

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

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 продовольчого магазину»

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Лях Зиновія Василівна _____

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Фіалковська Анастасія Андріївна _____

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Роздрібна торгівля є стартовим майданчиком для нового циклу виробництва і обігу, оскільки товар перетворюється на гроші. При роздрібній торгівлі товари переходять зі сфери обігу у сферу колективного, індивідуального, особистого споживання, тобто стають власністю споживачів. Покупці через роздрібну торгівлю оптимально задовольняють свої потреби, а роздрібна торгівля, враховуючи в своєму асортименті побажання покупців, може більше продати товарів і забезпечити собі комерційний успіх.

Підприємство у сфері роздрібної торгівлі відіграє значну роль в активізації економічних процесів, зокрема: забезпечує встановлення збалансованого ринку, сприяє формуванню оптимальних пропорцій між виробництвом та суміжними сферами, виявляє попит на товари, стимулює виробниче підприємство, здійснює ефективний товарний оборот, задовольняє потреби населення у товарах та послугах, стимулює діяльність суб'єктів ринку, робить відповідний внесок у формування доходів державного і місцевого бюджетів за рахунок сплати податків.

Крім того, підприємство у сфері роздрібної торгівлі дозволяє всім учасникам комерційного обороту вигідно співпрацювати на основі планування, реалізації торгових операцій, закладає основу для формування виробничих програм та перспективних напрямів щодо випуску продукції за кількісними та якісними параметрами, асортиментною структурою. А це, у свою чергу, свідчить про те, що комерція визначає економічний стан промислового підприємства, його успіх на товарному ринку. Якщо вироблена продукція не буде реалізована у сфері торгівлі в намічених обсягах, це негативно впливатиме на господарсько-фінансову діяльність промислових підприємств.

Обране у якості бізнес-ідеї у в сфері роздрібної торгівлі відкриття магазину ковбасних виробів може бути актуальним відразу з кількох причин. По-перше, популярність продуктів харчування на основі м'яса. Дійсно, ковбасні вироби є дуже затребуваним продуктом в багатьох країнах, включаючи Україну. Тому, відкривши магазин, є можливість задовольняти потреби клієнтів та заробляти на цьому. По-друге, наявність постачальників, адже Україна відома своєю високоякісною ковбасою. По-третє, все ще відносно низька конкуренція в деяких сегментах ринку ковбасних виробів, зокрема, локальної крафтової продукції, що обумовлює перспективи подальшого зростання бізнесу. Отже обрана тема кваліфікаційної роботи є актуальною та перспективною.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування, та прикладні аспекти створення бізнесу в сфері роздрібної торгівлі ковбасними виробами.

Мета кваліфікаційної роботи досягається через наступні завдання:

- сформулювати бізнес-ідею щодо відкриття магазину ковбасних виробів;

- охарактеризувати умови ведення підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі;
- обґрунтувати вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування;
- проаналізувати поточну кон'юнктурну ситуацію на ринку ковбасних виробів;
- оцінити внутрішні конкурентні переваги новостворюваного бізнесу;
- визначити інвестиційні та операційні витрати магазину ковбасних виробів;
- сформулювати план доходів та прибутку магазину ковбасних виробів;
- розрахувати критерії ефективності функціонування магазину ковбасних виробів;
- оцінити ризики в сфері роздрібної торгівлі продуктами харчування та визначити шляхи їхньої мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи в сфері роздрібної торгівлі продуктами харчування.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності відкриття магазину ковбасних виробів.

Методи дослідження. В кваліфікаційній роботі були використані такі методи: загальнонаукові (дедукції, індукції, аналізу, синтезу) при побудові загальної концепції організації власної справи у сфері роздрібної торгівлі; економіко-математичні та статистичні в процесі аналізу ринкових процесів на ринку ковбасних виробів та відповідного конкурентного середовища; маркетингові при оцінці доцільності відкриття магазину; графічні – для наочного відображення отриманих результатів. Для розрахунків показників ефективності магазину ковбасних виробів використовувався програмний продукт «Microsoft Excel».

Інформаційною базою дослідження виступають наукові статті та монографії українських та іноземних дослідників, Закони України та інші нормативно-правові акти, дані статистичної та аналітичної звітності підприємств у сфері роздрібної торгівлі, інформація з відкритих джерел мережі Інтернет.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (34 найменування). Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Загальна концепція організації власної справи у сфері роздрібної торгівлі*» охарактеризовано бізнес-ідею щодо започаткування власної справи у сфері роздрібної торгівлі продовольчими товарами; проаналізовано нормативно-правовий базис торгівельної

діяльності; обґрунтовано вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування.

У другому розділі *«Аналітична оцінка можливості створення магазину ковбасних виробів»* проаналізовано поточну кон'юнктуру ситуацію на ринку ковбасних виробів та визначені внутрішні конкурентні переваги новоствореного магазину. Сформовано інвестиційні витрати на створення магазину.

У третьому розділі *«Оцінка економічної ефективності проєкту створення магазину ковбасних виробів»* спрогнозовано поточні витрати та доходи від функціонування магазину ковбасних виробів. Проведено оцінку економічної ефективності проєкту. Проаналізовані можливі ризики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних та практичних аспектів реалізації бізнес-ідеї в сфері в сфері роздрібної торгівлі продуктами харчування у кваліфікаційній роботі зроблено наступні висновки.

1. Серед найбільш перспективних об'єктів для роздрібної торгівлі чільне місце займають продовольчі товари, зокрема, ковбасні вироби. Ковбасна та м'ясна продукція займає четверту позицію в шкалі продуктів, що користуються постійним попитом у населення, поступаючись лише фруктам, овочам, молочним та хлібобулочним виробам. Отже бізнес-ідею щодо створення магазину ковбасних виробів можна вважати своєчасною та актуальною.

2. За КВЕД роздрібну торгівлю класифікують насамперед за типом місця торгівлі. Торгівля ковбасними виробами відноситься до групи 47.2 «Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах» і класу 47.22 «Роздрібна торгівля м'ясом і м'ясними продуктами в спеціалізованих магазинах».

3. Для організації бізнесу у сфері роздрібної торгівлі ковбасними виробами планується створити юридичну особу, а саме, товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). З точки зору оподаткування доцільно обрати спрощену систему, а саме – 3-ю групу і сплачувати податок у розмірі 5% від обсягу доходу.

4. Серед основних особливостей сучасного ринку ковбасних виробів в Україні слід відзначити наступні: ринок досяг насичення, надлишок ковбасних виробів у торгових точках орієнтує виробників на випуск високоякісної продукції під власними брендами, основною вимогою споживачів до ковбасних виробів є стабільна якість, ринок зайнятий невеликою кількістю провідних виробників, які утримують 80% ринку і, паралельно із цим відбувається подрібнення ринкових сегментів.

5. В Одесі, як і в інших містах, ковбасні вироби можна придбати у різних торговельних закладах. Це, насамперед, супермаркети та гіпермаркети («Сільпо», «АТБ», «Копійка», «Таврія В»), магазини які спеціалізуються на

продажі продуктів харчування, включаючи ковбасні вироби; спеціалізовані крамниці та лавки – дрібні та середні торговельні заклади, як локальні, так і мережеві («Пан Кабан», «2 Бичка», «Дон М'ясон»); ринки («Привоз», «Новий ринок»); суб'єкти онлайн торгівлі продуктами харчування.

6. Сукупні початкові інвестиції у відкриття магазину ковбасних виробів складають 317 тис. грн. В їхній структурі найбільшу частку 46,8% займає закупівля стартової партії товару, на другому місці (31,1%) – покупка торговельного обладнання.

7. В перший рік функціонування постійні витрати магазину ковбасних виробів складатимуть 128,8 тис. грн на місяць, але у подальшому вони мають змінюватися. Серед постійних витрат переважна більшість (майже 75%) доводиться на заробітну плату з нарахуваннями. Щоденна виручка планується на рівні 19,5 тис. грн. Тобто виручка за місяць – 675 тис. грн. Прогнозований прибуток за рік функціонування магазину ковбасних виробів складає 322,8 тис. грн.

8. При ставці дисконту у 27%, дисконтований період окупності складе 12 місяців. Чистий приведений дохід склав 524,8 тис. грн. Індекс прибутковості інвестицій 1,51 перевищує мінімальне нормативне значення, що свідчить про доцільність проекту та його комерційну ефективність. Значення показника внутрішньої норми рентабельності (65,2%) перевищує значення ставки дисконтування, що свідчить про достатню міцність проекту та його стійкість до ризиків.

9. Аналіз безбитковості свідчить, що по всім видам продукції коефіцієнт безпеки значно перевищує нормативний рівень у 30% і в середньому перевищує 100%, що є свідомством високої надійності комерційної діяльності магазину ковбасних виробів.

АНОТАЦІЯ

Лях Зиновія Василівна «Економічне обґрунтування проекту створення продовольчого магазину».

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, 2023.

У роботі розглядаються охарактеризовано бізнес-ідею щодо започаткування власної справи у сфері роздрібною торгівлі продовольчими товарами. Проаналізовано нормативно-правовий базис торговельної діяльності. Обґрунтовано вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування.

Проаналізовано поточну кон'юнктуру ситуацію на ринку ковбасних виробів та визначені внутрішні конкурентні переваги новоствореного магазину. Сформовано інвестиційні витрати на створення магазину.

Спрогнозовано поточні витрати та доходи від функціонування магазину ковбасних виробів. Проведено оцінку економічної ефективності проєкту. Проаналізовані можливі ризики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: магазин, роздрібна торгівля, ковбасні вироби, бізнес-ідея, проєкт, прибутковість, ефективність, доцільність, ризик.

ANNOTATION

Liakh Zynoviia. "Economic substantiation for the project of creating a grocery store".

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty "076 "Entrepreneurship, trade and stock market activity" under the educational program "Economics and business planning". Odesa National Economic University. Odesa, 2023.

A business idea for starting one's own business in the field of retail trade of food products has been considered and characterized in the work. The regulatory and legal basis of trading activity has been analyzed. The choice of organizational and legal form of business and taxation system has been justified.

The current economic situation on the sausage market has been analyzed and the internal competitive advantages of the newly opened store have been determined. Investment costs for the creation of a store have been formed.

Current expenses and income from the operation of the sausage shop have been forecast. An assessment of the economic efficiency of the project has been carried out. Possible risks have been analyzed and measures to minimize them have been proposed.

Key words: store, retail, sausage products, business idea, project, profitability, efficiency, feasibility, risk.