

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Сментина Н.В.

(підпис)

“__” травня 2019р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»

на тему: «Економічне обґрунтування проекту створення магазину з продажу косметичних засобів»

Виконавець:

студентка 46 групи ФЕУП

Малова Марина Вікторівна

(підпис)

Науковий керівник :

к.е.н., ст. викладач

Однолько Вікторія Олександрівна

(підпис)

Одеса 2019

АНОТАЦІЯ

Малова М.В. «Економічне обґрунтування проекту створення магазину з продажу косметичних засобів».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні засади започаткування власної справи на території міста Одеси. Досліджено нормативно-правові засади щодо відкриття магазину з продажу косметичних засобів. А також обґрунтовано вибір способу входження в бізнес, організаційно-правової форми та обраної системи оподаткування

Проаналізовано насиченість ринку косметичних засобів в Україні. Проведено оцінку внутрішніх конкурентних переваг магазину. Розраховано витрати на створення та функціонування магазину з продажу косметичних засобів.

Спрогнозовано прибуток від реалізації проекту та представлено розрахунки економічної ефективності відкриття магазину. Проаналізовано можливі ризики та запропоновано заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: косметичні засоби, ринок косметичних засобів, прибуток, ефективність, ризик, аналіз чутливості, безбитковість.

ANNOTATION

Malova M.V. "Economic justification of the project of creation of a cosmetic sales store"

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree of the specialty 6.030504 «Enterprise Economics». – Odesa National Economic University. – Odessa, 2019.

The theoretical principles of starting of an own business in the city of Odesa considered in the work. The regulatory and legal principles concerning the opening of a cosmetic sales store. It also substantiates the choice of the way to enter the business, the legal form of organization and the chosen taxation system.

The saturation of the market of cosmetic products in the territory of Ukraine is analyzed. The internal competitive advantages of the enterprise are estimated. The creation and operation costs of a store of selling cosmetic products are calculated.

The profit from project implementation is projected. The calculations of economic efficiency of opening a store are presented. The possible risks are analyzed and measures to minimize them are proposed.

Keywords: cosmetic products, market of cosmetic products, profit, efficiency, risk, sensitivity analysis, break-even.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ КОСМЕТИЧНИМИ ВИРОБАМИ	
1.1 Загальна характеристика бізнес-ідеї щодо відкриття магазину з продажу косметичних засобів.....	5
1.2 Огляд нормативно-правових засад з відкриття бізнесу у сфері торгівлі косметичними засобами.....	9
1.3 Характеристика організаційної правової форми та системи оподаткування магазину з продажу косметичних засобів.....	16
 РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОСМЕТИЧНОГО МАГАЗИНУ	
2.1 Аналіз кон'юнктури ринку косметичних засобів	24
2.2 Аналіз конкурентного середовища магазину з продажу косметичних засобів	28
2.3 Формування інвестиційних та поточних витрат майбутнього бізнесу з продажу косметичних засобів.....	33
 РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КОСМЕТИЧНОГО МАГАЗИНУ	
3.1 Прогнозування прибутку від реалізації косметичних засобів.....	46
3.2 Оцінка економічної ефективності проекту зі створення магазину з продажу косметичних засобів.....	53
3.3 Аналіз можливих ризиків та заходи щодо їх мінімізації.....	57
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
Додатки.....	71

ВСТУП

Актуальність теми. Послуги все більше заповнюють ринок, тому й не дивно, що саме в сфері послуг найбільші прибутки та найшвидші темпи приросту. Дана сфера послуг має напрямки орієнтовані на майже всі вікові і полові категорії. Різноманітність даного виду послуг є необмежена як і наша фантазія, оскільки створенням займається людина. ФОП дає можливість косметичного розвитку для усіх типів населення. В таких магазинах можна провести час з максимальним задоволенням та обрати товари, які принесуть максимум користі. Різновид товарів, в цьому напрямку, є настільки великим, що навіть найвибагливіший з клієнтів завжди знайде для себе саме те чого потребує його душа. Саме тому відкриття бізнесу у цій сфері є доволі перспективною та вигідною справою, це дозволить покращити своє матеріальне положення, створить нові робочі місця та додатній грошовий потік до бюджету. Ніхто не може навчити як відкрити одразу успішний бізнес в будь якій сфері. У ході роботи були розглянуті роботи таких видатних вчених як, Балджи. М.Д.[26], Карпов В. А. [28] , для того аби не допускати простих помилок які будуть заважати при відкритті саме цього виду бізнесу. Проте більшу частину можливих помилок та їх обходів ми розглянемо в роботі, оскільки виявлення та мінімізація ризиків є невід'ємною частиною що супроводжує проект з початкового етапу. Як і будь яку іншу справу, даний вид бізнесу потрібно починати з ретельного і детально обґрунтованого бізнес плану, який складається з трьох розділів, кожний з яких охарактеризує проект зі сторони його можливого розвитку та природності серед усіх інших видів бізнесу.

Мета випускної роботи: дослідити теоретичні, методологічні, аналітичні аспекти та прикладні аспекти створення бізнесу з надання послуг у сфері косметичних товарів.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- відкриття власної справи допоможе нам задовольнити потреби частини населення в м. Одеса;
- розглянути можливі варіанти відкриття бізнесу, порадитись з фірмами, працюючими в цій сфері та обрати правильний напрямок своєї діяльності;
- виявити наших конкурентів, проаналізувати їх помилки та промахи, задля більш впевненого функціонування на ринку;
- визначити основні статті розходу, обчислити вартість даного проекту, розглянути можливості щодо отримання додаткових інвестицій;
- порахувати можливий дохід, розглянути кожен з продуктів окремо, в розрізі сезонності;
- підвести підсумок дохідної частини проекту, порівняти її з витратами на організацію та підтримку життєдіяльності проекту, а також визначити наскільки він є рентабельним.

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи з надання послуг у сфері косметичних товарів.

Об`єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину професійної косметики – на ринку косметичних товарів на території м. Одеса.

Методи дослідження – загальнонаукові: аналогія, системний аналіз; економіко-статистичного аналізу: табличний, графічний; маркетингові: SWOT-аналіз, Pest-аналіз, спостереження.

Інформаційною базою дослідження слугували закони і нормативно-правові акти України, дані отримані в ході виробничої практики на ФОП, дані офіційного сайту міністерства статистики України.

Висновки

Згідно проведеної роботи за трьома розділами, можна зробити такі висновки.

1. Даний бізнес був визначен актуальним так як, з кожним роком, навіть з кожним місяцем з'являється все більше і більше косметичних новинок, поліпшується рецептура, покращується якість декоративної косметики, що урізноманітнює наше життя.

2. За Квед-2012 було обрано вид економічної діяльності у сфері роздрібної торгівлі за розділом 46.45 та оптової торгівлі за розділом 47.75

3. Для обрання найбільш підходящої організаційно-правової форми, було проаналізовано усі переваги та недоліки кожної правової форми та обрано фізична особа підприємець. Серед усіх охарактеризованих плюсів і мінусів загальної та спрощеної системи оподаткування, найкращим варіантом було обрання спрощеної системи податків.

4. Виявлено основних конкурентів, якими є магазин «Бомонд» «Шарм» та «MakeUp». Зроблена їх порівняльна характеристика та сформовані сильні, слабкі сторони, можливості та загрози у SWOT-аналізі.

5. Було сформовано структуру стартового капіталу, який складався із власних засобів сумою у 113 298 тис. грн. та кредиту банку на суму 37 000 тис. грн.

6. Розподілено стартові витрати на функціонування бізнесу до яких відносились витрати на реєстрацію – 700 грн, оренду – 7200 грн, закупку товару – 105398 грн, закупку меблів – 35000 грн, та витрати на рекламу – 2000 грн. Визначено постійні витрати, які супроводжували проект на протязі трьох років,

до яких відносились витрати на оплату праці – 14000 грн, амортизаційні відрахування – 1873,5 грн, погашення кредиту – 3516,64 грн, виплату ЕСВ – 3080 грн.

7. За допомогою ціни закупки та торгової націнки було визначено кінцеву ціну продажу товару, яка складає 500 грн для косметики для волосся, 400 грн для косметики для тіла та 350 грн для засобів особистої гігієни.

8. За допомогою програми Project Expert був прорахований грошовий потік за три роки, який на початку діяльності у липні склав 129,99 грн, а у кінці року дорівнював 69,918 грн.

9. На початку своєї діяльності, у червні, чистий прибуток склав -115 698,00 грн., к кінцю 2019 року, у грудні, цей показник складає -32 712, 83 грн. Динаміка прибутків та збитків зображена на графіках.

10. Проект був оцінений з боку економічної ефективності, за допомогою таких показників, як чиста теперішня вартість, внутрішня норма рентабельності, індекс прибутковості, і був визначений, як ефективний, оскільки усі показники дорівнювали більше одиниці.

11. Проведено аналіз чутливості та визначено, що проект чутливий найбільше до ціни реалізації та об'єму реалізації. За методом Монте-Карло визначили стійкість проекту, який склав 49%.

12. Проаналізовано можливі ризики за допомогою PEST-аналізу та обрані такі методи мінімазації ризиків, як лімітування та придбання додаткової інформації.

Список використаних джерел

1. Войцеховська А. Л., Вол'фенсон І. І. Косметика сьогодні. - М .: Хімія, 2004. - 314 с.
2. Байцар Р.І., Кордіяка Ю.М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі / Р.І. Байцар. - 2015. - № 3. – 156 с.
3. Войткевич С. А., Хейфиц Л. А. Від стародавніх пахощів до сучасних парфумерії та косметики. - М .: Харчова промисловість, 2012. - 257 с.
4. ГОСТ 29188.0-91 «Вироби парфюмерно-косметичні. Правила приймання, відбір проб, методи органолептичних випробувань».
5. Моїсеєнко Н.С. Товарознавство непродовольчих товарів: Навчальний посібник. Частина 2. - Ростов н / Д: Фенікс, 2004. - 288 с
6. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Правил торгівлі непродовольчими товарами» від 19.04.2007 № 104. // Офіційний веб-портал Верховної ради України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>
7. КВЕД-2012. // Сервіс для визначення кодів видів економічної діяльності за КВЕД-2010. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/47/KVED10_47_7.html
8. Реєстрація фізичної особи-підприємця(ФОП або СПД). // Правинг Юридична компанія. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://praving.kiev.ua/razdel46_ua/razdel48-11.html

9. Оренда приміщень в Одесі. // Дошка оголошень OLX: сайт приватних оголошень в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.olx.ua/uk/obyavlenie/IDrEm5E.html#749843372e>

10. Куточок споживача. // Інтернет-магазин інформаційних стендів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://stendprint.com.ua/>

11. Купити касовий апарат. // Conecto.ua. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kassa-24.com.ua/mg-v545t.html>

12. Класифікатор організаційних форм суб'єктів економіки (СКОФ) (29.09.2014.). // Нормативні документи. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://document.ua/pro-zatverdzhennja-statistichnogo-klasifikatora-organizaciindoc209566.html>

13. Статус фізичної особи-підприємця: проблеми застосування законодавства. // Офіційний веб-портал Верховної ради України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/n0012323-11>

14. Плюси і мінуси ФОП і ТОВ. // Корпорація Global Consulting. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gc.ua/uk/business-news/fop-abotov-shho-vibrati/>

15. Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань». // Офіційний веб-портал Верховної ради України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/755-15/page3>

16. Спрощена система оподаткування: переваги та недоліки. // Економічні наукові інтернет-конференції. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1890/>

17. 18. 2 група платників єдиного податку. // Бухоблік в Україні: бухгалтерський і податковий облік. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.buhoblik.org.ua/nalogi/edinyj-nalog-fizicheskie-licza/612-2.html>

18. Лифиц І.М. Конкурентоспроможність товарів і послуг: навчальний посібник М .: Вища освіта, 2007.- 390 с.

19. Агафонова М.М. Оптова та роздрібна торгівля. М .: Бератор - Прес, 2005. - 45 с.

20. Аванесов А.Ю., Ключко О.М. Основи комерції на ринку товарів і послуг. - М .: Справа, 2005

21. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи / Національний інститут стратегічних досліджень. 2009. - № 5. – 28 с.

22. Шепелев А.Ф., Печенежская И.А., Ивахненко Т.Е. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 224 с.

23. Толоконников А. Маркетинг парфюмерії та косметичних засобів .// Діловий світ. - 2011. - №5.- С. 10.

24. Закон України про підприємництво. // Офіційний веб-портал Верховної ради України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12>

25. Торгівельна справа: економіка, маркетинг, організація: Підручник / За заг. ред. проф. Л. А. Брагіна і проф. Т. П. Данько. - М .: ИНФРА-М, 2005. - 560 с.

26. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів: навч. посіб. / В.А.Карпов – Одеса: ОНЕУ. – 2014. – 243 с.

27. Карпов В.А. Проектний аналіз: конспект лекцій та практичні завдання / В.А.Карпов, В.А.Улибіна – Одеса. – 2005. – 60 с.

28. Балджи М.Д. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: підручн. / М.Д.Балджи, В.А.Карпов, А.І.Ковальов – Одеса: АТЛАНТ. – 2014. – 462 с.

29. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом, випуском і реалізацією продукції (виконанням робіт, наданням послуг), та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю)» від 22.08.2008 № 1164. // Офіційний веб-портал Верховної ради України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/75-2008-п>

30. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. Організація, технологія і проектування торговельних підприємств: Підручник для студентів вищих і середніх спеціальних навчальних закладів. - М .: ІОЦ «Маркетинг», 2007. - 255 с.

31. Карпов В. Н. Управление маркетингом // Маркетинг. — 2015.- № 2. — С. 29-42.