

**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 ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ
ПРОЄКТУ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ
(НА ПРИКЛАДІ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ ОРГАНО-
МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ)»**

Виконавець:

студентка ЦЗФН

Наумова Дар'я Русланівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Андрейченко Андрій Вадимович _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Актуальність обраної теми обумовлена зростаючими вимогами до ефективності та конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі, особливо в умовах сучасних викликів економіки України. Сьогодні перед підприємцями постає завдання створення економічно обґрунтованих та рентабельних торгових проєктів, які відповідають актуальним тенденціям попиту та екологічної безпеки.

Ринок органо-мінеральних добрив в Україні є перспективним і набуває значної популярності завдяки зростаючій екологічній свідомості аграріїв та приватних споживачів. Це зумовлює необхідність ретельного економічного аналізу та оцінки ефективності відкриття магазинів, які займаються реалізацією даної продукції. Зокрема, відкриття торгових точок з продажу органо-мінеральних добрив допоможе задовольнити попит дрібних фермерських господарств, приватних власників земельних ділянок, дачників та садівників, які прагнуть підвищити врожайність без шкоди для навколишнього середовища.

Крім того, економічне обґрунтування такого проєкту дозволяє визначити оптимальний масштаб діяльності, сформувані конкурентні переваги, оцінити ризики та перспективи розвитку, що є важливим для забезпечення сталості та прибутковості бізнесу. Тому дослідження ефективності інвестицій та фінансових результатів такого магазину має важливе практичне значення, особливо з огляду на нестабільність економічної ситуації та необхідність підтримки сталого розвитку аграрного сектору країни.

Аналіз наукових, статистичних та прикладних джерел, залучених для обґрунтування бізнес-проєкту з відкриття магазину органо-мінеральних добрив "SmartОрганік", дає змогу зробити висновок про актуальність і перспективність обраного напрямку діяльності. Зокрема, публікації Андрейченка А.В. [2; 3] та Добрової Н.В. [21; 22] акцентують увагу на зростанні попиту на безвідходне агровиробництво, впровадження інновацій у сфері сільського господарства та необхідності розвитку сталих форм землекористування. Дані автори наголошують на ролі органо-мінеральних добрив як важливого компонента екологічного відновлення ґрунтів і підвищення врожайності.

Важливу роль у формуванні асортиментної та маркетингової політики проєкту відіграють офіційні веб-сайти провідних українських виробників і дистриб'юторів, зокрема Агро-групи "Фрея" [1], ТОВ "Лібра-Агро" [57], компаній Agro.Bio [70], DÜNGER [74], Organic Group [38]. Завдяки аналізу їхніх товарних лінійок, характеристик продукції та умов реалізації було сформовано конкурентоспроможний і збалансований асортимент магазину. Статті на сайтах agrimatco.ua [11], prorozitsiya.com [39], agro.bio [25] надали цінну інформацію щодо класифікації добрив, особливостей їх застосування та агрономічного ефекту.

Крім того, важливими для правового, організаційного й економічного супроводу проєкту стали джерела з питань відкриття ФОП, податкового регулювання та ведення малого бізнесу в умовах воєнного стану [6; 7; 18; 23; 41; 43]. Вони надали актуальні орієнтири щодо вибору організаційно-правової форми, податкового режиму, доступу до грантових і кредитних програм. Комплексний аналіз джерел дозволив не лише

сформувати стратегію розвитку бізнесу, а й обґрунтувати його фінансову доцільність, конкурентні переваги та антикризовий потенціал.

Мета кваліфікаційної роботи – теоритичні, методологічні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері роздрібно́ї торгівлі.

Для досягнення мети були поставлені завдання:

- 1) охарактеризувати бізнес-ідею створення власної справи у сфері роздрібно́ї торгівлі;
- 2) дослідити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері роздрібно́ї торгівлі;
- 3) обґрунтувати вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу;
- 4) провести аналіз ринку роздрібно́ї торгівлі в Україні та м. Одеси;
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги створеного магазину із продажу органо-мінеральних добрив;
- 6) сформувати витрати на відкриття та функціонування магазину із продажу органо-мінеральних добрив;
- 7) провести оцінку прибутковості проєкту;
- 8) охарактеризувати життєвий цикл проєкту;
- 9) провести розрахунок грошового потоку та проаналізувати показники економічної ефективності проєкту;
- 10) проаналізувати можливі ризики та спланувати заходи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину із продажу органо-мінеральних добрив в м. Одеса.

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

Методи дослідження. Для аналізу поточного стану ринку роздрібно́ї торгівлі органо-мінеральними добривами застосовувалися загальнонаукові методи, зокрема аналогії, системний аналіз і формалізація. Теоретичне осмислення досліджуваної проблематики здійснювалося за допомогою логічних методів, а саме аналізу й синтезу, індукції та дедукції. Для обробки та узагальнення кількісних показників використовувалися економіко-математичні методи. Зокрема, табличний метод дозволив структуровано представити первинні дані, а системно-структурний аналіз дав можливість дослідити взаємозв'язки між ключовими факторами, що впливають на розвиток бізнесу в сегменті реалізації органо-мінеральних добрив. Із метою стратегічного планування та позиціонування проєкту були застосовані маркетингові інструменти: SWOT-аналіз допоміг виявити сильні й слабкі сторони майбутнього магазину, а також визначити зовнішні можливості та потенційні загрози; матричний підхід дозволив визначити конкурентну позицію магазину на ринку порівняно з іншими підприємствами аналогічного профілю. Оцінювання ризиків реалізовувалося за допомогою методів експертної діагностики – ранжування, порівняння та якісної оцінки ризикових чинників. Для розрахунків основних показників економічної ефективності проєкту застосовувалося прикладне програмне забезпечення Microsoft Excel, що забезпечило необхідну точність і наочність фінансових розрахунків.

Інформаційна база дослідження: нормативно-законодавчі акти України, Кабінету Міністрів України, матеріали наукових конференцій і досліджень, наукові

публікації та монографічні видання вітчизняних та зарубіжних вчених, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (66 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 100 сторінок. Основний зміст викладено на 93 сторінках. Робота містить 29 таблиць, 3 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні аспекти відкриття власної справи в Україні у сфері роздрібної торгівлі»** представлено характеристику бізнес-ідеї створення власної справи у сфері роздрібної торгівлі; розглянуто умови реєстрації для ведення підприємницької діяльності в Україні у сфері роздрібної торгівлі; обґрунтовано вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу.

У другому розділі **«Аналітична оцінка можливості відкриття магазину з продажу органо-мінеральних добрив»** проаналізовано ринок з продажу органо-мінеральних добрив в Україні та Одеській області; здійснено оцінку внутрішніх конкурентних переваг бізнесу; визначені витрати на відкриття та функціонування магазину з продажу органо-мінеральних добрив.

У третьому розділі **«Економічне обґрунтування доцільності відкриття магазину з продажу органо-мінеральних добрив»** зроблена оцінка прибутковості проєкту; сформована характеристика життєвого циклу проєкту; розраховано показники економічної ефективності проєкту та грошового потоку; проаналізовано можливі ризики та заходи щодо їх мінімізації.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджуються теоретико-методичні та практичні аспекти розробки та запровадження власної справи відкриття магазину з продажу органо-мінеральних добрив та зроблено наступні висновки.

1. Запропонована бізнес-ідея створення магазину з продажу органо-мінеральних добрив є актуальною і сучасною реакцією на зростання попиту на екологічно безпечні засоби для сільського господарства та присадибних ділянок. Спеціалізація саме на органо-мінеральних добривах, що поєднують позитивні якості органічних та мінеральних складових, виступає ключовою конкурентною перевагою підприємця. Висока ефективність продукції, тривалий ефект, скорочення шкідливого впливу на ґрунт та екосистеми в порівнянні з традиційними мінеральними добривами становлять основу довіри споживачів. Обґрунтований вибір локації (ринок «Привоз» в м. Одеса) забезпечує стійкий клієнтський трафік, а надання консультацій та додаткових послуг створює додану вартість для споживачів. На тому фоні відкриття спеціалізованого магазину стає перспективним в контексті розширення ринку екологічних товарів та підвищення рівня екологічної свідомості серед населення.

2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері роздрібної торгівлі є цілком сприятливими для реалізації малого бізнесу, зокрема у сегменті продажу органо-мінеральних добрив. Законодавче поле чітко врегульоване

нормами Господарського, Податкового та Цивільного кодексів України, а також спеціалізованими законами щодо захисту прав споживачів і регулювання окремих видів господарської діяльності. Особливістю цього напрямку є те, що продаж органо-мінеральних добрив не потребує ліцензування, якщо продукція має відповідні сертифікати, зареєстрована в державному реєстрі агрохімікатів та не належить до високонебезпечних речовин. Це значно полегшує запуск бізнесу. Водночас, підприємець зобов'язаний дотримуватись вимог щодо зберігання товарів, обліку розрахунків (через РРО/ПРРО) та надання споживачам усієї необхідної підтвердної документації. Комплексне виконання організаційних етапів – від реєстрації ФОП і вибору КВЕДів до оренди приміщення, підбору постачальників і організації маркетингу – створює передумови для стійкого розвитку підприємства. Таким чином, нормативно-правове середовище України забезпечує можливість легального, адаптивного та ефективного ведення роздрібної торгівлі аграрною продукцією, що підтверджує доцільність обраного бізнес-напрямку.

3. Аналіз організаційно-правових форм підприємництва дозволив обґрунтувати вибір найдоцільнішої структури для реалізації бізнес-проекту магазину з продажу органо-мінеральних добрив. У контексті малого бізнесу, що орієнтований на роздрібного споживача, фізична особа-підприємець (ФОП) третьої групи спрощеної системи оподаткування є оптимальним варіантом. Вона забезпечує швидкий старт діяльності, мінімізацію адміністративних витрат, гнучке податкове навантаження (5% без ПДВ), а також дозволяє працювати з юридичними особами та масштабувати діяльність у разі необхідності. Організаційно-правова форма ФОП особливо зручна для індивідуального управління бізнесом, не вимагає складного бухгалтерського обліку та дозволяє вести діяльність з мінімальними юридичними та фінансовими витратами. Окрім того, обрані КВЕДи – 47.76, 47.91, 47.89 та 46.75 дають змогу легально здійснювати основну та супутню діяльність, включаючи онлайн-продажі, участь у виставках і оптову торгівлю. Такий підхід формує стабільне правове підґрунтя для ефективної реалізації підприємницької ініціативи та створює простір для подальшого стратегічного розвитку магазину “SmartОрганік”.

4. Ринок органо-мінеральних добрив в Україні та Одеській області демонструє високий потенціал зростання, що обумовлено глобальним трендом екологізації сільського господарства, зростанням попиту на якісні добрива, а також структурною трансформацією виробництва. Імпорт добрив зростає упродовж 2021–2023 років, досягши рекордного обсягу 2 млн тонн у 2023 році. Водночас експорт скоротився майже в 18 разів, що свідчить про пріоритет задоволення внутрішнього попиту. Ринок в Одесі є перспективним завдяки аграрному профілю регіону та низькому рівню спеціалізації на добривах. Таким чином, у місті сформована вільна ринкова ніша для відкриття вузькоспеціалізованої торгової точки з акцентом на якість, екологічність та сервіс.

5. Проект «SmartОрганік» має чітку ринкову позицію, яка ґрунтується на спеціалізації на сертифікованих органо-мінеральних добривах, професійному консультуванні, багатоканальній моделі збуту (офлайн+онлайн), вигідному розміщенні (ринок Привоз) та екологічному брендуванні. Аналіз конкурентів засвідчив, що жоден з них не поєднує всі ці характеристики одночасно. Це створює стратегічну перевагу для швидкого формування клієнтської бази та побудови

довготривалих відносин. Результати SWOT-аналізу підтвердили перевагу сильних сторін і можливостей над слабкостями і ризиками.

6. Найбільшу частку витрат становить заробітна плата з нарахуваннями ЄСВ – 35,11%, що свідчить про соціальну орієнтованість бізнесу та пріоритет у формуванні стабільної команди. Матеріальні витрати на закупівлю товару займають 30,22% у загальній структурі витрат, що підкреслює важливість забезпечення достатнього товарного запасу для безперебійної роботи магазину. 15,99% витрат спрямовано на рекламу, що демонструє стратегічний акцент проєкту на активне просування, побудову впізнаваного бренду та залучення клієнтів. Оренда приміщення становить 13,32% від загального бюджету, що є оптимальним показником для міського роздрібного бізнесу. Решта витрат мають незначну частку у структурі бюджету, зокрема: комунальні послуги – 1,33%, виплата за кредитом – 2,44%, інші витрати – 1,6%. Такий розподіл витрат свідчить про збалансовану фінансову модель, де поєднуються інвестиції в персонал, якісний товар і маркетинг, що формує основу для ефективного функціонування та розвитку магазину «SmartОрганік».

7. Проєкт магазину органо-мінеральних добрив «SmartОрганік» демонструє високу потенційну прибутковість. Річний дохід становить понад 3,1 млн грн при торговій націнці 75%, що забезпечує солідну маржу. Навіть із урахуванням зростання витрат на 5% щороку, чистий прибуток стабільно зростає з року в рік. Це свідчить про фінансову життєздатність і високий потенціал масштабування. Водночас спрощена система оподаткування забезпечує прозорість та прогнозованість податкового навантаження.

8. Життєвий цикл проєкту охоплює п'ятирічний період з чітко структурованими етапами – від аналізу ринку до масштабування. Ідентифікація ключових стейкхолдерів (власник, працівники, постачальники, клієнти тощо) дозволила оцінити їхній вплив на проєкт і побудувати систему ефективної взаємодії. Застосування діаграми Ганта як інструменту управління дозволяє візуалізувати реалізацію проєкту, контролювати строки, ресурси та вчасно реагувати на зміни.

9. Проєкт має швидкий період окупності – лише 0,39 року, або менш ніж 5 місяців, навіть із урахуванням дисконту. Висока середня рентабельність ($ARR = 410,4\%$) свідчить про значну ефективність використання інвестицій. Значення $NPV = 2,52$ млн грн, $PI = 10,32$ та $IRR = 280,07\%$ підтверджують інвестиційну привабливість проєкту та його спроможність генерувати значну додану вартість. Це означає, що проєкт не лише самоокупний, а й дає змогу швидко масштабуватися чи залучити сторонніх інвесторів.

10. Було ідентифіковано 9 ключових ризиків, серед яких найкритичніші – зниження купівельної спроможності та воєнна нестабільність (оцінка 9). Решта ризиків мають середній або допустимий рівень і можуть бути ефективно керовані завдяки управлінським заходам: гнучкій логістиці, просвітницьким кампаніям, інвестиціям у бренд. Побудована пелюсткова діаграма чітко візуалізує структуру ризиків і допомагає розставити пріоритети у їх мінімізації. Загалом, реалізація ризик-менеджменту посилює стійкість бізнесу до зовнішніх загроз і забезпечує гнучкість у прийнятті управлінських рішень.

АНОТАЦІЯ

Наумова Д. Р. «Економічне обґрунтування та оцінка ефективності проєкту у сфері роздрібно́ї торгівлі (на прикладі створення магазину з продажу органо-мінеральних добрив)»

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 м. Одеса, 2025 рік.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину з продажу органо-мінеральних добрив. У роботі представлено характеристику бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері роздрібно́ї торгівлі; розглянуто умови реєстрації для ведення підприємницької діяльності в Україні у сфері роздрібно́ї торгівлі; обґрунтовано вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування. Проаналізовано ринок роздрібно́ї торгівлі з продажу органо-мінеральних добрив в Україні та Одеській області; здійснено оцінку внутрішніх конкурентних переваг бізнесу; визначені витрати на відкриття та функціонування магазину з продажу органо-мінеральних добрив, а також прогнозовано прибуток від реалізації проєкту; розраховано показники економічної ефективності проєкту; проаналізовано можливі ризики та заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: роздрібна торгівля, конкуренти, магазин, органо-мінеральні добрива, витрати, прибуток, проєкт, окупність проєкту, ефективність, ризики.

ANNOTATION

Naumova D. R. «Economic justification and assessment of the effectiveness of a project in the retail sector (using the example of creating a store selling organo-mineral fertilizers)»

Qualifying work on obtaining for a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and stock market activity» for the educational program «Economic and business planning». Odessa National Economics University. Odessa, 2025.

The qualification work of the bachelor consists of three chapters. The object of the study is the process of justifying the feasibility of creating a store selling organic and mineral fertilizers. The paper presents a description of the business idea of starting your own business in the retail sector; considers the conditions for registration for conducting business in Ukraine in the retail sector; justifies the choice of the organizational and legal form of business activity and the taxation system. The retail market for the sale of organic and mineral fertilizers in Ukraine and the Odessa region is analyzed; the internal competitive advantages of the business are assessed; the costs of opening and operating a store selling organic and mineral fertilizers are determined, and the profit from the project is forecasted; the indicators of the economic efficiency of the project are calculated; possible risks and measures to minimize them are analyzed.

Keywords: retail trade, competitors, store, organic and mineral fertilizers, costs, profit, project, project payback, efficiency, risks.