

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ___ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»
на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ
МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ»**

Виконавець:

студент ФЕУП

Коваль Ілля Юрійович _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Колесник Ольга Олексіївна _____

ОДЕСА 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення магазину з продажу товарів для спорту	6
1.2. Умови здійснення підприємницької діяльності в Україні	13
1.3. Вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування для новостворюваного бізнесу.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ СПОРТТОВАРІВ	27
2.1. Аналіз вітчизняного ринку спортивних товарів	27
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу.....	30
2.3. Формування витрат на відкриття магазину з продажу спортивних товарів.....	39
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ МАГАЗИНУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ	49
3.1. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту	49
3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання	52
ВИСНОВКИ	60
Список використаних джерел.....	63
Додатки.....	67

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Популярність здорового образу життя сьогодні зростає в усьому світі, що спричиняє підвищення попиту на послуги спортивних секцій та клубів. Це пов'язано зі зміною цінностей, спричиненого спочатку пандемією, а наразі повномасштабною війною. Серед основних змін відбувається перехід до активного та здорового способу життя, швидко зростають продажі спортивної атрибутики та спеціалізованих продуктів харчування.

Навряд чи зараз залишилися люди, яких треба переконувати в користі здорового способу життя і занять спортом. Все більше українців від теоретичних міркувань переходять до практики, і це позначається на динаміці виробництва спортивного одягу, взуття, спорядження, тренажерів і т.д. В останні п'ять років попит на спортивні товари в Україні зростає, хоча при цьому їх виробництво так і не стало економічно ефективною сферою діяльності. Спортивні товари та послуги набувають все більшої популярності в Україні. Навіть у важкий період життя українців, коли подовжено військовий стан в країні, фітнес не втрачає популярності серед населення. Маємо зазначити також, що зростає попит на спортивні бренди внаслідок зміни пріоритетів у бік комфортного одягу та взуття. Це відкриває нові можливості для продажу спортивного обладнання, одягу, взуття та аксесуарів. Дослідженню започаткування та провадження бізнесу, конкурентоспроможності вітчизняних товарів та управлінню якістю продукції приділяли увагу багато зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема Траченко Л.А. [35], Доброва Н.В. [36], Карпов В.А. [37], Кічук Н.В. [38], Андрейченко А.В. [39], Захарченко Н.В. [40], але з огляду на турбулентність зовнішнього середовища та надскладні умови функціонування вітчизняного бізнесу в умовах війни багато питань залишаються неірішеними. Саме тому започаткування магазину спортивних товарів на українському ринку має велике значення в зв'язку з переліченими чинниками.

Мета кваліфікаційної роботи. Теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері торгівлі.

Завдання дослідження. Для досягнення мети кваліфікаційної роботи необхідно вирішити наступні завдання:

- надати характеристику бізнес-ідеї створення магазину з продажу товарів для спорту;
- обґрунтувати умови здійснення підприємницької діяльності в Україні;
- визначити вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування для новостворюваного бізнесу;
- проаналізувати вітчизняний ринок спортивних товарів;
- здійснити оцінку внутрішніх конкурентних переваг бізнесу;
- сформулювати витрати на відкриття магазину з продажу спортивних товарів;
- здійснити розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту;
- проаналізувати можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – це процес обґрунтування доцільності створення відкриття магазину з продажу спортивних товарів в місті Одеса.

Предметом дослідження є бізнес-проєктування започаткування власної справи у сфері торгівлі спортивних товарів.

Методи дослідження. Для вирішення завдань дослідження використані наступні методи: методи загально наукового характеру включали аналіз, синтез та моделювання. Серед спеціалізованих методів застосовувалися SWOT-аналіз, спостереження, опитування, експертні оцінки, порівняльний аналіз та розрахунки. Для обробки отриманих даних використовувалися програмні засоби MS Excel та статистичні методи.

Інформаційна база дослідження. Для підготовки кваліфікаційної роботи було використано різноманітні джерела інформації, включаючи законодавство України, офіційні дані від органів державної статистики, звітність діяльності

підприємств у сфері торгівлі спортивними товарами, результати маркетингових досліджень ринку спортивних товарів, а також публікації та монографічні видання вітчизняних та іноземних науковців, матеріали конференцій і монографічних досліджень. Додатково була використана актуальна інформація, знайдена в Інтернеті щодо діючих нормативно-законодавчих актів України.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 4 рисунки.

ВИСНОВКИ

1. Бізнес-ідея магазину спортивних товарів в Україні має низку перспектив, які підтверджують її актуальність. По-перше, це зростання популярності здорового способу життя. Соціологічні дослідження свідчать про те, що понад 10% українців ведуть активний спосіб життя, і цей показник постійно зростає. Це створює стійкий попит на спортивний одяг, взуття, харчування та інвентар. По-друге, очікується, що українська економіка почне відновлюватися, що може стимулювати розвиток нових підприємств, включаючи магазини спортивних товарів. В-третьє, аналіз ринку показує динаміку розвитку, конкуренція посилюється, а позиції великих міжнародних компаній стають міцнішими. І, наостанок, це підтримка вітчизняного виробника. У воєнний час актуальним є виробництво тканин, пошиття одягу та взуття, що може бути інтегровано в концепцію магазину, який пропонує товари українського виробництва.

2. Торгівля спортивними товарами в Україні регулюється низкою законодавчих актів, які залежать від виду та особливості продукції. Основні закони, що стосуються цієї сфери, включають: Закон України "Про фізичну культуру і спорт" від 24.12.1993 р. № 3808-ХІІ. Цей закон визначає правову, соціальну, економічну та організаційну структуру розвитку фізичної культури та спорту в Україні. Він також регламентує участь державних органів, посадових осіб, а також підприємств, установ та організацій, незалежно від форм власності, у зміцненні здоров'я громадян, досягненні високого рівня працездатності та довголіття за допомогою фізичної культури та спорту.

3. ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю) є оптимальною формою ведення бізнесу для магазину спортивних товарів з кількох причин: 1) обмежена відповідальність. Власники ТОВ не несуть собистої відповідальності за борги та зобов'язання компанії. Це означає, що у разі виникнення проблем їх особисте майно буде захищене; 2) легкість залучення інвестицій та кредитів. ТОВ вважається більш привабливою формою ведення бізнесу для інвесторів та

кредиторів, порівняно з іншими формами, такими як ФОП. Це пов'язано з чітким розмежуванням особистих та корпоративних ресурсів; 3) підходить для бізнесу з високими витратами. ТОВ може бути кращим вибором для магазину спортивних товарів, де очікуються значні витрати на закупівлю товарів, рекламу та інші операційні витрати. Власники ТОВ можуть розраховувати на більш сприятливі умови кредитування та доступ до інвестицій, що може допомогти їм фінансувати свою діяльність.

4. Український ринок одягу наразі має незадоволений попит на продукти сегменту "швидкої моди". В умовах економічної нестабільності зростає потреба в одязі низької цінової категорії, а також у вживаному одязі. В довгостроковій перспективі очікується, що розвиток цієї галузі буде йти шляхом технологічних інновацій, можливо з використанням штучного інтелекту та/або доповненої реальності. Це може включати: використання штучного інтелекту для персоналізації рекомендацій одягу покупцям; застосування доповненої реальності для віртуальної примірки одягу; розробку онлайн-платформ для продажу та обміну вживаним одягом. В цілому, ринок одягу в Україні має значний потенціал для розвитку, і магазини одягу, які зможуть адаптуватися до нових тенденцій та технологій, зможуть досягти успіху.

5. Враховуючи аналіз зазначених конкурентів новоствореного магазину є можливість зайняти нішу дешевого одягу на кожен день для молоді і для людей, які цінують свободу в одязі українського виробництва. Основним конкурентом в такому ціновому діапазоні з українським виробництвом є магазин «STAFF», який завоював любов у молоді. Новостворений магазин з продажу спортивних товарів планується відкрити за адресою: вул. Ак. Глушка 16, пл. вул. Незалежності. Первагою розташування магазину є відсутність конкурентів та наявність спортивних клубів, фітнес-центрів та шкіл. Найважливішим клієнтом для магазину є молодь віком від 20 до 35 років, оскільки ця група клієнтів є основним цільовим ринком і має великий потенціал для збуту. Вони становлять основну частку нашої клієнтської бази і визначають специфіку асортименту та маркетингових стратегій. Вони часто займаються спортом, фітнесом та здоровим

способом життя, і, отже, потребують сучасного та стильного спортивного одягу та взуття. Ці клієнти також можуть шукати комфортний та функціональний одяг для повсякденного носіння.

6. В дослідженні було сформовано витрати на відкриття магазину з продажу спортивних товарів. З нього можна зробити висновки, що більша частина коштів у складі щомісячних витрат (85 263,6 грн) піде на закупку товарів на продаж та оплату заробітної плати – 67 000 грн. Повна собівартість одиниці товару складає 2050,47 грн., при заданій рентабельності 17%, ціна буде складати 3555 грн (з ПДВ). При середньомісячному чистому прибутку, який становить 82 894,33 грн., термінокупності магазину складе 5 місяців.

7. Аналіз ефективності проєкту показав, що дохід від реалізації. (в т. ч. ПДВ) за перший місяць роботи магазину складе 213300 грн, а наприкінці року – 597240 грн. Разом за рік магазин отримає доходу 5 897 745 грн. Чистий прибуток за такий же період відповідно складе – 17 540,6 грн, 180 309,97 грн (за 12 місяців) та в цілому це складе 994 732,01 грн. Окупність проєкту має 5 місяців при середньомісячному чистому прибутку, який становить 82 894,33грн.

8. Новостворений бізнес-проєкт передбачає відкриття магазину протягом 6 місяців, з 1 вересня 2024 року до 10 березня 2025 року. План розділений на 8 етапів, кожен з яких має чітко визначені терміни початку та закінчення, а також оцінюється тривалість. Загальний час реалізації проєкту становить 6 місяців. Серед ризиків можна виділити велику конкуренцію та відтік клієнтів. Для того, щоб мінімізувати вплив ризиків запропоновано: 1) розробити унікальну торгову пропозицію (УТП), яка відрізнятиме магазин від конкурентів. Це може бути ексклюзивний асортимент товарів, винятковий рівень обслуговування клієнтів, програми лояльності, або інноваційні маркетингові кампанії. 2) створити програми лояльності, які заохочують повторні покупки та залучення нових клієнтів.

Список використаної літератури:

1. Приморська району адміністрація: веб-сайт. URL: <https://omr.gov.ua/ua/city/district/pra/> (дата звернення: 12.03.2024).
2. Аналіз ринку спорту України : веб-сайт. URL: http://kotly_opalennya.tilda.ws/page4606795.html (дата звернення: 12.03.2024).
3. Ткаченко Л., Гущенко П. Аналіз ринку спортивних товарів України та можливі чинники його подальшого розвитку. *Економічні науки*, 2011. URL: http://www.ucrinform.com/15_APSN_2011/Economics/6_87474.doc.htm (дата звернення: 12.03.2024).
4. Ukraine (UKR) Exports, Imports, and Trade Partners. URL: <https://oec.world/en/profile/country/ukr> (дата звернення: 12.03.2024).
5. War in Ukraine impacting global trade and world's poorest. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/04/ukraine-war-global-trade-risk/> (дата звернення: 10.04.2024).
6. Ukraine Forecasts Nine Percent Growth in Exports in 2024 – KyivPost. URL: <https://www.kyivpost.com/post/26375> (дата звернення: 09.04.2024).
7. Спортивні товари, інтернет-магазин Ритм : веб-сайт. URL: <https://ritm-sport.com/ua/> (дата звернення: 10.02.2024).
8. Спорттовари Одеса, інтернет магазин спортивних товарів Sport-Power : веб-сайт. URL: <https://sport-power.com.ua/ua/> (дата звернення: 17.03.2024).
9. ДрайвСпорт : веб-сайт. URL: <https://guide.in.ua/business/45406/> (дата звернення: 09.03.2024).
10. Закон України "Про фізичну культуру і спорт" від 24.12.1993 р. № 3808-ХІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3808-12#Text> (дата звернення: 14.02.2024).
11. Закон України "Про антидопінговий контроль в спорті" від 05.04.2001 р. № 2353-ІІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1835-19#Text> (дата звернення: 16.02.2024).

12. Закон України "Про підтримку олімпійського, паралімпійського руху і спорту вищих досягнень в Україні" від 14.09.2000 р. № 1954-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1954-14#Text> (дата звернення: 23.03.2024).

13. КВЕД-2010 України: перелік, таблиця кодів 2023 для ФОП : веб-сайт. URL: <https://www.buhoblik.org.ua/normativka/kved.html> (дата звернення: 23.03.2024).

14. Внесення змін до дозволу на відкриття та експлуатацію магазину: веб-сайт. URL: <https://guide.diia.gov.ua/view/pereoformlennia-dozvolu-na-vidkryttia-ta-eksploatatsiiu-mahazynu-bezmytnoi-torhivli-5bb6ea9d-2cff-442c-af8d-6512c4ce524f> (дата звернення: 18.03.2024).

15. Що обрати — ТОВ чи ПП. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/korporativne-pravo-ma/shcho-obrati--tov-chi-pp.html> (дата звернення: 10.03.2024).

16. Закон України Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю від 2018 р. №13. Стаття 65. Дата оновлення: 08.03.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення: 13.03.2024).

17. Що так е-приватне підприємство? : веб-сайт. URL: <https://reestrator.com.ua/private-enterprise> (дата звернення: 12.03.2024).

18. Зовнішня торгівля товарами України у січні-травні 2022 року : веб-сайт. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/zovnishnya-torhivlya-tovaramy-ukrayiny-u-sichni-travni-2022> (дата звернення: 12.03.2024).

19. Магазин Stuff : веб-сайт. URL: <https://www.staff-clothes.com/ua/> (дата звернення: 12.03.2024).

20. Магазин MegaSport : веб-сайт. URL: <https://megasport.ua/ru/od/> (дата звернення: 12.03.2024).

21. NewBalance. веб-сайт. URL: <http://surl.li/tmaye> (дата звернення: 12.03.2024).

22. Sport center store: веб-сайт. URL: <https://sportcenterstore.com.ua/ru/> (дата звернення: 12.03.2024).

23. Магазин одягу Stuff: веб-сайт. URL: https://www.instagram.com/staff_clothes_original/ (дата звернення: 12.03.2024).

24.Магазин Intertop : веб-сайт. URL: <https://intertop.ua/ru-ua/brands/new-balance/> (дата звернення: 12.03.2024).

25.Маркетингові практики в індустрії спорту : веб-сайт. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2009/07/65-71__no-3__vol-30__2009__UKR.pdf (дата звернення: 29.03.2024).

26.Основи маркетингу в спортивній сфері : веб-сайт. URL: https://www.ird.gov.ua/sep/sep20196%28140%29/sep20196%28140%29_020_TankIevskayaN,VybranskyuV.pdf (дата звернення: 10.02.2024).

27.Використання інструментів спортивного маркетингу в контексті формування лояльності спортивних вболівальників : веб-сайт. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/29097/1/101.pdf> (дата звернення: 12.03.2024).

28.Дія.Бізнес: консультація з реєстрації бізнесу : веб-сайт. URL: <https://business.diia.gov.ua/consult/business-registration-aspects> (дата звернення: 21.03.2024).

29.Управління якість товарів і послуг : веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/1908031250430/marketing/upravlinnya_yakisty_u_tovariv_poslug (дата звернення: 12.03.2024).

30.Бізнес-план по відкриттю спортивного магазину : веб-сайт. URL: <https://uacredity.com/biznes-plan-po-vidkrittju-sportivnogo-magazinu/> (дата звернення: 12.03.2024).

31.Як відкрити магазин : веб-сайт. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/kak-otkryt-magazin/>(дата звернення: 13.03.2024).

32.Приклад спортивного стартапу : веб-сайт. URL: <https://www.starterstory.com/ideas/sporting-goods-store/startup-costs> (дата звернення: 13.03.2024).

33.The average salary in Ukraine: Comparison, outsourcing : веб-сайт. URL: <https://www.timedoctor.com/blog/average-salary-in-ukraine/> (дата звернення: 16.03.2024).

- 34.Захарченко Н.В. Перспективи розвитку дизайн-мислення в управлінні бізнесом та інноваціями. *Академічний огляд*. 2022. № 1 (56). С. 53-60.
- 35.Траченко Л.А. Сучасне управління бізнесом : оцінка відмінностей за концепцією TQM та міжнародними стандартами. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки»*. 2021. Вип. 4 (96). С. 231-241.
- 36.Доброва Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*. 2021. № 10 (16) 447 с. С. 303 – 315.
- 37.Карпов В.А. Does NPV reflect the real project efficiency? *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2019. №1(69). С. 108-118.
- 38.Кічук Н. В. Інноваційно-інвестиційна складова розвитку економіки України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. №11-12. С. 167-184.
- 39.Andreichenko, A., Zakharchenko, N., Zhadanova, Yu., Korolova, O., Navolska, N. Conceptual model of macro-regulation of social-economic relations in the conditions of innovative-investment development of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. Харків. 2021. Випуск 1 (36). С. 272-280.