

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

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 ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
ВЕНДІНГОВОЇ МЕРЕЖІ З ПРОДАЖУ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ»**

Виконавець:

студентка ЦЗВФН групи 4зф5
Падімова Ульяна Миколаївна

Науковий керівник:

к.е.н, старший викладач
Деньгуб Валентина Василівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ПРОДАЖУ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ ЧЕРЕЗ ТОРГІВЕЛЬНІ АВТОМАТИ.....	6
1.1 Роздрібна торгівля: сутність та сучасні підходи.....	6
1.2 Характеристика бізнес-ідеї з організації вендінгової мережі.....	14
1.3 Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування бізнесу.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ ВЕНДІНГОВОЇ МЕРЕЖІ.....	30
2.1 Аналіз кон'юнктури ринку побутової хімії.....	30
2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг вендінгового формату продажу побутової хімії.....	38
2.3 Формування стартових та поточних витрат на створення вендінгової мережі.....	47
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ВЕНДІНГОВОЇ МЕРЕЖІ.....	54
3.1 Прогнозування доходів та прибутку вендінгової мережі.....	54
3.2 Ризики в сфері вендінгу та шляхи їхньої мінімізації.....	60
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТОК А.....	77

ВСТУП

Актуальність дослідження. 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], Семенген 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 роздрібна торгівля, його сутність та сучасні підходи;
- охарактеризувати бізнес-ідею з організації вендінгової мережі;
- обґрунтувати організаційно-правову форму та систему оподаткування бізнесу;
- проаналізувати кон'юнктуру ринку побутової хімії;
- надати оцінку внутрішніх конкурентних переваг вендінгового формату продажу побутової хімії;
- сформулювати стартові та поточні витрати на створення вендінгової мережі;
- спрогнозувати доходи та прибуток вендінгової мережі;
- провести аналіз ризиків в сфері вендінгу та надати шляхи їхньої мінімізації.

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

Предмет дослідження система факторів, що впливають на ефективність і рентабельність вендінгового 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.

ВИСНОВКИ

1. Роздрібна торгівля стикається з різноманітними потребами і запитами 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 роздрібної 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 вендінгових 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клим М., Скляр Є. Сучасні формати роздрібно́ї торгівлі. *Молодий вчений*, 2018. № 10 (62). С. 807-812.
2. Що означає термін «оптова» та «роздрібна торгівля»? Державна податкова служба України. URL: <http://surl.li/svxut> (дата звернення: 02.02.2024)
3. Жидик О. І. Роздрібна торгівля: суть та еволюція поглядів. *Економічна наука. Економіка та держава*, 2013. № 12. С. 87-89.
4. Роздрібна торгівля: що це таке, правила, функції, як вести облік в магазині, цілі і завдання. URL: <http://surl.li/svxvh>
5. Сутність, ознаки та форми роздрібно́ї торгівлі. URL: <https://buklib.net/books/25861/> (дата звернення: 03.02.2024)
6. Семеген О. Особливості роздрібно́ї торгівлі. URL: <http://surl.li/svxvm>
7. Колесник О., Добрава Н., Подмазко О. Інтелектуалізація як ключовий фактор сталого розвитку в Україні. *Журнал європейської економіки*. 2024. №22 (4). С. 578–596.
8. Колесник О. О. Морфінг організаційної архітектури як необхідний елемент стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах. URL: <http://surl.li/svxvs> (дата звернення: 03.02.2024)
9. Свистун Т., Шкуро А. Вендінг як сучасний механізм організації торгівлі. *Economic and Food Security of Ukraine*. 2019. №6 (3-4). С. 50-57.
10. Хурдей В.Д., Сітенко Н.Ю. Вендінг як альтернативний канал роздрібно́ї торгівлі. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. №41. С. 176-180.
11. Зозуля Р. В. Дослідження ринку вендінгових апаратів в Україні. *Юність науки : соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства : збір. тез Міжн. наук.-практ. конф. НУ «Чернігівська політехніка»*. – Чернігів, 2021. С. 271-273.
12. Конанчук К., Качинська Н. Ф. Вплив побутової хімії на здоров'я людини. *Проблеми охорони праці, промислової та цивільної безпеки*. 2018. № 1. С. 111-114.

13. Акмен В.О., Сорокіна С.В., Чеченьов М.Г. Екологічна складова і перспективи розвитку ринку миючих засобів в Україні. *Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів*. Полтава, 2023. № 2. С. 122-126.
14. Саміло Т.О. Ринок побутової хімії в Україні та перспективи його розвитку. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти*. 2018. № 3. С. 319-323.
15. Робот-продавець — торговий автомат. URL: <https://online.dtkk.ua/2013/36/57612> (дата звернення: 10.02.2024)
16. КВЕД-2010: Клас 47.99. Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами. URL: <http://surl.li/svxwb> (дата звернення: 10.02.2024)
17. Добрава Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*, 2021. № 10(16). С. 303-315.
18. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/> (дата звернення: 18.02.2024)
19. Групи платників єдиного податку в Україні, 2023. URL: <http://surl.li/svxwh> (дата звернення: 18.02.2024)
20. Програмний РРО (ПРРО) від Fondy – безкоштовне рішення для бізнесу. URL: <https://fondy.ua/uk/products/prro/> (дата звернення: 18.02.2024)
21. Тарак А. В. Аналіз ринку синтетичних мийних засобів. *Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді* : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Харків, 8 квіт. 2020 р.) наук. кер.: Полупан В. В., Головка М. П. ХДУХТ, 2020. Ч. 1. С. 163.
22. Аналіз ринку рідкої побутової хімії в Україні, 2022. URL: <http://surl.li/mxgrh> (дата звернення: 12.03.2024)
23. Тернова А. С., Верінікін О. М., Євтушенко О. В. Оцінка економіко-екологічного бренду підприємства на ринку мийних засобів України. *Економіка та управління національним господарством*. 2021. № 56. С. 54-61.

24. Черничко С. Ф. Розвиток ринку товарів побутової хімії в Україні. *Фінансове регулювання зрушень в економіці України* : збір. тез допов. учасн. VI Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Мукачєво. МДУ, 2022. С. 110-115.
25. Клим Р. А. Вплив на навколишнє середовище виробництва технічних газів акціонерного товариства «Львівський хімічний завод» та науково-практичні заходи оптимізування антропогенезу урбоєкосистем. Львів. *Львівський національний університет природокористування*, 2024. 65 с.
26. Вітчизняна та імпортна продукція на внутрішньому ринку побутової хімії, 2001-2021. URL: <https://www.statista.com/> (дата звернення: 12.03.2024)
27. Ковальов А. І., Носаченко О. А. Методичні засади управління резервами підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2023/306-307/pdf/101-108.pdf> (дата звернення: 15.03.2024)
28. ДСТУ 2207.1-93 Засоби миючі синтетичні і речовини поверхнево-активні. Методи визначення концентрації водневих іонів. [Чинний від: 1994-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 1993. 7 с.
29. Чому мережа Watsons в Україні програє конкуренцію EVA та Prostor. URL: <http://surl.li/svxwv> (дата звернення: 15.03.2024)
30. Як розпочати вендинговий бізнес в Україні у 2023 році. URL: <https://marketer.ua/ua/how-to-start-a-vending-business-in-ukraine-in-2023/> (дата звернення: 15.03.2024)
31. GPE Vendors S.r.l. URL: <https://www.gpevendors.com/> (дата звернення: 15.03.2024)
32. Adimac, Nuova Inox S.r.l. URL: <https://adimac.it/en/> (дата звернення: 20.03.2024)
33. Nestle. URL: <https://www.nestle.ua/> (дата звернення: 20.03.2024)
34. Півторак М. В., Музиченко О. М. Методи прогнозування чистого прибутку підприємства. *Економіка та держава*, 2021. № 1. С. 124-129.

35. Вендинговий бізнес: продаж через автомати. URL: <https://business.diia.gov.ua/idea/ritejl/vendingovij-biznes-prodaz-cerez-avtomati> (дата звернення: 20.03.2024)
36. Карпов В. А. Чи відбиває NPV реальну ефективність проекту?. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці*. 2019. № 1, 69. С. 109–117.
37. Мисяк І. М., Діжак В. В., Степась М. В. Оцінка ефективності реальних інвестиційних проєктів. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, 2023. №37. С. 277-283.
38. Міщенко А. А. Інформаційна система оцінювання ефективності інвестиційних проєктів : спец. 122 «Комп'ютерні науки» / Поліський нац. ун-т, каф. Комп'ютерних технологій і моделювання ; наук. кер. О. М. Николук – Житомир : Поліський нац. ун-т, 2023. 29 с.
39. Бушуєва В. Ю., Деренська Я. М. Особливості проєктних ризиків. *Актуальні проблеми якості, менеджменту і економіки у фармації і охороні здоров'я: матер. І міжнар. наук.-практ. Internet-конф.ї з міжнар. участю (м. Харків, 19 трав. 2023 р.)* ред. кол.: Т.В. Крутських, О.В. Літвінова, Ю.С. Братішко.– Харків : НФаУ, 2023. С. 127-129.
40. Олешко Т. І., Лещинський О. Л. Управління проєктними ризиками. *Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління* : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 94-96.
41. Кавун В. А. Системний підхід як методологічна основа управління проєктними ризиками. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. № 1 (13). С. 120–123.
42. Як почати вендинговий бізнес: ризики, плюси і мінуси, план, прибутковість. URL: <http://surl.li/svxxf> (дата звернення: 15.04.2024)