

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

**РЕФЕРАТ**

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

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ  
ВЕНДІНГОВОЇ МЕРЕЖІ З ПРОДАЖУ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ»**

**Виконавець:**

студентка ЦЗВФН

Падімова Ульяна Миколаївна\_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

к.е.н, старший викладач

Деньгуб Валентина Василівна\_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми кваліфікаційної роботи.** Сучасний розвиток вендингових мереж в Україні є яскравим прикладом адаптації ринку до потреб споживачів і технологічних інновацій. Вендинг, або торгівля за допомогою автоматів, вже давно став звичним елементом урбаністичного ландшафту багатьох країн світу, і Україна не є винятком. Завдяки своїй зручності та ефективності, вендингові автомати стають все більш популярними серед споживачів, які цінують можливість швидко і легко купити напої, закуски, каву та навіть непродовольчі товари, як-от косметика або аксесуари для мобільних телефонів.

Однією з ключових тенденцій у сфері вендингу в Україні є цифровізація та інтеграція сучасних технологій. Сьогодні вендингові автомати не тільки приймають готівку, але й безконтактні платежі, що дозволяє покупцям використовувати банківські картки та мобільні додатки для оплати покупок. Це не тільки підвищує зручність для споживачів, але й сприяє інтеграції вендингових мереж в сучасну цифрову економіку.

Іншим значним напрямком розвитку є розширення асортименту товарів, доступних через вендингові автомати. Якщо раніше основними товарами були напої та закуски, то тепер можна знайти автомати, що продають свіжозаварену каву, готові обіди, електроніку, книги і навіть парасольки. Це робить вендингові мережі більш універсальними та здатними задовольняти широкий спектр потреб сучасних споживачів.

Задля дослідження було проаналізовано праці дослідників, що вивчали особливості роздрібної торгівлі та перспективи вендингових мереж. Було розглянуто роботи таких дослідників, як Клим М. [1, с. 809], Скляр Є. [1, с. 812], Жидик О. І. [3, с. 88], Семеген О. [6], Хурдей В.Д. [10, с. 178], Сітенко Н.Ю [10, с. 180], Зозуля Р. В. [11, с. 272].

**Мета кваліфікаційної роботи** – комплексний аналіз та оцінка економічної ефективності та життєздатності ініціативи з організації мережі автоматизованих точок продажу побутової хімії.

Задля досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі **завдання**:

- визначення поняття роздрібно торгівля, його сутність та сучасні підходи;
- охарактеризувати бізнес-ідею з організації вендингової мережі;
- обґрунтувати організаційно-правову форму та систему оподаткування бізнесу;
- проаналізувати кон'юнктуру ринку побутової хімії;
- надати оцінку внутрішніх конкурентних переваг вендингового формату продажу побутової хімії;
- сформулювати стартові та поточні витрати на створення вендингової мережі;
- спрогнозувати доходи та прибуток вендингової мережі;
- провести аналіз ризиків в сфері вендингу та надати шляхи їхньої мінімізації.

**Об'єкт дослідження** – процес створення та функціонування мережі вендингових автоматів, призначених для продажу побутової хімії.

**Предмет дослідження** система факторів, що впливають на ефективність і рентабельність вендингового бізнесу з продажу побутової хімії.

**Методи досліджень.** У кваліфікаційній роботі низка підходів включно з

аналітичним - під час збирання та обробки даних, методами статистичного та порівняльного аналізів для визначення продуктивності новоствореного бізнесу, а також економічно-статистичним аналізом для дослідження сегментів ринку. Представлення результатів дослідження здійснювалось за допомогою таблиць, діаграм та аналізу маркетингових даних.

*Інформаційна основа дослідження* включає законодавчі та нормативні акти, матеріали Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, офіційні дані від державних статистичних органів, галузеві інструкції, звіти щодо результатів діяльності підприємств, що працюють у сфері вендінгу. До цього переліку також можна додати результати маркетингових досліджень, монографії, наукові статті, опубліковані в періодичних виданнях, та відповідні релевантні Інтернет-ресурси.

*Структура та обсяг роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок. Основний зміст викладено на 71 сторінках. Робота містить 16 таблиць та 12 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Концепція організації бізнесу в сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати**» розглядаються теоретичні засади започаткування власної справи у сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати: розглянуто бізнес-ідею започаткування власної організації вендінгової мережі; досліджуються нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати; обґрунтовується вибір організаційно-правової форми і системи оподаткування створюваного бізнесу.

У другому розділі «**Аналіз доцільності створення вендінгової мережі**» проаналізовано конкурентне середовище у сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати м. Одеса та визначені внутрішні конкурентні переваги новоствореної мережі; розраховано витрати на створення та функціонування проєкту. У третьому розділі «**Економічна оцінка ефективності проєкту вендінгової мережі**» спрогнозовано прибуток та грошовий потік від реалізації продукції. Проведено розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту. Проведений аналіз можливих ризиків та заплановані заходи щодо їх запобігання.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати та зроблено наступні висновки.

1. Роздрібна торгівля стикається з різноманітними потребами і запитамі різних клієнтів, які відрізняються за віком, статтю, соціальним статусом, рівнем освіти, фінансовим станом і матеріальними ресурсами. Ця різноманітність створює внутрішні конфлікти в магазинах, оскільки молоді люди з обмеженими фінансовими можливостями мають великі потреби, тоді як старші особи з більшими ресурсами мають менше вимог. У сучасному світі успішність роздрібною торгівлі залежить від впровадження інноваційних технологій, підвищення продуктивності праці персоналу і задоволення потреб населення у високоякісних торгових послугах. Розробка

комплексного плану надання послуг є важливою для створення унікального торгового формату підприємства. Це включає в себе аналіз потреб різних груп споживачів, використання персоналізованих підходів і адаптацію асортименту та сервісів до їхніх потреб.

2. Вендінг - це спосіб продажу товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем, який отримав широку популярність у світі завдяки своїй зручності та простоті. Основна мета вендінгових автоматів - зробити життя людей більш комфортним і швидким, особливо для тих, хто цінує ефективність та не має часу стояти в чергах або шукати магазини та кафе. Вендінговий бізнес приваблює своєю легкістю старту і здається досить простим способом заробітку. Основними кроками є вибір підходящого автомата, пошук вигідного місця розташування і забезпечення постійного поповнення запасів товарів.

3. Для створення та управління вендінговою мережею, що продає побутову хімію, було обрано 2-гу групу спрощеної системи оподаткування. Однак станом до 2022 року в Україні існувала незрозуміла ситуація щодо оподаткування вендінгової діяльності. Існували окремі постанови, які врегульовували певні аспекти роботи вендорів та дозволяли їм уникнути штрафів. Проте конкретні і зрозумілі кроки та правила залишалися недостатньо ясними. Наприклад, у законодавстві України існує спеціальний розділ, який стосується реєстраторів розрахункових операцій (РРО), де торгові автомати класифікуються як електронні контрольні-касові апарати. Проте, для включення їх до державного реєстру, вендори повинні звернутися до місцевого органу державної податкової служби. Загалом, ситуація щодо оподаткування вендінгу в Україні залишалася не дуже зрозумілою та складною до визначення правил до 2022 року.

4. Аналіз ринку домашньої хімії вказує на перспективи як для внутрішнього, так і для експортного ринків. Гіпермаркети та онлайн-платформи залишаються ключовими каналами збуту, тоді як традиційні ринки втрачають значення. Споживачі все більше віддають перевагу еко-продуктам. Прогнози розвитку включають розробку рідких миючих засобів, зменшення імпорту, інновації в виробництві та зниження незаконного виробництва.

5. Ключова ідея для мережі торговельних автоматів - купівля домашньої хімії на вагу. Основні конкурентні переваги вказаного формату: екологічність, економія, зручність. Для підтвердження конкурентоспроможності визначено інтегральний показник, який підтверджує привабливість і формату і вказаної групи товарів для покупця.

6. Загальні інвестиційні витрати на 10 вендінгових автоматів складають 500 тис. грн. Сума включає вартість придбання автоматів (250 тис. грн), витрати на доставку та монтаж (50 тис. грн), оренду за перші 3 місяці (60 тис. грн), рекламу (80 тис. грн), запчастини та інструменти для ремонту (30 тис. грн) і інші непередбачені витрати (30 тис. грн). Загальні витрати на персонал складають 73,2 тис. грн на місяць, з зарплатою у розмірі 60 тис. грн та єдиним внеском на обов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) у розмірі 13,2 тис. грн. Середньомісячні постійні витрати на експлуатацію 10 автоматів складають 128,2 тис. грн. Вони включають зарплату персоналу, орендну плату, транспортні витрати, обслуговування та ремонт автоматів, а також інші витрати.

7. Ставка дисконтування залишається стабільною на рівні 24% протягом усіх п'яти років. Чиста поточна вартість є позитивною, а її значення складає 1793 тисяч гривень за 5 років. Внутрішня норма прибутковості складає 95%, що значно перевищує ставку дисконтування і свідчить про стійкість проєкту до ризиків. Індекс прибутковості складає 2.7. Термін окупності проєкту становив 13 місяців.

8. Проєкт розміщення вендингових автоматів для продажу побутової хімії може стикнутися з наступними ризиками: нормативні обмеження, такі як необхідність отримання спеціальних дозволів, можуть ускладнити запуск бізнесу; ризики невдалого розташування в умовах конкуренції за найбільш прибуткові місця; логістичні та технічні проблеми; необхідність значних фінансових інвестицій без гарантії швидкого повернення коштів та неможливості переобладнати автомати під інший вид діяльності.

## АНОТАЦІЯ

**Падімова У. М. «Економічне обґрунтування проєкту створення вендингової мережі з продажу побутової хімії».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». Одеський національний економічний університет. Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні засади започаткування власної справи в Україні в сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати: розглянуто бізнес-ідею започаткування власної справи; досліджуються нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у сфері продажу побутової хімії; обґрунтовані організаційно-правова форма і система оподаткування новоствореного центру.

Проаналізовано конкурентне середовище у сфері продажу побутової хімії через торгівельні автомати в м. Одеса та визначені внутрішні конкурентні переваги створюваного бізнесу. Запропоновано проєкт створення вендингової мережі з продажу побутової хімії.

Сформовано стартовий капітал на реалізацію проєкту, розраховані поточні витрати та спрогнозовано прибуток від продажу побутової хімії.

Здійснено економічне обґрунтування доцільності реалізації проєкту, охарактеризовані можливі ризики реалізації проєкту та шляхи їх мінімізації.

**Ключові слова:** вендинг, мережа, ринок побутової хімії, роздрібна торгівля, витрати.

## ANNOTATION

**Padimova U. M. "Economic substantiation of the project for creating a vending network for the sale of household chemicals".**

Qualifying work on obtaining for a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities» for the educational program «Economic and business planning». Odessa National Economics University. Odessa, 2024.

The paper examines the theoretical principles of starting one's own business in the field of selling household chemicals through vending machines: the business idea of starting one's own business is considered; the regulatory and legal regulation of business activity in

Ukraine in the field of selling household chemicals through vending machines is investigated; the organizational and legal form and taxation system of the newly created business are substantiated.

The competitive environment in the selling household chemicals through vending machines in Odesa was analyzed and the internal advantages of project created were determined. The costs for the creation and operation of the vending network for the sale of household chemicals is proposed have been calculated. Profit from the sale of products and services is forecast.

An assessment of the economic efficiency of the project was carried out. Possible risks are analyzed and measures to minimize them are proposed.

Keywords: vending, network, household chemicals market, retail trade, costs.