

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА
РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

**Розробка та шляхи реалізації міжнародного
інвестиційного проекту «Відкриття магазину
мобільних аксесуарів у Польщі»**

Виконав: здобувач IV курсу,

Групи МЕН-163с

Спеціальності 292 Міжнародні
економічні відносини

Остапчук К.С.

прізвище, ініціали

Керівник: Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2020

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Остапчук Карина Сергіївна

1. Тема роботи

Розробка та шляхи реалізації міжнародного інвестиційного проекту «Відкриття магазину мобільних аксесуарів у Польщі»

2. Керівник роботи Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом від " ____ " _____ 20 ____ р., № _____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи _____

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи розробити міжнародний інвестиційний проект та визначити шляхи його реалізації у Польщі.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

- проаналізувати розвиток економіки Польщі;
- визначити основні принципи оподаткування та методи боротьби з корупцією;
- надати оцінку інвестиційного клімату Польщі та ступені його привабливості для українських інвесторів;
- проаналізувати динаміку експортно-імпортних операцій в Польщі;
- провести розрахунки фінансових показників та проаналізувати основні підходи до оподаткування;
- визначити загальні витрати, доходи торгової точки, термін окупності власного капіталу.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА ПОЛЬЩІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ	Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент		
РОЗДІЛ 2. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛЬЩІ: МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТОВАРІВ ТА КАПІТАЛУ	Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент		

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ МОБІЛЬНИХ АКСЕСУАРІВ	Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент		
---	----------------------------------	--	--

7. Дата видачі завдання _____

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Робота з теоретичним розділом першої частини		
2	Аналіз статистичних даних першої та другої частини		
3	Аналіз актуальності магазину мобільних аксесуарів у Польщі		
4	Підрахунок рентабельності проекту		
5	Оцінка проекту по формулах		
6	Затвердження до захисту викладачем Лимонова ЕМ. , к.е.н., доцент		

Здобувач

Остапчук К.С.

підпис

прізвище, ініціали

Керівник кваліфікаційної роботи Лимонова Е.М.

підпис

прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

Останчук К.С. Розробка та шляхи реалізації міжнародного інвестиційного проекту «Відкриття магазину мобільних аксесуарів» у Польщі.

Робота полягає в дослідженні сучасного стану ринку та економіки, можливостей для інвестиційної діяльності, аналіз конкурентів та доцільності ведення роботи в Польщі. За останні 10 років Республіка Польща показує стрімке зростання економіки, покращення умов праці, збільшення середньої заробітної плати. Її закони дають можливості для інвестування як для громадян цієї країни, так і для людей, що живуть в інших країнах.

У роботі розроблено міжнародний інвестиційний проект з продажу мобільних аксесуарів у Варшаві, за рахунок власних коштів інвестора з України. Розраховані очікувані прибутки та витрати, необхідна кількість стартового капіталу. Усе це дає змогу оцінити привабливість даного проекту.

Ключові слова: інвестиційний клімат Польщі, термін окупності інвестиційного проекту, податки в Польщі, чистий прибуток проекту.

ANNOTATION

The work consists of research on the current state of the market and economy, opportunities for investment activities, analysis of competitors and the feasibility of doing business in Poland. Over the past 10 years, the Republic of Poland has shown rapid economic growth, improved working conditions, and an increase in average wages. Its laws provide opportunities for investment both for citizens of this country and for people living in other countries.

We have developed an international investment project for the sale of mobile accessories in Warsaw, at the expense of the investor's own funds from Ukraine. The expected profits and costs are calculated, as well as the required amount of start-up capital. This provides an opportunity to evaluate the attractiveness of this project.

Keywords: investment climate in Poland, payback period of the investment project, taxes in Poland, net profit of the project.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА ПОЛЬЩІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

- 1.1 Аналіз економічного розвитку Польщі.....9
- 1.2 Основні принципи оподаткування та методи боротьби з корупцією.....13
- 1.3 Польський злотий: стабільність та рівень інфляції.....15

РОЗДІЛ 2. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛЬЩІ: МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТОВАРІВ ТА КАПІТАЛУ

- 2.1.Аналіз динаміки експортно-імпортних операцій в Польщі.....18
- 2.2.Оцінка інвестиційного клімату Польщі та ступені його привабливості для українських інвесторів22

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ МОБІЛЬНИХ АКСЕСУАРІВ

- 3.1 Аналіз актуальності магазину мобільних аксесуарів. Виявлення конкурентів та цільової аудиторії.....26
- 3.2 Основні етапи розробки проекту: розрахунки фінансових показників та підходи до оподаткування.....33
- 3.3Аналіз загальних витрат та доходів торгової точки, розрахунок терміну окупності власного капіталу.....41

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

ДОДАТКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Вступ

Економічні відносини між країнами з'явилися ще у давнину. Вже тоді вони обмінювались товарами та послугами, готовими виробами та деталями для них, їжею та корисними копалинами, посудом та знаряддями праці, зброєю та худобою. Звичайно, в ті часи ці відносини буди не такими тісними та міцними.

Час не зупинився і такий обмін набрав певних обертів. Сьогодні окрім торгівлі та обміну існують міжнародні економічні відносини – система господарських зобов'язань між країнами світу.

Зараз існує багато видів взаємовідносин, які називають формами міжнародних економічних відносин. Це і рух капіталу між країнами, і валютні операції, міграція робочої сили, науково – технічний обмін та інші. Але міжнародна торгівля вважається найпоширенішою у світі формою економічних відносин.

Не залишилось жодної країни, що якоюсь мірою не має економічних відносин з іншими. Така країна просто не зможе функціонувати та забезпечувати населення усім необхідним. Навпаки, у наші часи існує певна тенденція до інтеграції. Через це й актуальна дана робота, адже міжнародні відносини – невід'ємна частина економіки будь-якої держави.

Кожна людина, що має певний капітал, знання та бажання може вести діяльність за межами своєї країни, це можливо навіть не виходячи з дому. У цій роботі я хочу проаналізувати діяльність магазину мобільних аксесуарів в Польщі. Наскільки рентабельним буде відкриття та функціонування такого магазину, адже в Україні такий бізнес є актуальним та досить прибутковим.

Необхідно бути впевненим, що інвестування в певну країну має сенс, бізнес там буде виправдовувати себе та принесе певні плоди. Інвестування за кордон – гра, де необхідно чітко продумувати кожен свій крок.

Важливим фактором у цій сфері є швидкість окупності вкладень. Як показує практика, в Україні такий бізнес, при правильному підході,

приносить прибуток через 4-6 місяців. Розрахунки будуть відбуватись в доларах та злотих, тому важливо стежити за стабільністю цих валют.

Аналіз ринку смартфонів та мобільних аксесуарів є актуальним та своєчасним. В магазинах з такою продукцією кожен знайде щось собі до душі, і не важливо, у клієнта старенька Nokia, або новий Xiaomi. Зарядні пристрої, акумулятори часто дають збої, без них користування телефоном стає неможливим. Отже даний проект буде цікавим будь де, в великому мегаполісі, або маленькому містечку, в Україні, та за її межами.

Мета даної роботи – розробити міжнародний інвестиційний проект та визначити шляхи його реалізації у Польщі. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань:

- проаналізувати розвиток економіки Польщі;
- визначити основні принципи оподаткування та методи боротьби з корупцією;
- надати оцінку інвестиційного клімату Польщі та ступені його привабливості для українських інвесторів;
- проаналізувати динаміку експортно-імпорتنих операцій в Польщі;
- провести розрахунки фінансових показників та проаналізувати основні підходи до оподаткування;
- визначити загальні витрати, доходи торгової точки, термін окупності власного капіталу.

Об'єктом дослідження є міжнародний інвестиційний проект «Відкриття магазину мобільних аксесуарів у Польщі».

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні положення щодо розробки міжнародного інвестиційного проекту та пошук шляхів його реалізації у Польщі.

Теоретичними і методологічними засадами дослідження стали фундаментальні положення економічної теорії, зокрема макроекономіки та міжнародної економіки. У процесі розробки інвестиційного проекту

використовувалися методи статистичний, логістичний, індукції, абстрагування, метод системного аналізу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні прикладного завдання щодо розробки міжнародного інвестиційного проекту та визначенні шляхів його реалізації у Польщі.

Завдання роботи: установити доцільність відкриття магазину в Польщі, знайти та проаналізувати конкурентів на ринку, виявити цільову аудиторію, визначитись з ціноутворенням товарів.

Предмет роботи: дослідження відбуваються завдяки відкритим джерелам в Інтернеті, книгах, журналах та на основі власних спостережень.

Методи: застосування власних теоретичних та практичних знань, поглиблене вивчення можливих джерел.

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА ПОЛЬЩІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

1.1 Аналіз економічного розвитку Польщі

Польща – найбільша східно - європейська країна, яка межує з 9 іншими державами та має власний вихід до моря, це має сприятливий вплив на зростання економіки. ВВП стрімко зростає в останні роки, серед країн - членів ЄС Польща займає 4 місце. Хоча відмітити ВВП на душу населення, цей показник більш правильно демонструє стан економіки, за даними Всесвітнього Банку його показник на 2018 рік сягає 31343\$, а у 2017 році він був меншим – 29931\$. За цією статистикою Польща обійшла Латвію, Угорщину, Туреччину.[1]

Економіка Польщі отримала деякі зміни. Певний період часу вона була однією з соціалістичних країн із командним типом правління. Після відмови від централізованої системи управління в Польщі почалась приватизація державної власності.

Багато сфер діяльності привабливі для іноземних інвесторів. На світовому ринку Польща відома в якості виробника та поставника:

- Вугілля;
- Чорних та кольорових металів;
- Тканей;
- Сільсько-господарської продукції;
- Продукції харчової промисловості.

Зміна орієнтирів на зовнішньоекономічну діяльність призвели до якісних змін всієї господарської структури. Більше змін прийшло в промисловості. Її відсоток у складі ВВП сильно зменшився, хоча сам сектор займає біля 40% всього виробництва країни.

Економічний розвиток країни пов'язан з інтенсивністю росту ринку послуг. У Польщі намагаються повисити ефективність транспорту, зовнішньої та внутрішньої торгівлі, будівництва та побутових послуг. На сьогодні

польським керівництвом підтримується подальша лібералізація економіки, формування ринку, свобода для підприємців.

Обрано курс на правильний розвиток, що включає в себе:

- Забезпечення економічного розвитку;
- Стабілізацію макроекономічної діяльності та процесів;
- Підвищення загального рівня життя населення.

Ідентифікатором економічного розвитку можна вважати інтенсивність інвестиційної діяльності, а також створення привабливої інвестиційної середовища для іноземних інвесторів. З моменту переходу до ринкових відносин в Польщі бачимо позитивні тенденції в даній області розвитку.

Енергетичний стан Польщі також досить вигідний. Біля 90% електроенергії виробляється на державних тепло-електростанціях. Більша частина використовує у якості палива кам'яне вугілля, а менша – лігніт. Вітрові та гідроелектростанції приносять менше 3% електроенергії. Нефтяні запаси країни складають біля білльйона 2млн. тон, усі необхідні внутрішні потреби закривають лише завдяки імпорту.

Також велика частина природного газу є імпортованою, адже особиста добыча може закрити лише 3 частину від необхідної кількості. Більшість банків розташовані на території Польщі мають зарубіжних власників з великою депозитною базою. Це приносить досить великий прибуток у країну. Сама банківська система сильна та продовжує покращуватись.

Високий рівень грамотності населення впливає на подальший розвиток економіки країни. У Польщі високий рівень соціальної активності громадян у житті країни. Процент бідності населення досить малий, а середня довжина життя біля 65 років. Рівень кримінальності мінімальний. За даними світових економістів, Польща знаходиться у розцвіті своєї економіки та буде продовжувати розвиватися.

Ця країна одна з найважливіших інвестиційних ринків в Центральній та Південній Європі. Економіку Польщі вважають ринковою, а розташування

дуже вигідним для експорту та імпорту. Завдяки межуванню з Південною та Західною Європою, міжнародний обмін стає дуже вигідним.

Активно проводяться пенсійні та трудові реформи, мінімальна заробітна платня складає 523 євро (на липень 2019р.), а середня – 1100 євро. [2] Завдяки новим законам, що дозволяють іноземцям вести бізнес у Польщі, проводиться підписання двосторонніх угод у сферах інвестиційної політики між Білоруссю, Україною та Росією.

Згідно даних на кінець 2017 року, економіка Польщі продовжує активно зростати. Вона вже перейшла від країн, що розвиваються до розвинених.

Подивимось на графік (рис. 1.1), в якому видно місце Польщі в рейтингу країн Європи за темпом росту. На ньому бачимо, що з 2001 року до 2019 року Польща з 22 місця піднялась на 1 місце. Звичайно, це було не так просто і не так швидко, з падіннями навіть з перших сходинок – у 2009 році, через кризу. З 2017 року економіка країни показує стабільність і з третього місця вже 2 роки впевнено тримається на першому місці. [3]

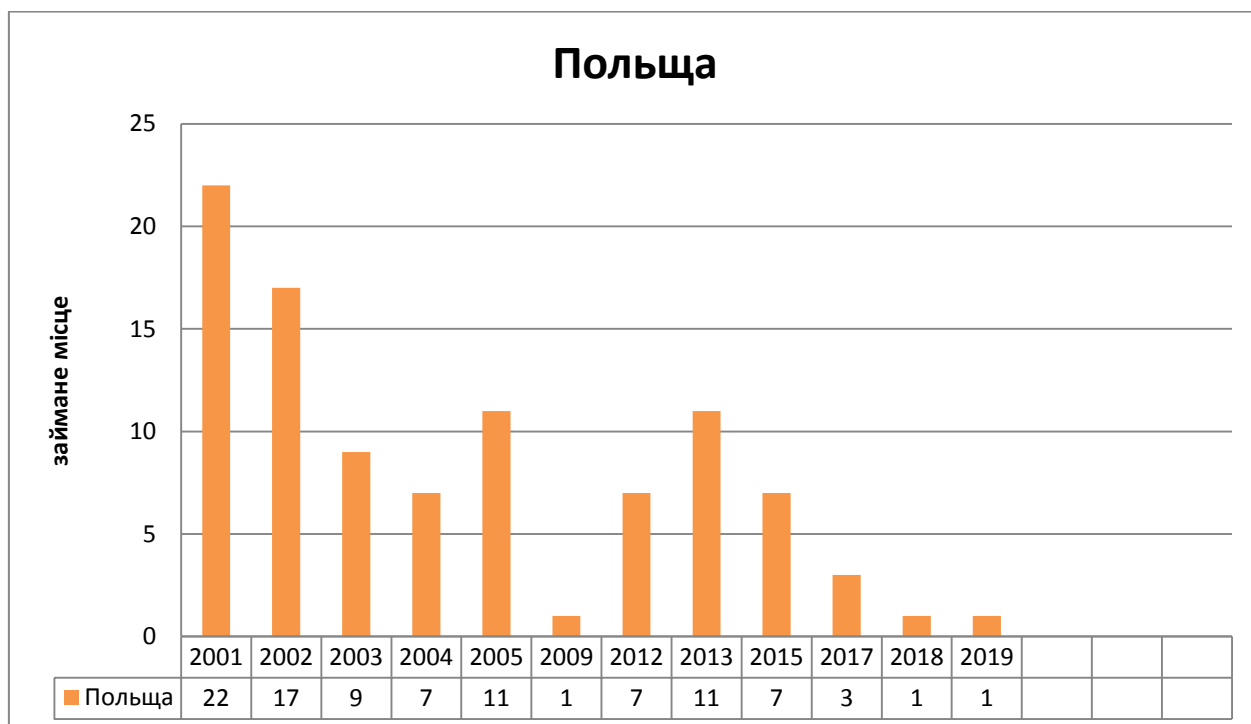


рис. 1.1 «Місце Польщі у рейтингу країн Європи за темпами росту економіки»

Звичайно, окрім гарних показників є й слабкі сторони (недостатні інвестиції в сферу сільського господарства, державний борг хоч і зменшується, але все одно дорівнює половині ВВП, порівняно високий рівень безробіття за мірками ЄС).

Рівень безробіття зменшується з кожним роком. ВВП на душу населення складає біля 12 тисяч доларів. Високий рівень грамотності населення впливає на подальший розвиток економіки країни. В Польщі високий рівень відповідальності громадян у житті країни. Відсоток бідності населення дуже низький.

Міжнародний Валютний Фонд оцінює темпи росту польської економіки, при порівнянні з іншими європейськими країнами, дають Польщі 1 місце. В рис. 1.2 «Місце Польщі в рейтингу країн Європи за темпами росту економіки» добре видно становлення Польської економіки. У 2009, 2018 та 2019 роках займає 1 місце.

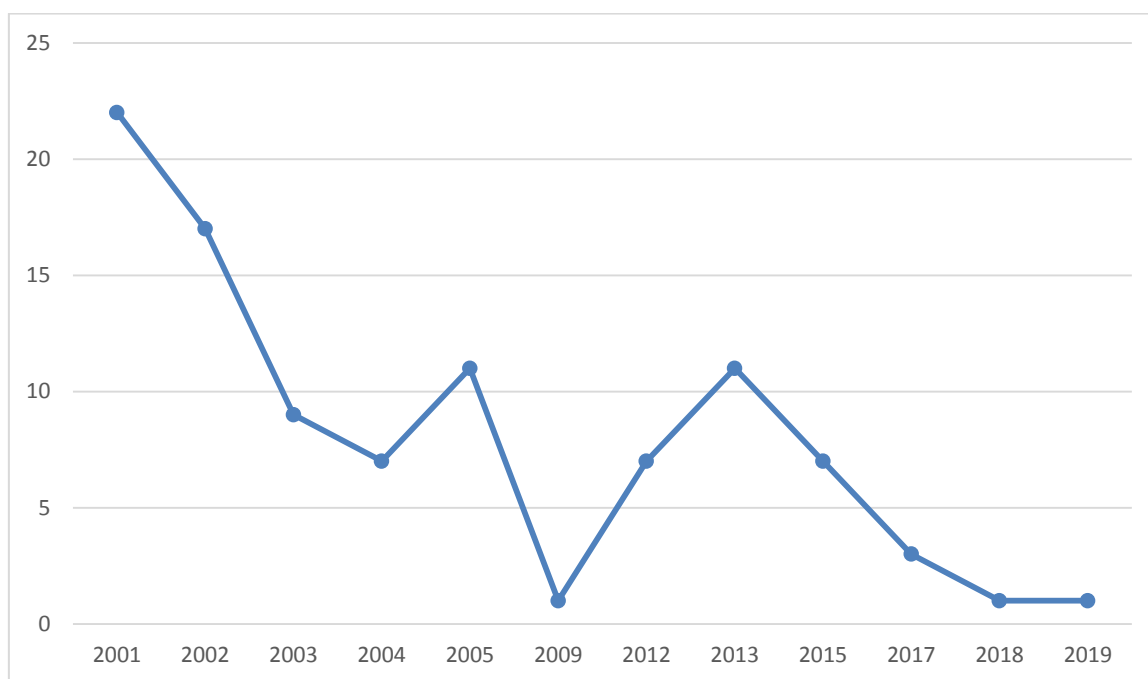


рис. 1.2 «Місце Польщі в рейтингу країн Європи за темпами росту економіки»

Стрімке зростання економіки в Польщі визвано іноземними інвестиціями. Станом на 2018 рік було інвестовано 14 789 000 000 дол. США.[4]

Є й внутрішні фактори успіху : вдале географічне розташування, великі та малі підприємства, що легко пристосовуються до будь якої течії попиту та пропозиції та виступають підрядниками до більш великих підприємств.

Для кращої якості виробів, раціонального використання ресурсів та більш екологічно чистого виробництва проходить модернізація технологій. Такі зміни оптимізували роботу польських підприємств. До основних напрямків відносять виробництва відносять: машино будівництво, суднобудівництво, металургія, текстильна промисловість, хіміко-фармацевтичний сектор, харчова промисловість.

Регіон, в якому знаходяться найбільші підприємства – Катовіцьке воєводство. Там обробляють метал, виробляють машини, техніку та запчастини. Продукцію, що там виготовляються активно продають в Чехії, Германії, Китаї, Росії та Австрії. Зовнішні торгівельні зв'язки активно розширюються завдяки вступу до ЄС, по всій Європі проходить відкриття філій та нових ринків збуту.

У 2019 році дослідження показали, що Польща приваблива для ведення бізнесу .[5] В Польщі проводять активну боротьбу проти нелегального бізнесу. Для цього було введено «білий список» платників податків, щоб кожен міг перевірити свого партнера та бути в ньому впевненим. Цей лист має данні про податковий статус фізичної або юридичної особи за останні 5 років. Через те, що польсько-українська зовнішня комісія сильно знизила квоту дозволу на автомобільні перевезення, у 2020 році можливе збільшення реєстра цій транспортних фірм українцям. По розрахункам у 2019 році, громадянами України було відкрито 823 компанії в Польщі. [6]

1.2 Основні принципи оподаткування та методи боротьби з корупцією

Завдяки своїй стабільності в економічному середовищі, Польща приваблює іноземців своєю лояльною податковою системою та є однією з

найоптимальніших в Європейському Союзі. Фіксована податкова ставка на дохід складає 19%, для порівняння – в Німеччині 30%, в Естонії – 21%. Податкова система Польщі не є механізмом регулювання підприємців, за це відповідає принцип необхідності та доцільності.

Податки для фізичних осіб виплачує кожен, хто отримує заробітну плату (на базі трудових та громадянсько-правових договорів) або дохід від підприємницької діяльності. Виключенням з є доходи, що звільнені від оподаткування. Нижче приведені основні види податків та їх розмір в Польщі:

- Податок на прибуток ТОВ – 19%
- Податок на прибуток членів правління 19% (вони можуть проводити щомісячні збори та приймати рішення про виплату до 10 тисяч злотих на кожного учасника правління. Ось ці кошти піддаються оподаткуванню по фіксованій ставці
- Податок VAT(аналог ПДВ) – базова ставка 23% (є види діяльності, для яких можлива зменшена, або навіть нульова ставка) виплачується один раз на квартал
- При отриманні готівки на рахунок компанії – 0,5%

[7] Працедавець додатково виплачує біля 45% від заробітної плати обов'язкових платежів за кожного робітника (соціальне страхування, пенсійні відрахування і тд). Бухгалтерський облік про діяльність підприємства подається щомісячно, та річний підсумок.

Незалежно від громадянства будь-яка людина у Польщі, що має особисті економічні інтереси (наприклад, проживання та робота) та перебуває у Польщі більш 183 днів у році автоматично стає податковим резидентом та зобов'язан сплатувати податки у Польщі. Там є ось такі податки:

Прямі податки:

- Податок на доходи від фізичних осіб
- Корпоративний податок або податок від юридичних осіб
- Податок на спадщину та дарування

- Лісний податок
- Податок на нерухомість
- Податок на транспорт
- Податок на тоннаж (міжнародний морський транспорт)
- Податок на розробку корисних копалин

Непрямі податки:

- ПДВ
- Акцизний збір
- Податок на гру зі ставками у грошовій або натуральній формі

Пост комуністичною системою була загальна згода на дрібні хабарі, невеликі правові порушення, зловживання службовим становищем. Після 1988 року відбулося реформування правової системи та зміни правових норм, які були регламентовані в суспільстві.

На даний момент правова система в Польщі сприяє боротьбі з корупцією, нижче приведені основні реформи:

- Прийнято закон, що регулює сферу громадських замовлень та відповідність стандартам, що існують в Євросоюзі
- Закон про свободу економічної діяльності, який знизив кількість сфер, у яких необхідне отримання дозволів
- Посилення покарань за відмивання грошей
- Необхідність оприлюднення інформації про доходи та майно депутатів та вищих державо службовців (такі декларації знаходяться у вільному доступі, їх легко знайти).

1.3 Польський злотий: стабільність та рівень інфляції

Сьогодні валютний ризик розглядається як вірогідність підвищення або зниження вартості бізнесу або інвестицій в результаті зміни курсів обмінних валют. Важливість валютних курсів зростає, це впливає на прийняття рішення про те, чи варто інвестувати в іноземні активи.

Нестійкі валютні курси – ризик для будь-якого підприємства. Головним валютним ризиком є зниження рівня прибутку через різке коливання

валютних курсів. Так компанія, що працює з іноземними валютами втрачають свої позиції на конкурентному ринку.

Згідно курсу валют Morningstar 1 польський злотий = 0,26 доларів США, станом на березень 2020. Нижче таблиця (графік 1.3) стабільності злотого. Ми бачимо, що сьогодні злотий укріпився, але так було не одразу, стрімкий ріст почався лише у 2010 році.

Очікується, що у наступні роки курс залишиться на такому ж рівні, будуть невеликі коливання, але вони не будуть суттєво впливати на долю іноземних вкладників капіталу. [8]

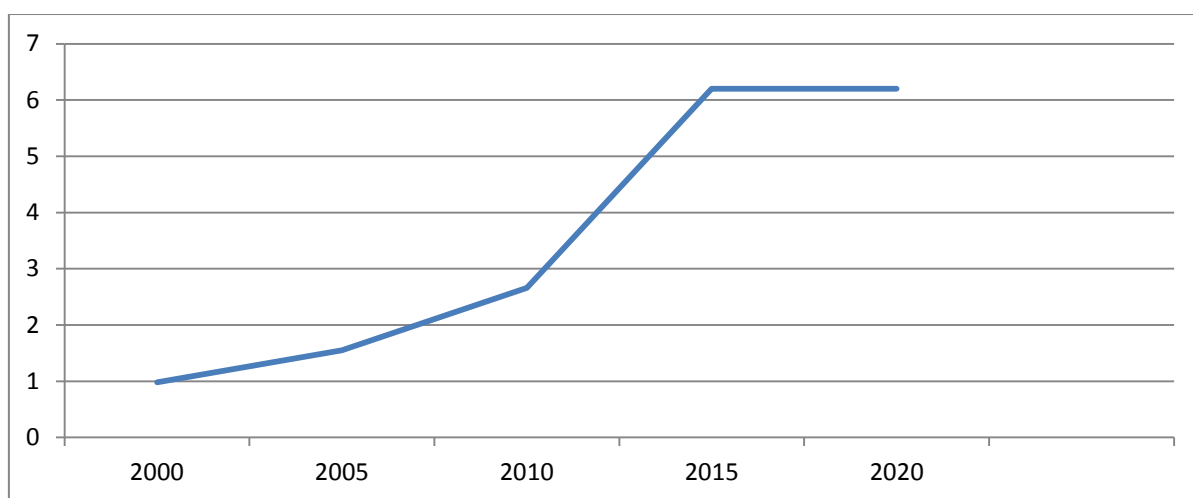


Рис. 1.3 «Стабільність польського злотого»

У січні 2020 року, порівняно з попереднім місяцем рівень інфляції виріс на 0,9%. Максимальний рівень сягав 76,6%, а мінімальний -0,9%. Такі данні публікує щомісячне Центральне Статистичне Управління.

Економіка Польщі стрімко зростає. Це стабільна країна та член Євросоюзу. Для підприємств, які функціонують в Польщі це можливість працювати в найбільшій зоні вільного ринку. В цій країні досить розвинена робоча сила, яка при цьому не дорога. Серед країн, що вступили в Європейський Союз тут найбільша кількість робочої сили, великий науковий та економічний потенціал та ринок споживачів більше 38 мільйонів. Беручи до уваги усі ці фактори, законодавство Польщі сприяє інвестуванню в виробництво та сферу послуг. Сюди легко

привабити інвесторів. Згідно рапорту ConsultingBostonGroup, є всі шанси, що скоро Польща буде виробничим центром Європи. Чому? Декілька фактів нижче:

- Виробництво на 30% дешевше, ніж в інших країнах ЄС
- Витрати на виробництво на 4-10% нижчі, це залежить від сфери діяльності. Прогнозується, що цей рівень буде зберігатись ще кілька років.
- У багатьох сферах продукт ціниться більше, ніж, наприклад, його китайський аналог. Причиною такої конкуренції становиться те, що ринок безпосереднього збуту в Польщі знаходиться досить близько.

Польська валюта – злотий, він став конвертованою валютою з 1990 року. З початку коштовність злотого була пов'язана з американським доларом, а пізніше вже з декількома «впливовими валютами». У жовтні 1991 року ввели щомісячну девальвацію злотого, для згладжування ефекту внутрішньої інфляції.

Зниження інфляції та порівняна стабільність курсу обміну дозволяють державі провести деномінацію злотого у відношенні 1:10000, що було виконано у 1995 році. Деномінація сприяла прийняттю нового закону про Валютне Регулювання, який лібералізував деякі аспекти обміну валют, що є одним із кроків до повної конвертованості злотого.

РОЗДІЛ 2.ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛЬЩІ:

МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТОВАРІВ ТА КАПІТАЛУ

2.1 Аналіз динаміки експортно-імпортних операцій в Польщі

1 травня 2004 року Польща стала членом Європейського Союзу, 21 грудня 2007 року – приєдналась до країн-учасників Шенгенської згоди: кордони 24 країн всередині Шенгенської зони вільні для перетину.

Основні вигоди, що отримала Польща від приєднання до ЄС:

- Гармонізація польського законодавства до законодавчої бази ЄС;
- Доступ до більш ніж 460-мільйонному ринку європейських користувачів;
- Можливість допомоги від європейських фондів структурного розвитку;
- Розвиток інфраструктури.

Як учасник Європейського Союзу, Польща є одним з користувачів європейського ринку. Вільність пересування громадян особливо важлива, особливо із зв'язком вільного пересування робочої сили. Останні заборони для польських найманих робітників були відмінені в травні 2011 року. З тих пір більше не існує національних норм членів ЄС, які можуть заборонити полякам працювати на території цих держав (з дотриманням внутрішніх правил).

Одним з фундаментальних принципів єдиного ринку є вільність пересування товарів. Вона відміняє будь-які кількісні обмеження по відношенню до експорту та імпорту між країнами ЄС. Загальним правилом є те, що товари, які відповідають стандартам країни виробника, яка є членом ЄС, будуть також відповідати стандартам країни, для якої виробляють товар.

З 2016 року зовнішня торгівля Польщі стрімко та успішно розвивається, зберігаючи позитивну динаміку. Згідно даних Головного статистичного управління країни, об'єм польського експорту сягає у перерахунку на дол. США близько 204 млрд. дол., а імпорту – майже 200 млрд. дол. США. Приріст експорту(1,7%) значно перевищив приріст імпорту(0,4%). Так в торговому балансі країни другий рік поспіль позитивне сальдо у розмірі 5,3 млрд. дол.. США. Поява позитивного сальдо у зовнішній торгівлі Польщі з'явилась у 2015 році та знизила світові ціни на імпортовані енергоносії.

Таблиця 2.1

Основні економічні показники Польщі (2000-2018рр)

Рік	ВВП (в млрд.дол. США)	ВВП на душу населення (в дол.. США)	Реальний ріст ВВП	Рівень інфляції у %
2000	444,2	11608	4,3%	10,1%
2005	577,2	15121	3,5%	2,1%
2010	801,7	21083	3,6%	2,6%
2015	1011	26602	3,8%	-0,9%
2017	1121	29722	4,8%	2%
2018	1212	31939	5,1%	1,6%

Таблиця складена за даними Головного статистичного управління

Основними торговими партнерами Польщі у 2016 році залишились промислово розвинені країни, на сам перед члени Євросоюзу (Німеччина, Чехія та Франція). У той же час експорт у Великобританію зменшився на 0,6%, а імпорт з неї на 3,4%.

До сих пір Польщі не вдається налагодити канали продажу товарів із Азією, Африкою та Латинською Америкою. У 2016 році польський експорт на ринки країн, що розвиваються знизився на 6,2%, при зростанні імпорту на 1,3%. Самі торгівля з азіатськими країнами та Росією, Польща має від'ємне сальдо товарообороту.

Таблиця 2.2

Найбільші від'ємні сальдо товарообігу Польщі з країнами

Країна	Сальдо (дол. США)
Китай	-22 млрд. дол. США
Росія	-5,8 млрд. дол. США
Республіка Корея	-2,4 млрд. дол. США
Японія	-1,9 млрд. дол. США
В'єтнам	-1,2 млрд. дол. США

Індія	-1,2 млрд. дол. США
-------	---------------------

Продовження таблиці 2.1

Поступове відновлення польського експорту на ринки європейських країн СНГ почалось у 2016 році, приріст сягає 6,3%. Але в імпорті з цього регіону продовжується спад на 15%, перш за все за рахунок зниження вартості енергоносіїв з Росії. У результаті доля регіону в експорті Польщі зросла до 5,5% з 5,3%, а в імпорті знизилась до 7,3% з 8,6%.

Головним сегментом товарної структури польського імпорту та експорту залишається машинобудування та обладнання (40% в експорті та 39% у імпорті). Ця група зберігає значні позитивні сальдо у розмірі 5 млрд. дол. США (у 2015 році 4 млрд. дол. США).

Друга після машинобудування галузь виробництва – хімічна промисловість та фармацевтика (доля в експорті 14%, а в імпорті – 18,1%). Тут Польща постійно має від’ємне сальдо товарообігу в розмірі майже 7 млрд. дол. США, перш за все за рахунок фармацевтичної та органічної хімії.

У 2016 році продовжується зменшуватись об’єм вивозу продукції рослинницького виробництва, польський експорт продовольчих товарів та сільсько-господарської сировини виріс загалом на 2,6%, майже до 25 млрд. дол. США, доля в експорті – 13,2%. Імпорт продовольчих товарів складає майже 18 млрд. дол. США, таким чином позитивне сальдо торгівлі Польщі у цій сфері складає майже 8 млрд. дол. США, це зумовлено підвищенням кількості експорту по таким позиціям : м’ясо та м’ясопродукти, молочні вироби, хліб та кондитерські вироби, та бачні вироби).

Не менш важливим сегментом залишається виробництво та експорт металургійної продукції (доля в експорті – 9%, а в імпорті 10,5%). Тут Польща зберігає від’ємне сальдо у розмірі 1,5 млрд. дол. США.

Світові ціни на енергоносії продовжують знижатись та зумовило зменшення добування мінеральної сировини у польському імпорті до 6,8% з 8,2%. У результаті від’ємне сальдо Польщі по цій категорії товару знизилось до 7 млрд. дол. США з 8,2 млрд. дол. США.

У 2016 році позитивне сальдо послуг в платіжному балансі зросло до 13 млрд. дол. США. У 2016 році польський експорт послуг склав 44 млрд. дол. США, а імпорт – 30 млрд. дол. США. Традиційно, Польща є нетто-експортером по транспортним послугам.

Таблиця 2.3

Загальна торгівля товарами Польщі по всьому світу
(дол.. США)

Рік	Імпорт (дол.. США)	Експорт (дол.. США)
2008	210 478 513 051	171 859 897 632
2009	149 569 835 644	136 641 304 601
2010	174 127 590 293	157 064 948 463
2011	209 191 546 426	188 105 090 147
2012	191 430 111 658	179 603 599 442
2013	205 613 792 660	203 847 917 759
2014	216 687 292 345	214 476 794 173
2015	189 696 473 787	194 461 157 270
2016	188 517 818 933	196 455 269 598
2017	217 978 575 741	221 307 621 302
2018	267 699 886 888	261 815 268 525
2019	246 653 880 235	251 864 773 270

Таблиця складена за даними Національного Банку Польщі

Загальний експорт з Польщі складає 251 млрд. доларів у 2019 році. Зменшення поставок товарів з Польщі становить 3,8%, у порівнянні з 2018 роком: експорт товарів зменшився на 9,95 млрд дол. США.

Країни ЄС – головні партнери Польщі в торгівлі послугами і товарами. Загалом, у 2015 році на них приходилось 70% експорту послуг і майже 79% імпорту. Серед цих країн єб Німеччина (23% експорту і 22% імпорту), Швейцарія (9% експорту і 5% імпорту), Нідерланди (6% експорту і 5%

імпорту), Великобританія (7% експорту і 8% імпорту), Франція (5% експорту і 6% імпорту).

2.2 Оцінка інвестиційного клімату Польщі та ступені його привабливості для українських інвесторів

Сьогодні економіка Польщі є однією з швидко ростучих економік у Європейському Союзі. Тому інвестування в Польщі викликає питання у іноземних інвесторів. Там відкриваються великі перспективи, можливе інвестування в сферах: нерухомості, цінних паперів, дорогоцінних металів або бізнес проекти.

Основні причини для інвестування в Польщі у 2019 році:

1. Вдале географічне розташування (між країнами СНГ та Євросоюзу);
2. Вступ до ЄС, завдяки чому присутня економічна та політична стабільність у країні;
3. Громадяни Польщі мають високий рівень навчання;
4. Виробництво і його оплата більш дешеві, ніж інші країни ЄС, але люди працюють якісно;
5. Низький рівень корупції;
6. Держава сприяє появі нових робочих місць, розробці нових технологій, зберігає довколишню середу і тд;
7. Пільги на податки і 14 вільних економічних зонах;
8. Популярність серед іноземних туристів.

Інвестування відбувається в такі галузі: сфера виробництва (42%), сфера фінансових послуг (23%), автотранспорт і зв'язок (12%). Законодавство Польщі не має жодних критерій для іноземних інвесторів. Для того, щоб мати можливість інвестування в Польщі необхідно лише досягнути 18 років, зробити закордонний паспорт та вміти вести бізнес. І все, можна обирати будь-яку сферу діяльності.

Інвестиційна політика Польщі у Спеціальних Економічних Зонах (СЕЗ) полягає слідувати за певними умовами. СЕЗ – це частина територій Польщі,

визначені законодавством, де для інвесторів діють податкові пільги (звільнення від податку на прибуток, а в деяких зонах і від податку на нерухомість), а також державна фінансова допомога.

Сутність створення для інвесторів пільг – залучення іноземного капіталу та сучасних технологій. Для отримання фінансової допомоги від держави та ведення бізнесу у Спеціальних Економічних Зонах іноземний інвестор має:

1. Отримати спеціальний дозвіл;
2. Займатися лише тією сферою, що приписана в дозволі;
3. Зберігати власність над основними інвестиціями, якщо інвестор претендував на державну підтримку на основі інвестиційних витрат.

Законодавство Польщі дозволяє відкривати підприємства із 100% залученням іноземного капіталу і інвестора. Для іноземних підприємств не має обмежень за видами господарської діяльності, яку вони хочуть вести. Для реєстрації підприємства у таких сферах, як добування корисних копалин, продаж зброї та вибухових речовин, авіатранспорт необхідно отримати ліцензію, вона може бути активна від 2 до 50 років.

Інвестування у підприємство має такі переваги:

- Після податкових виплат можливий повний переказ особистого доходу за межу країни;
- Можливий прийом на роботу іноземних працівників, що мають на це дозвіл;
- Можливість самостійного установлення заробітної плати для своїх працівників (з урахуванням законів Польщі);
- При розробці бізнес плану можна розраховувати на високі доходи, через стабільною економікою країни;
- Існування багатої кількості нових проектів, які знаходяться у пошуках інвестора.

Згідно закону про Іноземні Інвестиції 1991 року, гарантується виплата компенсацій іноземним інвесторам у разі їх фінансового впливу при націоналізації, або експропріації їх активів. До того ж, Польща має угоди про захист інвестицій такими країнами, як: Франція, Німеччина, Нідерланди,

Швеція, Великобританія та США, це є додатковою гарантією для іноземних інвесторів.

Можливе страхування інвестицій Багатостороннім Агентством Гарантій Інвестицій при Світовому Банку. Інвестори деяких країн можуть забезпечити страхування у себе в країні, відповідних організаціях.

Згідно до конституції, судова система складається з декількох систем: судів та трибуналів, які незалежні від інших верств держави. Система правосуддя включає в себе верховний суд та суди загальних інстанцій, також існують військові та адміністративні суди.

Судді незалежні та не можуть бути зняті зі своїх посад, вони керуються виключно конституцією Польщі та нормативними актами. Верховний суд контролює діяльність судів загальних інстанцій а також військових судів. Він є найвищим судовим органом, діяльність якого не може бути оскаржена в іншому суді. Верховний суд розглядає справи щодо певних нормативних актів.

Головний адміністративний суд є судом останньої інстанції з адміністративних справ, наприклад, при розгляді справ між юридичними особами та адміністративними органами. Суд розглядає апеляції від адміністративних судів нижчих верств. Він виносить рішення про відповідність постанов місцевих органів влади законами та нормативними актами про місцеве самоврядування.

У відповідності з Польською Конституцією трибунали виведені з судової системи, хоча і підпадають під концепцію та термін «система правосуддя». Конституційний трибунал є судовим органом, що вирішує питання відносно конституційної діяльності державних органів: його основною задачею є нагляд за відповідністю законодавчих статей конституції. Суд виносить рішення відносно відповідності конституції законів та міжнародних відносин. Рішення такого суду оскарженню не підлягає.

У якості держави ЄС Польща є суб'єктом певних міжнародних організацій, що мають значення судової влади. До таких організацій відносять:

- Європейський Союз – Суд Європейських організацій та Суд першої інстанції;
- Організація Об'єднаних націй – Міжнародний суд;
- Рада Європи – Європейський суд з прав людини;
- Міжнародний карний суд.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЩОДО СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ МОБІЛЬНИХ АКСЕСУАРІВ

3.1 Аналіз актуальності магазину мобільних аксесуарів. Виявлення конкурентів та цільової аудиторії

У 2020 році, коли люди можуть оплачувати свої покупки не дістаючи готівки та навіть кредитної картки, коли телефон став для багатьох заміною телевізору, планшету, ноутбуку, фотоапарату та бібліотеки, постає питання – як подовжити термін роботи вашого смартфона, як зробити так, щоб при падінні він не постраждав?

Весь світ захопив мобільний зв'язок й Інтернет, воно й не дивно, адже в останньому, при правильному користуванні можливо навіть заробляти, не виходячи з дому. Це величезний колодязь інформації, знань, марафонів, фото та відео. Сьогодні вже важко уявити сучасний світ без можливості зателефонувати будь-кому, навіть за тисячі кілометрів.

Саме тому аксесуари до мобільних пристроїв актуальні в будь-якому куточку світу. Вони існують не тільки для того, аби захистити пристрій, а й для того, щоб зробити користування їм більш комфортним та приємним. Чохли захищають від пошкоджень корпусу, захисне скло – від розбиття екрану, павер банк – для екстреного заряду мобільного.

Для роздрібної торгівлі аксесуарами підбирають прохідне та людне місце. Площа, якої достатньо для розташування магазину від 5 м², тому найбільш вдалим місцем є торгово-розважальний центр. Саме в Торгових Центрах зосереджені точки продажу мобільних пристроїв – їх покупці це наші потенційні клієнти.

На рис 3.1 показані моделі телефонів, що продаються найчастіше в 2019 році. Samsung, Huawei, Xiaomi, Apple є найбільш популярними з 2015 року по всьому світу. []Основні чохли та скло для захисту екранів будуть для цих фірм.

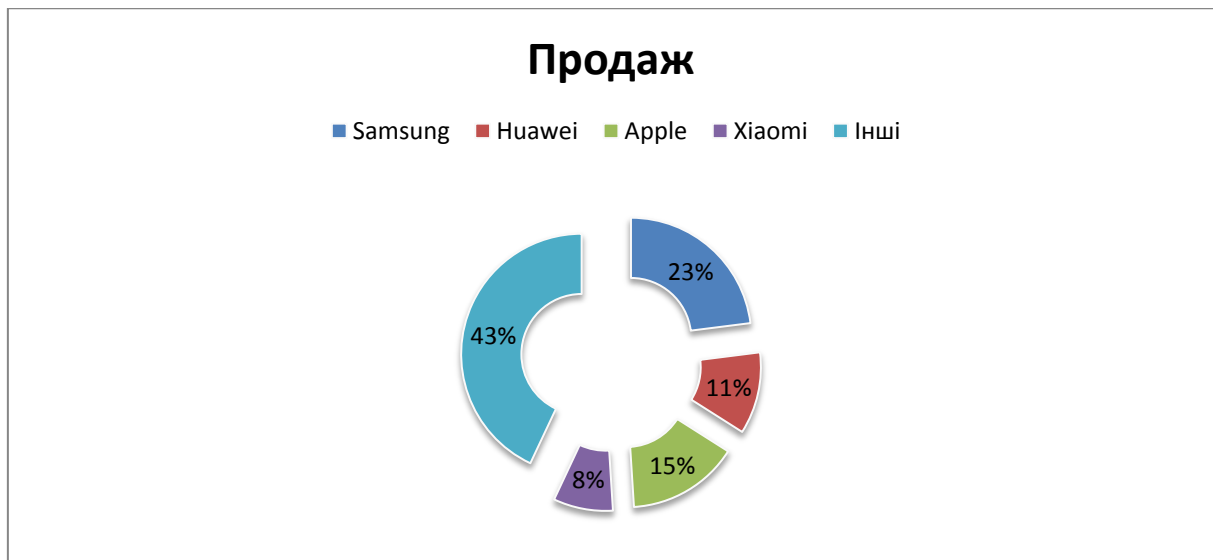


Рис 3.1 Найпопулярніші моделі телефонів у 2019 році

Слід зазначити, що сфера роздрібної торгівлі мобільними аксесуарами в Україні (КВЕД 47.78) прибуткова та має багато конкурентів. Тому на самперед необхідно розробити концепцію та стратегію. Треба визначитись зі своєю цільовою аудиторією та ціноутворенням. Маючи певний досвід у відкритті такого бізнесу в нашій країні хочу сказати, що люди обирають помірну якість за помірну ціну, саме тому раджу приділити увагу табл. 3.1 «Цільова аудиторія та ціна за одиницю».

Таблиця 3.1

Цільова аудиторія та ціна за одиницю (дол. США)

Якість товару	Ціна товару (приклад – захиснескло)	Цільова аудиторія
Низька	4-8\$	Люди з низькою купівельною спроможністю. Середній чек до 10\$
Середня	8-15\$	Покупці із середнім рівнем прибутку. Шукають товар за

		критерієм ціна-якість. Не готові платити багато, але й не хочуть товар низької якості. Середній чек 15-30\$
Висока	Від 15\$	Клієнти, які готові і хочуть платити за якісний та унікальний товар. Готові купити одиницю товару від 20\$

Продовження таблиці 3.1

Зупинимось на середній якості: можливість браку такого товару 5/100, це непоганий показник у порівнянні з товарами низької якості. Покупці із середнім прибутком люблять частіше змінювати кейси для своїх гаджетів та обирають більш якісні та дорогі товари. Клієнти, які готові платити від 20\$ за одиницю обирають сітьові магазини та кращий сервіс, та навіть вони час від часу будуть робити покупки в наших магазинах.

Ми вже вирішили, що магазин займатиме невелику територію та розташовуватиметься біля входу або виходу. Частіше за все для такого виду діяльності та займаної площі обирають тип магазину «острів». Такий вид вітрин та організація роботи має закриті стелажі, які можна роздивитись з 3-4 сторін. На такій квадратурі вміститься достатньо аксесуарів для телефонів 4-5 фірм по 10-20 моделей. Плюсом такої організації є низька орендна та комунальна плата, можливість розташування у будь-якій точці торгового комплексу, адже для інших видів діяльності така кількість квадратних метрів буде замалою.

Окрім вхідної групи покупців ТЦ необхідно забезпечити інші способи реклами, щоб як найбільше людей, що знаходяться в радіусі 5 кілометрів знали про вас. Такою рекламою є – радіо, постери на рекламних площах, роздача рекламних листівок, інтеграція з підприємцями, які не є прямими конкурентами, таргетована реклама в соціальних сітях.

Для правильного підбору асортименту товару необхідно провести аналіз конкурентів, що діють на території Польщі. Таким чином ми зможемо визначити рівень цін, спектр послуг, види товарів та особливості іноземного ринку.

Щоб визначитися з конкурентами можемо звернутись до мережі Інтернет. Хочу сказати, що головне – не кількість конкурентів, а їх якість (різноманітність асортименту, аксесуари не лише до телефонів 2018-2020 року, а й на більш старі моделі, лояльність до клієнтів, оформлення сторінок, відгуки, можливість замовлення як оф-лайн, так і он-лайн).

Нижче в табл. 3.2 «Порівняння основних конкурентів. Ціна та рейтинг» наведені основні діючі магазини в м. Краків. Якість товару у всіх трьох магазинах середня, ціна за один чохол коливається від 12.8 до 13.4\$.

Таблиця 3.2

Порівняння основних конкурентів. Ціна та рейтинг.

Назва магазину	Рейтинг магазину за відгуками	Середня ціна за чохол	Якість товару
«GSM city»	4.6	17\$	Середня
«Bouletta Poland»	5.0	18.4\$	Середня
«Atlantic Mobile Poland»	3.6	14\$	Середня

За результатами цієї таблиці бачимо, що є сильні компанії, але завдяки нашій стратегії ми зможемо відрізнитись від конкурентів ,завойовувати ринок та отримувати нових клієнтів.

Як згадувалось вище, основні клієнти магазину – відвідувачі ТЦ, необхідно отримати дозвіл на розміщення реклами на фасаді будівлі. Бажано біля входу встановити тендер з акціями та рекламою точки. Один із видів дієвої локальної реклами є роздача листівок, обов’язково зі знижкою, або подарунком при купівлі певного товару.

Дієвим способом розповісти про себе новим клієнтам – розміщення білборду на прохідному місці, недалеко від точки продажу товару. Табл.3.3 «Ефективність розміщення реклами на білбордах». Це досить ефективний спосіб, який має порівняно невеликі витрати та розташовується у потрібному підприємству місці.

Таблиця 3.3

Ефективність розміщення реклами на білбордах

Трафік	150 автомобілів у день (5000 в місяць)
Статистика	60 нових клієнтів в день
Витрати	150 – 250\$ в місяць (залежить від місця розташування та клієнтотоку)

Наступним кроком є розробка сайту та сторінок в соціальних сітках (Instagram та Facebook), активна їх контекстна реклама (вид Інтернет-реклами, коли рекламне оголошення впливає відповідно до змісту Інтернет-сторінки).

Такий вид реклами діє вибірково та відображається користувачеві, сфера інтересів якого співпадає або перетинається з темою товару, або послуги, що рекламується. Це збільшує шанси на вірогідність переходу до Інтернет магазину.

Для визначення відповідності рекламного матеріалу сторінці Інтернет – сайту зазвичай використовується метод ключових слів. На ключові слова орієнтуються й пошукові системи. Тому контекстна реклама з більшою

вірогідністю буде показана користувачеві, який використовує Інтернет для пошуку відповідної інформації про товар.

Сторінки в соціальних сітях наповнюватимуться корисною інформацією та новинами магазину:

- Поради щодо використання мобільних аксесуарів, догляд за ними;
- Інформація про гарячі години, знижки;
- Веселі історії та фотографії, пов'язані з тематикою сторінки;
- Відгуки покупців, конкурси та розіграші подарунків.

Магазин представляє собою аксесуари для мобільних пристроїв бюджетного та середнього цінового сегменту, переважно китайського виробництва. Вони включають декоративні елементи (накладки, чохли-книжки, наклейки), функціональні (зарядні пристрої, павер банки, блютузколонки, проводні колонки, Bluetooth гарнітури, старт годинники, фітнес браслети, станції для бездротової зарядки, тримачі для телефону) та захисні (скло). Список товарів наведено в табл. 3.4 «Асортимент і торгова націнка у дол. США».

Таблиця 3.4

Асортимент і торгова націнка (у дол. США)

Назва товару	Ціна купівлі Без ПДВ	Торгова націнка	ПДВ	Ціна продажу
Зовнішні акумулятори (80%)	11,29\$	9\$	4,67\$	25\$
Зарядні пристрої Адаптери (120%)	5,55\$	6,65\$	2,8\$	15\$
Захисне скло (300%)	2,03\$	6,1\$	1,84\$	10\$
Послуга поклейки	0\$	1,63\$	0,37\$	2\$

захисного скла				
Карта пам'яті (100%)	5,7\$	5,7\$	2,62\$	14\$
Bluetooth колонки (100%)	12,2\$	12,2\$	5,37\$	18\$
Чохли (150%)	6,9\$	8,78\$	5,37\$	18\$
Змінна батарея для телефону (160%)	5,6\$	9,04\$	3,36\$	18\$
Тримачі для авто за зарядні пристрої в машину (120%)	5,5\$	6,7\$	2,8\$	15\$
Навушники (130%)	12,37\$	16,1\$	6,54\$	35\$
Провідні колонки (110%)	5,8\$	6,4\$	2,8\$	15\$
Ресивер для безпроводної зарядки (130%)	6,2\$	8,1\$	3,7\$	18\$
Фінтестрекери та смарт годинники (100%)	8,15\$	8,15\$	3,7\$	20\$
Акcesуари до фітнес трекерів (300%)	2\$	6,1\$	1,9\$	10\$
Bluetooth гарнітура	6,95\$	6,95\$	3,1\$	17\$

(100%)				
Інші товари (150%)	6,2\$	9,3\$	3,5\$	19\$

Продовження таблиці 3.4

Працівники магазину будуть надавати послуги поклейки скла та плівки – вони платні для клієнта. Установка батареї, настройка колонок і т.д. – безоплатні.

Для того, зацікавлення прохожих нашим товаром необхідно правильно викладати товар на полиці, використовувати для привернення уваги яруку поліграфічну продукцію, аудіо-супровід про акції та оновлення асортименту в магазині. Проводиться локальна демонстрація товару, наприклад грає Bluetoothколонка.

Знову ж, сітьові магазини, де продають телефони пропонують своїм клієнтам й аксесуари до пристроїв, але як показує практика, асортимент там не великий, та представляє собою лише базові чохли та зарядні пристрої, до того ж лише для більш нових телефонів, тобто на телефони 2015-2017 року вже навряд чи знайдете цікаві аксесуари там.

Але таких телефонів дуже багато у користувачів, і кожен хоче захистити свій телефон, оновити його зовнішній вигляд, зробити більш стильним, приємним на дотик і т.д., склади, де будуть закуповуватись товари мають асортимент для таких пристроїв.

3.2 Основні етапи розробки проекту: розрахунки фінансових показників та підходи до оподаткування

Оподаткування – система розподілу доходів між юридичними або фізичними особами, а податки – це обов’язкові платежі до бюджету країни, які виплачуються відповідно до діючих законів. Податки формують державну казну, та задовольняють громадські потреби.

Головні принципи оподаткування – рівномірність та певна визначеність. Рівномірність – однакове ставлення держави до платників податків, однакові

правила та витрати. Сутність полягає в тому, що спосіб оподаткування фіксується завчасно законом, та розмір та термін виплати податків відомий заздалегідь. У разі невиконання закону, держава потребує виплату штрафу від власника.

В Польщі оподаткування формувалося з 1991 року. Рівень податку для суб'єктів підприємницької діяльності розраховувався відповідно рівню заробітку. Більше заробляєш – більше платиш державі. Основні принципи оподаткування:

1. Податок на дохід – 19%
2. Податок на дохід членів правління – 19%
3. Податок НДС 23% (існують види діяльності, що мають знижену, і навіть нульову ставку)
4. За надходження коштів на баланс підприємства – 0,5%
5. Мінімальний розмір заробітної плати в Польщі – 1600 злотих. Працедавець додатково виплачує 45% (700 злотих) від заробітної плати за кожного робітника (соціальне страхування, пенсійні відрахування, і тд)

Базова плата НДС – 23% , на соціально необхідні товари ставка знижується до 5% або 8%. В цю категорію включають молочну продукцію, поштові та банківські послуги, страхові та медичні установи. На жаль, роздрібна торгівля мобільними аксесуарами не входить до товарів зі зменшеною податковою ставкою.

Торгівля вище представленою категорією товарів не потребує державного дозволу, ліцензії, підтвердження кваліфікації. При реєстрації підприємства необхідно вказати основний вид діяльності та після отримання податкового ідентифікаційного коду можливий початок роботи.

Згідно документу про «Вільне ведення підприємницької діяльності» від 02.07.2004р. вести підприємницьку діяльність на території Польщі можуть громадяни Євросоюзу, Норвегії, Ліхтенштейну та Швейцарії, а також іноземці, які:

- Перебувають на постійному місці проживання в Польщі;
- Мають шлюб з громадянами Польщі;
- Проходять навчання на денній формі в ВНЗ, або аспірантурі;
- Мають дозвіл на довгострокове перебування резидента ЄС («карта резидента ЄС»);
- Мають «Карту поляка»;
- Перебувають в статусі біженця.

Можливе відкриття фірми в Польщі он-лайн, через систему S24, це займає від 48 годин до 10 днів. Мінімальний розмір статутного капіталу польської компанії 5 тисяч злотих (1180\$). Запис про реєстрацію нової компанії відбувається в реєстрі Господарюючого Суду Польщі (KRS). На момент реєстрації ООО присвоюється статус юридичної особи.

Всі суб'єкти підприємницької діяльності повинні мати індивідуальний податковий код (NIP), який видається один раз при реєстрації. Правити компанією може як одна особа, так і декілька осіб. В правлінні можуть бути присутні як співзасновники компанії, так і інші особи.

При реєстрації компанії бажано включати більше однієї особи у склад засновників, по закону, якщо в компанії один власник, то одразу ж після реєстрації вони зобов'язані виплатити податки за себе як за працівника компанії, (вони складають біля 300\$ щомісячно). При двох засновниках такої необхідності немає.

Таблиця 3.5

Витрати на відкриття ТОВ в Польщі

Вид витрат	Ціна
Послуги нотаріуса	200-280\$
Послуги перекладача	95-140\$
Підготовка документів для подачі в судовий реєстр	120-190\$
Державне мито за внесення змін до	85\$

судового реєстру	
Загальна сума	500-695\$

Продовження таблиці 3.5

Згідно даних Табл. 3.5 витрати на відкриття ТОВ у Польщі становлять 500-695\$, в залежності від ціни послуг нотаріуса, послуг перекладача і тд. У розрахунках беремо середню ціну – 550\$.

3.3 Аналіз загальних витрат та доходівторгової точки, розрахунок терміну окупності власного капіталу

Від загальних характеристик виду діяльності магазину час перейти до цифр, які є вирішальними при розробці плану створення підприємства. Для цього одразу підрахуємо усі необхідні витрати на відкриття магазину.

Таблиця 3.6

Основні витрати на відкриття оффлайн магазину

Вид та назва витрат	Ціна
Відкриття ТОВ в Польщі	550\$
Орендна плата та комунальні послуги (перший та останній місяць)	1000\$
Закупівля товару для продажу	5500\$
Обладнання (ноутбук, база обліку, меблі і тд)	2500\$
Подальша амортизація обладнання 500% за рік	20% 42\$ за місяць
Реклама: (всього)	600\$
Офф-лайн	450\$
Он-лайн	150\$
Заробітня плата працівникам, з графіком 2/2 (15 змін в місяць) (2 продавця на магазин)	1200\$

Заробітня плата керівнику магазину (ведення бух.обліку, замовлення товару і тд)	600\$
Податки	45% від заробітної плати продавців (810\$)
Транспортні витрати та доставка	150\$
Всього	12910\$

Продовження таблиці 3.6

Загальна сума витрат становить 12910\$ (1 польський злотий = 0,24 долара). Туди входить перший та останній місяць оплати орендованого місця (1 м²=90\$) та комунальні платежі, закупівля товару для продажу, виплати 2 продавцям за один місяць, вітрини для продажу і тд.

Як правило, продаж мобільних аксесуарів напряму залежить від місяця розташування, асортименту товару та вміння продавця правильно показати товар та асортимент. Продаж даного товару вигідний, адже маржа на популярних товарах часто більша 100% від ціни закупки. Тому необхідно проводити роботу з продавцями-консультантами, для того щоб вони вміли допомогти клієнту обрати те, що їм необхідно.

Доцільним буде розрахувати очікуваний прибуток від продажу. Як показує практика, перший місяць роботи не є показником подальшої роботи магазину. Тому хочу показати приблизний дохід магазину (без витрат) за третій місяць роботи, та святкові місяці (Новий рік, 8 березня і тд).

Таблиця 3.7

Дохід магазину без розходів у звичайний місяць.

Назва товару	Кількість (одиниць)	Торгова націнка (дол. США)	Дохід (дол. США)
Чохол	115 од.	8,78\$	1010\$
Захисне скло	125 од.	6,1\$	763\$

Послуга поклеювання скла	100 од.	1,63\$	163\$
Зарядний пристрій	55 од.	6,65\$	366\$
Павер банк	35 од.	9\$	315\$
Змінна батарея для телефону	25 од.	9,04\$	226\$
Тримачі для авто за зарядні пристрої в машину	30 од.	6,7\$	201\$
Навушники	28 од.	16,1\$	451\$
Провідні колонки	20 од.	6,4\$	128\$
Ресивер для безпроводної зарядки	15 од.	8,1\$	121,5\$
Фітнес трекери та смарт годинники	35 од.	8,15\$	285,25\$
Аксесуари до фітнес трекерів	40 од.	6,1\$	244\$
Bluetooth гарнітура	15 од.	6,95\$	104,25\$
Портативні колонки	25 од.	12,2\$	305\$
Карта пам'яті	25 од.	5,7\$	142,5\$
Інші товари	55 од.	9,3\$	512\$
Всього			5337\$

Продовження таблиці 3.7

Згідно розрахунків в таблиці дохід у звичайний місяць становитиме 5337\$. Необхідно розрахувати чистий прибуток за місяць роботи магазину (доходи мінус витрати).

Таблиця 3.8

Щомісячні витрати на утримання магазину

Орендна плата та комунальні послуги	500\$
Амортизація обладнання	42\$
Реклама	400\$
Заробітна плата працівникам та керівнику	1800\$
Податок (45% від заробітної плати)	810\$
Транспортні витрати та доставка	150\$
Всього:	3702\$

В нашому випадку прибуток = доходи – оренда та комунальні послуги – витрати на рекламу – заробітна плата двом продавцям - консультантам та керівнику (та податки за людей, що працюють в магазині)– транспортні витрати. Необхідно відняти обов’язкові щомісячні витрати та отримаємо прибуток : $5337\$ - 3702\$ = 1635\$$ нього вираховується 19% податку на прибуток, залишається: 1324\$ - чистий прибуток.

Звертаю увагу, такий прибуток буде у звичайний місяць, та буде коливатись, приведені усереднені дані. В місяці, коли відбуваються свята попит на дану категорію товару більший. Дані в табл. 3.9 «Дохід магазину без розходів у святковий місяць» показують зміни в кількості покупок та зміну доходу. Таких місяців в році 3-6.

Таблиця 3.9

Дохід магазину без розходів у святковий місяць

Назва товару	Кількість (одиниць)	Торгова націнка (дол. США)	Дохід (дол. США)
Чохол	125 од.	8,78\$	1098\$
Захисне скло	135 од.	6,1\$	824\$
Послуга поклейки	110 од.	1,63\$	179\$

захисного скла			
Зарядний пристрій	65 од.	6,65\$	432\$
Павер банк	45 од.	9\$	405\$
Змінна батарея для телефону	35од.	9,04\$	316\$
Тримачі для авто за зарядні пристрої в машину	40 од.	6,7\$	268\$
Навушники	38 од.	16,1\$	612\$
Провідні колонки	30 од.	6,4\$	192\$
Ресивер для безпроводної зарядки	25 од.	8,1\$	203\$
Фітнес трекери та старт годинники	45 од.	8,15\$	367\$
Аксесуари до фітнес трекерів	50 од.	6,1\$	305\$
Bluetooth гарнітура	25 од.	6,95\$	174\$
Портативні колонки	35 од.	12,2\$	427\$
Карта пам'яті	35 од.	5,7\$	200\$
Інші товари	55 од.	9\$	495\$
Всього			6397\$

Продовження таблиці 3.9

Необхідно відняти обов'язкові щомісячні витрати та отримаємо прибуток: $6397\$ - 3702\$ = 2695\$$. Віднімемо 19% податку на прибуток, отримаємо 2182\$ - чистий прибуток.

З отриманих даних можемо розрахувати очікувані доходи за 12 місяців роботи (4 святкових та 8 звичайних):

$$2182\$ * 4\text{місяців} = 8728\$$$

$$1324\$ * 8\text{місяців} = 10592\$$$

Всього: 19320\$ (за 12 місяців).

3.2 Період окупності капіталу

З попередніх таблиць (табл. 3.2 табл. 3.3 табл. 3.4) необхідно вирахувати період окупності капіталу – відношення середньої величини власного капіталу компанії до величини чистого прибутку.

Необхідно розрахувати наступні показники:

NPV (чиста теперішня вартість проекту):

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} - I$$

$$NPV = \sum_{k=1}^1 \frac{19320}{(1+0,2705)} - 12910 = 2296$$

Облікова ставка дисконтування у Національному Банку 10% на 13.03.20

Очікуваний рівень інфляції 5%

Поправка на ризик 10%

$$i = (1 + Hn) * (1 + \pi) * (1 + rk) - 1$$

$$i = (1 + 0,1) * (1 + 0,05) * (1 + 0,1) - 1 = 0,2705$$

$$12910 * 1,2705 = 16402\$$$

Отримуємо NPV більше 0, тому проект цікавий для інвестора.

PI (індекс рентабельності)

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} / I$$

$$PI = \sum_{k=1}^1 \frac{19320}{12910^k} / 0,2705 = 5,5$$

PP (період окупності)

$$PP = \frac{I}{P_k}$$

$$PP = \frac{12910}{19320} = 0,67$$

$$12 * 0,67 = 8,04$$

Розрахунковий термін окупності даного проекту становить 8 місяців. Це досить непоганий показник, беручи до уваги відносно невисокий рівень

витрат. Базові витрати становлять 12910\$ (включаючи плату за оренду перший та останній місяць, закупівлю товару для продажу, офіційної реєстрації підприємства).

Очікується, що за рік роботи ми отримаємо чистий прибуток 19320\$, далі прибуток буде поступово зростати, почне працювати сарафанне радіо, з'являтимуться постійні клієнти.

Висновок

Провівши всі необхідні розрахунки, проаналізувавши ринок, конкурентів, знайшовши цільову аудиторію для відкриття магазину мобільних аксесуарів, можу сказати що цей інвестиційний проект є дуже цікавим, та що не менш важливо актуальним сьогодні.

Період окупності власного капіталу склав близько 8 місяців роботи магазину, це непоганий показник. В Україні він дещо менший (4-6 місяців). Так склалось через більший податок в Польщі. Там – чим більше заробив, тим більше віддаєш державі. В Україні на даний момент відносяться більш лояльно до малого бізнесу. При реєстрації вищеописаного підприємства в Україні ми обрали б другу групу платників податків, в такому разі не має значення скільки коштів заробив магазин, податкова ставка не зміниться. Вона складатиме приблизно 1500 грн (55\$).

В роботі проаналізовано розвиток Польщі. Він сприяє розвитку малого та середнього бізнесу. Захищає працівників та роботодавців.

Ринок економіки Польщі стрімко розвивається, товари, що там виробляються є актуальними та мають досить приємну ціну, адже по європейським міркам оплата труда не є високою, а робоча сила досить кваліфікована. Важливу роль грає розташування Польщі, вона межує з основними торговими напрямками.

Основні принципи оподаткування та методи боротьби з корупцією висвітлені в даній роботі. Можу сказати, що законодавство створює умови для розвитку малого бізнесу, працюють антимонопольні комітети, слідкують за чесністю та правильністю роботи, є «білі листи» працедавців, та взагалі платників податків. Стосовно даного проекту, з податків ми маємо: 19% податку на прибуток, 45% заробітної плати кожного робітника.

Тоді чому розвивати такий бізнес цікаво в Польщі, а не в Україні? Все дуже просто – середній рівень життя, купівельна спроможність та рівень заробітної плати, що постійно зростає. В Польщі ці показники на багато вищі, ніж в Україні. В такому випадку трохи більший час на окупність власного капіталу йде на другий план, адже перспектива отримувати більше коштів за такі ж вкладення цікавіша.

Сфера діяльності дуже стрімка та різноманітна, вона охоплює новітні тенденції та все ж контактує з технологіями, що вже минули. Якщо докласти зусилля та робити свою роботу «правильно», вона обов'язково знайде свою аудиторію. Важливо підходити до цього з розумом та відповідальністю.

При правильному виставленні пріоритетів такий магазин роздрібної торгівлі мобільними аксесуарами може стати початком шляху до «великої мережі» в різних містах та куточках світу.

Література

1. Вільна електронна енциклопедія [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki> - вільний. Мова укр.
2. Офіційний сайт Євростат[Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat> - вільний. Мова укр.
3. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://mojafirma.org/uk/mvf-polsha-v-liderah-po-rostu-jekonomiki-blokchejn-i-startapy> - вільний. Мова рос.
4. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/Польша/topics/Экономика/Платежный-баланс-Счет-операций-с-капиталом-и-финансовыми-инструментами/Прямые-иностранные-инвестиции-в-текущих-ценах-долл-США> - вільний. Мова рос.
5. Doingbusiness [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/data/exploretopics/starting-a-business#>
6. InPLGroup [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://inpl.eu/news/belyiy-spisok-platelshchikov-nds.html> - вільний. Мова рос.
7. Податки світу [Електронний ресурс] - worldtaxes.ru – вільний. Мова англ.
8. FinanceUA [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://charts.finance.ua/ru/currency/official/-/1/pln> - вільний. Мова рос.

9. RitmixUA [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ritmix.ua/ih-pokupajut-vse-menshe-statistika-prodazh-smartfonov-za-1-kv-2019.html> - вільний. Мова рос.
10. BlogmarketologaRU [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://blogmarketologa.ru/forum-marketolog/experience/reklama-na-bilborde-ponimaem-cto-k-chemu> - вільний. Мова рос.
11. Відкритий бізнес [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/biznes-plan-po-prodazhe-mobilnykh-aksessuarov-na-ostrovke/> - вільний. Мова рос.
12. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://works.doklad.ru/view/RnvBVwfCdU0.html> - вільний. Мова рос.
13. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://napolshu.com/kak-otkryt-firmu-v-polshe.html> - вільний. Мова рос.