

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

Кафедра економіки, права та планування бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ  
МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ КОСМЕТИКИ І ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ»**

**Виконавець:**

Студент ФЕУП

Фомінський Василь Сергійович \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

к. е. н., доцент

Кічук Надія Вячеславівна \_\_\_\_\_

**Одеса 2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ КОСМЕТИКОЮ І ПОБУТОВОЮ ХІМІЄЮ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Характеристика бізнес-ідеї відкриття магазину із продажу косметики і побутової хімії.....	7
1.2. Нормативно-правові аспекти щодо відкриття бізнесу у сфері торгівлі косметичними і побутовими засобами.....	10
1.3. Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування магазину з торгівлі косметикою і побутовою хімією.....	16
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ З ТОРГІВЛІ КОСМЕТИКОЮ ТА ПОБУТОВОЮ ХІМІЄЮ.....</b>	<b>22</b>
2.1 Аналіз кон'юнктури ринку реалізації засобів косметики і побутової хімії	22
2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг магазину.....	32
2.3 Формування витрат на функціонування підприємства з торгівлі засобами косметики і побутової хімії.....	41
<b>РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ КОСМЕТИКИ І ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ</b>	<b>53</b>
3.1 Оцінка економічної ефективності бізнес-проекту .....	53
3.2 Аналіз можливих ризиків та методи щодо їх запобігання .....	64
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>69</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>72</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Ринок реалізації косметики та побутової хімії є дуже розгалуженим та активно зростаючим в Україні сьогодні. Не зважаючи на складнощі, війну і економічний спад, товари побутової хімії наряду із продуктами харчування залишаються одними з найчастіше затребуваних споживачами. Задоволення потреб споживачів в якісних, безпечних та екологічно чистих засобах гігієни і косметики є ключовим фактором формування екологічних брендів багатьох українських виробників та імпортуючих підприємств. При цьому переваги та ринкова стратегія екологічного бренду компанії вибудовуються передусім на екологічній концепції (стратегії) та динаміці розвитку виробництва екологічної продукції, які є основними конкурентними перевагами.

Виробництво і споживання принципово нових, екологічно чистих та безпечних мийних та косметичних засобів все більшою мірою вимагає від виробників проведення експериментальних та експертних досліджень, що дає змогу знизити ступінь ризику, та зробити експертну оцінку суттєвих споживчих властивостей товару. Та від того, наскільки аналіз технологічних й економічних умов виробництва таких засобів показує їхні переваги у якості перед виробництвом неекологічної продукції, залежить реалізації продуктів побутової хімії та косметичних засобів. Отже, в умовах високої конкуренції на ринку реалізації засобів косметики і побутової хімії, пропонуємо створення власного бізнес-проекту щодо створення магазину на основі вивчення і дотримання споживчих уподобань і пріоритетних напрямів розвитку та формування асортименту нашого магазину.

Саме тому, пропонуємо створення проекту магазину з роздрібною торгівлі косметичними засобами та побутовою хімією, який буде корисним у повсякденному житті, адже буде задовольняти споживчий попит на товари побутової хімії та косметики, які часто потребуються у повсякденному житті і приносять користь людям.

Вивченням розвитку даної теми займалися такі провідні вчені як: Черніков А.В. [18], Добрава Н. В., Райлян О. Г. [9], Траченко Л. А. [34], Кічук Н. В. [35, 36], Карпов В. А. [37].

Вивчення праць цих вчених дозволить нам вирішити основні завдання при реалізації нашого проєкту в рамках відкриття магазину із реалізації косметики та побутової хімії на ринку міста Одеса. Плануємо поступове збільшення асортименту косметичних засобів нашого магазину, що призведе до розширення бізнесу і відкриття нових магазинів. Цьому безумовно буде сприяти дослідження та виявлення попиту споживачів на популярні товари; виявлення правильної системи пропозицій і знижок і далі отримання власної ніші на ринку реалізації косметичних і побутових засобів. Вважаємо, що це поступово призведе до збільшення прибутку від господарської діяльності нашого підприємства.

Актуальність даної теми обумовлюється тим, що український ринок реалізації товарів косметики і побутової хімії поступово нарощує потенціал і характеризується сталим попитом у населення, а також буде користуватися ще більшим попитом і далі так як побутова хімія і косметика є товарами широкого вжитку. Але цей бізнес є напряду залежним від споживчого попиту і кількості платоспроможного населення в нашій країні.

**Метою роботи є:** теоретичні, методологічні та прикладні аспекти власної справи у сфері роздрібної торгівлі товарами побутової хімії і косметичними засобами.

Для досягнення даної мети ми виділяємо наступні завдання:

- охарактеризувати бізнес-ідею започаткування власної справи на ринку роздрібної торгівлі;
- визначити організаційно-правові умови створення власного підприємства на ринку роздрібної торгівлі засобами косметики і побутової хімії;
- розглянути і обрати основні види КВЕД, що знадобляться в діяльності нашого підприємства, обрати вигідну систему оподаткування саме для нашого бізнесу;

- проаналізувати ринок роздрібної торгівлі косметичними засобами, та товарами побутової хімії;
- зробити оцінку внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг нашого підприємства;
- розробити стартові витрати для відкриття магазину та перелік поточних витрат на його роботу;
- зробити прогноз обсягу грошових потоків та визначитися з основними фінансовими показниками за нашим бізнес-проєктом;
- зробити розрахунки показників економічної ефективності проєкту;
- розглянути можливі ризики та розробити заходи щодо їх мінімізації.

**Об'єктом дослідження** є процес обґрунтування доцільності створення магазину у сфері роздрібної торгівлі товарами побутової хімії та косметичними засобами у місті Одеса.

**Предметом** є бізнес-проєктування започаткування власної справи у сфері у сфері роздрібної торгівлі засобами косметики та побутової хімії.

**Методи дослідження.** Для визначення та вирішення поставлених задач в нашій кваліфікаційній роботі ми будемо використовувати наступні методи: метод порівняння для при порівняння сучасних підходів щодо створення власної справи у сфері у сфері роздрібної торгівлі засобами косметики та побутової хімії та управління його господарською діяльністю; аналітичний метод: для розроблення та здійснення аналізу графіків та таблиць; маркетинговий метод буде включати в себе методи спостереження, опитувань і метод SWOT-аналізу; також використаємо структурно-динамічний та аналітичний методи – для виявлення проблем, тенденцій і перспектив розвитку сфери роздрібної торгівлі а також дослідження підприємств-конкурентів; метод експертних оцінок ефективно підійде нам для визначення структурних характеристик внутрішньої і зовнішньої середовища нашого підприємства.

**Інформаційною базою дослідження** виступають законодавчі акти України, навчальні посібники, монографії та публікації українських науковців, статистичні дані та дослідження українських і закордонних вчених, інтернет-статті, матеріали

наукових конференцій; звіти Державних служб України, опитування респондентів. Аналіз ринку роздрібної торгівлі був проведений нами за допомогою відкритої інформації на інтернет-сайтах.

***Структура та обсяг роботи.*** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 7 рисунків.

## ВИСНОВКИ

У роботі досліджені загальні теоретичні, методичні, а також прикладні аспекти відкриття власної справи на ринку торгівлі косметикою та побутовою хімією, а, отже, можемо зробити такі висновки:

1. Охарактеризовано бізнес-ідею створення магазину косметики та побутової хімії в Україні та в м. Одеса зокрема. Розглянуті загальні теоретичні питання стосовно створення власного бізнесу на ринку торгівлі косметикою та побутовою хімією. Так, магазин з косметики та побутової хімії має передусім задовольняти споживчий попит щодо чистоти і гігієни як окремої особистості так і оселі. Тому, з ціллю забезпечення потреб споживачів у якісних товарах гігієни і побутової хімії, плануємо створити магазин «Clean&Beauty», за допомогою якого споживачі будуть мати змогу придбати цікаві і якісні товари для дому та власної краси. Наше підприємство буде реалізовувати на ринку безпечну і якісну сертифіковану продукцію, яка відповідає усім належним стандартам.

2. Проаналізовані організаційні та правові умови започаткування бізнесу у сегменті роздрібної торгівлі. Охарактеризовані організаційно-правова форма та система оподаткування створюваного бізнесу. Для вибору найбільш прийнятної організаційно-правової форми були проаналізовані всі переваги та недоліки кожної організаційно-правової форми та обрано товариство з обмеженою відповідальністю та 3-ю групу спрощеної системи оподаткування із ставкою 5%. Серед усіх охарактеризованих плюсів і мінусів загальної або спрощеної системи оподаткування, найкращим варіантом вважаємо вибір спрощеної системи оподаткування задля полегшення витратної частини нашого проєкту.

3. Згідно Квед-2012, нами обрано такий вид економічної діяльності, як роздрібна торгівля за розділом 46.45, 52.33 та оптова торгівля за розділом 47.75 – роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними приналежностями в спеціалізованих магазинах.

4. Було проаналізовано ринок косметичної продукції та побутової хімії. Визначені основні гравці на ринку. За допомогою табличного і графічного методів в Україні з визначені основні ніші на ринку та ступінь насиченості товарами. Основними гравцями на ринку є такі як «Eva», «Watsons», «POSTOR». Мережа «Eva» займає 47% за кількістю торгових точок, 54% – із продажу в категорії «товари для дому і затишку» і 52% – за кількістю споживачів. ТОВ «РУШ» за підсумками 2023 року збільшила чистий прибуток в 1,2 рази, якщо порівнювати із 2022 роком – до 452 млн грн.

5. Була зроблена оцінка внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг нашого підприємства. Так, до сильних сторін можемо віднести: зручне розташування; вигідне співвідношення ціна-якість на товар; напрацьована система знижок; налагоджена система логістики та постачання товарів; активна реклама у соціальних мережах, на телебаченні. До слабких сторін: відсутність інтернет-магазину; висока залежність діяльності від постачальника продукції; не достатньо розроблена маркетингова політика організації. Нами були виявлені основні конкуренти, якими виступили: магазин «Eva», «Watsons», «PROSTOR». Здійснена їх порівняльна характеристика, а також досліджені їх сильні та слабкі сторони, можливості і загрози за допомогою SWOT-аналізу.

6. Було розроблено структуру стартових інвестицій, які складаються із власних коштів у сумі 362 116,00 грн і 400 000 грн. кредиту у банку. Був здійснений розподіл стартових витрат на функціонування бізнесу у галузі косметики та побутової хімії, до яких можна віднести: витрати на реєстрацію бізнесу – 2000 грн, оренду – 54 000,00 грн, закупку товарів – 406 000,00 грн., закупівлю обладнання – 180616,00 грн, і витрати на рекламу 37 500,00 грн. Визначені постійні щомісячні витрати, що будуть супроводжувати проєкт на протязі п'яти років, до яких відносяться витрати на оплату праці разом з ЄСВ – 118 560,00 грн, амортизаційні відрахування – 7866,65 грн, погашення кредиту – 33333,40 грн.

7. Зроблений прогноз обсягів грошових потоків для нашого підприємства. Так, грошовий потік першого року має позитивне значення і становить 1034 226,00

грн. Внутрішня норма прибутку (IRR) для магазину косметики і побутової хімії «Clean&Beauty» становить 36%, що є нормальним показником для здійснення нашого бізнес-проєкту. Індекс рентабельності (IP) становить 1,7 за 1 грн. вкладеного капіталу, що є показником прибутковості вкладення капіталу. Показники ліквідності також є наднормовими і свідчать про достатні резерви для розширення діяльності філії за рахунок власних коштів. Розмір доходів та прибутків магазину косметики і побутової хімії «Clean&Beauty» залежить від обсягу продажів та цінової політики компанії. За перший звітний рік фінансовий результат від господарської діяльності товариства складає 693363,20 грн.

8. Розглянуті можливі ризики та розроблені заходи щодо їх мінімізації. Так, при розгляді ризиків для торгівельної сфери діяльності зазначимо, що найбільш впливовим на ринку роздрібної торгівлі косметикою і побутовою хімією є наявність великої кількості конкурентів та розвинутість мереж із продажу побутової хімії. Іншим суттєвим ризиком є обставини, спричинені військовим станом, інфляція і коливання курсу валют, адже коливання курсу гривні та високий рівень інфляції у часи військових дій, відсутність відповідної можливості планувати господарську діяльність, збільшення цін у постачальників можуть спричинити ризик суттєвого зниження споживчого попиту. Всі фактори ризику проаналізовані, наведені методи щодо їх запобігання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ринок побутової хімії в Україні: чого очікувати в 2023 році. : веб-сайт. URL: <https://obukhiv.info/news/rinok-pobutovoi-khimii-v-ukraini-chogo-ochikuvati-v-2023-rotsi> (дата звернення 22.03.2024).
2. Побутова хімія. Знання та Використання брендів. : веб-сайт. URL: [https://mediasystems.ua/news/household\\_chemicals](https://mediasystems.ua/news/household_chemicals). (дата звернення 21.03.2024)
3. Державні стандарти України. : веб-сайт. URL: <http://csm.kiev.ua/nd/nd.php?b=1> (дата звернення 22.03.2024).
4. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.380.
5. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19–20, № 21–22, ст.144.
6. Основні місця покупок косметики в Україні. URL: <https://issuu.com/apcu/docs/> (дата звернення 23.03.2024).
7. Державна служба статистики України. Сайт державної служби статистики України. : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 30.03.2024).
8. Цінове стимулювання продажів непродовольчих товарів торговельними мережами України. : веб-сайт. URL: [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016\\_1\\_94\\_105\\_0.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_94_105_0.pdf) (дата звернення 1.04.2024).
9. Доброва Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*. 2021. № 10 (16) 447 с. С. 303 – 315.
10. Індекс економічної спроможності населення. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. : веб-сайт. URL: <http://razumkov.org.ua/statti/indeksekonomichnoi-spromozhnosti-naselennia.stanom-na-veresen-2019r> (дата звернення: 1.04.2024).
11. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457. URL:

- <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10> (дата звернення 08.04.2024).
12. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Відомості Верховної Ради України. 1971. № 50. Ст. 375.
13. Про стандартизацію: Закон України від 5 червня 2014 року № 1315 - VII. : веб-сайт. URL: <https://www.rtt.ua/govsupport/index/lawsone/lang/uk?id=93> (дата звернення 08.04.2024).
14. Косметика України – тенденції розвитку ринку косметики в Україні та світі. : веб-сайт. URL: <https://ua.salonmarketing.pro/blog/kosmetika-ukrainy-zakonodavstvo-ingredienty-marketing-vyrobnytstvo.html> (дата звернення 12.04.2024).
15. Мацола С. М. Модель планування і управління прибутком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 4. С. 48–51.
16. Темпи приросту косметичної продукції : веб-сайт. URL: <https://issuu.com/apcu/docs/120823110644> (дата звернення 13.04.2024).
17. Яцк О. М. Парфумерно-косметичні товари: навчальний посібник. Коломия: 2019. 323 с.
18. Використання власних торгових марок у дрогері-ритейлі : веб-сайт. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/5/48.pdf>. (дата звернення 15.04.2024).
19. Цінове стимулювання продажів непродовольчих товарів торговельними мережами України : веб-сайт. URL: [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016\\_1\\_94\\_105\\_0.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_94_105_0.pdf). (дата звернення 16.04.2024).
20. Колот А. М., Швиданенко. Г. О. Створення власного бізнесу: навч. посіб.: КНЕУ, 2017. 311 с.
21. На красі не економлять. Аналіз ринку косметики в Україні. : веб-сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/na-krasote-ne-ekonomyat-analiz-rynka-kosmetiki-ukrainy>. (дата звернення 16.04.2024).
22. Офіційний сайт компанії Eva. : веб-сайт. URL: <https://eva.ua/> (дата звернення 17.04.2024).
23. Офіційний сайт компанії Watsons. : веб-сайт. URL: <https://www.watsons.ua/> (дата

звернення 17.04.2024).

24. Офіційний сайт компанії PROSTOR. : веб-сайт. URL: <https://prostor.ua/>(дата звернення 17.04.2024).
25. Свій бізнес: косметика і парфумерія. Бізнес. : веб-сайт. URL: <https://solydus.uk/mozhno-li-zarabotat-deneg-prodavaya-parfyum-svoi-biznes-kosmetika-i.html> (дата звернення 17.04.2024).
26. Організація, планування та прогнозування прибутку. : веб-сайт. URL: <https://studfile.net/preview/5704620/page:7/> (дата звернення 20.04.2024).
27. Н.В. Добрава, М.М. Осипова. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с.
28. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 15.03.2024).
29. Щодо відкриття власного магазину косметики та парфюмерії. : веб-сайт. URL: <https://www.byuro-rozvytku.com/2023/03/24/yak-vidkryty-magazyn-kosmetyky-ta-parfumeriyi/> (дата звернення: 22.04.2024)
30. Офіційний сайт Приват банку : веб-сайт. URL: <https://privatbank.ua/>(дата звернення 26.04.2024).
31. Єдиний соціальний внесок. : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/social/>(дата звернення 26.04.2024).
32. Амортизація основних засобів 2024: порядок нарахування : веб-сайт. URL: <https://buhplatforma.com.ua/article/7267-amortizatsya-osnovnih-zasobv-na-pdprimstv-u-2021-rots>».
33. Амортизація основних засобів у воєнний час: веб-сайт. URL: [https:// ibuhgalter.net/articles/1022](https://ibuhgalter.net/articles/1022).
34. Всі актуальні пропозиції по кредитах для великого і малого бізнесу в Україні : веб-сайт. URL: <https://finance.ua/ua/credits/businessa>.
35. Кічук Н. В. Інноваційно-інвестиційна складова розвитку економіки України. Збірник наукових праць: Науковий вісник Одеського національного економічного університету, №11-12, 2021. С. 167-184.

36. Кічук Н. В. Інновативність як невід’ємна складова створення соціальних підприємств в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень Одеського державного економічного університету. 2018. №4. С. 65-73.
37. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів: навч. посіб. Одеса: Одеський національний економічний університет, 2019. С. 324.
38. Траченко Л.А. Сучасне управління бізнесом : оцінка відмінностей за концепцією TQM та міжнародними стандартами. Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки». 2021. Вип. 4 (96). С. 231-241.
39. Лабурцева О.І. Управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств. Економіка України. 2016. № 4. С. 79–91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2016\\_4\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_4_9) (дата звернення: 25.04.2024).
40. Краснокутська Н.С., Лачкова В.М. Методи управління комерційними ризиками підприємств торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 2(2). С. 56–63. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2013\\_2%282%29\\_\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_2%282%29__11) (дата звернення: 25.04.2024).