

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ
СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ КОСМЕТИКИ ТА ПАРФЮМЕРІЇ»**

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Тимощенко Олександра Сергіївна _____
/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Захарченко Наталя Вячеславівна _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Б'юті індустрія, що охоплює сферу краси та візажу, має значний вплив на сучасне суспільство. У сучасному світі здоров'я та фізична форма людини стають основними пріоритетами. З цього приводу, актуальність обговорення цієї теми зростає щороку, оскільки виробники косметичних продуктів намагаються задовольнити різноманітні потреби споживачів та зайняти вигідні позиції на ринку за допомогою інновацій та розширення асортименту. Останнім часом в Україні спостерігається збільшення частки вітчизняних продуктів на ринку косметики і наш бізнес зі створення магазину буде направлений саме на продаж і підтримку вітчизняного виробника натуральної косметики.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретико-методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи з відкриття магазину косметики та парфюмерії в місті Одеса. Виконання поставленої мети реалізується через послідовне вирішення таких завдань:

- надати характеристику бізнес-ідеї створення власної справи у сфері торгівлі косметики та парфюмерії;
- розглянути умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні щодо відкриття магазину косметики та парфюмерії;
- обґрунтувати вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування;
- проаналізувати ринкове середовище в сегменті ринку косметики та парфюмерії в м. Одеса;
- надати оцінку внутрішніх конкурентних переваг магазину «NatureCode»;
- розрахувати витрати на відкриття магазину «NatureCode»;
- здійснити розрахунки показників економічної ефективності проєкту;
- проаналізувати можливі ризики та запропонувати шляхи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності відкриття магазину косметики та парфюмерії м. Одеси.

Предмет дослідження – бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері торгівлі.

Методи дослідження. У процесі наукового дослідження були використані різноманітні методи, які спиралися на загальнонаукові принципи аналізу, синтезу та моделювання. Серед спеціальних методів використовувалися SWOT-аналіз, спостереження, опитування та кабінетні дослідження. Для обробки та аналізу отриманих даних використовувалися програмні засоби MS Excel, а також застосовувалися статистичні методи.

Інформаційною основою кваліфікаційної роботи слугували законодавчі акти України, офіційна статистична інформація від урядових органів, фактичні результати діяльності підприємств у сфері послуг, дані з маркетингових досліджень ринку послуг, а також публікації та монографії вітчизняних та зарубіжних науковців, а також актуальна інформація з доступних джерел у Інтернеті.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (46 найменувань).

Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок. Основний зміст викладено на 71 сторінці. Робота містить 20 таблиць, 5 рисунки та 4 формули.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні аспекти відкриття власної справи в Україні у сфері торгівлі»** представлено характеристику бізнес-ідеї створення власної справи на ринку б'юті-послуг; розглянуто умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні щодо відкриття магазину косметики та парфюмерії; обґрунтовано вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування.

У другому розділі **«Аналітична оцінка можливості створення магазину косметики та парфюмерії «NatureCode»** проаналізовано ринкове середовище в сегменті відкриття магазину косметики та парфюмерії; надано оцінку внутрішніх конкурентних переваг магазину косметики та парфюмерії; розраховано витрати на відкриття магазину.

У третьому розділі **«Економічне обґрунтування доцільності відкриття магазину косметики та парфюмерії «NatureCode»** здійснено розрахунки показників економічної ефективності проєкту; проаналізовано можливі ризики та запропонувати шляхи щодо їх запобігання.

ВИСНОВКИ

1. Бізнес-ідея полягає у започаткуванні власної справи створення магазину косметики та парфюмерії «NatureCode» у м. Одеса. «NatureCode» – новостворений магазин косметології та парфюмерії буде направлений на продаж тільки натуральних та органічних косметологічних засобів. Ключові переваги натуральної органічної косметики в тому, що вона не містить токсичних компонентів, підкреслює безпечність і здоров'я, що стає важливим критерієм для сучасного споживача. Така продукція, яка зарекомендувала себе на ринку косметичних товарів, неодмінно заслуговує довіру навіть самого вибагливого споживача. Таким чином, сформована концепція бізнесу по створенню магазину косметики та парфюмерії, яка полягає в наступному: в асортименті тільки продукція органічного походження; косметика тільки доглядова (креми для шкіри обличчя, волосся, рук, тіла); надання повної інформації клієнтам про склад та виробників продукції; існують пропозиції пробників косметологічної продукції та парфумів, а також організації майстер-класів, в яких споживачі можуть зробити собі власний парфум. Окрім цього, місце розташування має значний вплив на успішність магазину «NatureCode». Врахувавши більшість чинників щодо місця відкриття магазину, вважаємо, що доцільним буде відкрити магазин в торговому центрі «Fontan Sky Center» за адресою: Семафорний провулок, 4, Одеса, Одеська область, 65000. По-перше, такого типу торгових точок з органічною косметикою зовсім немає. По-друге, торговий центр «Fontan Sky Center» знаходиться на одній із багатолюдних вулиць, недалеко від ЖД вокзалу, в якому розташовано майже 100 різних магазинів, серед яких 7 косметологічних магазинів, які оцінимо, як конкурентів у другому розділі.

2. Задля здійснення операцій з метою отримання прибутку підприємець має зареєструватися як суб'єкт підприємницької діяльності. До того ж, суб'єкт підприємницької діяльності має бути поставлений на податковий облік. Для відкриття магазину косметики необхідні наступні КВЕДи:

46.45 – оптова торгівля парфюмерією та косметичними товарами;

47.75 – роздрібна торгівля парфюмерією та косметичними товарами в спеціалізованих магазинах;

47.91 – роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет;

47.99 – інші види роздрібної торгівлі поза магазинами.

Магазин має бути облаштований згідно з нормами санітарії, протипожежної безпеки, охорони праці, захисту навколишнього середовища. Потрібно отримати документи від відповідних служб, які свідчать про те, що приміщення відповідає усім нормам.

3. Магазин косметики та парфюмерії, що тільки починає свою діяльність, планує отримати статус фізичної особи - підприємця (ФОП) та використовувати спрощену систему оподаткування, яка належить до третьої групи платників єдиного податку. В цьому випадку, податок становитиме 5% від отриманого доходу, а магазин не буде платником ПДВ. Це ефективний вибір для невеликого бізнесу, такого як магазин, оскільки така система оподаткування спрощує бухгалтерський облік. Отже, використання спрощеної системи оподаткування та входження до третьої групи платників єдиного податку буде розумним кроком для магазину, що допоможе спростити оподаткування та зменшити податкові витрати.

4. Бізнес-ідея полягає у започаткуванні власної справи створення магазину косметики та парфюмерії «NatureCode» у м. Одеса. «NatureCode» – новостворений магазин косметології та парфюмерії буде направлений на продаж тільки натуральних та органічних косметологічних засобів. Таким чином, сформована концепція бізнесу по створенню магазину косметики та парфюмерії, яка полягає в наступному: в асортименті тільки продукція органічного походження; косметика тільки доглядова (креми для шкіри обличчя, волосся, рук, тіла); надання повної інформації клієнтам про склад та виробників продукції; існують пропозиції пробників косметологічної продукції та парфумів, а також організації майстер-класів, в яких споживачі можуть зробити собі власний парфум. В місяць магазин планує продавати приблизно 710 одиниць продукції – це складе – 1 620 000 грн. на рік. Крім того, ми плануємо проводити майстер-класи з виготовлення особистих парфумів (змішування). На початковому етапі ми плануємо 20 майстер-класів в місяць, що складе прибутку в 30 000 грн., а в рік 360 000. Таким чином, загальна виручка складе: 2 106 000 грн.

5. Сформований SWOT-аналіз показує, що основними перевагами є вибір спеціалізації магазину тільки на продажі натуральної косметики, яка зроблена з природної сировини та є безпечною для організму людини і для навколишнього середовища, а також зростання попиту на органічну косметику. Згодом плануємо відкрити косметологічний кабінет, в якому будемо працювати з нашою продукцією, що продається магазином.

6. Для новоствореного проєкту необхідно 353 400 грн. Найбільшу питому вагу складає вартість придбання товару (сировини) – 71,31 %. Далі йде придбання

устаткування та меблів – 12,04 %. Для започаткування магазину косметики буде взято кредит на суму 282 720 грн, який може бути повернений за 5 років, а за користування кредитом буде сплачено 76 335 грн. Поточні витрати на функціонування магазину за місяць складають 129 838 грн, а за перший рік функціонування складають 1 392 663 грн. Питому вагу в загальній сумі поточних витрат займають витрати та нарахування на заробітну плату штатному складу магазину – 480 000 грн., що складає 34,4 %. Друге місце посідають виплата за кредитом – 305 388 грн.– 21,9 %. На наш погляд, просування товарів через інтернет надасть можливість з часом масштабувати бізнес та відкрити ще декілька точок продажу в інших місцях м. Одеси.

7. Аналіз ефективності проєкту показав, що проєкт зі створення магазину косметики та парфюмерії окупається з першого року функціонування. Сума початкових інвестицій дорівнює 353 400 грн. За перший рік діяльності кав'ярні грошовий потік буде дорівнювати 600 192 грн. Ставка дисконтування була прийнята в розмірі 22 %. Показник чистої поточної вартості за перший рік дорівнює 840 842 грн. Це означає, що отримані надходження перевищують інвестиції. Внутрішня норма прибутковості складає 98 %, що свідчить про те, що проєкт є вигідним та стійким. Розмір внутрішньої норми прибутковості перевищує ставку відсотка за кредит. Індекс прибутковості дорівнює 2,38. Це означає, що на кожен одиницю вкладених коштів магазин отримує 2,38 грн дисконтованих надходжень. Показник є вищим за одиницю, тому проєкт може бути рекомендованим до реалізації. Термін окупності проєкту складає 6 місяців, тобто, початкові вкладення окупаються менше ніж за рік. Це обґрунтовується потужною рекламною кампанією та зростання кількості споживачів та невеликим (6 місяців) терміном окупності інвестицій магазину.

8. Найбільш суттєвим ризиком є ціновий демпінг конкурентів так все більше досліджується зростання попиту на натуральні косметологічні засоби та органіку. Заходами щодо зниження даного ризику є втримання якості продукції та споживача різними бонусами та знижками. Для запобігання збільшення оптової ціни у постачальників необхідно мати декілька постачальників на однакову продукцію, щоб можна було диференціювати ціни у разі їх зміни. При нестачі оборотних коштів для закупки товарів домовитись про відстрочку платежу постачальнику. При зменшенні обсягу продажів необхідно провести активні маркетингові заходи: акції, розіграші, знижки тощо. Для відкриття магазину косметики та парфюмерії необхідно 60 днів, найбільший період займає проведення косметичного ремонту у приміщенні, який складе не менше 30 днів, вибір приміщення займе не менше 10 днів як і пошук постачальників та укладення угод на постачання товару. Підбір персоналу можна доручити рекрутинговій агенції, яка зможе його підібрати на протязі 5 днів. На закупівлю та викладення товару необхідно ще не менше 7 днів.

АНОТАЦІЯ

Тимощенко О.С. «Економічне обґрунтування проєкту створення магазину косметики та парфюмерії»

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 характеристики бізнес-ідеї створення власної справи на ринку б'юті-послуг; розглянуто умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні щодо відкриття магазину косметики та парфюмерії та досліджується нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у даній сфері.

Проаналізовано ринкове середовище в сегменті відкриття магазину косметики та парфюмерії; надано оцінку внутрішніх конкурентних переваг магазину косметики та парфюмерії; розраховано витрати на відкриття магазину.

Розраховано показники ефективності проєкту, охарактеризовані можливі ризики реалізації проєкту та шляхи їхньої мінімізації.

Ключові слова: магазин косметики, парфюмерія, конкурентні переваги, започаткування, проєкт, ефективність, ризик.

ANNOTATION

Tymoshchenko O. S. «Economic substantiation of the project of creating a cosmetics and perfumery store».

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

The work deals with the theoretical foundations of the business idea of creating your own business in the beauty services market; the conditions for organizing and carrying out business activities for opening a cosmetics and perfumery store are considered and the legal regulation of business activities in Ukraine in this area is examined.

The market environment in the segment of opening a cosmetics and perfumery store was analyzed; an assessment of the internal competitive advantages of a cosmetics and perfumery store is given; The costs of opening a store are calculated.

Project efficiency indicators were calculated, possible risks of project implementation and ways to minimize them were characterized.

Keywords: cosmetics store, perfumes, competitive advantages, beginning, project, efficiency, risk.