

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра економіки та фінансів підприємства

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Бізнес-план створення інтернет-магазину

за матеріалами ПрАТ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ», м. Київ

Студента 2 курсу 1 м групи,
спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Економіка та
безпека бізнесу»,
денної форми навчання

Пшеничний Валерій
Ігорович

Науковий керівник —
канд. екон. наук, доцент

Кондратюк Оксана
Іванівна

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук, проф.

Блакита Ганна
Владиславівна

Київ 2019

ЗМІСТ

УВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС - ПЛАНУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	6
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ»	
2.1.Інформаційна база бізнес-плану та аналіз ринку.....	18
2.2.Обґрунтування концепції бізнес-плану та маркетинговий план інтернет-магазину «Дитячий світ Київ».....	29
2.3.Організаційний план інтернет-магазину.....	36
РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПАТ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ».....	43
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Актуальність дослідження. Створення Інтернет-магазину і його використання є актуальним на сьогоднішній день, оскільки мільйони людей щодня, купують різні товари в онлайн магазинах. В Україні стрімкими темпами росте кількість користувачів мережі Інтернет, як наслідок, кількість онлайн покупців. Комп'ютерні технології починають використовувати абсолютно різні верстви населення. Можна виділити дві характерні групи, що знаходяться на різних соціальних полюсах, які були стрімко залучені в нову технологію. З одної сторони, це керівники організацій, банків, топ-менеджери, чиновники, та з другої сторони, представники масових верств населення - домогосподарки, пенсіонери, студенти, школярі.

Інтернет-магазини дають змогу зекономити на утриманні звичайного магазину, розширює ринок збуту, так само як і можливість покупця - купувати товар у будь-який час незалежно від місця, країни чи доби. Перехід від звичайної торгівлі до онлайн можна вважати трендом. В сфері Онлайн комерції традиційно працюють фірми що надають послуги в Інтернеті: web-портали, онлайн магазини, пошукові машини, електроні пошти, агентства, аукціони.

Також важливою частиною успішного бізнесу є створення бізнес-плану. У ринковій економіці бізнес-план є робочим інструментом, для використання в усіх сферах компанії. Бізнес-план деталізує процес функціонування компанії, яким способом керівники збираються вирішити наступні задачі: підвищення доходів компанії, визначення конкретних напрямків та області діяльності компанії, цільових ринків, вибір складу та визначення якісних показників товарів, послуг, що будуть пропонуватися клієнтам, оцінка торгових витрат, оцінка відповідності кадрів компанії та умов мотивації рівня праці вимогам по досягненню поставлених завдань,

визначення складу маркетингових заходів щодо оцінки ринку, ціноутворення, стимулюванню продажів, рекламі та каналам збуту; оцінка фінансового та матеріального становища компанії та відповідності матеріальних і фінансових ресурсів досягненню відповідних завдань.

Питанням методики складання бізнес-планів присвячено дуже багато робіт учених-економістів, таких як М.Ю. Куденко, В.А. Карпов, А.В. Черня, И.В. Давиденко, В.Р. Кучеренко, О.С. Маркітан, В.З. Черняк, С.М. Осипенко. Водночас, багато аспектів цієї проблеми з огляду на особливості розвитку сучасної економіки потребують більш детального та предметного дослідження. Зважаючи на те, що бізнес-план виступає головною пропозицією в переговорах з майбутніми інвесторами та партнерами, обсяг і ступінь конкретизації розділів плану визначається специфікою компанії та сфери її діяльності, то і тема випускної кваліфікаційної роботи є досить актуальною.

Метою дослідження є розгляд теоретичних засад методології здійснення бізнес-планування та розробка бізнес-плану Інтернет-магазину.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- Визначити сутність бізнес-плану;
- Надати характеристику основним методикам;
- Дослідити ринок інтернет-магазинів;
- Обґрунтувати концепцію бізнес-плану інтернет-магазину «Дитячий світ Київ»;
- Розробити організаційний план інтернет-магазину;
- Визначити ефективність реалізації бізнес-плану інтернет-магазину.

Об'єктом дослідження є процес бізнес-планування, його сутність і призначення та функціонування інтернет-магазину.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти бізнес-планування при створенні інтернет магазину.

Імперична база дослідження є ПрАТ «Дитячий світ Київ», це найбільший в Україні інтернет-магазин товарів для дітей, онлайн та офлайн

продаж товарів, також понад 5 000 найменувань іграшок, 4000 найменувань взуття й одягу.

Методи дослідження. У ході дослідження застосовано загальнонаукові методи дослідження: індукції, дедукції, узагальнення, аналізу, зокрема спостереження, групування, статистичні методи обробки інформації, факторний аналіз. Обробку даних здійснено за допомогою електронно-обчислювальної техніки з використанням програмного продукту MS Excel

Інформаційну базу дослідження: звітні документи ПрАТ «Дитячий світ Київ», статистичні та нормативні документи, інтернет, книги та роботи видатних економістів України та світу. При написанні роботи проаналізовано також монографії та статті зарубіжних і вітчизняних авторів, автореферати кандидатських дисертацій, посібники та навчальні посібники з аналізу на підприємствах, інтернет-ресурси.

Практичне значення отриманих результатів можуть бути використані в практичній діяльності ПрАТ «Дитячий світ Київ» при управлінні проектом реінжиніринга фінансових потоків оборотних коштів та підвищення конкурентоспроможності, також для планування, створення, розробки та аналізу інтернет-магазинів.

Апробація результатів дослідження. Основні наукові положення і практичні результати дослідження опубліковано у Науковому віснику УжНУ. Серія: Міжнародні відносини економічні відносини та світове господарство Випуску 26/2019 Стаття. «Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект» Стр. 90-94.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Роботу викладено на 53 сторінках друкованого тексту. Список використаних джерел включає 68 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС -ПЛАНУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Перш за все для створення, функціонування та розвитку будь-якого учасника господарювання необхідне детальне прогнозування, тому дієвим інструментом для цього є бізнес-план, який [5]:

- виступає фактором, що стимулює бажання потенційних інвесторів та кредиторів у їх мотивах вигідно вкласти гроші;
- дає змогу визначити життєздатність компанії за умов конкуренції;
- вміщає орієнтири, за якими підприємець буде діяти на етапі створення та розвитку компанії;
- прогнозує можливі процеси розвитку підприємства.

Сучасна система наукових поглядів про сутність планування, здійснюваного на різних фірмах, підприємствах, тісно пов'язана з ринковою економікою, система внутрішньо фірмового планування включає довгострокове та короткострокове планування виробничої, збутової і сполучених із ними видів діяльності підприємства[6]. Перспективні плани являють собою стратегічні плани розвитку підприємства зазвичай на 5 років (іноді на 10 років) з диференціацією по роках. На їх інформаційній основі складаються досить деталізовані й уточнені поточні (річні) плани виробництва і збуту. У закордонній літературі приводяться випадки, коли окремі великі компанії розробляють плани прогнози свого розвитку навіть на 100 років уперед, що перебуває за межами життя одного покоління. Поточні плани розробляються на 1 рік (іноді на 2–3 року) з розбивкою за короткими відрізками часу — кварталами, місяцями, декадами на кожен з цих періодів формується спеціальний план[1].

Розробка плану — це оцінка практичної можливості досягнення фірмою та її підрозділами сформульованих цілей, виявлення комплексу

потенційних проблем і несподіваних наслідків, забезпечення пошуку більш ефективних шляхів реалізації цілей, одержання основи для розробки бюджетів, побудови об'ємних, календарних планів виробництва, визначення потрібних ресурсів, виділення непередбачених обставин, попередження прояву яких є одним зі способів зниження рівня ризику в бізнесі

За твердженням Должанського І. З., бізнес-план – це обов'язково письмовий документ, що підсумовує ділові можливості й перспективи та роз'яснює, як саме ці можливості можуть бути реалізовані командою керівників (менеджерів). Письмовий виклад бізнес-плану робить процес його розробки більш ефективним, а сам план систематизованим і стислим для зручнішого використання [1].

Покропивний С.Ф. вказує, що бізнес план є комплексним документом, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту й є однією з функцій управління[2]. Бізнес-план являє собою в значній мірі стандартний документ, у якому обґрунтовується концепція бізнес-плану і наводяться основні його характеристики. Має багатофункціональний характер і складається з розділів, що охоплюють майже всі питання, із якими може стикнутися підприємство в процесі своєї діяльності[3]. Бізнес-план служить основним інструментом комунікації між підприємцем і майбутніми постачальниками, продавцями і робітниками, переконує майбутніх ділових партнерів у перспективі ідеї і реальної програми реалізації ідей та є засобом моделювання системи управління майбутнім бізнесом, допомагає розвитку особистих управлінських якостей підприємця і придбанню досвіду в умовах конкуренції, фінансового планування. Бізнес-план дає можливість перевірити реалістичність підприємницької ідеї до початку її реалізації[4].

Отже, можна зазначити, що бізнес-план – це техніко-економічне обґрунтування діяльності компанії у ринкових умовах, програма його діяльності, він характеризує модель компанії в майбутньому. Він необхідний керівникові, інвесторам, акціонерам, кредиторам, бізнес-план частіше складається на рік, два роки, зрідка на більший період. Він складається для

діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства.

Мета роботи бізнес-плану полягає у виконанні наступних завдань: вивчення місткості та перспективності розвитку майбутнього ринку збуту, оцінки необхідного рівня витрат на виготовлення і збут продукції і порівняння їх із цінами аналогічних товарів на ринку, що дозволить оцінити потенційний дохід від реалізації проекту, постановка цілей підприємства та визначення конкретних кількісних показників реалізації та термін їх досягнення, розробка взаємозалежних програм, що забезпечать досягнення виробничих, маркетингових і організаційних цілей; виявлення будь-яких загроз, що очікують проект у перші роки його реалізації, визначення показників, на основі яких можна буде регулярно оцінювати стан проекту, організація системи контролю здійснення проекту, підготовка розгорнутого обґрунтування, необхідного для залучення інвесторів до фінансування проекту[2].

Також бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів та інвесторів в досягненні бажаних результатів. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю.

Бізнес-план дає змогу розв'язати такі завдання[3]:

- обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку компанії;
- розрахунок очікуваних фінансових показників, насамперед обсягів продажу, прибутку, доходів на капітал;
- визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;
- підбір персоналу, спроможних реалізувати цей план.

Кожне завдання плану може бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими. Центром бізнес-плану є концентрація фінансових ресурсів. Саме бізнес-план виступає важливим засобом збільшення капіталу компанії.

Процес складання плану дає змогу глибоко проаналізувати розпочату справу у всіх деталях.

Далі розглянемо рис. 1.1. де розглянуті основні моменти бізнес-плану, його цілі, послідовність, характеристики та інші нюанси.

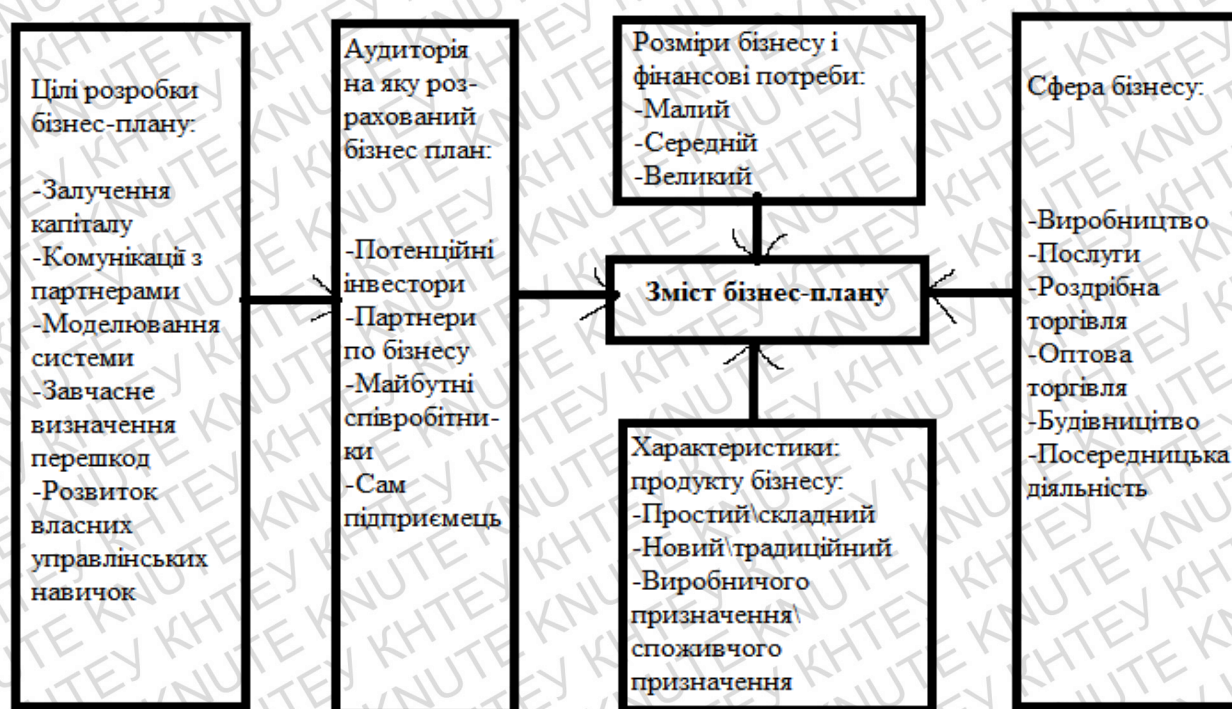


Рис.1.1. Цілі, масштаби, характеристики, сфери бізнесу [39]

Ретельно розроблений бізнес-план має містити відповіді на такі питання[7]:

- Якою є головна мета та стратегія її реалізації;
- Яка тактика поведінки на ринку;
- Чи піддається підприємницька ідея практичній реалізації;
- Яку організаційну підготовку необхідно здійснити для створення даного бізнесу;
- Що в цьому бізнесі є привабливим для можливих інвесторів;
- Чи має даний бізнес перевагу над конкурентами;
- Яким чином залучити інвестиції;
- Які плюси для підприємця, а які для інвестора;
- Чи буде ефективним виробництво та реалізація продукції чи послуг;

- Чи достатній ринок збуту для цієї продукції;
- Як буде організоване ресурсне забезпечення бізнесу.

Отже, бізнес-план сприяє реально оцінити ідею, викласти її документально та усвідомити, визначити ефективність і нюанси та керувати процесом реалізації підприємницького проекту.

Існують певні види бізнес-планів, які розробляються за особливими правилами, з урахуванням конкретної мети, яка поставлена перед компанією. Загалом, бізнес-план можна розділити на дві категорії[8]:

1. Для зовнішнього використання. Такі бізнес-плани застосовуються як обґрунтування для залучення потрібних фінансових ресурсів, партнерів, а саме:

- Бізнес план для залучення інвесторів;
- Бізнес план для одержання кредиту;
- Бізнес план для продажу діючого бізнесу.

2. Для внутрішнього використання – використовуються постійно в якості інструмента управління. Можна виділити три види бізнес-планів, які вагомі у формальному процесі планування, як функції управління бізнесом:

- Управлінські бізнес-плани – застосовуються для управління поточною діяльністю й розвитком підприємства;
- Бізнес-плани проектів – спрямовані на планування й управління проектами, реалізованих у рамках конкретного підприємства;
- Разові бізнес-плани – спрямовані на прийняття окремих рішень, пов'язаних з управлінням бізнесом.

Також, “Загальний бізнес план підприємства” чи “Бізнес план розвитку”, – може розроблятися як для зовнішнього (з метою залучення коштів, потрібних для реалізації обраної стратегії), так і для внутрішнього використання (з метою формування у керівництва компанії чіткого уявлення про план дій для досягнення стратегічних цілей підприємства).

Управлінський бізнес план – є ключовою ланкою всього процесу бізнес-планування, тому що встановлює мету та стратегію, за допомогою

яких підприємство збирається досягти поставлених завдань за певний період[9]. Даний вид бізнес-плану дозволяє визначити конкретні цілі компанії на короткий період (як правило, на рік), а також докладний план дій по досягненню поставлених завдань. Крім цього, управлінський бізнес-план дозволяє розв'язати ще одне із завдань менеджменту – координація дій між різними учасниками, тому що кожному учаснику надається своя роль, та певне коло обов'язків та завдань. По суті, управлінський бізнес-план являє собою набір чітких дій для менеджерів, описує роль, яку кожний підрозділ підприємства повинний відіграти в процесі досягнення поставлених цілей. У цій якості його слід розглядати як інструмент делегування обов'язків, що дозволяє керівництву більш точно визначати внесок менеджерів на шляху досягнення мети компанії[11].

Цільові (разові) бізнес-плани. У процесі управління бізнесом керівництву доводиться ухвалювати рішення, що визначають життєво важливі моменти у функціонуванні підприємства. Прийняття цих рішень можливо тільки на основі спеціально підготовленого для таких цілей бізнес-плану. Таким чином, ці бізнес-плани розробляються “на вимогу”. Це не означає що вони ніяк не пов'язані з іншими видами бізнес-планів. Навпаки, підготовка такого виду бізнес-плану дозволяє успішно розв'язати конкретне завдання управлінського бізнес-плану для забезпечення функціонування компанії[17].

Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновок, що управлінський бізнес план, забезпечує керівництво компанії необхідними даними для прийняття управлінських рішень. Можливі центри відповідальності, контрольовані показники, облікові періоди, склад бюджетів розглянуті в певному періоді. Все це дає змогу успішно керувати компанією з максимальною ефективністю.

Існує також поділ бізнес-планів і за об'єктами бізнесу. Такі бізнес-плани, відповідно наведеній нижче класифікації, розробляються в різних варіантах залежно від призначення: по підприємству в цілому (новому або

діючому), по бізнес-лініям (продукція, роботи, послуги, технічні рішення, товари).

Бізнес-план розвитку діючого підприємства призначений для викладення та обґрунтування перспектив (стратегій) його розвитку на плановий період перед зборами акціонерів або з радою директорів узагальнювальною характеристикою основних фінансових і господарських показників для обґрунтування обсягів необхідних інвестицій чи інших ресурсів, детальніше розглянемо на рис.1.2.

<i>Класифікаційні ознаки</i>	<i>Види планів</i>
В залежності від тривалості періоду і реалізації поставлених завдань	• Стратегічні (перспективні) • Тактичні (поточні) • Оперативні
В залежності від рівня планування	• Фірмові • Внутрішньофірмові
За функціональним призначенням	• Інвестиційні • Фінансові
За методами обґрунтування	• Адміністративні • Індикативні
За стадіями розробки	• Попередні • Остаточні
За ступенем точності	• Укрупнені • Уточнені

Рис.1.2.Ознаки та види бізнес-планів [40]

Таким чином, бізнес-план повинен бути представлений у формі, що дозволяє зацікавленій особі одержати чітке уявлення про суть справи, ступінь своєї участі в ній. Обсяг і ступінь конкретизації розділів бізнес-плану визначаються специфікою й областю діяльності.

Існує багато методик бізнес-планування вони відрізняються рівнем деталізації і переліком показників, які використовуються для обґрунтування економічних вигод від реалізації бізнес проектів. Аналіз методик бізнес планування в компаніях показав, що більшість із них базується на стандартах: UNIDO, KPMG, BFM group, ЄБPP, а також MasterPlans та TACIS.

Однією з організацій, яка пропонує стандарти для бізнес-планування, є United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), вона виступає за глобальне процвітання, підтримуючи індустріальний розвиток країн та країн що розвиваються, з перехідною економікою. Україна стала членом UNIDO в 1995 році після підписання між урядом України та Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку Угоди про співробітництво у сфері промислового розвитку, Україна бере активну участь у засіданнях керівних органів ЮНІДО, а також міжнародних заходах, які проводяться під егідою Організації.

Організація індустріального розвитку ООН висуває вимоги, згідно з якими бізнес-план повинен складатися з наступних частин розглянемо у табл.1.1.

Таблиця 1.1

Структура UNIDO [43]

Методичні підходи	Основні розділи бізнес-плану
<i>Міжнародний стандарт складання бізнес-плану ЮНІДО</i> – Організації Об'єднаних Націй із промислового розвитку.	1. Резюме. 2. Опис галузі та компанії. 3. Опис послуг (товарів). 4. Продажі і маркетинг. 5. План виробництва.

Плюси ЮНІДО: стандарти вимагають, щоб обрання певної стратегії маркетингу було обґрунтованим, тобто розробники бізнес-плану повинні навести конкретні переваги обраної стратегії порівняно з іншими стратегіями. Мінуси ЮНІДО: визначає місткість ринку лише за оптимістичним та песимістичним сценарієм.

Другим визнаним в діловому світі стандартом бізнес-планування є структура бізнес-плану розроблена Європейським банком реконструкції й розвитку (ЄБРР).

ЄБРР по суті є інвестиційним інститутом, що був створений для

підтримки ринкової економіки в країнах Центральної Європи та Азії. Він заснований в 1991 році при участі 60 країн світу та ряду міжнародних організацій. Європейський банк реконструкції й розвитку є одним із самих великих інвесторів у Європі і Центральноазіатському регіоні.

Європейський банк реконструкції також залучає багато іноземних інвестицій і використовує власні кошти для розвитку цих регіонів. Інвестиції надходять як для підтримки і розвитку існуючих підприємств, так і для створення нових компаній і виробництв.

Тісні зв'язки і взаємодія ЕБРР із державними інститутами дозволяють брати участь у створенні більш сприятливого клімату для підприємців, зокрема щодо спрощення процесу кредитування та надання допомоги в розробці бізнес-планів компаній.

Банк працює тільки з прозорими компаніями, які мають хорошу репутацію і не замішані в гучних скандалах. Банк не інвестує в компанії, що мають відношення до одіозних політиків або звинувачені в ухиленні від сплати податків.

Велике значення для ЄБРР має залучення власних ресурсів для реалізації проекту. Як правило, власна участь має становити не менше 40%.

Європейський банк реконструкції й розвитку розробив та пропонує до використання наступну структуру бізнес-плану розглянемо детальніше в (Додаток А).

KPMG — міжнародна аудиторська компанія з штаб-квартирою в Амстердамі, яка входить «велику четвірку» аудиторських компаній світу.

KPMG запрацювала в Україні у 1992 році. Основними послугами компанії є надання аудиторських та консультаційних послуг з податкових та фінансових питань клієнтам, серед яких більшість найбільших українських та міжнародних компаній, а також цілий ряд неурядових організацій та фінансових інститутів.

KPMG надає сприяння в організації фінансування як для конкретних інвестиційних проектів, так і для комплексних програм розвитку бізнесу в

цілому, а також розробляє плани для реалізації найбільш вигідних способів фінансування. Розглянемо структуру KPMG детальніше в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Структура KPMG[42]

Міжнародний стандарт складання бізнес-плану KPMG – швейцарська асоціація, міжнародна мережа компаній (KPMG International Cooperative), займається консультаційними, аудиторськими та іншими видами послуг.	1.Резюме. 2.Продукція та послуги. 3.Аналіз ринку і галузі. 4.Цільові ринки. 5.Стратегії реклами і просування. 6.Управління; 7.Фінансовий аналіз. 8.Додатки.
---	--

Плюси KPMG: інтерактивна бізнес-модель підприємства, приділяється увага обчисленню проектної собівартості пропонованої продукції (послуг), що засвідчує прозорістьвикористовуваного підходу до управління витратами й дозволяє на передпроектній стадії реалізації бізнесової ідеї аналізувати можливі резерви зниження собівартості.

Мінуси KPMG: акритими є інформація щодо особливостей матеріально-технічного забезпечення виконання виробничої програми підприємства та порядок забезпечення проекту виробничими потужностями.

Програма TACIS (Технічна допомога Співдружності незалежних держав). TACIS Programme — програма Європейського Союзу, розпочата у 1991 році з метою надання допомоги новим незалежним державам Східної Європи і Центральної Азії (колишнім республікам Радянського Союзу, крім країн Балтії) в перехідний період. Стандарт TACIS орієнтується на підготовку бізнес-плану для залучення інвестора та створення нового підприємства з його участю. Велика увага приділяється висвітленню питань виробничої спроможності підприємства та кадрового потенціалу дисконтовання. Відповідно до стандартів TACIS бізнес-план має складати з наступних розділів та розкривати таку інформацію розглянемо у табл.1.3.

Таблиця 1.3

Структура TACIS [43]

Міжнародний стандарт складання бізнес-плану TACIS – технічна допомога Співдружності Незалежних Держав (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States) – програми, розробленої ЄС для країн СНД для надання технічної допомоги, для розвитку міцних економічних і політичних зв'язків між країнами СНД та Західною Європою, надання допомоги у веденні та організації бізнесу; відрізняється від стандартної структури та може використовуватися як орієнтир під час розроблення бізнес-плану.	1. Сторінка, присвячена регламентуванню авторських прав на даний документ. 2. Система управління бізнесом. 3. Опис кадрового ланцюжка. 4. Процес узгодження і прийняття рішень. 5. Опис керівного складу з послужним списком.
---	---

Плюси TACIS: інноваційні проекти, чотири етапи аналізу, детальне прогнозування ринків та товарів

Мінуси TACIS: в ній не відображено виробничої програми підприємства, а також плану матеріально-технічного забезпечення її виконання. Як наслідок, непрозорою є інформація про виробничі потужності, необхідні для реалізації проекту, графік їхнього впровадження й експлуатації. Крім того, технологія бізнес-планування відповідно до стандарту TACIS не конкретизує, яка частка проекту фінансуватиметься за рахунок власних коштів підприємства, а яка за рахунок кредитів.

Інвестиційно-проектна компанія BFM Group Ukraine створена командою висококваліфікованих фахівців з багаторічним практичним досвідом управлінської, виробничої, маркетингової та інвестиційної діяльності. Має 18 річний досвід роботи на промисловому ринку, серед її постійних клієнтів підприємства та організації України, Росії, Білорусі, Казахстану, Німеччини, Польщі, Ізраїлю. В даний час BFM Group об'єднує підрозділи: інвестиційного консалтингу та бізнес-планування, оцінки інвестиційних проектів та підвищення вартості бізнесу (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Структура BFM Group [43]

Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів за стандартами BFM Group – української інвестиційно-проектної компанії (адаптована до вітчизняної методики) – працює на ринку бізнес-планування, інвестиційного консалтингу, оцінки інвестиційної привабливості підприємств, має найбільш розгалужену структуру, містить унікальні розділи, такі як: аналіз ланцюжка створення вартості, PEST-аналіз, галузеве оточення в середовищі для бізнесу, SWOT-аналіз.	1. Меморандум про конфіденційність. 2. Резюме бізнес-плану. 3. Загальні положення (інформація про підприємство, інформація про проект). 4. Маркетинговий план. 5. Організаційний план і менеджмент; 6. Інвестиційний план. 7. Виробничий план. 8. Фінансовий план. 9. Оцінка ризиків підприємства.
---	--

Плюси BFM Group: деталізація, об'єднання компаній, креативні стратегії, також приділяється увага започаткуванню підприємством зовнішньоекономічної діяльності, що є важливим для проектів, реалізація яких виходить за межі національних ринків, зокрема з точки зору врахування витрат на придбання ліцензій, необхідність сплати ввізних мит, попередження можливих правових конфліктів із зарубіжними бізнес-партнерами тощо.

Мінуси BFM Group: занадто багато етапів її реалізації присвячена фінансовому плануванню та обґрунтуванню прибутковості проекту.

Отже, найефективнішою методикою цих методик є ЄБРР, оскільки вона включає в себе велику кількість критеріїв таких як: за якими можна найточніше зібрати потрібну інформацію, а саме: конфіденційність, маркетинг, залучення міжнародних інвестицій, екологічна безпека що дасть можливість створити успішний бізнес-проект.

РОЗДІЛ 2

ОБґРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ»

2.1. Інформаційна база бізнес-плану та аналіз ринку

Процес створення бізнес-плану починається зі збору даних, що стосується майбутнього бізнесу. До такої інформації належить: виробнича та фінансова інформація, дані про загальноекономічні і галузеві фактори, маркетингова.

Інформаційне поле бізнес-плану - це сукупність документів чи інформації: політичного, економічного, науково-технічного, правового, соціального характеру, комерційного які забезпечують інформаційні потреби бізнесмена в процесі розробки бізнес-плану, а саме для цього збирають маркетингову інформацію, тобто інформацію про:

- експлуатаційні та технічні, споживчі якості подібних видів товарів та ціни за них;
- можливих споживачів товарів майбутнього бізнесу, їхні мотиви, запити та незадоволені потреби;
- особливості маркетингу даної групи продукції на ринок, інші дані, які характеризують ринок майбутнього бізнесу.

Електронна торгівля захоплює все більше простору, тому чим більше розвинена економіка країни – тим більше стає об'єм ринку онлайн-торгівлі. Це особливо добре видно на прикладі Заходу, а в останні роки це справедливо для України.

Для розробки інтернет магазину необхідно мати дані про динаміка товарообороту підприємства . На рис. 2.1 показана динаміка товарообороту підприємства за 2016-2018 роки, яка дає змогу зрозуміти про необхідність створення інтернет-магазину, як додаткового джерела отримання доходів для підприємства.

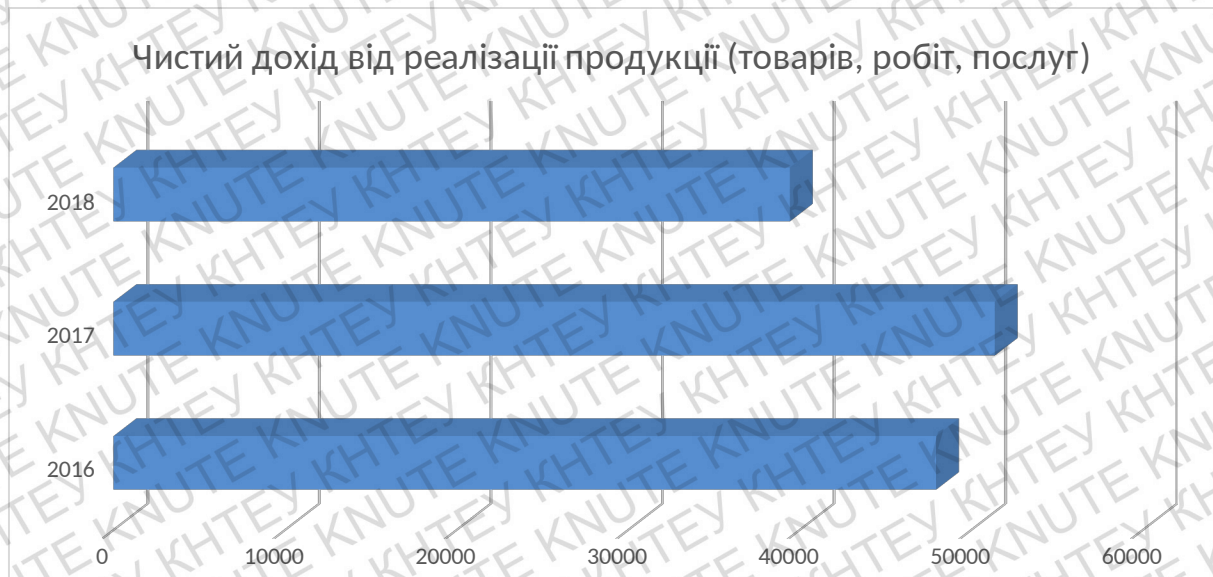


Рис. 2.1. Динаміка чистого доходу ПрАТ «Дитячий світ Київ», тис.грн.

В світі ніша e-commerce за підсумками 2019 року показала вражаюче зростання +16%, при цьому досягнувши об'єму 1.5 трильйонів доларів. А ринок України в якості зростання та перспектив є одним з досить привабливим. На відміну від багатьох європейських країн, українським сайтам до рівня насичення ще дуже далеко.

Приблизний товарообіг послуг та товарів на ринку e-commerce на сьогодні складає близько 50 мільярдів гривень. Під час 2019 року прогнозується його зростання до 65 мільярдів.

- Найбільша група майданчиків в сегменті онлайн-торгівлі – це проекти компанії EVO – Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua. Всі ці перераховані сайти є торговим майданчиком. За попередній рік українці витратили на них 14,2 мільярди гривень, що майже на 70% більше в порівнянні з роком, що до попереднього.
- 31% українських користувачів Інтернету хоча б один раз робили покупку в онлайні (рис 2.2).



Рис.2.2. Доступ українців до інтернету [44]

Завдяки торговим майданчикам компанії EVO українці частіш за все купували онлайн товари наступних груп: одяг, взуття та аксесуари, техніка і електроніка, товари для дому та саду (рис 2.3).

До порівняно нових сегментів, на які в Інтернеті зростає попит, відносять товари ручної роботи і вторинний ринок речей.

За оцінками одного з лідерів українського рітейлу – LeBoutique – об'єм e-commerce в сегменті fashion складає 200-250 мільйонів доларів США.

За попередній рік Нова пошта доставила близько 33 мільйонів посилок з інтернет-магазинів, що на третину більше, ніж за підсумками 2016 року.

За даними Gfk, список найбільш популярних категорій товарів, які українці купують в Інтернеті.

В другому кварталі 2019 року склали 895,2 млрд грн, витрати - 918,1 млрд грн. Про це повідомляє Державна служба статистики України. Сума витрат перевищила доходи на 49 млрд грн, таким чином, обсяг заощаджень українців скоротився.

За даними статистичного відомства, зменшення заощаджень у другому кварталі 2019 року склало 22,9 млрд грн. Наявний дохід у розрахунку на одну особу склав 16 083 грн (у II кварталі 2018 року - 13 688 грн).

Здійснення покупок через Інтернет

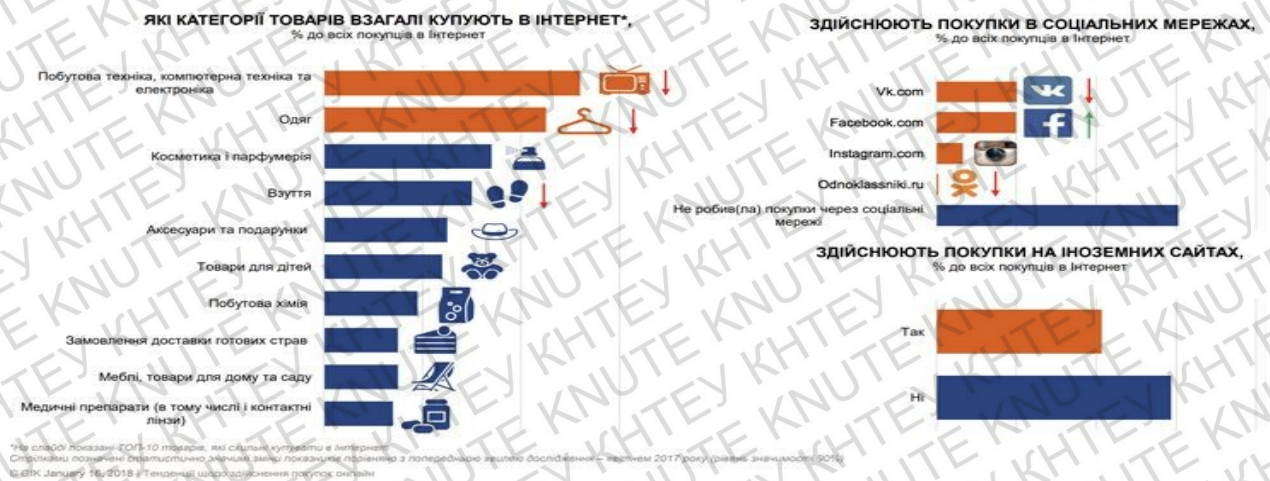


Рис.2.3. Попит населення на групи товарів [44]

Реальні доходи (з урахуванням інфляції) у другому кварталі 2019 року в порівнянні з аналогічним періодом минулого року зросли на 7,1%.

Детальніше розглянемо Доходи та витрати населення України в (Додаток В).

Аналіз даних офіційної статистики за останній місяць осені показав, що Київ, Донецька та Закарпатська області мають найвищу вартість соціальних продуктів. Разом ці регіони мають більше половини найдорожчих продуктів з переліку, який моніториться Держстатом (табл 2.1).

Лідером рейтингу з найвищими цінами на продукти є Київ, де відразу сім соціальних продуктів мають найвищу ціну серед всіх регіонів України.

Індекс споживчих цін виявляє зміну вартості фіксованого споживчого набору товарів та послуг у поточному періоді відносно попереднього. Споживчий набір товарів та послуг — це набір найбільш уживаних і важливих для споживання в домогосподарствах товарів та послуг.

Встановлюється централізовано і є єдиним для всіх регіонів України. Зазначимо додатково, що разом із загальним індексом споживчих цін, в аналітичних цілях використовується також базовий індекс споживчих цін, розрахунок якого може давати дещо інші значення.

Таблиця 2.1

Індекси споживчих цін на товари у 2019 році [33]

	Січень- липень	Січень- серпень	Січень- вересень	Січень- жовтень
Індекс споживчих цін	109,0	109,0	108,8	108,6
Продукти харчування та безалкогольні напої	108,2	108,5	108,5	108,5
Алкогільні напої, тютюнові вироби	116,8	116,5	116,4	116,1
Одяг і взуття	101,0	100,8	100,8	100,6
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	111,8	111,0	110,4	109,8
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	104,2	104,0	103,8	103,5
Охорона здоров'я	107,6	107,6	107,4	107,2
Транспорт	107,7	107,3	106,6	105,6

Розглянемо більш детально індекс змін споживчих цін у вересні 2019
рис. 2.4.



Рис. 2.4. Графік споживчих цін [33]

Індекс інфляції, або, що теж саме, індекс споживчих цін — показник, що характеризує зміни загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання.

Разом із загальним індексом інфляції в аналітичних цілях використовується також базовий індекс інфляції, методика розрахунку якого дещо відрізняється від основного індексу.

Індекс інфляції в Україні у вересні 2019 склав 100,7 відсотків.

Також базовий індекс інфляції в Україні у вересні 2019 склав 101,2 відсотків.

Розглянемо детальніше індекс цін виробників у (Додаток Г).

При зміні ціни за одиницю товару має відбутися попередньо її коливання, тобто зміна ціни товару на ринку чи то в сторону зменшення, чи в сторону збільшення.

Розглянемо рис. 2.5 коливання цін на різні види товарів та послуг.



Рис.2.5. Коливання цін 2019 рік [33]

Виходячи із статистики 2019 року Держстату ми бачимо незначне зростання показників проварів та послуг, та зниження вартості зв'язку.

На сьогодні в Україні діє більше ста тисяч сайтів та інтернет-магазинів, тому розглянемо найпопулярніші із них, детальніше ці інтернет-ресурси на рис.2.6.

СMeter Site: ТОП-25 Липень 2019

	Сайт	Охоплення*
1	google.com	22 207 700
2	youtube.com	17 379 070
3	facebook.com	15 484 640
4	wikipedia.org	11 639 300
5	olx.ua	10 154 710
6	ukr.net	10 073 180
7	privatbank.ua	9 792 490
8	rozetka.com.ua	9 641 610
9	prom.ua	9 435 750
10	sinoptik.ua	7 608 480
11	obozrevatel.com	7 458 960
12	segodnya.ua	6 471 750
13	instagram.com	6 438 370
14	24tv.ua	5 460 410
15	rbc.ua	5 388 950
16	znaj.ua	5 291 280
17	unian.net	4 853 260
18	kyivstar.ua	4 749 630
19	tsn.ua	4 550 250
20	politeka.net	4 453 370
21	work.ua	4 381 710
22	tabletki.ua	4 322 590
23	nv.ua	4 252 500
24	vk.com	4 120 850
25	gismeteo.ua	4 026 400

KANTAR

*Охоплення, desktop та mobile
інтернет- користувачі

Рис.2.6. Рейтинг популярних сайтів 2019 [45]

Виходячи з офіційної статистики по Україні, видно лідерами є: rozetka, prom.ua, olx. Також з кожним роком з'являються нові гравці які оновлюють список через значну конкуренцію.

В умовах різких змін маркетингової обстановки фактичні показники збуту не зростають як планувалось, потрібно розглянути їх з нової точки зору. В якості певних критеріїв можуть бути :

- аналіз динаміки збуту в цілому за минулі роки;
- аналіз динаміки окремих елементів за сферами: за видом товарів , за групами клієнтів, у тому числі за кінцевими , по районах, по каналах збуту;
- аналіз з розглядом взаємозв'язку причинних чинників;
- аналіз ступенів вкладів за сферами та всередині сфер чи виявлення тих н'юансів, на які особливо слід звернути увагу при керуванні збуту на фірмі.

Одним із найпопулярніших інтернет магазинів є Rozetka.ua створений в 2004 році, який продає такі категорії товарів як: ноутбуки, комп'ютери, смартфони, ТВ, побутова техніка, товари для дому, сантехніка, дитячі товари, продукти, тури, білети і так далі. Має найбільший товарообіг вище 300 млн. доларів, перше місце. Представництва компанії є у всіх областях України (рис 2.7.).

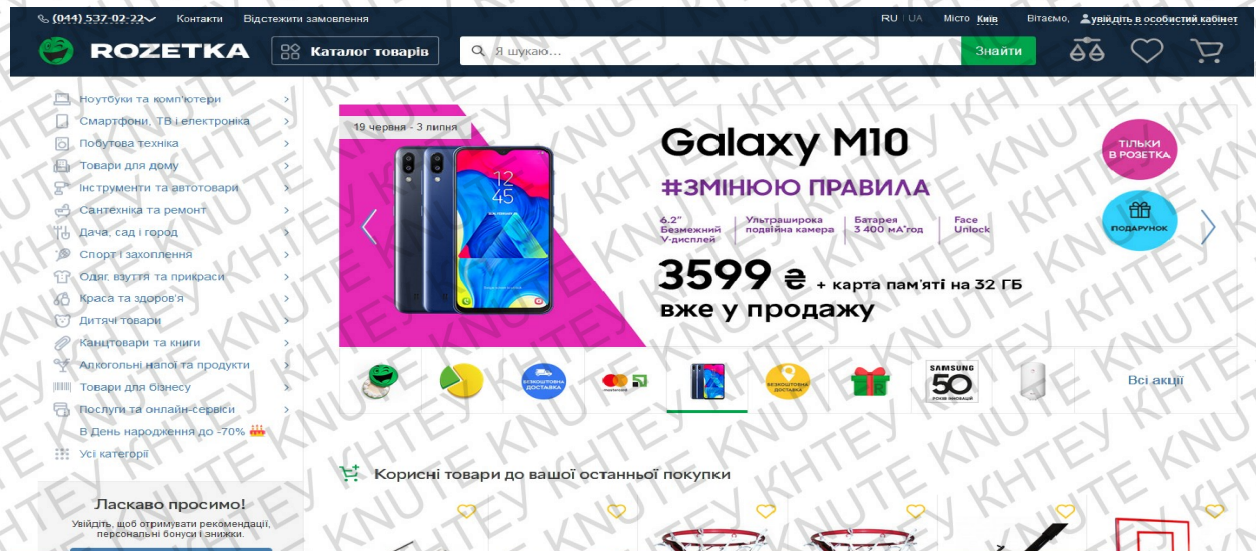


Рис. 2.7. Сайт «Rozetka» [34]

Такого статусу вдалося досягти завдяки максимально широкому асортименту, розумній ціновій політиці та відмінному сервісу. Для проведення вдалої рекламної політики Rozetka.ua знімає відеоогляди «гарячих» новинок, готує статті і новини.

Цей сайт в середньому відвідує більше 800 000 унікальних відвідувачів в день, і це число продовжує зростати. Також є звичайні магазини, точки видачі, поштомати.

Проналізуємо плюси та мінуси цього інтернет магазину:

- Плюси: надійність, зручна доставка, безкоштовний самовивіз, велика кількість точок по Україні, великий асортимент товарів, реклама, популярність.
- Мінуси: відсутність гарантії на деякі товари, довгий зв'язок з операторами, онлайн черги, складний інтерфейс сайту.

Інтернет Магазин Дитячого Одягу Solomia пропонує широкий вибір дитячого одягу відомих європейських брендів. Особливу увагу приділяємо верхньому одягу. Це як демісезонні куртки та парки, так і теплі зимові куртки-пальто. Одяг представлений в магазині допоможе створити неповторний модний образ вашій дитині. Підбираємо цікаві і ексклюзивні моделі одягу від відомих дитячих брендів - Zara, Mayoral, Next, Desigual, Vetrbaudet, IKKS та інші (рис 2.8.).



Рис. 2.8. Сайт «Solomia» [35]

Проналізуємо плюси та мінуси цього інтернет магазину: плюси: широкий вибір одягу, зручний сайт, гарантії. Мінуси: відсутність всіх видів товарів, мала кількість точок самовивізу, онлайн черги.

Garnamama.com – це найбільший в Україні інтернет-магазин дитячого одягу від народження до 14 років (рис 2.9). На сайті представлено більш ніж 150 українських виробників і близько 32000 одиниць одягу зі 100% наявністю на складі. Головна ціль команди garnamama.com – надати можливість мамі легко та швидко придбати одяг для дитини – від шкарпеток до верхнього одягу та взуття – в будь-який сезон на одному сайті.

Проналізуємо плюси та мінуси цього інтернет магазину:

Плюси: оптові ціни, зручний інтерфейс сайту, багато акцій, веселі івенти, усі регіони. Мінуси: висока ціна на товари, незручна доставка, довга техпідтримка, мало реклами.



Рис. 2.9. Сайт Garnamama [36]

Компанія «Дитячий світ Київ» пропонує турботливим батькам якісні дитячі товари на будь-який вік, смак і бюджет. Магазин спеціалізується на: одязі, взутті, іграшках, спорт товари. Співпраця з провідними торговельними марками вітчизняного і зарубіжного рівня допомогло сформувати багатий та різноманітний асортимент. Реалізовані товари для дітей виготовлені зарекомендували себе торговими марками: Fisher Price, Chicco, Tutis, Mayoral, Mattel, Hot Wheels, Avent, Minimen, Lenne, Adamex, Hasbro, Lego і багатьма іншими. Інтернет-магазин оновлює перелік пропозицій, тримаючи «руку на пульсі» актуальних новинок індустрії (рис 2.10).



Рис. 2.10. Сайт «Дитячий світ Київ» [37]

Такий підхід вивів інтернет-магазин товарів для дітей в лідери ринкового сегмента, що дозволяє успішно задовольняти навіть найвибагливіші запити покупців. Тут можна підшукати для дочки або сина прекрасний подарунок на будь-яке свято - є гарні ляльки, машинки, захоплюючі настільні та активні ігри, конструктори, м'які іграшки. За дуже приємною вартістю інтернет-магазин товарів для дітей також представляє необхідні для догляду за новонародженими аксесуари, ліжечка та інші меблі, коляски, постільні приналежності, посуд і не тільки.

Каталог дитячих товарів зручно розбитий на розділи в наступних категоріях:

1. Коляски;
2. Автокрісла;
3. Дитячі меблі;
4. Іграшки;
5. Одяг;
6. Взуття;
7. Активний відпочинок;
8. Засоби годування;
9. Засоби гігієни.

Проналізуємо плюси та мінуси цього інтернет магазину: Плюси: дешеві ціни, простий інтерфейс, акції, широкий асортимент одягу, зручна доставка, швидка техпідтримка, офлайн-магазин. Мінуси: акцент магазину тільки на одяг, мала кількість реклами, магазин тільки в столиці.

Цільова аудиторія: звичайно ж, це мами: молоді жінки 20-40 років, частіше за все заміжня, мають одну або більше дітей. Зверніть увагу: жінки частіше проводять час у соціальних мережах і на тематичних форумах - вивчають матеріали і спілкуються на теми виховання дітей, підготовки до вагітності і так далі. Тому більшу частину асортименту магазину повинні представляти речі середньої цінової категорії. За 5-10% залиште на дешеві речі і категорію люкс - на них теж знайдуться бажаючі.

Отже, використовуючи Інтернет, підприємство може самостійно проводити аналіз ринку, включаючи:

1. Вивчення: підприємств конкурентів, постачальників, включаючи дослідження їх стратегій ціноутворення, збуту. Організації руху товарів та реклами;
2. Вивчення потенційних клієнтів, не дивлячись на регіон їх проживання;
3. Вивчення існуючих стратегій, грошей та методів використання інтернет, при аналізі різних підходів до розробки нових товарів;
4. Вивчення кон'юнктури регіональних ринків та пошук нових ринків;
5. Збір та освоєня різних інформаційних матеріалів, починаючи від аналітичних даних, що стосуються загальносвітових економічних трендів і останніх постанов та нормативних актів, до самих свіжих інформаційних матеріалах про нові види товарів, тенденції в тій або іншій галузі.

2.2. Обґрунтування концепції бізнес-плану та маркетинговий план інтернет-магазину «Дитячий світ Київ»

«Дитячий світ Київ» - це магазин товарів для дітей він виконаний в різнобарвному стилі, також проводяться акції та події, що привертають увагу дітей та батьків. Даний інтернет-магазин створений командою професійних програмістів, ось чому дизайн та зручність його фішка. При створенні інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» потрібно розглянути такі питання, як навігація сайту, верстка, наявність фото та відео матеріалів про товар, можливість отримання зворотного зв'язку від покупців. Оплата а товари в інтернет-мангадзині «Дитячий світ Київ» буде здійснюватися готівкою при отриманні товару в пункті самовивозу, доставці товару кур'єром, виключно оплата на сайті або поєднання декількох варіантів.

Доставка в «Дитячий світ Київ» може здійснюватися кур'єром або транспортною компанією. У разі, якщо доставка не передбачається, є пункт самовивізу. Варто зазначити, що наявність у вашому інтернет-магазині

можливості доставки товару робить його більш конкурентоспроможним. Також «Дитячий світ Київ» підтримує дві можливі схеми роботи:

- Перезамовлення товару у постачальника, тобто, покупець замовляє товар у вас, ви в свою чергу у постачальника, а постачальник безпосередньо відправляє товар покупцю. Дана схема використовується деякими інтернет-магазинами, основним плюсом тут є відсутність необхідності утримання складських приміщень. Мінус тут полягає в збільшенні термінів доставки товару покупцеві, причому час доставки збільшується значно;
- Наявність власного складу. У цьому випадку підприємець скорочує час доставки товару до покупця, відповідно підвищує рівень лояльності покупців свого інтернет-магазину.

Кількість персоналу безпосередньо залежить від оборотів інтернет-магазину. Для «Дитячий світ Київ» інтернет-магазину буде потрібно наявність такого персоналу:

- Менеджер з прийому замовлень. Дану функцію може взяти на себе сам власник інтернет-магазину. Орієнтуватися тут необхідно на кількість замовлень. У разі зростання продажів можливо буде потрібно другий менеджер;
- Працівник складу, який займатиметься формуванням отриманих замовлень;
- Контент-менеджер. Співробітник буде займатися наповненням сайту і складанням опису товарів;
- Програміст. Так як його послуги не потрібні на постійній основі, ви можете в разі необхідності звертатися в компанію, яка займається розробкою сайтів. Причому звертатися краще до того ж фахівця, який створював сайт;
- Бухгалтер також може працювати на аутсорсі.

Плюсом інтернет-магазину є те, що всіх працівників (крім комірника) ви можете найняти віддалено.

Аналіз конкурентів та «Дитячий світ Київ». Такі інтернет-магазини як: Rozetka, Solomia, Garmamata мають свої переваги та недоліки, тому розглянемо їх:

- Переваги: надійність, зручна доставка, безкоштовний самовивіз, велика кількість точок по Україні, великий асортимент товарів, реклама, популярність, величезні масштаби.
- Недоліки: відсутність гарантії на деякі товари, довгий зв'язок з операторами, онлайн черги, складний інтерфейс сайту, складна бізнес модель.

Далі розглянемо «Дитячий світ Київ» його плюси та мінуси:

- Плюси: дешеві ціни, простий інтерфейс, акції, широкий асортимент одягу, зручна доставка, швидка техпідтримка, офлайн-магазин.
- Мінуси: акцент магазину тільки на одяг, мала кількість реклами, магазин тільки в столиці.

Традиційний метод SWOT — аналізу дозволяє провести детальне дослідження зовнішнього й внутрішнього середовища.

Результатом раціонального SWOT-аналізу, спрямованого на формування взагальненого інформаційного потенціалу, повинні з'явитися ефективні рішення, що стосуються відповідної реакції (впливу) суб'єкта (слабкої, середньої й сильної) відповідно до сигналу (слабкому, середньому або сильному) зовнішнього середовища.

Проведемо SWOT-аналіз інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» (табл 2.2).

Наступним кроком, розробимо карту стратегічних груп, щоб визначити місце ПрАТ «Дитячий світ Київ» серед інших конкурентів.

Карта стратегічних груп — це схематичне зображення на двовимірній площині структури галузі у розрізі груп фірм-конкурентів, які займають близькі позиції на ринку та конкурують між собою на основі одних конкурентних переваг та однаковими способами, здійснюючи аналогічні стратегії з використанням подібних ресурсів.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз «Дитячий світ Київ»[46]

Внутрішні фактори	
Сильні сторони	Слабкі сторони
Дешеві ціни Високий рівень сервісу Великий офіс компанії Великий офлайн магазин База постійних клієнтів	Мала кількість реклами Мала популярність по Україні Дуже простий сайт Невелике складське приміщення Невелика кількість співробітників Незначна відносна частка ринку Відсутність структурного підрозділу з маркетингу - низький рівень Швидка зміна модних тенденцій
Зовнішні фактори	
Можливості	Загрози
Розширення географії продажів Вихід в сегмент дорогих товарів Збільшення ефективності та кількості реклами Розширення товарного асортименту	Значна популярність сфери Ріст конкуренції в ніші Зниження доходів клієнтів Зростання частки продажу на вітчизняному ринку вживаних речей (секонд-хенду) Нестабільна ситуація в країні Нестабільне ціноутворення

Далі проведемо аналіз-порівняння інтернет магазинів: Rozetka, Solomia, Garmama, «Дитячий світ Київ»(рис.2.11.).

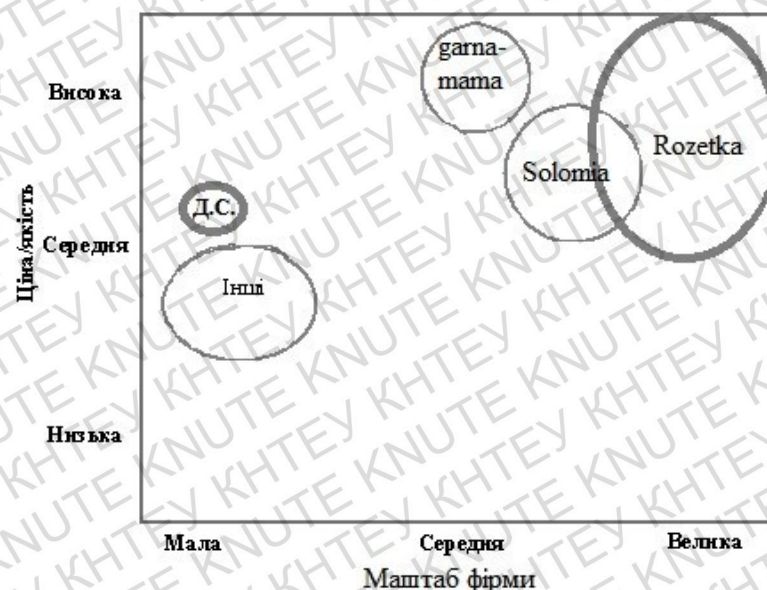


Рис.2.11. Карта стратегічних груп «Дитячий світ Київ»

Отже, аналіз фірм демонструє показники ціни та якості та масштабів, перше місце Rozetka, друге Solomia, третє Garnamama, четверте «Дитячий світ Київ».

Розроблення маркетингового плану потребує виділення і детального розгляду її складових:

Вибір ринків: в даному випадку поставляємо товар на ринок інтернет-магазинів.

Виробнича політика: продаж одягу, взуття, спорт товари, іграшки.

Канали розподілу: фірмовий магазин та інтернет-магазин.

Обсяги продажів: тисяча одиниць кожного товару в рік, збут через інтернет-магазин та стаціонарний магазин.

Реклама: просування сайту без покупки реклами, піару та просування ваш ресурс залишиться невідомим. Про нього просто ніхто не дізнається - і рано чи пізно бізнес доведеться згорнути. Якщо ви хочете працювати в ніші дитячого одягу довгі роки - доведеться вкладатися в рекламу - це закон ринку. Отже, кілька головних методів просування:

1. Сарафанне радіо. Найкраще - коли інформацію про вашому інтернет-магазині передають з вуст в уста самі клієнти: розповідають один одному, пишуть відгуки на сайті і в соцмережах. Можна мотивувати людей на написання відгуків: запропонувати їм бонуси або знижки за активність. Добре працюють також перепис в групі інтернет-магазину відгуків людей, бажано з фото.

2. Контекстна реклама. Ви платите за те, щоб ваша реклама показувалася у верхніх рядках пошукової системи - "Гугл". Точніше, не просто за покази, а за переходи по посиланню. Тобто тільки якщо людина побачить рекламу, зацікавиться і прийде на ваш сайт - ось це і оплачується.

3. Реклама в маркетплейсах, або товарних агрегаторах - величезних майданчиках, де зібрані товари з різних інтернет-магазинів. Це сучасний спосіб заявити про себе мільйонної аудиторії і привернути трафік. Як варіант - агрегатор "Гугл Покупки".

4. Реклама в соцмережах - там, як ви пам'ятаєте, живуть молоді матусі. Заведіть групу, публікуйте там корисні поради та статті, давайте посилання на інтернет-магазин. Головне - давати по-справжньому корисний контент, зацікавте вашу аудиторію, так вам будуть довіряти. А значить, будуть лояльні і до ваших товарів.

5. Таргетована реклама в соцмережах. Плюс її в тому, що ви самі вибираєте аудиторію: ставите в настройках, наприклад, бажаний стать, вік, сімейний стан, рівень доходу і навіть інтереси. І все - ваша реклама буде показуватися тільки тим, хто відповідає цим критеріям.

6. Банери на сайтах. Уявіть, заходить молода мама на улюблений сайт, присвячений вихованню дітей, і бачить яскравий барвистий банер, який повідомляє про небувалі знижки на дитячий одяг. Ось вам і жива аудиторія, готова до покупок.

7. Реклама у блогерів. Багато мам підписані на цікавих людей, медійних персон, популярних блогерів. Вони читають їхні розповіді, лайкають, коментують, діляться своїм досвідом. Якщо блогер, особливо у якого є дитина, розповість про те, що купує йому одяг в такому-то інтернет-магазині багато хто захоче "доторкнутися до зірки" і теж зробити там замовлення.

Найбільш ефективними рекламними сервісами на сьогоднішній день є:

- Google Adwords
- Google AdSense

Необхідно використовувати також і розміщення на інших рекламних ресурсах, типу Avito, OLX, Slando і т. д. Регулярна підтримка, розвиток і просування інтернет-магазину в інтернеті складуть близько 30% всіх необхідних витрат.

Сервіс: транспортно-експедиційні послуги, організаційно-комерційних послуг, товари представлені в інтернет-магазині потребують мізерних витрат, оскільки відсутній продаж техніки.

План збуту: 7000 різних товарів(одяг,взуття,дитячі товари) від оптових китайських та американських інтернет-магазинів з націнкою 25% до 40%.

Використовуються активні та пасивні продажі. Методи просування реклама Google, білборд.

Зв'язок з громадськістю: через інтернет, та менеджерій офлайн-магазину.

Цінова політика: оптова, для того, щоб сформувати в потенційних клієнтів позитивну думку про інтернет-магазин та підштовхнути їх до здійснення покупок необхідно проведення низки комплексних заходів:

- Установка на сайті магазину привабливих рекламних банерів
- Створення на сайті форми покупок
- Створення довірчого відносини шляхом публікації контактів для зворотного зв'язку
- Організація зручного і зрозумілого навігаційного меню
- Проведення регулярних тренінгів з працівниками інтернет-магазину на предмет кваліфікованої роботи з клієнтами
- Середня сума покупки в інтернет-магазинах представлена на рис.2.12.

Середня сума покупки в інтернет-магазинах

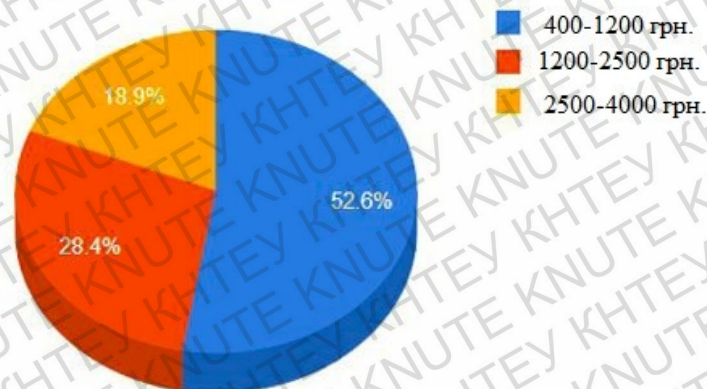


Рис.2.12. Середня сума покупки в інтернет-магазинах [63]

Отже, виходячи з вищесказаного можна визначити всі плюси та мінуси інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» та покращити його функціональність, кількість товарів, якість обслуговування, також порівняв де бачимо ріст конкурентів у даній ніші. Враховуючи всі наведені фактори можна з

упевненістю стверджувати, інтернет-магазин на сьогоднішній день має зростаючу тенденцію зростання прибутку і довіри з боку покупців, чому певною мірою сприяє посилення обстановка в оффлайн-торгівлі. При достатніх інвестиціях в розвиток інтернет-магазину бізнес здатний окупитися за термін від декількох місяців до 1 року і далі працювати тільки «на прибуток»

2.3. Організаційний план інтернет-магазину

У цьому розділі розглянемо проблеми організації процесу реалізації підприємницького плану, а також забезпечення роботи основного управлінського персоналу, тому є одним із найбільш суттєвими ключовими завданнями, які має поставити перед собою керівник бізнес-проекту для створення успішного проекту.

Для початку розглянемо фінансов-майновий стан ПрАТ «Дитячий світ Київ» (Додаток Д). Проаналізувавши фінансовий стан ПрАТ «Дитячий світ Київ» слід відмітити, що за 2016-2018 роки він є позитивним і відповідно діяльність підприємства можна вважати успішною, тому підприємство має всі перспективи для відкриття нового магазину та розширення власної мережі. Основними показниками оцінки рівня ефективності діяльності є наступні показники рентабельності ПрАТ «Дитячий світ Київ» (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Показники рентабельності ПрАТ «Дитячий світ Київ» за 2016-2018 рр. %

з/п	Показники	2016	2017	2018	Абсолютний приріст 2018 / 2017
1	Рентабельність виробничих витрат	68,26	63,23	62,61	-0,63
2	Рентабельність господарської діяльності	39,43	30,41	30,83	0,41
	Рентабельність власного капіталу	19,06	16,48	14,83	-1,65
5	Рентабельність активів	14,98	12,87	12,55	-0,32

За даними табл. 2.3, ми бачимо, що підприємство є рентабельним, але

останній рік показники погіршуються є певні проблеми зі збутом продукції. Ці і ряд інших проблем потребують вирішення.

Не дивлячись на те, що за останні роки показники діяльності погіршились, підприємство має досить хороші показники щодо направлення власних інвестицій на створення інтернет магазину.

Визначимо основні етапи реалізації бізнес-плану табл 2.4.

Таблиця 2.4

Етапи виконання проекту «Дитячий світ Київ»

Етапи виконання проекту	Терміни виконання
Укладення інвестиційного договору	1 місяць
Отримання позикових коштів	1 місяць
Внесення в держреєстр, постановка на облік в адміністративних і податкових органах	1 місяць
Підбір місця розташування та оформлення документації	1-6 місяців
Придбання та монтаж обладнання	1 місяць
Підбір персоналу	1 місяць
Проведення маркетингової кампанії	1-24 місяця

Інтернет-магазин «Дитячий світ Київ» є одноосібним приватним підприємством, що використовує найману робочу силу.

Організатор бізнесу на початкових етапах: продажу, маркетингу, закупівель виконуватиме основну роботу із організації роботи в інтернет-магазині.

При цьому вже в перший рік роботи буде використовуватися певна кількість працівників (табл 2.5.).

Організаційна структура такого підприємства буде функціональною. Загальний фонд оплати праці складає 31 тис. грн. на місяць або 372 тис. грн. на рік. Соціальні внески складають 22% фонду заробітної плати.

Планування чисельності персоналу інтернет-магазину "Дитячий світ Київ" та фонду оплати праці на 2019 – 2020 рр побачимо на табл. 2.6.

Таблиця 2.5

Оклад працівників «Дитячий світ Київ», тис. грн. на місяць [37]

Посада	Роки	
	2019	2020
Програміст	5	6
Бухгалтер	8	9
Менеджер	9	10
Оператор	9	10
Всього	31	34

Планові витрати на заробітну плату інтернет-магазину "Дитячий світ" в 2019 році становлять 372 тис. грн. У 2020 році планується збільшення витрат на персонал до 408 тис. грн. Для створення інтернет-магазину необхідний певний бюджет, тому розглянемо ціни на нього в актуальний момент.

Таблиця 2.6

Кількість працівників та фінансові показники «Дитячий світ Київ»[37]

Показник	2019	2020
Кількість персоналу, чол.	4	4
Соціальні внески, тис. грн.	82	90
Загальний фонд оплати праці, тис. грн.	372	408

Етапи створення сайту інтернет-магазину:

1. Формування ТЗ для створення сайту магазину. Необхідно з'ясувати цілі та завдання магазину, основні вимоги до оформлення і змісту. Менеджер брендингового агентства досліджує ринок, для якого потрібно створити сайт інтернет-магазину і запити споживачів.

2. Проектування та тестування. На цьому етапі розробляються структури і дизайн сайту інтернет-магазину. Розробка сайтів, інтернет-магазинів вимагає ретельного підходу. Вони повинні бути простими у використанні і інтуїтивно зрозумілими.

3. Розробка функціоналу сайту інтернет-магазину. Чим більш продумано функції, тим впевненіше і комфортніше почуваються відвідувачі інтернет-магазину.

Першою причиною такої різниці є різні цінові сегменти, у яких працюють виконавці. Коли вас цікавить ціна на створення та просування інтернет-магазину, враховуйте існування трьох сегментів цін:

1. Низький, бюджетний (10000 – 30000 грн.);
2. Середній, орієнтований на середньоринкову конкурентну вартість (30000 – 150000 грн.);
3. Високий, преміум (від 150000 грн. та вище).

Розглянемо ціни за створення і просування інтернет-магазину в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Ціна на створення і просування інтернет-магазину в 2019 році[47]

Стартовий пакет	Сегмент	Ціна від (тис. грн.)
“Старт”	Бюджетний	10
“Економ”	Бюджетний	25
“Стандарт”	Середньоринковий	40
“Супер плюс”	Середньоринковий	75
“Преміум”	Преміум	150

Ціна на доменне ім'я для інтернет-магазину залежить від реєстратора, але у середньому становить 350 грн. на рік. Існують перевірені рекомендації, згідно з якими покупка домену у зоні com.ua забезпечує простоту і легкість просування в Україні.

«Дитячий світ Київ» використовує домен <http://www.ds.com.ua/>[41]. Розглянемо детальніше ціни за створення доменного ім'я для інтернет-магазину табл. 2.8.

Вартість верстки створення інтернет-магазину складає – від 4500 грн, залежно від кількості робіт та складності в дизайні. У цілому цієї суми та робіт достатньо для старту інтернет-магазину.

Ціна адаптивного дизайну інтернет-магазину у більшості випадків повинна дорівнювати – 0 грн. Все це тому, що підрядник повинен запропонувати 3 версії зовнішнього вигляду та функціоналу інтернет-магазину – ПК, планшетної та мобільної. Звичайно, існують нюанси, які залежать від додаткової роботи дизайнера, тому що деякі нові елементи і блоки у магазині можуть впливати на адаптивну верстку. Якщо цього не врахувати, вона буде погано виглядати у мобільних пристроях.

Таблиця 2.8

Ціна доменного імені для створення інтернет-магазину [47]

Доменне ім'я	Термін реєстрації / Мінімальний	Термін реєстрації / Максимальний	Ціна доменного імені за 1 рік:
UA	1 рік	10 років	1545.00 грн.
UKR	1 рік	10 років	318.00 грн.
COM.UA	1 рік	10 років	321.00 грн.
KIEV.UA	1 рік	10 років	282.00 грн.
NET.UA	1 рік	10 років	261.00 грн.
ORG.UA	1 рік	10 років	288.00 грн.
IN.UA	1 рік	10 років	312.00 грн.

Оформлення інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» виконано в мінімалістичному стилі в особливому дизайні тому ціна середня.

Ціни за створення та обслуговування наведено у (Додатку Е).

Можливість будь-якою зручною для покупця оплати покупки часто буває вирішальним фактором у виборі того чи іншого інтернет-магазину. Структура платіжів через інтернет наведена на рис 2.13. На сьогоднішній день

в сегменті інтернету існує кілька десятків платіжних систем серед яких найпопулярніші це:

- Qiwi;
- PayPal;
- Ощадбанк, Приватбанк та інші.
- Або рахунку мобільних операторів

Структура платежів за покупки, через інтернет

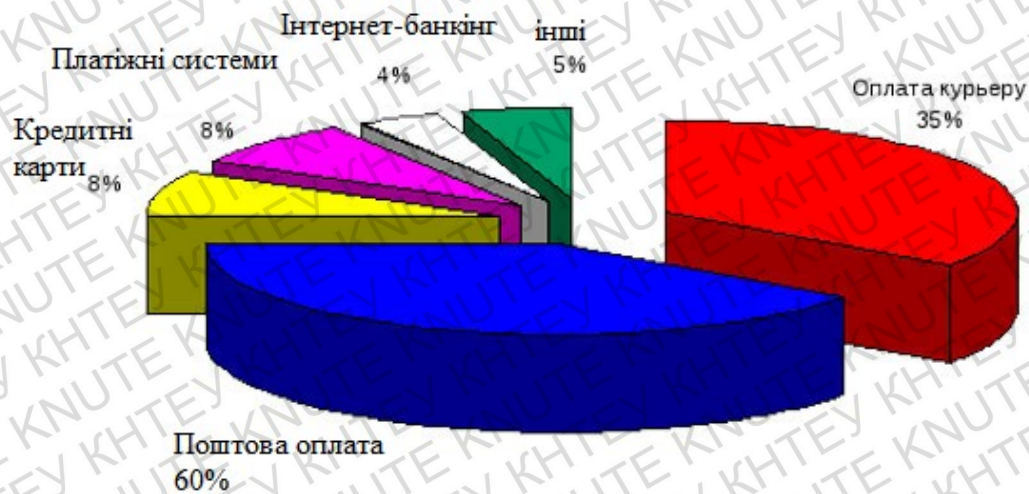


Рис.2.13. Структура платежей за покупки, через Интернет [63]

Ще один важливий момент, від якого залежить успішна робота інтернет-магазину – це доставка замовленого товару. Доставкою по місту на початковому етапі роботи можна займатися самостійно, після розширення бізнесу – організувати власну службу доставки, або користуватися послугами сторонньої доставки.

Забезпечити кожного кур'єра автомобілем практично нереально. Тому як варіант, можна наймати на роботу кур'єрами людей з власним автотранспортом. Враховуючи часті затори в густонаселених містах, кур'єрам рекомендується користуватися громадським транспортом, велосипедами, або самокати. До речі, в Європі широко поширений такий спосіб доставки.

Складські приміщення для інтернет-магазину. Невеликий інтернет-магазин, який працює з 1-2, максимум 3 постачальниками цілком може

обійтися без складських приміщень, відвантажуючи товар кур'єру прямо зі складів партнерів. У разі, якщо асортимент інтернет-магазину є досить широким, або ви плануєте працювати з декількома постачальниками, які, можливо, будуть перебувати у видаленні, то склад знадобиться обов'язково.

На сьогоднішній день продажами через інтернет займаються понад 70% компаній, що працюють оффлайн, не рахуючи тих, що працюють тільки через інтернет. Незважаючи на величезну кількість торгових точок у мережі, конкуренція в різних сферах бізнесу відчувається не так сильно, через те, що в інтернеті шанси щодо залучення клієнтів у великій компанії і однієї людини – власника інтернет-магазину практично зрівнюються.

Отже, щоб ПрАТ «Дитячий світ Київ» зміг вдало вести торгівлю та успішно конкурувати, необхідно створити інтернет-магазин, а для цього потрібно: створити та обслуговувати сайт, найняти співробітників, реклама, аналіз-конкурентів, SWOT-аналіз, постачальники, складське приміщення, закупівля товарів, аналіз цін.

РОЗДІЛ 3

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ»

Фінансовий розділ бізнес-плану включає в себе декілька головних документів: план прибутків та збитків, аналіз руху коштів, оперативний план, баланс фірми, план доходів та витрат. Необхідні інвестиційні вкладення представлені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Загальні інвестиційні вкладення для створення Інтернет-магазину ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Інвестиції	Сума, тис. грн.
Товари(одяг,взуття)	1806,00
Додаткові витрати(зарплата,реклама)	507,00
РАЗОМ, тис. грн.	2313,00

Джерелом фінансування буде власний капітал у розмірі 2313 тис. грн.

Постачальники: вибираючи постачальників, зверніть увагу на якість товарів, одягу, іграшок, які ви будете продавати. Пошук постачальників проводитися буде за наступними напрямками:

1. Знайти в інтернеті бази даних оптових постачальників, виробників або людей, які працюють по Дропшипінг (ви передаєте їм заявки, а вони відправляють товар).
2. У пошукових систем за запитам оптових компаній ви знайдете контакти.
3. У вузькоспеціалізованих онлайн або офлайн-виданнях знайти оголошення і пропозиції від оптових компаній.
4. Якщо подобаються певні групи товарів, дізнайтеся у продавця, хто їх виробник і де вони роблять закупівлі.
5. Знайти оптових постачальників можна на найбільших ринках країни.

6. Пошукати постачальників не тільки в країні, а й сусідніх.

Головні постачальники: Amazon, Walmart, E-bay, Wish, Aliexpress, Alibaba group.

Доходи формуються за рахунок, купівлі товарів у американських та китайських оптових платформах та реалізацію на українському інтернет-ринку з маржею 25-40% в залежності від товару. За розрахунками бізнес плану, в перший рік роботи відвідуваність сайту буде в середньому 500 осіб на добу. При середній конверсії в 2% (кількість купили товар від загального числа зайшли на сайт) в день буде відбуватися близько 10 покупок. При середньому чеку в 800 грн. Щоденна виручка складе приблизно 8000 грн., а щомісячна 240000 грн. Чистий прибуток з урахуванням витрат на доставку товару складе приблизно 340 - 370 тис. гривень на місяць. Окупність вкладень в бізнес настане через 24 місяці роботи. Розглянемо детальніше: товари, кількість, доходи і витрати в табл 3.2.

Таблиця 3.2

Доходи та витрати «Дитячий світ Київ» 2019

Назва товару	Кількість	Ціна закупівлі (середня)	Ціна продажу (середня)	Витрати (грн.)	Доходи (грн.)
Коляски	150	2000	3000	300000	450000
Авто-крісла	150	1000	1600	150000	240000
Дитячі меблі	120	1300	2000	156000	240000
Іграшки	1000	150	240	150000	240000
Одяг	1200	300	450	360000	540000
Взуття	1200	200	315	240000	378000
Засоби годування	1500	150	230	225000	345000
Засоби гігієни	1000	150	215	150000	215000
Товари для активного відпочинку	500	150	220	75000	110000
Всього	6820			1806000	2758000

Також прораховані данні по доходам та витратам за 2020 рік (Додаток Ж).

Бізнес-план інтернет-магазину дитячого одягу обов'язково повинен містити і додаткові витрати, тому розглянемо їх у табл.3.3.

Таблиця 3.3

Додаткові витрати «Дитячий світ Київ» грн.

Витрати (рік)	2019	2020
заробітна плата персоналу	372000	408000
Створення сайту\	20000	5500
Обслуговування сайту		
Оренда складу для товарів	90000	90000
Реклама	25000	40000
Всього	507000	543500

В компанії мінімальна націнка становить 25 відсотків. Проаналізуємо планування доходів інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» діяльності із врахуванням націнки.

Розглянемо детальніше доходи та фінансові результати «Дитячий світ Київ» в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Дохід та фінансові результати «Дитячий світ Київ»

Показник	2019	2020
Доходи(тис.грн.)	2758	2990
Витрати(тис.грн.)	2313	2432
Прибуток до оподаткування(тис.грн.)	445	558
Податок на прибуток(тис.грн.)	80	123
Чистий прибуток(тис.грн.)	365	435

Плановий обсяг надходжень від реалізації в 2019 році становить 2758 тис. грн., це означає що компанія планує отримувати середньоденну виручку в розмірі 7,6 тис. грн. Обсяги доходів зростатимуть кожного року. Так, плановий чистий дохід в 2020 році складе 2990 тис. грн.

За цими даними таблиці можна зробити висновок, що компанія буде прибуткова. Плановий чистий прибуток складе 365 тис. грн. При розрахунках враховується та оподаткування прибутку, сума податку в 2019 році складає 18 відсотків. Підприємство є платником податку на прибуток. Отже, в 2020 році плановий прибуток до оподаткування становить 558 тис. грн., після оподаткування чистий прибуток підприємства складе 435 тис. грн.

Фінансовий розділ інвестиційного бізнес-плану входять такі пункти:

1. Аналітика фінансового стану фірми протягом двох його роботи;
2. Аналітика фінансового стану фірми в протягом підготовки інвестиційного проекту;
3. Прогноз доходів і грошових потоків;
4. Аналіз фінансової успішності інвестиційного проекту.

Підсумуємо проаналізовані дані та продемонструємо всі коефіцієнти ефективності інвестиційного проекту в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Показники ефективності інвестиційного проекту «Дитячий світ Київ»

	Показник	Значення
NCF	Чистий грошовий потік	365
NPV	Чистий приведений дохід	110
Pi	Індекс доходності	1.025
IRR	Внутрішня норма доходності, %	20.95
PP	Період окупності, років	2
ROE	Рентабельність власного капіталу	7.3

Отримані дані в результаті розрахунків прогножуючи фінансові показники та ефективності проекту можна уявити в бізнес-плані «Дитячий світ» за наступними показниками.

Показники ефективності проекту:

1. Чиста поточна вартість (NPV - Net Present Value);
2. Рентабельність (ROE - Return on Equity);
3. Внутрішній коефіцієнт ефективності;

4. Період повернення капітальних вкладень.

Необхідно визначити і ризики зіткнеться ПрАТ «Дитячий світ Київ» за час своєї діяльності:

1. Вихід обладнання з ладу. Як і будь-який інший інтернет-магазин ніхто не застрахований від можливо виходу із ладу таких компонентів: комп'ютери, сервери, перебої з інтернетом та навіть відсутність електроенергії, ось чому слід максимально чітко прораховувати всі ризики щоб уникнути збитків. Нефункціональність будь-якого із компонентів можуть призводити до:

- Втрата покупців та прибутку;
- Зменшення рівня довіри, репутації та надійності;
- Простою обладнання та відсутності можливості постачання продукції до місць збуту, що потягне за собою швидку втрату ринку.

Для того, щоб забезпечити можливість швидкої заміни комп'ютерів, серверів чи обладнання, необхідно формувати запаси заздалегіть. Це необхідно робити для того, щоб за даний час придбати нове обладнання та виділити час програмістам на налаштування його роботи. На підприємстві формується резерв коштів на випадок неможливості отримання доходу. Ці гроші повинні використовуватися для того, щоб виконати оперативний ремонт та налаштування обладнання. Через 2 роки після закінчення гарантійного терміну будуть створюватися накопичення для заміни обладнання на більш новіше та ефективніше.

2. Неможливість виконувати роботу менеджера. Ця проблема стосується будь-якого невеликої компанії, де однією людиною виконується практично весь обсяг робіт. У випадку хвороби менеджера процес продажів спаде, що призведе за собою простій товарів та втрату ринку збуту.

3. Відмова точки збуту реалізовувати продукцію. Будь-які ділові контакти не можна розглядати як безкінечні, оскільки ринок постійно змінюється та модернізується, і у будь-який момент на ньому можуть з'явитися нові міцніші конкуренти.

У випадку відмови точки від реалізації, можна розглядати інші варіанти для збуту і займатися пошуком варіантів.

У випадку настання такої ситуації компанія може збільшити обсяг продаж, через спеціальні сайти та реалізацію через мережі оптових і роздрібних магазинів. Дана ситуація обернеться для підприємства втратою витрат на рекламу та додатковими витратами на знаходження точок збуту. Дані кошти можна виділяти із резервів, що складають 10% від загальних витрат.

4. Спектр ризиків. Навіть за наявності гарантії на два роки на придбане обладнання, не можна надіятись на те, що воно працюватиме безперервно протягом перших років експлуатації. Дрібні поломки будь-якого із компонентів можуть призводити до, розглянемо у (Додатку І).

Простою обладнання та відсутності можливості постачання продукції до місць збуту, що потягне ризик втрату ринку.

Будь-які ділові контакти не можна розглядати як постійні та тривалі, оскільки ринок не стоїть на місці, і у будь-який момент на ньому можуть з'явитися нові, більш прибуткові гравці.

Ефективність інвестиційного проекту включає розрахунок 4-х показників.

- чистий дисконтований дохід;
- індекс доходності;
- період окупності інвестицій;
- внутрішня норма доходності інвестицій.

Для того, щоб отримати дані показники, необхідно розрахувати грошові потоки «Дитячий світ Київ».

В 2019 році додатній грошовий потік становить 2758 тис. грн., від'ємний –2393 тис. грн. Різниця між цими показниками, що становить 365 тис. грн., є чистим грошовим потоком підприємства за 2019 р.

Спланувавши грошові потоки на 2 роки, встановлено, що додатній грошовий потік в 2020 р. становитиме 2990 тис. грн., від'ємний – 2393 тис. грн., а чистий 435 тис. грн. Тому розглянемо їх детальніше в табл.3.6.

Таблиця 3.6

Грошові потоки «Дитячий світ Київ»

Показники	2019	2020
Додатні грошові потоки (тис.грн.)	2758	2990
Від'ємні грошові потоки (тис.грн.)	2393	2555
Чистий грошовий потік (тис.грн.)	365	435

Проведемо дисконтування грошових потоків, для цього потрібно визначити ставку дисконту.

Для оцінки майбутніх інвестицій потрібно врахувати ставку дисконту, це означає що ставку відсотків, який демонструє мінімальну суму доходу кожного року, при якому інвестор готовий вкласти кошти.

З формулою дисконта отримують спеціальний коефіцієнт дисконтування для прирівнювання цінності грошових потоків в майбутніх роках до теперішньої цінності.

Взагалі норма дисконту демонструє затрати в основний капітал і показує норму прибутку, яку би фірма могла отримати, займаючись іншими видами діяльності.

Для постійної норми дисконту E коефіцієнт дисконтування i визначається за формулою:

$$\frac{1}{1 + E \cdot t} \quad 3.1.$$

Ставка дисконтування (i) — це та вартість залученого капіталу (сукупного грошового потоку), при якому інвестор готовий вкладати в бізнес; E – норма дисконту; t – період; (табл.3.7).

Таблиця 3.7

Розрахунок ставки дисконту «Дитячий світ Київ»

Рік (t)	Норма дисконту (E)	Ставка дисконту (i)	Показники
-------------	------------------------	-------------------------	-----------

1	18	0.84	2337
2	18	0.71	2147
CF			4484

Ставка дисконтування є головним елементом в дисконтуванні прибутку. Вона демонструє, яку норму доходу потрібно врахувати інвесторові при вкладанні коштів в проект. Ставка дисконту використовує багато елементів, які залежать від об'єкту оцінки і може включати в себе: інфляційну складову, дохідність по безризикових активах, додаткову норму прибутку за ризик, ставку рефінансування, середньозважену вартість капіталу, відсоток за депозитом. Також розрахуємо NPV за формулою:

$$NPV = \sum \frac{CF_k}{(1+r)^k} \quad 3.2.$$

$NPV = -2313 - 2432/(1+0.18) + 2758/(1+0.18) + 2990/(1+0.18)^2 = 4484 - 4374 = 110$ тис. грн.

Індекс рентабельності. Розрахуємо PI за формулою:

$$PI = \sum \frac{CF_k}{(1+r)^k} \quad 3.3.$$

$$PI = 4484/4374 = 1.025$$

Внутрішня норма прибутку інвестиції. Під внутрішньою нормою прибутку інвестиції (IRR-синоніми: внутрішня дохідність, внутрішня окупність) розуміють значення коефіцієнта дисконтування r , при якому NPV проекту дорівнює нулю:

Розрахуємо IRR за формулою:

$$\sum \frac{P_k}{(1+r)^k} = 0 \quad 3.4.$$

$$IRR = -2313 - 2432/(1+r) + 2758/(1+r) + 2990/(1+r)^2 = 0$$

$$IRR = 20.95\%.$$

Термін окупності - це мінімальний часовий інтервал (від початку здійснення проекту), за межами якого інтегральний ефект стає і надалі залишається невід'ємним (табл.3.8).

Таблиця 3.8

Термін окупності «Дитячий світ Київ»

Період	PV _t	Наростаючий PV _t	DIC _t	Наростаючий DIC _t
0	0	0	2313	2313
1	2337	2337	2061	4374
2	2147	4484		

У нашому випадку капітальні вкладення рівні 4374 тис. грн. По таблиці видно, що 4374 тис. грн. покриваються сумарними результатами після 1 року. Це результат приблизний, тільки в роках. Для уточнення періоду окупності розрахуємо, за який період будуть покриті всі інвестиційні витрати після 1 року.

Наростаючий DIC_t-PV₁ = 4374-2337= 2037

Інтегральний результат за 2 рік: PV₂ = 2147 тис. грн за 365 днів.

DPP₂ = 2037/ 2147* 365 = 346 днів.

Отже, термін окупності проекту складе: DPP = DPP₁ + DPP₂ = 1 року + 346 день.

Визначення граничного значення зміни доходу. У ситуації, коли інвестиційний проект буде мати інтегральну точку беззбитковості, NPV дорівнюватиме нулю за формулою:

$$q_1 = (1 - \frac{DIC_t}{PV}) \quad 3.5.$$

$$Q_1 = (1 - 4374/4484) = 2.46\%$$

Також розрахуємо ROE за формулою:

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} * 100 \quad 3.6.$$

$$ROE = 365000 / 5000000 * 100 = 7,3\%$$

Необхідно зазначити, що період окупності в майже 2 років є адекватним для проекту з таким обсягом вкладень.

Висновок, отже виходя з розрахунків інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» можна стверджувати що цей проект є доволі ефективним та окупним,

виходячи з підрахунків вище, тому через 2 років підприємство може приносити доволі задовільний дохід відносно витрат.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У ході виконання випускної кваліфікаційної роботи сформульовано ряд висновків теоретичного та прикладного характеру, основні з яких наступні.

Критичний аналіз, узагальнення і систематизація існуючих теоретичних положень було визначено, що бізнес-план – це техніко-економічне обґрунтування діяльності компанії у ринкових умовах, програма його діяльності, він характеризує модель компанії в майбутньому. Також, аналіз методик здійснення бізнес планування дозволили виокремити: UNIDO, СБРР, KPMG, TACIS, BFM, тожу розглянемо їх плюси та мінуси:

Плюси ЮНІДО: стандарти вимагають, щоб обрання певної стратегії маркетингу було обґрунтованим, тобто розробники бізнес-плану повинні навести конкретні переваги обраної стратегії порівняно з іншими стратегіями. Мінуси ЮНІДО: визначає місткість ринку лише за оптимістичним та песимістичним сценарієм.

Плюси KPMG: інтерактивна бізнес-модель підприємства, приділяється увага обчисленню проектної собівартості пропонованої продукції (послуг), що засвідчує прозорістьвикористовуваного підходу до управління витратами й дозволяє на передпроектній стадії реалізації бізнесової ідеї аналізувати можливі резерви зниження собівартості. Мінуси KPMG: акритими є інформація щодо особливостей матеріально-технічного забезпечення виконання виробничої програми підприємства та порядок забезпечення проекту виробничими потужностями.

Плюси TACIS: інноваційні проекти, чотири етапи аналізу, детальне прогнозування ринків та товарів. Мінуси TACIS: в ній не відображено виробничої програми підприємства, а також плану матеріально-технічного забезпечення її виконання. Як наслідок, непрозорою є інформація про виробничі потужності, необхідні для реалізації проекту, графік їхнього впровадження й експлуатації. Крім того, технологія бізнес-планування відповідно до стандарту TACIS не конкретизує, яка частка проекту

фінансуватиметься за рахунок власних коштів підприємства, а яка за рахунок кредитів.

Плюси BFM Group: деталізація, об'єднання компаній, креативні стратегії, також приділяється увага започаткуванню підприємством зовнішньоекономічної діяльності, що є важливим для проектів, реалізація яких виходить за межі національних ринків, зокрема з точки зору врахування витрат на придбання ліцензій, необхідність сплати ввізних мит, попередження можливих правових конфліктів із зарубіжними бізнес-партнерами тощо.

Мінуси BFM Group: занадто багато етапів її реалізації присвячена фінансовому плануванню та обґрунтуванню прибутковості проекту.

Отже, найефективнішою методикою цих методик є ЄБРР, оскільки вона включає в себе велику кількість критеріїв таких як: за якими можна найточніше зібрати потрібну інформацію, а саме: конфіденційність, маркетинг, залучення міжнародних інвестицій, екологічна безпека що дасть можливість створити успішний бізнес-проект.

Оскільки інформаційне поле бізнес-плану не може складатися тільки з фактичної інформації, будь-яке передбачення майбутнього, а також і розробка інвестиційного проекту, завжди характеризується тим чи іншим ступенем невизначеності. Основними джерелами інформації для оцінки можливостей створення інтернет-магазину «Дитячий світ Київ» є:

- власний досвід практичної діяльності ПрАТ «Дитячий світ Київ»;
- безпосередні контракти з майбутніми споживачами, постачальниками, торговими агентами;
- відомості про конкурентів, лідерів ринку дитячого одягу, які «Дитячий світ Київ» отримує, збираючи всі наявні дані про них, контактуючи з їхніми працівниками;
- статистична інформація про стан і тенденції розвитку галузі (ринок молодіжного одягу для жінок, за даними аналітичних статей та звітів Державного комітету статистики України, Міністерства фінансів тощо);

- поточні аналітичні огляди науковців економічної та ринкової ситуації;
- рекламні матеріали, інформаційно-комерційні матеріали виставок, ярмарків та науково-практичних конференцій;
- публікації з питань підприємництва в галузі реалізації молодіжного одягу для жінок.

Аналіз потенціалу ПрАТ «Дитячий світ Київ», показав, що в порівнянні з конкурентами займає не погані позиції в продажі одягу, взуття, іграшки його основними конкурентами виступають Rozetka, Solomia, Garnamama.

Дана галузь є перспективною, тому доцільно розглянути шляхи укріплення з позиції відкриття інтернет-магазину.

Для оцінки можливостей та загроз було здійснено SWOT-аналізу, який вказав, що сильними сторонами є: дешеві ціни, високий рівень сервісу, великий офіс компанії, великий офлайн магазин, база постійних клієнтів, а слабкими: мала кількість реклами, мала популярність по Україні, дуже простий сайт, невелике складське приміщення, невелика кількість співробітників, незначна відносна частка ринку, відсутність структурного підрозділу з маркетингу - низький рівень.

Особливості діяльності «Дитячий світ Київ»:

Доставка: в «Дитячий світ Київ» може здійснюватися кур'єром або транспортною компанією. У разі, якщо доставка не передбачається, є пункт самовивізу.

Товар: Компанія «Дитячий світ Київ» пропонує турботливим батькам якісні дитячі товари на будь-який вік, смак і бюджет. Магазин спеціалізується на: одязі, взутті, іграшках, спорт товари. Співпраця з провідними торговельними марками вітчизняного і зарубіжного рівня допомогло сформувати багатий та різноманітний асортимент.

Споживачі: звичайно ж, це мами: молоді жінки 20-40 років, частіше за все заміжня, мають одну або більше дітей.

Проаналізувавши фінансовий стан підприємства виробничо-торгівельного підприємства ПрАТ «Дитячий світ Київ» слід відмітити, що за 2016-2018 роки він є позитивним і відповідно діяльність можна вважати успішною, тому підприємство має всі перспективи для відкриття інтернет-магазину.

Підприємство ПрАТ «Дитячий світ Київ» є рентабельним, також розглянемо фінансові показники:

ROE - 7.3%, NCF - 365 тис. грн., NPV - 110 тис. грн., PI – 1.025%, IRR – 20.95%, PP – 2 роки.

Як показали дані фінансового стану підприємство, то ПрАТ «Дитячий світ Київ» може здійснити інвестиції за власні кошти у розмірі 5 млн. грн. Основними статтями витрат є: товари (одяг, взуття і тд.) – 1806000 грн. на рік, заробітна плата персоналу – 372000 грн на рік, створення та обслуговування сайту – 20000 грн. на рік, оренда складу – 90000 грн. на рік, реклама 25000 грн. на рік. Загальна сума витрат за рік – 2313000 грн.

Основними ризиками при впровадженні інтернет-магазину є наступні:

- Значна популярність сфери;
- Ріст конкуренції в ніші;
- Зниження доходів клієнтів;
- Зростання частки продажу на вітчизняному ринку вживаних речей (секонд-хенду);
- Нестабільна ситуація в країні.

За даними розрахунків, проєкт окупиться 2 роки, прибуток складе 1003000 грн.

Отже, процес складання бізнес - плану є специфічним у кожному конкретному випадку, тому практично не можливо дати якусь єдину схему його розробки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Должанський І. З., Загорна Т. О. Бізнес План: Технологія Розробки: навч. посіб. / М.М. Бердар. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
2. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О., Дерев'янка О.Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: [Навч. посібник] / Київський національний економічний ун-т. -2.вид., доп. -К. : КНЕУ, 2002. - 379с.
3. Бланк И. А. Финансовый менеджмент [Текст] : учебный курс. -2-е изд., перераб. и доп. / И. А. Бланк. - К. : Эльга, Ника-Центр, 2011. – 656 с.
4. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера. – К.: Ника-центр, 1998. – 480 с.
5. Бланк И.А. Управление активами и капиталом предприятия / И.А. Бланк. – К. : Ника-центр, Эльга, 2003. – 448 с.
6. Бородавкін А.Н., Моляков Д.С., Сорока Р. Методологічні основи управління оборотними активами / А.Н. Бородавкін // [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/179/knp179_31-33.pdf
7. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту: підручник; пер. з англ. / Є.Ф. Брігхем. – К.: Молодь, 2013. – 1000 с.
8. Вареник В.М. Діагностичний аналіз ефективності управління активами підприємства / В.М. Вареник // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Вип. 1 (12). – с. 117-122.
9. Дант Н.В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України/ Данк Н.В. //Глобальні та національні проблеми економіки. - 2014. - Випуск 1. - С.129-133.
10. Потапов А.Л. Застосування імітаційної комп'ютерної моделі для визначення оптимальної структури довгострокового капіталу фірми / / Фінансовий менеджмент. - 2006. - № 1. -С. 35-43

11. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. –388 с.
12. Короткова В. О. Особливості розроблення та презентації бізнес-планів / Короткова В. О. // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 14. - С.34-37.
13. Господарський кодекс України: Закон України №436-IV від 16.01.2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rada.gov.ua
14. Давиденко Н.М. Ліквідність та платоспроможність як показники ефективності фінансового менеджменту підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №2. – С. 36-40.
15. Лаврів Л.А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи /Лаврів Л.А. // Інноваційна економіка. Науково-виробничий 2013. - №10. - С.104-111.
16. Планування в підприємствах і організаціях споживчої кооперації: стан і перспективи розвитку: Монографія / Іванова В.В., Сидоренко-Мельник І.М., Фастовець А.А., Юрко І.В. / За ред. А.А. Фастовець. -Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. - 157 с.
17. Кірейцев Г. Г. Фінанси підприємств / Г. Г. Кірейцев. – К.: ЦУЛ, 2012. – 268 с.
18. Кацман С.О. Вдосконалення системи управління активами підприємства / С.О. Кацман // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 20. – С. 117-122.
19. Квятковська Л.А. Комплексний підхід до оцінки ефективності управління підприємством / Л.А. Квятковська, Л.Д. Воробйова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства, 2018. – № 50. – С. 67–75.
20. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посібник. - 2-ге вид., перероб. і доп. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – К. : Знання, 2011. – 485 с.

21. Ковальов В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры.— М.: Финансы и статистика, 2012. — 560с.
22. Колчина В.В., Волкова О.Н. Аналіз фінансового стану як передумова ефективного управління підприємством // Економіка, фінанси, право, №6, 2013 р. - С. 71-74
23. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств / М.Я. Коробов. — К.: Знання, 2010. — 378 с.
24. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент: підручник. / Г.О. Крамаренко, О. Є. Чорна. — К. : Центр навчальної літератури, 2016. — 520 с.
25. Матвійчук А.В. Аналіз та прогнозування розвитку фінансово-економічних систем із використанням теорії нечіткої логіки: [монографія]. / Матвійчук А.В. — К. : ЦУЛ, 2015. — 206 с.
26. Маргасова В.Г. Аналіз існуючих методів управління оборотними активами підприємства // Вісник Українського державного університету водного господарства та природокористування. Зб. наук. пр. — 2018. — Вип. № 1 (20). — С. 254–259.
27. Материнська О.А., Гайовик М.О. Аналітична оцінка методичних підходів аналізу ділової активності підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59259.doc.htm
28. Мельничук К.С. Управління оборотними активами підприємства як необхідна складова забезпечення їх ефективної діяльності // Наука й економіка. — 2016.— № 4(16). — Т. 2. — С.108-112.
29. Нагорний Є. О. Система управління активами як релевантний чинник ефективного розвитку підприємства / Є.О. Нагорний // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет, 2014. — Випуск 11 (42) С. 432-437.

30. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1: Загальні вимоги до фінансової звітності. [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/npsbu1/>
31. Павлова Л.Н. Финансовый менеджмент. Управление денежным оборотом предприятия: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2010. – 400 с.
32. Петруня Н.В. Класифікація активів підприємств з урахуванням міжнародних стандартів фінансової звітності / Н.В. Петруня // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України – 2017. – №1. – С. 235-242.
33. Державна служба статистики України - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>
34. Інтернет-магазин «Розетка» - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://rozetka.com.ua>
35. Інтернет-магазин «Solomia» - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://solo-mia.com.ua>
36. Інтернет-магазин «Garnamama» - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://garnamama.com>
37. Інтернет-магазин «Дитячий світ» - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://www.ds.com.ua>
38. Закон України "Про охорону праці" Законодавство України про охорону праці [№ 2249-VIII від 19.12.2017](#), ВВР, 2018, № 6-7, ст.43}.
39. Цілі, масштаби, характеристики, сфери бізнесу - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://buklib.net>
40. Сутність, призначення, завдання та перспективи розвитку бізнес-планування - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://pidruchniki.com/92411/finansii/biznes-planuvannya>
41. Європейський банк реконструкції та розвитку - [Електронний ресурс] / Режим доступу https://pidruchniki.com/1031110447695/finansii/yevropeyskiy_bank_rekonstruktsiyi_rozvitku

42. Структура KPMG - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://uk.wikipedia.org/wiki/KPMG>
43. Бізнес-план - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD>
44. Доступ українців до інтернету - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://www.unian.ua/economics/telecom>
45. Рейтинг популярних сайтів - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-veresen-2019>
46. SWOTаналіз - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7>
47. Ціна на створення і просування інтернет-магазину в 2019 році - [Електронний ресурс] / Режим доступу <https://lemarbet.com/ua/otkrytie-internet-magazina/stoimost-sozdaniya-internet-magazina-ot-chego-ona-zavisit/>
48. Поняття товарообігу. Статистичне вивчення динаміки товарообігу - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://epi.cc.ua/vopros-ponyatie-tovarooborota-statisticheskoe-23709.html>
49. Підприємницький ризик: причини та наслідки товарообігу - [Електронний ресурс] / Режим доступу https://pidruchniki.com/12120124/menedzhment/pidpriyemnitskiy_rizik
50. Парушина Н. В. Аналіз власного та залученого капіталу // Бухгалтерський облік. - 2006. - № 3. - с. 72 - 78
51. Грачов А.В. Ріст власного капіталу, фінансовий важіль і [платоспроможність підприємства](#) // Фінансовий [менеджмент](#). - 2006. - № 2. - с.21-34.
52. Діденко Є. О., Нянчур Б. С. Бізнес планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством // Економіка та держава № 12/2016. - С. 78-81.

53. Козловський В. О., Лесько О. Й. Бізнес-планування : Навчальний посібник. Видання 2-е, доповн. та переробл. – УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – С. 7, 21-22.

54. Овдій Л. І., Некрасова Я. А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств за допомогою статистичних моделей / Л. І. Овдій, Я. А. Некрасова // Вісник Хмельницького національного університету № 4. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>

55. Перевозчикова Н. О., Масловська М. В. Особливості процесу бізнес-планування в сучасних умовах розвитку України. / Н. О. Перевозчикова, М. В. Масловська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки №11. – Донецький національний технічний університет. – Донецьк, 2013 р. – С. 46-48.

56. Семенченко Ю. Важливість розробки бізнес-плану в сучасних умовах господарювання / Ю. Семенченко // Тези конференції. VIII Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання» / Луцький національний технічний університет. – Луцьк. – 2015 р. – С. 84-85.

57. Податковий кодекс України: - [Електронний ресурс] / Режим доступу www.liga.com.ua

58. Коваленко О.М. Особливості складання бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності / О.М.Коваленко, С.С.Шаповал // Матеріали IV Международной научно-практической конференции «Наука: теория и практика –2008». –Том 1. Экономические науки. –Прага: Изд. Дом «Наука и образование». –С.29–31.

59. Джелла А. Н. Стратегічне планування діяльності підприємства / А. Н. Джелла//Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. – К.: Національна академія управління, 2010. –С. 23-26.

60. Римарева Л.В., Черніцька О.М. Підходи до визначення поняття «Платоспроможність підприємства» та їх порівняння [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <http://intkonf.org/rimareva-lv-chernitska-om-pidhodi-do-viznachennya-ponyattya-platospromozhnist-pidpriemstva-ta-yih-porivnyannya/>

61. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницького проекту // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. - №19. – 518с. – С.434-438.

62. Литвиненко С. Л. Комплекс бізнес-планування вантажних авіакомпаній/ С. Л. Литвиненко // Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. –К.: Національна академія управління, 2011. –Вип. 2 (116). –С. 89-95.

63. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : [навч. посібник] / Терещенко О.О. – К. : КНЕУ, 2014. – 554 с.

64. Чичун В.А. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності / В.А. Чичун, В.Д. Паламарчук // Соціум. Наука. Культура. — 2010. — 21 (18).— С. 58—63.

65. Величко В. Етапи розробки бізнес-плану підприємства / Економіка України. – 2012. – № 5. – С. 42-48.

66. Фінансовий словник [Текст] / за ред. А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К.: Знання, 2018. – 587 с.

67. Череп А. В., Лисенко О. А. Необхідність бізнес-планування : наукова стаття / А. В. Череп, О. А. Лисенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницьк: 2009 р. – № 6. – Т.1. – С. 119-122.

68. Хачатрян В.В., Усова Л.С. Фактори, що впливають на фінансовий стан підприємства [Електронний ресурс]. – режим доступу <http://intkonf.org/ken-hachatryan-vv-usova-ls-faktori-scho-vplivayut-na-finansoviy-stand-pidpriemstva>

ДОДАТКИ

Додаток А
Таблиця А1

Структура ЄБРР [41]

Міжнародний стандарт розроблення бізнес-плану ЄБРР – Європейський банк реконструкції та розвитку (European bank of reconstruction and development) – міжнародна фінансова організація, потужний інвестор, має тісні зв'язки з державними інститутами, здійснює технічну підтримку проектів, відрізняється своїм акцентуванням на фінансовому розділі – більше уваги приділяється обліку кредитних коштів, SWOT-аналізу тощо	1. Меморандум про конфіденційність. 2. Резюме. 3. Підприємство. 3.1. Історія розвитку підприємства і його стан на момент створення бізнес-плану. 3.2. Опис поточної діяльності. 3.3. Власники, керівний персонал, працівники підприємства. 3.4. Поточна діяльність. 3.5. Фінансовий стан. 4. Проект. 4.1. Загальна інформація про проект. 4.2. Інвестиційний план проекту. 4.3. Аналіз ринку 4.4. Опис виробничого процесу. 4.5. Фінансовий план. 4.6. Екологічна оцінка. 5. Фінансування. 5.1. Графіки отримання та погашення кредитних коштів. 5.2. Застава і гарантії повернення займу 5.3. SWOT-аналіз та ризики.
---	--

Доходи та витрати населення України в 2019 році [33]

	Млн.грн.	У відсотках до підсумку
Доходи	803436	100,0
заробітна плата	404585	50,4
прибуток та змішаний дохід	116832	14,5
доходи від власності (одержані)	14473	1,8
соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	267546	33,3
у тому числі:		
соціальні допомоги	130361	16,3
інші поточні трансферти	30044	3,7
соціальні трансферти в натурі	107141	13,3
Витрати та заощадження	803436	100,0
придбання товарів та послуг	762520	94,9
доходи від власності (сплачені)	8913	1,1
поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти	80983	10,1
у тому числі:		
поточні податки на доходи, майно тощо	64247	8,0
внески на соціальне страхування	916	0,1
інші поточні трансферти	15820	2,0
нагромадження нефінансових активів	-10164	-1,3
приріст фінансових активів	-38816	-4,8
з них:		
приріст грошових вкладів та заощаджень в цінних паперах	-5491	-0,7
заощадження в іноземній валюті	8995	1,1
позики, одержані за виключенням погашених (-)	6479	0,8

Індекс цін виробників 2019 [33]

	Код за КВЕД- 2010	Усього	з них:	
			в межах України	за межі України
Промисловість	B+C+D	98,8	99,4	96,3
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	10–12	99,3	99,9	96,9
Виробництво напоїв	11	100,2	100,1	100,7
Текстильне виробництво; виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	13–15	100,3	100,4	100,1
Виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність	16–18	99,8	99,9	99,7
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	20	98,3	99,5	92,6
Виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції	22, 23	99,9	100,0	98,6
Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин і устаткування	24, 25	96,7	97,4	96,1
Машинобудування	26-30	99,9	100,1	99,3
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	26	99,6	99,6	99,5
Товари проміжного споживання		96,7	97,3	95,7
Інвестиційні товари		99,9	100,0	99,3
Споживчі товари короткострокового використання		99,6	100,2	96,9
Споживчі товари тривалого використання		101,1	101,6	100,0
Енергія		99,9	99,9	98,3

Додаток Д

Таблиця Д1

Оцінка фінансово-майнового стану ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Показники	2016	2017	2018	Абсолютний приріст 2017 до 2016	Абсолютний приріст 2018 до 2017
Коефіцієнт забезпечення готовими засобами платежу	0,61	0,53	0,28	-0,08	-0,24
Коефіцієнт забезпечення швидколіквідними активами	0,62	0,62	0,63	-0,01	0,02
Коефіцієнт забезпеченості ліквідними активами	0,79	0,80	0,77	0,01	-0,03
Коефіцієнт негайної платоспроможності	0,61	0,53	0,28	-0,08	-0,24
Коефіцієнт проміжної платоспроможності	2,91	2,82	4,12	-0,09	1,30
Коефіцієнт покриття	3,70	3,66	5,02	-0,05	1,37
Коефіцієнт відволікання оборотних активів у запаси	0,21	0,23	0,18	0,02	-0,05
Показник відношення деб. та кредитор. заборгованості	0,08	0,43	2,55	0,35	2,12
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,49	0,53	0,58	0,04	0,04
Фондовіддача	2,06	2,38	2,04	0,32	-0,34
Коефіцієнт оборотності активів	0,48	0,53	0,53	0,05	0,00
Рентабельність оборотних активів, %	18,86	16,08	16,24	-2,78	0,16
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами	0,73	0,73	0,80	0,00	0,07
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,79	0,78	0,85	0,00	0,07
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,79	0,78	0,85	0,00	0,07

ДОДАТОК Е

Таблиця Е 1

Загальні ціни за інтернет-магазин [47]

Типи робіт / сервіси	Малий інтернет- магазин (ціна від)	Середній інтернет- магазин (ціна від)	Великий інтернет- магазин (ціна від)
Хостинг (щомісяця)	200 грн	500 грн	1000 грн
Доменне ім'я (щорічно)	250 грн	250 грн	321 грн
Дизайн	6000 грн	15000 грн	25000 грн
Розробка	10000 грн	15000 грн	20000 грн
Тестування на наявність помилок	2000 грн	5000 грн	7000 грн
Наповнення контентом (як одноразово так щомісячно)	3500 грн	7000 грн	10000 грн
Технічна підтримка	100 грн	300 грн	600 грн
Просування інтернет-магазину (щомісячно)	3500 грн	7000 грн	10000 грн
Вартість щомісячний витрат	4050 грн	8500 грн	11850 грн
Загальна вартість інтернет-магазину	25500 грн	50050 грн	73850 грн

ДОДАТОК Ж

Таблиця Ж 1

Витрати і доходи «Дитячий світ Київ» 2020

Назва товару	Кількість	Ціна закупівлі	Ціна продажу	Витрати (грн.)	Доходи (грн.)
-----------------	-----------	-------------------	-----------------	-------------------	------------------

		(середня)	(середня)		
Коляски	160	2000	3000	320000	480000
Авто-крісла	160	1000	1600	160000	256000
Дитячі меблі	130	1200	2000	156000	260000
Іграшки	1100	150	240	165000	264000
Одяг	1300	290	450	377000	585000
Взуття	1300	200	315	260000	409500
Засоби годування	1500	140	230	210000	345000
Засоби гігієни	1100	130	215	143000	236500
Товари для активного відпочинку	700	140	220	98000	154000
Всього	7450			1889000	2990000

ДОДАТОК II

Таблиця II 1

Ризики та їх наслідки[49]

Тип ризику	Очікувані негативні наслідки
Віддаленість від транспортних вузлів	Додаткові збитки на створення під'їзних шляхів, підвищені експлуатаційні витрати
Наявність альтернативних джерел (товару)	Загроза підвищення цін через монопольне становище на ринку
Платоспроможність замовника	Збільшення обсягу позикових ресурсів та зниження чистого

	прибутку через виплату відсотків
Непередбачені витрати, у тому числі через інфляцію та курсові коливання	Збільшення обсягу позикових ресурсів
Недоліки проектно-дослідних робіт	Збільшення ціни товару
Невчасне постачання комплектуючих	Збільшення часу доставки товару, виплата штрафів постачальникам
Невчасна підготовка персоналу	Збільшення часу виходу на проектний режим
Нестійкість попиту	Падіння попиту із-за зростання цін
Поява альтернативного продукту	Падіння попиту
Зниження цін конкурентами	Падіння ціни
Збільшення товару у конкурентів	Зниження продажів або зниження ціни
Неплатоспроможність споживачів	Зниження продажів
Зростання цін на товар, матеріали, перевезення	Падіння доходу через зростання цін
Залежність від постачальників, відсутність варіантів	Падіння доходу через зростання цін

Додаток К

		КОДИ		
Дата (рік, місяць, число)		2017	01	01
Підприємство ПАТ «Універмаг Дитячий світ »	заЄДРП ОУ	21504897		
Територія Дніпровський район	за КОАТУ У	8036600000		
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне Товариство	за КОПФГ	230		
Вид економічної діяльності інші види роздрібно́ї торгівлі в неспеціалізованих магазинах	за КВЕД	47,19		
Середня кількість працівників 164				
Адреса, телефон вулиця Малишка, буд.3, м. Київ, 02192		5586390		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака				
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):				
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку				V
за міжнародними стандартами фінансової звітності				

• **Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2016 р.**

• Форма № 1Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи	×	×	×
Нематеріальні активи	1000	33	21
первісна вартість	1001	232	227
накопичена амортизація	1002	199	206
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 757	2 650
Основні засоби:	1010	23 223	21 553
первісна вартість	1011	45 785	46 290
знос	1012	22 562	24 737
Усього за розділом I	1095	26 013	24 224
II. Оборотні активи	×	×	×
Запаси	1100	21 108	22 138
Виробничі запаси	1101	409	1 104
Товари	1104	20 699	21 034
Дебіторська заборгованість за товари, роботи послуги:	1125	505	490
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	120	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	118	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 495	10 596
Гроші та їх еквіваленти	1165	76 817	63 840
Готівка	1166	120	39

• *Продовження дод. К*

1	2	3	4
Рахунки в банках	1167	76 697	63 801
Інші оборотні активи	1190	178	71
Усього за розділом II	1195	100 223	97 136
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	126 236	121 369
Пасив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
I. Власний капітал	×	×	×
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 707	2 707
Додатковий капітал	1410	8 991	8991
Резервний капітал	1415	677	677
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	86 808	82 429

Усього за розділом I	1495	99 183	94 804
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні забезпечення	×	×	×
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	×	×	×
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	24 444	23 738
розрахунками з бюджетом	1620	1 003	1 292
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	38
розрахунками зі страхування	1625	151	86
розрахунками з оплати праці	1630	275	281
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	347	478
Поточні забезпечення	1660	32	21
Інші поточні зобов'язання	1690	801	660
Усього за розділом III	1695	27 053	26 556
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	126 236	121 360

• Додаток Л

		КОДИ		
Дата (рік, місяць, число)		2018	01	01
Підприємство	ПрАТ «Дитячий світ Київ»	заЄДРП		
		ОУ	21504897	
Територія	Дніпровський район	за		
		КОАТУ	8036600000	
		У		
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне	за		
Товариство		КОПФГ	230	
Вид економічної діяльності	інші види роздрібно торгівлі в	за КВЕД		
неспеціалізованих магазинах			47,19	
Середня кількість працівників	114			
Адреса, телефон	вулиця Малишка, буд.3, м. Київ, 02192	5586390		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака				
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):				

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2017 р.

• Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи	×	×	×
Нематеріальні активи	1000	21	72
первісна вартість	1001	227	288
накопичена амортизація	1002	206	216
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 650	2 590
Основні засоби:	1010	21 553	19 328
первісна вартість	1011	46 290	45 495
знос	1012	24 737	26 167
Усього за розділом I	1095	24 224	21 990
II. Оборотні активи	×	×	×
Запаси	1100	22 138	13 151
Виробничі запаси	1101	1 104	984
Товари	1104	21 034	12 167
Дебіторська заборгованість за товари, роботи послуги:	1125	490	275
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
- у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10 596	33 765
Гроші та їх еквіваленти	1165	63 840	27 311
Готівка	1166	39	36

• Продовження дод. Л

1	2	3	4
Рахунки в банках	1167	63 801	27 275
Інші оборотні активи	1190	71	326
Усього за розділом II	1195	97 136	74 831
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	121 369	96 821
Пасив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
I. Власний капітал	×	×	×
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 707	2 707
Додатковий капітал	1410	8991	8 991
Резервний капітал	1415	677	677
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	82 429	69 554

Усього за розділом І	1495	94 804	81 929
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні забезпечення	×	×	×
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	×	×	×
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	23 738	11 607
розрахунками з бюджетом	1620	1 292	1 066
у тому числі з податку на прибуток	1621	38	124
розрахунками зі страхування	1625	86	44
розрахунками з оплати праці	1630	281	156
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	478	605
Поточні забезпечення	1660	21	11
Інші поточні зобов'язання	1690	660	1 403
Усього за розділом III	1695	26 556	14 892
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	121 360	96 821

• Додаток М

		КОДИ		
		2019	01	01
Підприємство	ПрАТ «Дитячий світ Київ»	заЄДРП ОУ 21504897		
Територія	Дніпровський район	за КОАТУ У 8036600000		
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне Товариство	за КОПФГ 230		
Вид економічної діяльності	інші види роздрібною торгівлі в неспеціалізованих магазинах	за КВЕД 47,19		
Середня кількість працівників		107		
Адреса, телефон		вулиця Малишка, буд.3, м. Київ, 02192 5586390		
Одиниця виміру:		тис. грн. без десяткового знака		

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2018 р.

• Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи	×	×	×
Нематеріальні активи	1000	72	59
первісна вартість	1001	288	260
накопичена амортизація	1002	216	201
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 590	3 080
Основні засоби:	1010	19 328	18 358
первісна вартість	1011	45 495	46 114
знос	1012	26 167	27 756
Усього за розділом I	1095	21 990	21 497
II. Оборотні активи	×	×	×
Запаси	1100	13 151	11 749
Виробничі запаси	1101	984	825
Товари	1104	12 167	10 924
Дебіторська заборгованість за товари, роботи послуги:	1125	275	247
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
- у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	33 765	34 829
Гроші та їх еквіваленти	1165	27 311	39 896
Готівка	1166	36	22

• Продовження дод. М

1	2	3	4
Рахунки в банках	1167	27 275	39 874
Інші оборотні активи	1190	326	337
Усього за розділом II	1195	74 831	87 058
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	96 821	108 555
Пасив	Код рядка	На початок періоду	На кінець періоду
I. Власний капітал	×	×	×
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 707	2 707
Додатковий капітал	1410	8 991	8 991
Резервний капітал	1415	677	677
Нерозподілений прибуток	1420	69 554	81 985

(непокритий збиток)			
Усього за розділом I	1495	81 929	94 360
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні забезпечення	×	×	×
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	×	×	×
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	11 607	10 683
розрахунками з бюджетом	1620	1 066	758
у тому числі з податку на прибуток	1621	124	107
розрахунками зі страхування	1625	44	37
розрахунками з оплати праці	1630	156	125
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	605	570
Поточні забезпечення	1660	11	20
Інші поточні зобов'язання	1690	1 403	2 002
Усього за розділом III	1695	14 892	14 195
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	96 821	108 555

Додаток Б

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет _____

Кафедра _____

Освітній ступінь _____

Спеціальність _____

Спеціалізація _____

Затверджую

Зав. кафедри _____

« _____ » 201 ____ р.

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу студентів

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

Затверджена наказом ректора від «___» _____ 201__ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи _____

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи

Об'єкт дослідження

Предмет дослідження

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

6. Календарний план виконання роботи

[illegible]

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____
(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 201 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Пшеничний В.І. «Бізнес-план створення Інтернет-магазину» (за матеріалами ПрАТ «Дитячий світ Київ», м. Київ). – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 051 «Економіка», спеціалізація «Економіка та безпека бізнесу» – Київський національний торговельно-економічний університет – Київ, 2019.

Випускню кваліфікаційну роботу присвячено теоретичним, методичним і практичним аспектам обґрунтування потреби підприємства у створенні інтернет-магазину. Представлена робота дозволяє дослідити основні засади, методи та засоби визначення потреби створення бізнес-плану та залучення коштів та оцінити їх цільове використання.

Ключові слова: бізнес-план, інтернет-магазин, інформаційна база, оцінка ризиків, оцінка ефективності.

ABSTRACT

Pshenychnyi V.I. " Business plan for online store creation" (based on the materials of JSC "Children's world Kyiv", Kyiv). – Manuscript.

Final qualifying paper on the specialty 051 "Economics", specialization "Economics and Security of Business". – Kyiv National University of Trade and Economics. – Kyiv, 2019.

The final qualification work is devoted to theoretical, methodical and practical aspects of substantiating the need of the company to create an online store. The presented work allows to explore the basic principles, methods and means of determining the need for creating a business plan and raising funds and to evaluate their intended use.

Keywords: business plan, online store, information base, risk assessment, performance evaluation.

РЕЦЕНЗІЯ

на випускню кваліфікаційну роботу на тему:
«Бізнес-план створення інтернет-магазину»
(за матеріалами ПрАТ «Дитячий світ Київ», м. Київ.)
студента 2 курсу 1 м групи, денної форми навчання,
ФЕМП, спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Економіка та безпека бізнесу»
Пшеничного Валерія Ігоровича

Випускна кваліфікаційна робота Пшеничного В.І. виконана на актуальну тему, зважаючи на те, що на сучасному етапі економічного

розвитку успішне вирішення проблем, пов'язаних із фінансово-господарською діяльністю та функціонуванні інтернет-магазину, залежить від ефективності наявної на підприємстві системи управління.

Пшеничним В.І. на основі проведеного аналізу діючого законодавства та сучасної наукової літератури розглянуто основні теоретичні питання теми. Зокрема, розглянуто сутність «бізнес-планування», розглянуті основні методики щодо розробки бізнес-плану.

Для обґрунтування доцільності створення інтернет-магазину, було проведено аналіз фінансового стану ПрАТ «Дитячий світ Київ», на основі якого підтверджено необхідність його створення. Також, було здійснено аналіз зовнішнього середовища, визначені основні конкуренти та споживачі, а також прораховані результати діяльності та строки окупності.

Таблиці та рисунки, наведені в роботі, виконані з використанням комп'ютерної технології та наочно ілюструють результати дослідження. Але, необхідно звернути увагу на недоліки, що мають місце у роботі. Так є зауваження щодо вимог до оформлення рисунків та таблиць, список наведених джерел.

У цілому робота виконана на достатньому рівні економічної підготовки та відповідає вимогам, які пред'являються до її оформлення.

З урахуванням вищевикладеного випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту.

Рецензент,
доцент кафедри економіки
та фінансів підприємства,
канд.екон.наук, доцент