків і має певний запас міцності.

9. Для мінімізації інвестиційних ризиків нашого магазину доцільно використовувати методи страхування та диверсифікації як такі, що найбільш оптимально поєднують «можливості–витрати», що є головним критерієм для їх застосування. Метод залучення додаткової інформації теж характеризується ефективністю, проте його використання обмежене високими витратами на реалізацію. Використання методів хеджування та лімітації є економічно невиправданим. Таким чином, вибір найбільш ефективного методу мінімізації

інвестиційного ризику підприємства повинен базуватися на оцінці можливості застосування методу на підприємстві та витрат від його реалізації і зіставлення цих параметрів. Отримані результати стають основою для обґрунтованого вибору методу мінімізації інвестиційного ризику.

АНОТАЦІЯ

Оржеховський П.Д. «Економічне обґрунтування проекту створення магазину з продажу верхнього одягу»

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.

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину з продажу верхнього одягу. У роботі досліджується можливість започаткування власного бізнесу в Одесі в сфері роздрібною торгівлі: розглянуто загальну концепцію бізнесу, проаналізовано умови організації та здійснення підприємницької діяльності. Пропонується проект створення магазину з продажу одягу. Сформовано стартовий капітал на реалізацію проекту, розраховані поточні витрати на функціонування магазину та спрогнозований прибуток від реалізації послуг магазину. Здійснено економічне обґрунтування доцільності реалізації проекту, розглянуті можливі ризики та шляхи їх мінімізації.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: бізнес-ідея, магазин з продажу одягу, ринок роздрібною торгівлі, проект, прибутковість, ефективність, ризик.

ANNOTATION

Orzhekhovsky P.D. "The economic justification of the project of creation of the shop is on the sale of outerwear"

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities" in the educational program "Economics and Business Planning". - Odessa National Economic University. - Odesa, 2022.

The final work consists of three sections. The object of research is the process of substantiating the expediency of creating an outerwear store. The paper investigates the possibility of starting your own business in Odessa in the field of retail trade: the general concept of business is considered, the conditions of organization and implementation of entrepreneurial activity are analyzed. A project to create a clothing store is proposed. The start-up capital for the project implementation has been formed, the current costs for the operation of the store and the projected profit from the sale of the store's services have been calculated. The economic substantiation of expediency of project realization is carried out, possible risks and ways of their minimization are considered.

KEY WORDS: business idea, clothing store, retail market, project, profitability, efficiency, risk.