

Автори: Т.В. Арестенко, П.Г. Бінчева, О.М. Демчук, А.С. Коноваленко, Т.В. Куліш.,
Л.М. Кюрчева, Д.Г. Легеза, Г.О. Майборода, А.О. Марчук, Я.С. Сокіл, Н.О. Шквиря

**Каталог проектів учасників курсів з професійної підготовки за спеціальністю
«Організація малого бізнесу» за підтримкою проекту «Норвегія-Україна.
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS) - Мелітополь:
ТДАТУ, 2021. – 43 с.**

Проект «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS) сприяє професійній перепідготовці цільової групи на цивільні спеціальності, що користуються попитом на ринку праці України, допомагає учасникам проекту у соціальній адаптації до умов життя у громадянському суспільстві.

Зміст

ВСТУП	4
ВИРОБНИЦТВО LOFT	5
ВИРОБНИЦТВО ПАЛИВНИХ БРИКЕТІВ	8
БІЗНЕС НА АВТОМАТАХ З ПРОДАЖУ ЙОГУРТУ	8
ВИРОЩУВАННЯ ЧЕРЕШНІ	12
ВІДКРИТТЯ РЕАБІЛІТАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ ДЛЯ ДІТЕЙ «ОСОБЛИВІ».....	12
ПРОЕКТ З ВИРОЩУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОРІХІВ.....	14
ПРОЕКТ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ГРУМІНГ САЛОН «РЕТ SPA».....	17
ВИРОБНИЦТВО ДОМАШНІХ НАПІВФАБРИКАТІВ.....	19
ПОДАРУНКОВИЙ БОКС «МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ СУВЕНІР»	22
ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО СПОРТИВНОГО ЦЕНТРУ «ОЛІМП»	23
ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ОДЯГУ ТА ВЗУТТЯ «СТИЛЬНО»	25
МИСТЕЦЬКИЙ ПРОЕКТ ЦИФРОВА ГАЛЕРЕЯ «ФЕНІКС»	27
ВИРОБНИЦТВО МЕБЛІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН.....	29
ТУРИСТИЧНА КАРТА «РІДНИЙ КРАЙ»	31
ВИРОБНИЦТВО ЗАМОРОЖЕНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ.....	34
«FROZEN».....	34
ПОСЛУГИ 3D-ДРУКУ, 3D-СКАНУВАННЯ, 3D-МОДЕЛЮВАННЯ КОМПАНІЇ «3DEVICE».....	36
ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКО-СУМОК	38
ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА БЛОКНОТІВ РУЧНОЇ РОБОТИ	40
РЕАЛІЗАЦІЯ МОЛОКА ЧЕРЕЗ МОЛОКОМАТ «СПРАВЖНЄ ФЕРМЕРСЬКЕ МОЛОКО».....	41

ВСТУП

З 2020 р. Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного працює в межах проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему».

Оснoву проекту складає професійна перепідготовка цільової групи на цивільні спеціальності, що користуються попитом на ринку праці України, сприяння учасникам проекту у соціальній адаптації до умов життя у громадянському суспільстві. Виконавцями основної частини проекту є навчальні заклади України і Норвезький університет NORД, які організовують і здійснюють професійну перепідготовку учасників проекту за обраними спеціальностями в обсязі 500 академічних годин. В результаті виконання завдань курсової перепідготовки випускники отримують три документи: свідоцтво про професійну перепідготовку державного зразка (від навчального закладу України), спільний сертифікат університету NORД та українського навчального закладу, а також спільний диплом Міністерства закордонних справ і Міністерства оборони Норвегії.

Учасники проекту протягом трьох місяців отримували знання та практичні навички щодо організації малого бізнесу. Розробка та обґрунтування стартапів здійснювалась на основі бізнес моделі Канвас.

Ключові питаннями, що вирішувалися в процесі обґрунтування бізнес-ідей та розробки стартапів:

- як правильно сформулювати бізнес ідею;
- створення цінності пропозиції;
- аналіз конкурентного середовища;
- визначення сегментів споживачів та формування моделі поведінки споживача/клієнта;
- канали збуту продукції/послуги;
- налагодження взаємовідносини з клієнтами та споживачами;
- ключова дії/ процеси при організації бізнесу;
- ключові ресурси необхідні для організації бізнесу;
- ключові партнери;
- облік доходів і витрат діяльності;
- оцінка ефективності проекту;
- порядок створення власного бізнесу;
- просування бізнесу в соціальних мережах;
- формування бренду та розробка власного логотипу;
- малобюджетні форми рекламної кампанії.

Отримані знання та навички учасники проекту реалізували в роботі над власними проектами, які є основою для перетворення ідей у реальний бізнес.

ВИРОБНИЦТВО LOFT МЕБЛІВ

Антошкін О.С., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Демчук О.М., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового бізнесу з виготовлення меблів лофт, як на замовлення (з кресленням та дизайном замовника), так і виготовлення серійних моделей, також виготовлення унікальних авторських робіт з кованого металу, бетону, каменю, скла, епоксидної смоли, частин механізмів (або їх імітацію) та натуральної деревини

Цінність пропозиції. У простоті – сила. Найкраще що істину відображають меблі в стилі лофт. Натхненні промисловим дизайном, столи, дивани, крісла та стільці гармонійно поєднуються один з одним, привносячи дихання сучасності в будь-який інтер'єр. Саме такі рішення дедалі частіше обирають українці.

Натуральне дерево (дуб, горіх), шкіра, бетон, скло і метал – основні матеріали виготовлення – надають виробам оригінальний зовнішній вигляд і набагато кращий візуальний ефект. Каркаси стільців, ліжок, столів зроблені з металу холодної прокатки з непомітними швами. Деталі з'єднані гвинтами, що значно спрощує збірку і демонтаж.

Цілями діяльності новоствореного підприємства буде виготовлення меблів в комбінації різних матеріалів, таких як дерево, метал, скло та бетон, з покриттям надзвичайно стійкою фарбою та лаком, або навпаки штучно зістареним покриттям, що демонструє індустриальну похідну стилю лофт. Аналіз ринку свідчить про досить помірну конкуренцію на цей вид товарів.

Перевагами виробництва даних меблів є:

- використання в виробництві звичайного індустриального металопрокату та необробленої деревини;
- попередньо оброблені натуральні дефекти деревини, не вважаються браком, навпаки демонструють природність елемента інтер'єра;
- використання індустриальних технологій в побутових меблях надають запас міцності не менше ніж у 5 разів, а часто більше 15, тому ці меблі дуже надійні та довговічні;
- у якості матеріалів для виробництва меблів лофт, цілком доречно використання частин механізмів та інструменту, бувшої у використанні деревини такі як палети, необрізна дошка та інше, що значно розширює вибір матеріалів;
- виробництво таких меблів не потребує високотехнологічного обладнання, є помірно енергонавантаженим та не потребує спеціальних дозволів(ліцензій), окрім випадків зазначених чинним законодавством;
- гарне співвідношення ціни та якості;



- відносно низька собівартість, що дозволить встановити конкурентну ціну.

Сегменти ринку: Споживачами продукції виступають особи з середнім та високим рівнем доходу, що мають власне, або спільне житло, особи що намагаються облаштувати будь який вид приміщення у сучасному та привабливому стилі лофт та дизайнерські компанії.

Канали збуту:

Реалізація продукції буде здійснюватися в меблевих магазинах, планується створення власного сайту, а також через соціальні мережі.

Взаємовідносини з клієнтами: Для налагодження взаємовідносин з клієнтами та споживачами планується створення власного сайту на якому можна замовити із існуючого асортименту та за індивідуальним дизайном.

Для роботи зі споживачами і клієнтами на сайті буде розміщена детальна інформація про продукцію, будуть використовувати такі рекламні методи як контекстна та таргетована реклама в соціальних мережах. Також важливим інструментом для залучення покупців є сарафанне радіо та позитивні відгуки задоволених клієнтів.

Потоки доходів. Плануємо запуск виробництва меблів – лофт з потужністю 30 шт/місяць. Середня реалізаційна ціна меблів становить 600 грн./кг. Планова виручка в перший рік реалізації проекту складе 950,4 тис.грн.

Ключові ресурси.

Для налагодження процесу виробництва меблів необхідні ресурси:

- приміщення;
- спеціалізоване обладнання;
- матеріали для виготовлення меблів (метал, деревина, бетон, тощо);
- 2 працівники для обслуговування виробництва;
- фінансові ресурси для реалізації проекту.

Ключові дії:

1. Реєстрація бізнесу
2. Облаштування приміщення для виробництва
3. Придбання обладнання
4. Установка обладнання
5. Розробка власного сайту
6. Розміщення реклами на тематичних сайтах та соціальних мережах
7. Виробництво меблів
8. Реалізація

Технологія виробництва лофт-меблів передбачає використання вантажної, переробленої і вживаної деревини, залишків будматеріалів, на сьогодні ці меблі дуже затребувані серед покупців, як за кордоном, так і в Україні, тому що таке виробництво є екологічним і перш за все впливає на зменшення вирубки лісів.

Партнери:

- постачальники обладнання;
- постачальники сировини - меблеві фабрики, магазини будівельних матеріалів, продавці деревини, металопрокат, магазини продажу уживаних речей (меблів);
- оптові бази для закупки будматеріалів;
- налагодження партнерських відносин з компаніями, що надають послуги з індивідуального дизайну осель, приміщень, офісів, а також ремонтно-будівельні бригади, служби, організації.

Структура витрат:

Загальні капітальні вкладення для налагодження виробництва лофт меблів (столи, табурети, полки, шафи) складають 136,7 тис.грн.

Капітальні витрати:

- Закупка обладнання для виробництва 29,7 тис.грн:
- стіл 6000 грн.
 - зажим 3300 грн.
 - фрезер 2550 грн.
 - компресор 4120 грн.
 - обладнання для холодної ковки 5000 грн.
 - фрезерувальний верстат 4500 грн.
 - таль 1100 грн.
 - домкрат 400 грн.
 - лобзик для розкрою листів деревини 3000 грн
- Оформлення бізнесу, дозвільні документи 1500 грн.
Модернізація приміщення 105484 грн.



Разом: 136700 грн.

Постійні витрати

- Муніципальні платежі (вода, електроенергія) 51969 грн.
- З/п працівникам 144000 грн.
- Нарахування на З/п 31680,00 грн
- Податки 24780 грн

Разом 252429 грн.

Змінні витрати

- Матеріали 141600 грн.
- Витрати на збут 6000 грн
- Інші витрати 24327 грн.

Разом 277700 грн.

Повні витрати: 171927 грн.

Найбільшою статтею витрат у виробництві меблів є витрати на оплату праці, майже 148,00 тис.грн., на матеріали необхідно 141600 грн. Для виготовлення меблів налагоджено зв'язки з постачальниками високоякісної деревини та матеріалів.

Показники ефективності проекту:

Обсяг виробництва, шт	360
Середня вартість одиниці, грн.	1377
Виручка від реалізації, грн.	495600
Повна собівартість продукції, грн..	424083
Прибуток від реалізації, грн.	71517
Податок, грн.	24780
Чистий прибуток, грн.	46736
Рівень рентабельності виробництва, %	13,0
Рівень рентабельності продажу, %	11,1
Строк окупності інвестицій, років.	1,18

Так, в перший рік роботи отримаємо чистий прибуток у розмірі 46736 грн. Рівень рентабельності складе 13%, а рентабельність продажу 11,1%. . Строк окупності складе 1,18 роки.

З економічної точки зору проект сприятиме: створенню нових робочих місць, що дозволить працівникам отримувати стабільний дохід; створенню нового підприємства з виробництва та реалізації меблів; надходженню в бюджет громади податків і інших відрахувань.

Соціальний ефект проекту полягає у подальшому працевлаштуванні на постійній основі 3 осіб.



ВИРОБНИЦТВО ПАЛИВНИХ БРИКЕТІВ

*Балабанов О.Д., Попазов М.А., учасники проекту
«Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція
в державну систему»*

Шквиря Н.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту: полягає в можливості налагодження прибуткового бізнесу з виробництва високоякісної і конкурентоздатної продукції - біопалива, у вигляді брикетів для реалізації на внутрішньому ринку.

Цінність пропозиції: професіоналізм персоналу підприємства, оперативність роботи, орієнтація на потреби клієнтів і їх повне задоволення, бездоганна якість виробленої продукції (паливні брикети), якісне обслуговування клієнтів, чітке визначення та повне виконання зобов'язань, екологічність та висока тривалість горіння паливних брикетів, економічність, зручність зберігання та використання продукції, висока ефективність брикетів, зручна та екологічна упаковка продукції.

Сегменти ринку: споживчий ринок, посередницький ринок, промисловий ринок, ринок державних установ.

Канали збуту: власний інтернет-магазин, оптові підприємства, які займаються експортом паливних брикетів, ринок державних установ (школи, дитячі садки, ВНЗ і інші організації), крупні супермаркети, спеціалізовані магазини.

Взаємовідносини з клієнтами. Для підвищення прибутку та зростання попиту на паливні брикети пропонується впровадження заходів комунікаційної політики та створення торгової марки ТМ «ECOTEPLO». Заплановано наступні заходи комунікаційної політики: PR заходи (спонсорство, міжнародні та вітчизняні спеціалізовані виставки, проведення брифінгів); реклама в Інтернет (таргетована реклама, реклама в соціальних мережах, e-mail розсилки, реклама на тематичних майданчиках); веб-сайт підприємства, стимулювання збуту через надання бонусних знижок та карток лояльності постійним споживачам, реклама на місці продажу (інформаційні та рекламні листи, маркування товару, інформаційні матеріали щодо властивостей та якості паливних брикетів).

Потоки доходів. Доходи новоствореного підприємства будуть формуватися від продажу паливних брикетів. Обсяги збуту заплановано на 3 роки (2021-2023рр) виходячи з виявленого потенційного попиту за допомогою проведеного маркетингового дослідження ринку паливних брикетів. Планується поступове збільшення обсягів виробництва на період бізнес планування.



Цінова стратегія передбачає наступні заходи: вивчення цінової політики конкурентів; використання системи знижок; формування цін з урахуванням покриття витрат і чинного законодавства (стратегія «витрати плюс»); надання гнучких форм оплати - введення системи відстрочки платежу. Цінова політика даного проекту відповідає високій якості товарів, тим самим, підтримуючи позитивну думку споживачів. В цьому полягає принцип позиціонування. Принцип ціноутворення ґрунтується на зниженні витрат як постійних, так і змінних, при збереженні якості продукції. В якості цінового стимулювання застосовуватиметься спеціальна програма знижок для постійних клієнтів та посередників. Розроблена стратегія маркетингу дозволить підприємству досягти виконання поставлених маркетингових цілей і закріпити своє становище на ринку.

Планування виручки від реалізації паливних брикетів

Рік	Ціна, грн/т	Кількість, т.	Виручка, тис.грн.
2021	2500	4847,7	12119,3
2022	2650	5000,4	13251,1
2023	2750	5153,2	14171,3

При плануванні цін було враховано середньорічну інфляцію за останні 5 років.

Ключові ресурси.

1. Матеріальні ресурси – планується закупівля сировини (солома зернових та зернобобових, стеблі та лузга соняшнику) для виробництва паливних брикетів у сільськогосподарських підприємствах та олійноекстраційних заводах.

2. Трудові ресурси – для організації виробництва паливних брикетів буде залучено операційних та виробничих працівників з наступними посадами: оператор, майстер виробництва, водій, виробничі робітники, маркетолог, директор, бухгалтер. Деякі адміністративні робітники (бухгалтер, маркетолог) будуть сумісниками. З кожним працівником

укладається індивідуальний трудовий договір, в якому встановлюються їх права та обов'язки, розписуються внутрішній розпорядок робочого дня і оснащення робочого місця. За даними технологічної та інших частин проекту робітники підприємства працюватимуть 320 днів у році в режимі в 1 зміну по 8 годин (1 ставка).

3. Фінансові ресурси – для реалізації даного проекту необхідно здійснити інвестиції у розмірі 2810 тис.грн. на покупку обладнання для брикетування відходів рослинницької продукції.

Ключові дії:

- аналіз ринку, конкурентів, цільової аудиторії;
- підготовка документів для відкриття ФОП, реєстрація підприємства в податковій інспекції;
- пошук майбутніх постачальників сировини для виробництва паливних брикетів;
- вивчення ринку збуту і пошук можливих покупців;
- оренда приміщень для розміщення виробництва;
- укладання договорів енергопостачання і водопостачання;
- оснащення підприємства обладнанням;
- монтажні роботи;
- оформлення дозвільних документів;
- підбір та працевлаштування персоналу;
- запуск виробництва.

Партнери: постачальники сировини для виробництва - особисті підсобні господарства та сільськогосподарські підприємства регіону для постачання сировини для виробництва паливних брикетів; олійноекстракційні заводи; постачальник пакувальних матеріалів; фінансові організації та заклади; комунальні підприємства; посередники, консалтингові фірми.

Структура витрат. Повна собівартість 1т. готової продукції планується на рівні 1978 грн/т до 2023р. вона збільшиться до 1991,7тис.грн. Найбільшу питому вагу у структурі собівартості займають витрати на сировину, заробітну плату та на електроенергію. Собівартість 1т продукції становитиме 1978,3грн. у 2021р.

Розрахунок собівартості виробництва паливних брикетів

Статті витрат	Рік		
	2021	2022	2023
Змінні витрати, тис.грн. разом	8608,2	8856,7	9212,7
у тому числі:	-	-	-
витрати на енергію	1002,5	1031,4	1072,9
сировина	6843,7	7041,3	7324,3
упаковка	197,7	203,4	211,5
витрати на оплату праці виробничих працівників	564,3	580,6	604,0
Постійні витрати, тис.грн. разом	982,0	1010,4	1051,0
у тому числі:	-	-	-
витрати на оплату праці операційних працівників	244,3	251,4	261,5
амортизація	486,0	500,0	520,1
витрати на ремонт	162,4	167,1	173,8
витрати на маркетинг	78,3	80,6	83,8
загальновиробничі витрати	11,0	11,3	11,8
Разом витрати, тис.грн.	9590,3	9867,1	10263,7
Собівартість 1т. продукції, грн	1978,3	1973,3	1991,7

Показники ефективності проекту.

Прибуток від реалізації, тис.грн.	2529,0
у т.ч. на 1т. продукції, грн.	521,7
Рентабельність виробництва, %	26,4
Рентабельність продажу, %	20,9
Рівень беззбиткового виробництва, т	1355,9
Поріг рентабельності, тис. грн.	3389,8
Запас фінансової міцності, тис.грн.	8729,5
Запас надійності, %	72,0
Ставка дисконтування, %	21
Період окупності, місяців	13
Дисконтний період окупності, місяців	15
Середня норма рентабельності, %	120,8
Чиста дисконтна вартість, тис.грн	6921,2
Чистий дисконтний дохід, тис.грн.	4111,2
Індекс прибутковості	1,46
Внутрішня норм дохідності, %	147

Розрахунки свідчать, про ефективність впровадження проекту з виробництва брикетів із відходів продукції рослинництва (зерно та соняшник), так рентабельність виробництва становить 26,4%, період окупності 13 місяців.



БІЗНЕС НА АВТОМАТАХ З ПРОДАЖУ ЙОГУРТУ

Башинський О.О., Пепельжи О.А., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Коноваленко А.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає у створенні та встановленні вендингового бізнесу із продажу натуральних йогуртів із можливістю додавання у них наповнювачів на власний смак.

Цінність пропозиції полягає у налагодженні монопродуктового виробництва та реалізації продукції високої якості з натуральних інгредієнтів – молочних йогуртів – шляхом встановлення мережі вендингових автоматів для реалізації населенню порційного йогурту із можливістю додавання до нього різноманітних топінгів, в якості дієтичного харчування. В якості топінгів споживачам можливо пропонувати сезонні ягоди, горіхи, мюслі, подрібнені фрукти, цукати, сухофрукти, фруктові сиропи, шоколадний мус, мед тощо. Технологічною особливістю автоматів має бути здатність забезпечити дотримання температурних режимів, які є обов'язковою умовою для збереження споживчих властивостей, як самого йогурту, так й топінгів до нього. Фасування продукту здійснюється у одноразовий паперовий стакан із можливістю використати кришки та ложки для зручності споживання, або у вафельний ріжок за вибором споживача. Привабливість вендингового бізнесу полягає у тому, що апарат у будь-який час можливо перенести у інше місце розташування в разі зміни клієнтотоку. Встановлення автомату у місці зі значним потоком людей знижує ризики вандалізму, який притаманний даній сфері бізнесу.

Сегменти ринку: дорослі й діти, які люблять морозиво та розглядають заморожений йогурт у якості альтернативи; особи, що дотримуються принципів правильного харчування; особи, що дотримуються дієти у раціону, що пов'язане зі станом їх здоров'я.

Канали збуту: проект передбачає встановлення вендингового апарату з виробництва та реалізації замороженого йогурту населенню у супермаркетах та інших точках, у яких спостерігається значний трафік потенційних споживачів.

Прогнозована структура реалізації продукції :

- продаж замороженого йогурту із топінгами у паперовий стакан із кришкою (60%);
- продаж замороженого йогурту у вафельному стакані (40%).

Одна порція замороженого йогурту становить 100 мл. Окремо споживач додає топінги на вибір, кожна порція топінгу відрізняється в залежності від щільності сировини. Заплановані обсяги реалізації продукції складають 50 порцій на день, що відповідає 5 кг йогурту.



Взаємовідносини з клієнтами: з метою налагодження ефективної інформаційно-комунікаційної роботи із клієнтами планується бюджет витрат на заходи з формування попиту та стимулювання збуту у сегменті цільових споживачів. Враховуючи те, що у перший рік реалізації проекту буде встановлений один апарат, значні вкладення на маркетингові заходи не будуть виправданими. У перший рік реалізації проекту передбачається розповсюдження рекламної печатної продукції у точках продажу продуктів харчування (супермаркетах, гастрономах тощо). Вартість печатної реклами складатиме 12 тис. грн. Рекламна компанія буде спрямована на формування довіри до нового продукту та популяризацію споживання замороженого йогурту як альтернативи морозиву. Існує ризик недовіри споживачів до автоматів, що пропонують кисломолочну продукцію, що формує ризики для бізнесу та потребують докласти зусиль для інформування споживачів.

Потоки доходів. Заплановані обсяги виробництва замороженого йогурту можливо отримати у перший рік роботи. Одна порція готового до споживання продукту передбачає 100 мл. Замороженого йогурту із додаванням 20-30 г. топінгів на вибір споживача із фіксованою вартістю порції 30 грн. за йогурт та додатково 5-15 грн. за топінг. За розрахунками у перший маркетинговий рік передбачається виручка від реалізації продукції від роботи одного автомату у розмірі отримаємо виручку від реалізації в розмірі 810 тис. грн. за рік.

Ключові ресурси. Основою реалізації проекту є придбання та встановлення автомату із виробництва м'якого морозива / замороженого йогурту, необхідної сировини та матеріалів для пакування. Ключовим ресурсом є йогурт, який планується на першому році реалізації проекту закуповувати на молокозаводі у локального виробника. На другий рік реалізації проекту планується придбання устаткування з метою налагодження виготовлення йогурту власними силами підприємства.

Ключові дії:

1. Проектування;
2. Реєстрація фізичної особи-підприємця;
3. Отримання дозвільних документів на встановлення вендингових автоматів у мережі супермаркетів та інших торговельних точках;
4. Налагодження контактів та укладання угод із ключовими бізнес-партнерами;
5. Придбання обладнання;
6. Придбання необхідної сировини та пакувального матеріалу;
7. Налагодження виробництва та обслуговування автоматів;
8. Маркетингові заходи з формування попиту та стимулювання збуту;
9. Реалізація продукції.

Партнери:

- постачальники сировини (молокозавод або інші виробники, як постачальники натурального йогурту);
- постачальники інгредієнтів для виготовлення топінгів (ягід, горіхів, сухофруктів, карамелі, сиропів, фруктових та ягідних пюре, мюслі тощо);
- виробники тари та пакувальних матеріалів;
- засоби масової інформації;
- магазини роздрібною торгівлі;
- персонал з обслуговування вендингових апаратів;
- виробники молока на другому році реалізації проекту як постачальники сировини для налагодження самостійного виробництва йогурту.

Структура витрат.

Загальні капітальні вкладення на облаштування вендингового бізнесу складають 225 тис.грн.

Капітальні витрати:

- придбання одного автомата для виготовлення м'якого морозива / замороженого йогурту (200 тис. грн.);
- облаштування вендингових апаратів купюреприймальником (20 тис. грн.);
- отримання дозвільних документів на встановлення вендингових автоматів у



торговельній мережі (225 тис. грн.).

Разом: 225 тис. грн.

Змінні витрати:

Сировина для виготовлення замороженого йогурту (36 тис. грн.). Сировина для виготовлення топінгів (40 тис. грн.)

Оплата праці персоналу з обслуговування автоматів (120 тис. грн.)

Витрати на збут (12 тис. грн.)

Пакування (7 тис. грн.)

Разом 115 тис. грн.

Всього витрат: 340 тис. грн.

З метою здійснення виробництва та реалізації продукції передбачено необхідність залучення персоналу для обслуговування автомату з метою своєчасного оновлення сировини, здійснення технічного огляду та моніторингу належного стану автомату. Даний тип послуг передбачається отримувати на аутсорсингу.

Показники ефективності проекту:

Капітальні витрати, тис. грн.	225
Середня реалізаційна ціна 1 порції замороженого йогурту із топінгами, грн.	45
Річна виручка від реалізації, тис. грн.	720
Повна собівартість продукції, тис. грн.	540
Середньорічний грошовий потік, тис. грн.	670
Чистий прибуток, тис. грн.	48
Рівень рентабельності виробництва, %	8,89
Рівень рентабельності продажу, %	6,67
Термін окупності інвестицій, місяців	9

Забезпечення привабливого зовнішнього вигляду автомату та встановлення його у приємній обстановці сприятиме формуванню довіри у потенційних споживачів. Перспективний розвиток проекту передбачає реєстрацію ТУ для створення натуральних йогуртів власними силами, розширення мережі та кількості встановлених автоматів у різних частинах міста, доповнення купюроприймальника на апарат з обслуговування банківських карт. У подальшому планується розробка фірмового стилю та брендуння продукції, позиціонування її на ринку як високоякісної натуральної продукції, корисної для здоров'я та дозволеної до споживання усіма категоріями населення. У подальшому можливе створення франчайзингової пропозиції та розвиток фірмової мережі.



ВИРОЩУВАННЯ ЧЕРЕШНІ

Бондарев Д.В., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Куліш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового сімейного бізнесу з вирощування та реалізації черешні на власній присадибній ділянці.

Цінність пропозиції полягає у вирощуванні високоякісної, конкурентоспроможної черешні наступних сортів: ранньостиглі (Рання рожева, Рубінова рання, середньостиглі (Тютчевка, Веда, Дніпровка) пізньостиглі (Престижна, Оріон, Романтика). Черешня - смачна та затребувана ягода. Вирощувати її на своїй ділянці не складно, до того ж багато сортів відмінно переносять заморозки. Сорти з різним терміном стиглості дозволять мати врожай протягом декількох місяців, що дозволить налагодити реалізацію черешні протягом всього літа. Конкуренція в вирощуванні черешні в Мелітопольському районі висока, так як з 70–80 тисяч тон черешні, яка щорічно вирощується в Україні, чверть виробляється в Мелітопольському районі.

Сегменти ринку: населення району та області, оптовики, роздрібні покупці.

Канали збуту: зібраний урожай доставлятиметься оптовикам та на власну точку продажу (місцевий ринок). Також буде налагоджена реалізація з дому через налагоджену рекламу в соціальних мережах. Продукція, що має не товарний вигляд для роздрібною реалізації буде перероблятися власним виробництвом на компоти, джеми, варення з подальшою реалізацією.

Розподіл реалізації за каналами

- ринок, роздрібна торгівля (30%)
- оптовики-перекупники (40 %)
- реалізація з дому (20)
- власне виробництво (10 %)

Разом 1800 кг продукції

Взаємовідносини з клієнтами: Для налагодження контакту зі споживачами та клієнтами планується розміщення реклами в соціальних мережах, в групах, тематичних платформах. Рекламу кампанію плануємо розпочати за 2-3 тижні до початку сезону

Потоки доходів. Плануємо, що перший врожай отримаємо через п'ять років з урожайністю 60 кг з дерева, а повноцінний врожай через 7 років (урожайність зростає до 90 кг з дерева). Ціна реалізації



черешні залежить від каналу збуту та строків її реалізації і знаходиться в межах від 30 грн. до 50 грн. за кг. Середня реалізаційна ціна за всіма каналами складає 40 грн./кг. Ціни реалізації є фактичними цінами минулого року, тому виручка від реалізації може бути вищою, що залежить від рівня інфляції в країні. Так, в перший маркетинговий рік отримаємо урожай 1,8 т., враховуючи середню ринкову ціну 40 грн/кг, виручка від реалізації складе 72 тис. грн. На сьомий рік планова урожайність становитиме 2,7 т продукції, враховуючи підвищення ціни реалізації з врахуванням коефіцієнту дисконтування планова виручка від реалізації складе 135 тис.грн.

Ключові ресурси. Для реалізації проекту по вирощуванню черешні необхідна земельна ділянка площею 10 соток землі, яка є в наявності особистого селянського господарства. Також необхідні саджанці з розрахунку 3 шт. на одну сотку різних сортів. Площа під 1 дерево в середньому відводиться 5 на 3 метри. Так на площі в 10 соток можна посадити близько 30 дерев. Різні за терміном стиглості сорти дозволять збирати урожай протягом 2-4 місяців, що полегшить збут невеликими партіями в роздріб за вигідними цінами.

Крім саджанців необхідно закупити садові добрива. Паралельно з висадкою саджанців необхідно встановити систему поливу, що є запорукою врожаю.

Для збору врожаю необхідна тара (лотки для черешні)

Ключові дії:

1. Детальне проектування.
2. Підготовка земель
3. Установка скважини.
4. Придбання саджанців.
5. Посадка черешні.
6. Установка обладнання для поливу.
7. Догляд за насадженнями.
8. Маркетингові заходи.
9. Збір врожаю.
10. Реалізація продукції.

Партнери: постачальники саджанців черешні (30 штук), добрив, системи поливу, тари; посередники. Не всі сорти черешні самозапильються, тому необхідно

налагодити партнерські відносини з пасічниками для отримання взаємної вигоди.

Структура витрат:

Загальні капітальні вкладення на закладку черешневого саду на присадибній ділянці складуть 14700 грн. Витрати на систему поливу на 10 соток становитимуть 10 тис. грн, включаючи з установкою скважини. Саджанці черешні необхідно придбати у кількості 30 штук за ціною 85 - 100 грн. за 1 штуку. Таким чином, витрати складуть 2700 грн.

Капітальні витрати:

- Обладнання свердловини (5000 грн.)
- Система поливу (5000 грн.)
- Саджанці черешні (2700 грн.)
- Витрати на посадку (2000 грн.)

Разом: 14700

Щорічні витрати:

- Добрива (1850 грн.)
- Догляд за насадженнями: обробка міжрядь, обрізка дерев, полив (2000 грн.)
- З/п сезонним працівникам (7200 грн.)
- Витрати на збут, транспортування (3000 грн.)
- Тара для збору урожаю (2400грн.)
- Інші витрати (2700 грн.)

Всього змінних витрат за п'ять років 49250 грн.

Всього витрат: 63950 грн.

Найбільшою статтею витрат у виробництві черешні є ручна праця. Тому в період збору черешні будуть працювати наймані працівники. Вартість збору черешні з одного дерева складе 240-250 грн.

При організації збору врожаю черешні необхідно передбачити пакування. Для цього будуть використовуватися спеціальні ящики зі шпону, місткість якого 6 кг черешні за ціною 8 грн. за один ящик. Всього за п'ять років догляду за насадженнями змінні витрати складуть 49250 грн., а загальні витрати 63950 грн. Ці витрати забезпечать комплексний догляд за насадженнями, щоб отримати гарний урожай в перший маркетинговий рік. Догляд за насадженнями включатиме полив дерев, обрізка, формування крони, обробка міжрядь, добрива, захист дерев від шкідників. На сьомий рік отримаємо повноцінний врожай при середній врожайності 90 кг з дерева. В наступні роки можна підвищувати урожайність до 100-110 кг з дерева

пр правильному догляді.

Показники ефективності проекту:

Валовий збір, кг	1800
Реалізаційна ціна 1 кг, грн.	40
Виручка від реалізації, грн.	72000
Повна собівартість продукції, грн..	63950
Прибуток від реалізації, грн...	8050
Рівень рентабельності виробництва, %	16,35
Рівень рентабельності продажу, %	11,18
Строк окупності інвестицій, років.	6,1
Період вступу насаджень в товарне плоношення від року садіння	5
Оптимальний строк, використання насаджень, років	15

Так, в перший маркетинговий рік, через п'ять років після закладки насаджень отримаємо прибуток у розмірі 8050 грн. Він буде вищим, так як розрахунок здійснений за поточними ринковими цінами. Рівень рентабельності в перший маркетинговий рік складе 16,35%, а рентабельність продажу 11,18%. В наступних роках рентабельність значно підвищиться, так збільшуватиметься обсяг виробництва та знизяться витрати. Строк окупності складе 6,1 роки. Оптимальний строк, використання насаджень становить 15 років. Після цього їх викорчуюють і продають на деревину, яка дуже цінується. Потім землі необхідно кілька років відпочити, перш ніж закладати новий сад. Таким чином, черешні можуть стати джерелами різних доходів: продаж ягід; саджанці; при виснаженні саду - цінна деревина.

Перевагами проекту по вирощуванню черешні є: постійний попит споживачів на продукцію; достатньо висока врожайність; стійкість дерев до шкідників, хвороб і заморозків; постійний попит на продукцію; висока врожайність (до 130 кг з 1 дерева); легкий догляд за черешневим садом. Однак, це бізнес на перспективу. Перший повноцінний врожай отримаємо на 7 рік. Також черешневий бізнес дуже залежить від погодних умов, що може дуже вплинути на кількість та якість врожаю.



ВІДКРИТТЯ РЕАБІЛІТАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ ДЛЯ ДІТЕЙ «ОСОБЛИВІ»

Бондаренко Г.В., Жовнір Ж.О., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Сокіл Я.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту. Даний бізнес-проект передбачає відкриття комерційного багатопрофільного реабілітаційного центру з надання медичних та оздоровчих послуг на 15 номерів (палат) в орендованому приміщенні площею 400м², яке відповідає всім санітарним та пожежним нормам. Центр буде спеціалізуватися на реабілітації при травмах опорно-рухового апарату, неврологічних захворюваннях, проблем з хребтом, спини, психологічних проблемах. Загальна чисельність співробітників складе 15 осіб. Центр буде розміщуватися у курортно-рекреаційній зоні м. Бердянська та середньому щомісяця курс реабілітації будуть проходити близько 60 осіб.

Цінність пропозиції. Аналіз стану та основних показників здоров'я, структури та поширення захворюваності дітей першого року та раннього віку й перспектив їхньої реабілітації та відновлення свідчить про актуальність запропонованого проекту. Затримка мовного розвитку, аутизм, перинатальні ураження ЦНС, дитячий церебральний параліч та інші вади розвитку не є кінцевим вердиктом для дітей у їх майбутньому. Основна мета центру — збереження здоров'я особливих дітей, скорочення строків відновлювального лікування, що досягається шляхом впровадження в практику сучасних методів експрес-діагностики та комплексних оздоровчих програм, професіоналізмом персоналу, використанням якісного передового обладнання з країн Європи. У центрі надаватиметься психологічна підтримка родинам в яких виховуються діти з особливими потребами раннього та підліткового віку. Проектом передбачено надання безоплатних послуг малозабезпеченим сім'ям за рахунок коштів від інвесторів та фінансової допомоги міста.

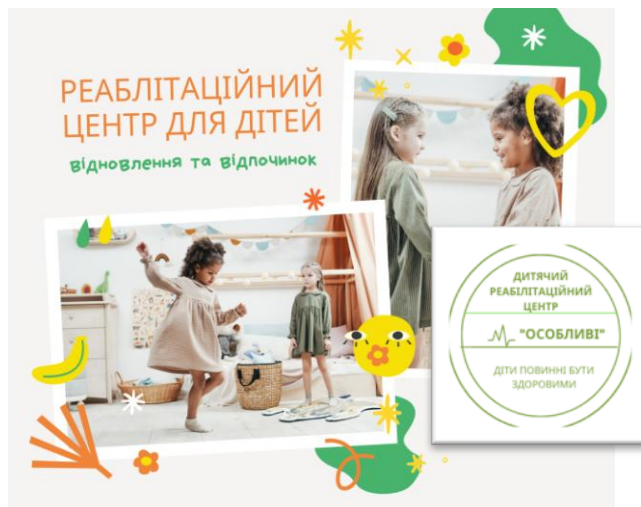
Сегменти ринку. Реабілітаційний центр орієнтований на надання кваліфікованої допомоги дітям з різними вадами психічного та фізичного розвитку у здійсненні корекції психофізичного розвитку за індивідуальною програмою реабілітації та залучення до участі в цій програмі батьків та (або) законного представника, підготовка батьків вихованців центру до продовження реабілітаційного процесу поза межами центру, надання психологічних консультацій батькам.

Канали збуту продукції. Власний веб-сайт з описом медичних послуг, які пропонуються організацією.

1. Персональна активна сторінка реабілітаційного центру та реклама в соціальних мережах.

2. Презентація авторської програми з реабілітації та оздоровлення експертам галузі.

3. Участь у виставках та профільних заходах.



4. Агентські програми з лікарями та аптеками.

5. Публікація матеріалів в друкованих засобах масової інформації та на інформаційних тематичних порталах.

Взаємовідносини з клієнтами. Оскільки, основною тенденцією у сфері медичних та оздоровчих послуг є підвищення вимог пацієнтів до якості та стандартів надання медичної допомоги, взаємовідносини з клієнтами повинні вибудовуватися на наступних позиціях:

- персональний підхід лікаря та співпраця з пацієнтом на етапі встановлення діагнозу та лікування або реабілітації;

- застосування цифрових технологій для упорядкувати комунікації зі співробітниками та контакту з пацієнтами шляхом впровадження кросплатформеного рішення для управління мобільністю закладу, такого як BES12 від BlackBerry; e-TV Manager для надання в режимі онлайн інформації для реєстрації результатів клінічних та лабораторних обстежень, дотримання схеми лікування та виявлення контактів хворого, розширення охоплення за допомогою VOIP;

- створення власного сайту, оснащеного CRM-системою з інтеграцією функцій бронювання;

- e-mail маркетинг для листування з фактичними та потенційними клієнтами;

- розміщення контекстної та таргетованої реклами, зокрема ремаркетингу в Google та Facebook;

- партнерський маркетинг: співпраця за агентськими договорами з лікарями та аптеками;

- акції та знижки інвесторам та малозабезпеченим родинам.

- індивідуальні бесіди з диспансерними групами хворих;

- організація школи здоров'я;

Потоки доходів. Вартість одного 7 денного курсу складе 5 тис. грн. З огляду на кількість номерів розмір передбачуваного доходу, отриманого як плату за реабілітаційні послуги та проживання за даним бізнес-проектом встановлюється на рівні 6984 тис. грн, термін окупності складає 18 місяців, а точка беззбитковості припадає на 4 місяць реалізації проекту. Стартові витрати на закупівлю необхідного обладнання дорівнюють 400 тис. грн.

Ключові ресурси

Фізичні. Оренда приміщення площею 400 м² з капітальним ремонтом, яке відповідає усім нормам для отримання дозволу на відкриття реабілітаційного центру для дітей. Закупівля наступного обладнання для забезпечення номерів та адміністрації необхідним: холодильник для зберігання препаратів, меблі для реєстрації, меблі для кімнати відпочинку персоналу, телевізор, комп'ютери, принтер, меблі для кімнат, облаштування санвузлів с душовою кабіною.

Трудові. Структура реабілітаційного центру буде наступна: директор, адміністратор (2 людини), головний лікар, лікар (4 людини), медсестри (3 людини), санітарки 2 людини), прибиральниці (2 людини). Разом загальна чисельність складе 15 осіб. Директор – власник центру, який відповідає за розвиток, роботу з бухгалтерією і рекламним агентством. Головний лікар складає авторську програму для реабілітаційного центру, яка буде використовуватися як основа для подальшого розвитку центру. Лікарі безпосередньо ведуть клієнтів, які знаходяться в центрі. Медсестри і санітарки здійснюють постійний нагляд за пацієнтами, збирають аналізи, працюють з пацієнтами. Бухгалтерія і рекламне агентство використовується на умовах аутсорсингу.

Фінансові. Підприємство планує здійснити цей проект за рахунок власних коштів.

Підприємницький потенціал. Отримання статусу юридичної особи відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» (КВЕД - 86.10 «Діяльність лікарняних закладів»).

Ключові дії:

1. Складання бізнес-плану проекту з організації комерційного багатопрофільного реабілітаційного центру для дітей із особливими потребами, оцінка

перспективності та рентабельності бізнес-ідеї, вірогідних ризиків (можливі зміни фінансової ситуації в країні внаслідок впливу внутрішніх або зовнішніх факторів, збільшення витрат та строків налагодження процесів продажу послуги).

2. Реєстрація юридичної особи (товариство з обмеженою відповідальністю), визначення системи оподаткування та визначення економічної діяльності (КВЕД - 86.10, 86.21, 86.22, 86.90), оформлення необхідних ліцензій, дозволів та інших документів.

3. Оренда та ремонт приміщення, обладнання та меблювання номерів, підбір персоналу.

4. Закупівля та встановлення необхідного обладнання.

5. Укладання договорів на обслуговування з організаціями на аутсорс: вивезення сміття, інкасація, послуги пральні та ін.

6. Використання маркетингових комунікацій для просування послуг.

Партнери:

- лікарі загальної практики - сімейні лікарі та вузькі спеціалісти;
- групи у соціальних мережах, об'єднані за тематикою здоров'я та реабілітації.
- маркетингові агенції, які відповідають за створення та просування сайту у пошукових системах та пабліках у соціальних мережах;
- постачальники необхідного спеціального обладнання, оргтехніки, меблів, іграшок та матеріалів;
- представники департаменту охорони здоров'я Запорізької ОДА.

Структура витрат:

Витрати за рік:

1. Оренда приміщення – 180 тис. грн
 2. Витрати на оплату праці – 3360 тис. грн
 3. Обслуговування центру – 336 тис. грн
 4. Витрати на рекламу – 96 тис. грн
 5. Амортизація обладнання – 960 тис. грн
 6. Податки (3 гр. єд/ податку) – 349,2 тис. грн
- Отже, собівартість всього – 5323,2 тис. грн

Показники ефективності проекту

Проектом передбачено отримання чистого прибутку з урахуванням сплати податків у розмірі 138.4 тис. грн за місяць, за рік – 1660,8 тис. грн Рентабельність прогнозується на рівні 32%.



ПРОЕКТ З ВИРОЩУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОРІХІВ

Домашов С.П., Жолоб Р.О., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Арестенко Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу



Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового сімейного бізнесу з виробництва та реалізації плодів горіхів.

Цінність пропозиції полягає у виробництві високоякісної, конкурентоспроможної продукції (плодів горіхів) трьох сортів: «Ідеал», «Великан», «Кочерженко». Горіхи - це поживний, висококалорійний продукт, який відрізняється великим вмістом жирів. У 100 г грецьких горіхів 654 кКал. Зрілі горіхи є продуктом харчування і високоактивним лікарським засобом. Масло грецького горіха захищає організм від дії канцерогенних речовин, підвищує опірність організму радіаційному опроміненню, виводить з організму радіонукліди, має протипухлинну дію. Корисність даного продукту для здоров'я населення обумовлює соціальну цінність проекту. При цьому вирощування грецьких горіхів - високоприбутковий бізнес, який не вимагає значного капіталу для розвитку. Саджанці швидко приживаються після посадки, переносять температурні коливання і стійкі до різних шкідників. Процес догляду за деревами нескладний, а збір врожаю (і наявність прибутку) гарантований далеко не один десяток років. Тому організувавши вирощування грецьких горіхів як бізнес, можна забезпечити не тільки заробіток для себе, але і залишити хороший спадок для своїх дітей і навіть онуків.

Важливою перевагою даного бізнесу є постійний стабільний попит, який обумовлений:

- цінністю горіха як продукту харчування;
- можливістю транспортування на великі відстані;
- добрим зберіганням продукції.

Економічна цінність проекту – виробництво високоякісної корисної продукції за доступною ціною.

Екологічна цінність проекту – захист навколишнього середовища - листя горіха володіють фітонцидною активністю.

Сегменти ринку: населення району та області, оптовики, роздрібні покупці, мережа ритейлу, переробні підприємства

Канали збуту: зібраний урожай буде реалізовуватися через власну точку продажу на місцевому ринку, а також через роздрібних та оптових торговців. Передбачається також укладання договору з переробними підприємствами, в тому числі з кондитерською фабрикою «Фантазія», м. Мелітополь.

Взаємовідносини з клієнтами: інформацію про продукцію необхідно донести до потенційного клієнта, тому треба запланувати витрати на її просування. Перш над усе, це витрати на створення та просування власного сайту в Інтернеті, налаштування контекстної та таргетованої реклами, участь у ярмарках та виставках (розміщення в каталозі виставки, розміщення на сайті, роздача контактів), використання прямого маркетингу (телефонні дзвінки та поштова розсилка) для переробних підприємств. Загальні витрати становитимуть 3000 грн.

Потоки доходів. Плануємо, що перший врожай горіхів отримаємо через 5 років, тобто у 2026 році, якщо закладка саджанців відбудеться восени 2021 року. На п'ятий рік вегетації отримаємо урожайність в середньому 3ц/га, а на восьмий – 10ц/га, а на п'ятнадцятий рік дерева вступають у фазу повного плодоношення і урожайність складе 40-46 ц/га. Ціна реалізації очищеного грецького горіху у середньому складає 200 грн/кг. У перший рік плодоношення (п'ятирічні рослини) витрати не окупаються - збиток складе 12100 грн., а на восьмий рік вегетації прибуток складе 21300 грн., рівні рентабельності виробництва та продажу - відповідно 74,2 та 42,6%. На 15 рік вегетації та в подальшому прибуток без урахування рівня інфляції складе 164000 грн., рівні рентабельності виробництва та продажу – відповідно – 455 та 82%.

Ключові ресурси. Для реалізації проекту по вирощуванню та реалізації горіхів необхідна земельна ділянка (є власна присадибна ділянка площею 0,5 га), садивний матеріал з високоврожайних, крупноплідних, стійких до хвороб і шкідників сортів: «Ідеал», «Великан», «Кочерженко».

Крім саджанців потрібно закупити органічне добриво, калійні і фосфатні добрива та засоби захисту рослин. Також ключовими ресурсами бізнесу є трудові ресурси для догляду за насадженнями та збору врожаю (планується виконувати власними силами), а також ефективна система збуту.

Ключові дії:

1. Загальне проектування саду.

2. Передсадивна підготовка площі (оранка, культивация).

3. Придбання саджанців, добрив, засобів захисту рослин.

4. Садіння насаджень.

5. Догляд за насадженнями.

6. Маркетингові заходи.

7. Збір врожаю.

8. Реалізація продукції.

Партнери: постачальники саджанців горіху (80 штук), добрив, засобів захисту рослин, ЗМІ, посередники.

Структура витрат: для вирощування горіху використовується власна присадибна ділянка площею 0,5 га. Необхідно придбати саджанці у кількості 80 штук (за латеральною схемою посадки 12м*10м) за ціною 70 грн. за 1 штуку (однорічні саджанці). Загальні капітальні вкладення на створення 0,5 га насаджень горіху складуть 5600 грн.

Бюджет закладки:

Роботи з розбивки, викопування ям, поливу із внесенням біопрепаратів, посадка саджанців, мульчування, підв'язка до опори будуть виконуватися власними силами.

- Саджанці горіху (5600 грн.)
- Культивация, оранка ґрунту (70грн./сотка * 50 соток = 3500 грн.)
- Полив при посадці розчином з біопрепаратами 20-30л готового розчину на 1 дерево (вартість 1 л коштує 30-40 грн.); вартість на 0,5 га – 3000грн.

Загальна вартість закладки саду грецького горіха на 0,5 га складе 8600 грн.

Поточні витрати на догляд за садом

- Захист від шкідників та хвороб — 6 обробок за сезон. Якщо використовувати біопрепарати, вартість однієї обробки сягатиме близько 400 грн., тобто 2400 грн. за сезон
- Догляд за міжряддями – планується тримати під паром.
- Формування крони - в перші 3-4 роки після посадки потрібно правильно сформувати крону



дерева за допомогою обрізки та зелених (літніх) операцій – планується виконувати власними силами.

Капітальні витрати:

- Саджанці горіху (5600 грн.)

Змінні витрати:

- Культивация, оранка ґрунту (70грн./сотка * 50 соток = 3500 грн.)
- Полив при посадці розчином з біопрепаратами 20-30л готового розчину на 1 дерево (вартість 1 л коштує 30-40 грн.); вартість на 0,5 га – 3000грн.
- Захист від шкідників та хвороб, добрива (2400 грн. за сезон, плодоносити починає на 5-му році, всього 12000 грн.)
- Витрати на просування продукції (3000 грн.)

Разом 21500 грн.

Всього витрат: 27100грн.

Показники ефективності проекту.

На 5 рік вегетації дерева починають плодоносити, урожайність плодів складе 3 ц/га, тобто з 50 соток ми зможемо отримати 1,5 ц продукції. Враховуючи середню ціну реалізації горіхів 200 грн./кг за чищений горіх (вихід його складає 50%) грошова виручка складе 15000 грн. Повна собівартість продукції складає 27100 грн. таким чином, інвестиції за даний період не окупаються – збиток складає 12100 грн.

На окупність інвестицій при заданих параметрах можна розраховувати на 8 рік, коли урожайність досягне в середньому 10ц/га. З 0,5га ми отримаємо 500 кг плодів (або 250 кг ядер) та виручку 50000 грн. Повна собівартість складе 28700 грн., а прибуток – 21300 грн. Рівень рентабельності виробництва плодів – 74,2%, рівень рентабельності продажу при цьому складе 42,6%.

На 15 рік, коли досягається максимальна урожайність 4-4,6т, тобто з 50 соток ми зможемо отримати 2,0-2,3т, або 2000-2300кг продукції (1000-1150 ядер горіхів). Грошова виручка складе 200000 грн., повна собівартість продукції - 36000 грн., прибуток від реалізації складе 164000 грн., а рівень рентабельності виробництва плодів – 455%. Рівень рентабельності продажу при цьому складе 82%.



ПРОЕКТ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ГРУМІНГ САЛОН «PET SPA»

Кір'янчук А.П., Лагздулканс Д.А., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Легеца Д.Г., д.е.н., професор кафедри маркетингу

Зміст проекту. Кількість домашніх тварин стрімко збільшується, тим самим обумовлює ріст попиту на послуги грумерів. Участь у виставках, фотографування домашніх тварин збільшує попит на послуги краси для тварин. Мета проекту полягає у наданні послуг щодо стрижки домашніх собак та котів. Проект спрямований на надання послуг протягом 6 днів на тиждень. Більш того, такий проект буде мати соціальний ефект, так як один день на тиждень, грумери будуть зайняті стрижкою тварин з притулку.

Форма реалізації проекту – створення нового підприємства за рахунок міжнародних грантів.

Унікальність пропозиції. Грумери будуть стригти як собак так і котів. При цьому клієнти можуть одержати різний клас стрижки домашніх тварин: від звичайної стрижки до підготовки домашнього вихованця до виставки. З метою надання конкурентних послуг грумери пройдуть навчання та отримають міжнародну сертифікацію. При стрижці до кожної тварини буде індивідуальний підхід залежно від її породи, розміру та фактури.

Сегмент ринку: населення мелітопольської територіальної громади, що мають дома домашніх тварин. Було розраховано, що при чисельності населення 150 тис осіб, кожна третя сім'я має вдома домашню тварину. При середньому розмірі сім'ї 4 особи, було встановлено потенціал ринку: 12500 осіб. При охопленні 15% локального ринку, потенційний вільний сегмент дорівнюватиме 1875 тварин на рік. Салон буде охоплювати потенціал лише локального ринку і не передбачатиме надання послуг за межами територіальної громади.

Канали збуту: основним каналом збуту буде надання послуг в салоні. Також передбачається надавати консультації он-лайн щодо догляду за зачіскою. При підготовки тварини до виставки чи професійної фотозйомки передбачається надання послуг в неробочий час. Рекламна інформація буде розповсюджуватися через зооветеринарні клініки, місцеві зоомагазини, на міських виставках. З метою поширення інформації буде створена веб сторінка та сторінка у соціальних мережах, що надасть можливість швидко сформувати базу клієнтів. Відповідно до розробленого промо-плану інформація на веб сторінці та соціальних мережах буде поновлюватися тричі на тиждень. Планується надавати поради щодо догляду за тваринами, надавати фото модних зачісок, тощо. Для популяризації результатів роботи та реклами тварин, фото надаватиметься виключно тварин з притулку, що надасть шанс знайти майбутнього господаря для бездомних тварин.



заємо

відносини з клієнтами та партнерами. При створенні бізнесу одночасно будуть налагоджені відносини із партнерами: зоомагазинами, ветеринарами, ветеринарними кініками, дресувальниками, організаторами виставок. З метою покращення якості надання послуг грумери проходитиме стажування та навчання щорічно. Слід зауважити, що участь в міжнародних конкурсах грумерах у майбутньому забезпечить ріст послуг щодо професійної стрижки для виставок і збільшить загальні доходи. Планується, що витрати на рекламу складуть 1% від щорічного доходу, або 47,9 тис грн. передбачається таргетована реклама в соціальних мережах. Також, буде розроблений місячний календар з фото тварин для розміщення його у партнерів.

Потоки доходів. Основними потоками доходів буде стрижка собак порід малого та середнього розміру. При ціні на звичайну стрижку 150 грн, виручка від реалізації на рік становитиме 2,6 млн грн. При цьому, враховано, що при стрижки собаки тричі на рік, кількість собак клієнтів становить лише 480 тварин, або 4%. Виручка від модельної та звичайної стрижки котів планується відповідно 576 та 540 тис грн. З приводу того, що стрижка котів не користується попитом, то враховано, що кількість клієнтів становить 240 осіб (на звичайну стрижку) та 90 осіб (на модельну стрижку). Також, у перший рік заплановано підготовка тварин до виставок та професійної фотозйомки. Виручка від надання таких послуг становитиме лише 72 тис гривень. В той же час, при отриманні професійних сертифікатів підготовки, у майбутніх роках дохід від таких послуг планується збільшити у п'ять разів. Як було зазначено, проект буде мати волонтерські функції. Незважаючи на те, що один день на тиждень грумери будуть роботи зачіски для тварин з притулку, їх заробітна плата буде виплачена у такі дні у повному розмірі. При заробітній платі 720 гривень на день, розраховано, що проект буде оплачувати на рік 34560 грн заробітної плати кожному

грумеру як волонтерську роботу. Заплановано, що загальний рівень виручки від надання послуг становить 4788 тис грн.

Ключові дії.

1. Надання послуг, грн
стрижка звичайна для собак 2592000
стрижка модельна для собак 432000
стрижка звичайна для котів 576000
стрижка модельна для котів 540000
підрізка ногтів, чистка зубів 576000
підготовка до виставки 72000
2. Ведення сайту та сторінок у соціальних мережах;
3. Волонтерська робота в притулках;
4. Консультація по уходу за зачісками;
5. Купання.

Партнери: зоомагазини, ветеринарні клініки, дресувальники, клуби домашніх тварин, розплідники, притулки для тварин, постачальники засобів догляду за тваринами та корму для тварин.

Ключові ресурси. Приміщення для проведення процедур повинно мати вентиляцію, оснащені електроприладами та мати воду і стоки. Також в салоні потрібні обов'язково бути спеціальний інвентар та засоби дезінфекції. Для стрижки собак середніх порід, розтушування необхідної меблі достатньо приміщення 20 квадратних метрів. Все обладнання, що буде використовуватися при наданні послуг буде закуплено від сертифікованого австрійського виробника Kenvil.

Витрати на покупку обладнання:

Обладнання	Кількість, од.	Вартість, грн/од.	Вартість всього, грн
Тумба косметична	1	450	450
Стіл для грумера	1	3800	3800
Машинка електрична	1	2250	2250
Триммер	1	2100	2100
Набір ножиць	2	1440	2880
Разом			11480

Загальна вартість витрат на покупку обладнання та матеріалів становить 11, 5 тис грн. В тому числі, для купання тварин на рік планується витрати 8,2 тис грн на шампуні, 4,7 тис грн – на інші види догляду за волоссям тварин.

Структура витрат: загальні інвестиції в проект на перший рік існування дорівнюватиме 831,9 тис грн. при цьому інвестиції на створення проекту дорівнюватиме 55,4 тис грн, які включають до себе оплату патентів, оренду офісу на 1 рік, покупку обладнання та матеріалів. Змінні витрати (грн/од) залежать від кількості наданих послуг протягом року:

Вид послуг	Кількість, од	Ціна, грн/од	Виручка, тис грн
Стрижка звичайна для собак	1440	150	2592000
Стрижка модельна для собак	144	250	432000
Стрижка звичайна для котів	480	100,00	576000
Стрижка модельна для котів	180	250,00	540000
Підрізка ногтів, чистка зубів	960	50,00	576000
Підготовка до виставки	12	500,00	72000
Разом	3216	1300,00	4 788 000

Заплановано, що на навчання та отримання ліцензій та сертифікатів буде витрачено 25 тис грн. Для стимулювання якості роботи грумерів заплановано заробітна плата у розмірі 18 тис грн в місяць (для грумерів собак) та 12 тис гривень (для грумерів котів).

Структура витрат:

	Статі витрат	тис грн
1	Заробітна плата із нарахуваннями	702720
2	Будівлі та споруди	8778
3	Обладнання	11480
4	Комунальні витрати	13092
5	Витрати на основне виробництво	12 888
6	Адміністративні витрати	11020
7	Патенти, сертифікати, ліцензії, дозволи	25000
8	Маркетингові витрати	47880
9	Погашення кредиту	11073,60
10	Страховка по кредиту	553,68

Основною статтею витрат є заробітна плата персоналу, що дорівнює 702, 7 тис грн на рік. Більш того, у перший рік реалізації проекту враховано, що 47,8 тис грн буде спрямовано на маркетингові комунікації з метою просування бізнесу в регіоні.

Показники ефективності проекту, грн

Інвестиції в перший рік створення	831 924,40
Витрат на запуск проекту, грн	55 368,00
Загальні витрати	776 556,40
Валовий дохід	4 788 000,00
Чистий прибуток	3 897 560,32
Окупність проекту	4,68
Рентабельність, %	437,71
Змінні витрати у розрахунку за один день роботи	1,57
Період безбиткового виробництва, днів	63

Чистий прибуток від реалізації послуг за перший рік дорівнюватиме 3,9 млн грн. При цьому, валовий дохід становитиме 4,8 млн грн. Розраховано, що навіть за умов високого рівня заробітної плати, рентабельність виробництва становить 437%. З приводу того, що кількість послуг та ціна за послуги різна, безбитковість проекту розрахована у днях. Так, прибуток підприємство буде одержувати майже через 2 місяці (63 робочих дня).



ВИРОБНИЦТВО ДОМАШНІХ НАПІВФАБРИКАТІВ

Козолій О.В., Яценко В.О., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Шквиря Н.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Кюрчева Л.М., к.с.-г.н., доцент кафедри харчових технологій та готельно-ресторанної справи

Зміст проекту – створення виробництва по випуску високоякісних напівфабрикатів, розраховане на потужність 1680 кг. готової продукції в асортименті на місяць. Згідно з концепцією проекту напівфабрикати будуть вироблятися трьох видів:

- м'ясні: котлети, тефтелі, биточки, фрикадельки;
- в тісті: пельмені, равіоли, вареники, млинці, чебуреки, манти, хінкалі;
- в оболонці з овочів: голубці, перець фарширований.

Цінність пропозиції: підприємство буде спеціалізуватися на якісних виробках з натуральної сировини, без штучних добавок, орієнтуючись на те, щоб зайняти нішу якісних напівфабрикатів на ринку харчової продукції; інноваційна паперова упаковка (планується розробити власний дизайн упаковки); продукція буде виготовлена без додавання сої, виключно з натуральних продуктів; середньоринкова ціна на продукцію високої якості; використання ручної праці; доставка до клієнта; індивідуальний підхід до споживача, знання його смаків і відповідність їм; локальність, «близькість» до споживача; якісне обслуговування.

Сегменти ринку: зайняті люди середнього та високого достатку, які дорожать своїм часом, і готові переплачувати за впевненість у найвищій якості продуктів на своєму столі; ресторани, кафе та готелі, які не можуть собі дозволити готувати своїм вимогливим відвідувачам страви низької якості.

Канали збуту: власна роздрібна точка з продажу напівфабрикатів; заклади громадського харчування (фаст-фуд, бістро, бари, кафе, їдальні); спеціалізовані торгові кіоски і павільйони з продажу напівфабрикатів, доставка продукції клієнтам додому, продаж через Інтернет.

Взаємовідносини з клієнтами:

- реклама у соціальних мережах – таргетована реклама, продаж через групу, реклама на особистій сторінці, реклама в месенджері;
- реклама в інтернеті на кулінарних сайтах;



• друкована реклама з описом інгредієнтів і переваг;

- реклама на місці продажу у формі проведення дегустацій напівфабрикатів;
- стимулювання збуту через надання бонусних та кількісних знижок постійним клієнтам, маркетингові акції та пропозиції;
- участь у національних ярмарках;
- вивіски, вулична реклама коло місць продажу;
- програми лояльності, проведення акцій і конкурсів;
- відгуки клієнтів фаховий персонал із добрими комунікаційними здібностями.

Потоки доходів Доходи новоствореного підприємства формуються від реалізації напівфабрикатів (пельмені, вареники, млинці, голубці, сирники, деруни, котлети, ковбаси домашні). Обсяг продажу напівфабрикатів заплановано у кількості 1680 кг/місяць та 20160кг/рік, найбільшу питому вагу складає реалізація пельменів, вареників та котлет, так як на дані види продукції існує високий потенційний попит. При встановленні цін враховували витрати, конкуренцію та попит. Визначено, що найбільш ефективною при виведенні напівфабрикатів на ринок буде стратегія проникнення, яка передбачає встановлення середньоринкових цін. Торгова націнка складає в середньому 42%. Плануєма виручка від реалізації напівфабрикатів складатиме 197,7тис.грн./місяць.

Ключові ресурси.

1. Матеріальні ресурси – підприємство планує закупівлю сировини для напівфабрикатів в особистих підсобних господарствах та на підприємствах харчової і переробної промисловості (м'ясо, борошно, картопля, гриб, сир тощо). Планується укладання довгострокових контрактів з надійним постачальниками сировини.
2. Трудові ресурси – планується залучити 4 працівників: 1 маркетолог для реалізації продукції та 3 робітника для приготування напівфабрикатів. За даними технологічної та інших частин проекту робітники підприємства

працюватимуть 320 днів у році в режимі в 1 зміну по 8 годин.

3. Фінансові – для реалізації запропонованого проекту необхідно 42 тис.грн., для купівлі обладнання для виробництва - борошнопросіювач, тістомісильник, стіл, качалка, посуд, м'ясорубка, дошки і ножі для оброблення м'яса, лотки з мірними поділками, холодильник з морозильною камерою, електронні кухонні ваги, пароконвертори і варильні котли. Для упаковки: картонатор, горизонтальний пакувальник, устаткування для автоматичного проставлення поточної дати виготовлення. Джерелами їх покриття будуть власні кошти підприємця.

4. Інформаційні – інтернет ресурси для отримання інформації та просування готової продукції.

Ключові дії.

1. Аналіз споживчого попиту та конкурентного середовища.
2. Реєстрація підприємства та отримання дозвільних документів для виробництва.
3. Пошук постачальників сировини для виробництва напівфабрикатів.
4. Оренда необхідного виробничого приміщення.
5. Найм персоналу.
6. Закупка необхідного кухонного обладнання та посуду.
7. Отримання потрібних для виробництва дозволів.
8. Пошук ринків збуту продукції.
9. Планування рекламної кампанії для просування нової торгової марки.
10. Розробка сайту підприємства
11. Відпрацювання рецептури напівфабрикатів.
12. Виробництво та реалізація готової продукції.

Партнери: підприємства-постачальники сировини для виробництва напівфабрикатів, постачальники упаковки для готової продукції, кухонного обладнання та посуду, посередницькі підприємства, рекламні агентства для надання послуг з розробки та реалізації комунікаційних заходів, органи місцевої влади та регулюючі органи, орендодавець приміщення.

Структура витрат.

Для реалізації даного проекту необхідні інвестиції на купівлю кухонного обладнання та посуду у розмірі 42 тис.грн.

Повна собівартість виробництва напівфабрикатів

складе 163,4 тис.грн./місяць та 1961 тис.грн./рік.

Середня собівартість 1 кг напівфабрикатів планується на рівні 97,3 грн. Найбільшу питому вагу у собівартості напівфабрикатів займають витрати на сировину 1192,3 тис.грн. або 60,8%. Заробітна плата робітників, які займаються виробництвом складатиме 10,5 тис.грн./місяць. Планується паперова упаковка готової продукції з фірмовим логотипом, витрати на яку становитимуть 64,7 тис.грн./рік.

Повна собівартість виробництва напівфабрикатів

Показник	Значення	%
Змінні витрати, тис.грн.	1355,0	69,1
сировина	1192,3	60,8
комунальні послуги	74,5	3,8
упаковка	64,7	3,3
транспортні витрати	23,5	1,2
Постійні витрати, тис.грн.	605,9	30,9
дозволи на виробництво	5	0,3
в т.ч. зарплата з урахуванням податків	524,5	26,7
амортизація	7,8	0,4
оренда	25,5	1,3
витрати на маркетинг	43,1	2,2
Повна собівартість продукції, тис.грн.	1961,0	100
Змінні витрати на 1 кг, грн	67,2	-
Всього собівартість 1 кг. продукції, грн	97,3	-

Показники ефективності проекту:

Повна собівартість продукції, тис.грн.	1961,0
Виручка від реалізації, тис.грн.	2372,8
Чистий прибуток, тис.грн.	411,8
Прибуток від реалізації 1 кг, грн.	20,4
Рентабельність виробництва, %	21,0
Рентабельність продажу, %	17,4
Строк окупності інвестицій, міс.	9,0
Чиста дисконтна вартість проекту, тис.грн.	987,3
Індекс прибутковості	1,9
Внутрішня норм дохідності, %	142

Розрахунками, доведено, що виробництво напівфабрикатів є ефективним, так чистий прибуток становив 411,8 тис.грн./рік, рентабельність виробництва та продажу 21,0% та 17,4% відповідно. У наступні роки для підвищення рентабельності та прибутку планується розширення асортименту продукції та збільшення обсягів виробництва продукції.



ПОДАРУНКОВИЙ БОКС «МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ СУВЕНІР»

Майборода Т.В., Майборода Д.В., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Бінчева П.Г., асистент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового сімейного бізнесу з виготовлення подарункових боксів в яких основним елементом є черешня- візитна картка міста Мелітополь. Мелітопольська черешня - товар елітного класу, плоди якої збирають вручну. Ягоди характеризується багатим ароматом і смаком, збалансованим вмістом цукру та кислоти, а також відмінними товарними властивостями Мелітопольська черешня отримала офіційне звання географічного бренду. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України погодилось із висновком Інституту інтелектуальної власності і зареєструвало географічне зазначення Мелітопольська черешня.. Поява бренду з географічним зазначенням «Мелітопольський сувенір» не лише посилює імідж Мелітополя як черешневої столиці України, але й спонукатиме місцевих фермерів активно співпрацювати з Асоціацією виробників мелітопольської черешні. А збільшення виробництва якісних ягід та їх експорт, своєю чергою, посилять економічну сталість регіону і сприятимуть зростанню якості життя його мешканців.

Цінність пропозиції полягає у виробництві високоякісної, цікавої сувенірної продукції у вигляді джему, конфітур, цукатів, варення з різних сортів черешні в дерев'яних боксах з фірмовим логотипом та назвою. Основною цінністю даного бізнес- проекту є налагодження повністю натурального, сімейного, аутентичного виробництва натуральних солодоців. Також, основою цінності пропозиції є популяризація міста Мелітополь та Мелітопольського району, адже регіон швидко та впевнено розвивається в туристичній сфері та все більш впевнено підтверджує статус курортного регіону. Натуральність продукції та її екологічність збільшують сегмент ринку за рахунок сучасного погляду багатьох людей на здорове харчування, підтримання свого здоров'я, залучення дітей до підтримки правильного та усвідомленого харчування.

Сегменти ринку: населення району та області, туристи, сувенірні лавки, HoReCa, супермаркети, продаж в інтернеті.

Канали збуту: готові цукати, варення, джем, конфітур в маленьких сувенірних баночках та крафтових пакетах будуть фасуватися в попередньо виготовлені на замовлення дерев'яні бокси з логотипом та назвою. Бокси будуть наповнюватись додатковим



інформаційним матеріалом щодо користі ягід черешні та історичної цінності цієї культури для міста Мелітополь. Доставка готових боксів до точки реалізації буде проводитись безпосередньо виробником, продаж через інтернет-доставка буде відбуватись за допомогою послуг пошти (Нова пошта, Укрпошта, Інтайм та інші).

- HoReCa, супермаркети (40%)
- сувенірні лавки (15 %)
- продаж через інтернет (45 %)

Взаємовідносини з клієнтами: попередньо було проведено сегментування ринку щодо виявлення потенційних споживачів продукції для правильного розподілу бюджету витрат на маркетинг та рекламу. Постійними витратами є реклама в інтернеті, а саме контекстна рекламу в мережі Інтернет, Direct mail розсилка для магазинів та торгових точок, реклама в Instagram та Фейсбук публіках та групах, розіграші призів та платна реклама, робота з блогерами, створення онлайн- магазину в месенджерах Telegram, Viber, Watsapp . Загальні витрати в першому році становитимуть 26350 грн. Рекламу кампанію плануємо розпочати безпосередньо після створення перших боксів та розробки інформативного сайту, а також наповнення сторінок в соціальних мережах.

Потоки доходів: основним потоком доходів є виручка від реалізації боксів через інтернет- продаж, а також реалізація в магазинах, супермаркетах. Плануємо, що перші доходи ми отримаємо одразу після створення перших боксів та співпраці із блогерами з метою популяризації даної продукції. За попередніми розрахунками продаж боксів після проведення всіх маркетингових кампаній буде відбуватись у кількості 2 штуки на день. Надалі, для отримання бажаного прибутку планується робити продаж 10 боксів на день. Загальний бажаний прибуток в місяць 105 000 гривень.

Ключові ресурси. Для реалізації проекту по виготовленню подарункових боксів необхідні девайси для роботи в інтернеті (ноутбук, телефон), транспорт для здійснення логістики (поставки продукції в точки продажу, на пошту, персонально покупцям).

Також ключовими ресурсами бізнесу є працівники для розробки та наповнення сайтів та соціальних мереж, робота з месенджерів, оформлення покупок .

Ключові дії:

1. Детальне проектування.
2. Реєстрація підприємства.
3. Пошук виробників джему, конфітюру, цукатів, варення з різних сортів черешні .
4. Пошук виробника дерев'яних боксів .
5. Розробка сайту, наповнення контентом соціальні мережі, створення магазину в месенджерах Telegram, Viber, Watsapp.
6. Проведення рекламних кампаній, розіграшів.
7. Доставка боксів безпосередньо до точок подальшого продажу.
8. Реалізація продукції.

Партнери: постачальники джему, конфітюру, цукатів, варення з різних сортів черешні , дерев'яних боксів , поштові компанії, посередники.

Структура витрат:

Загальні капітальні вкладення на створення 10 боксів для початку перших продажів складуть 26350 грн

Капітальні витрати:

- Закупка девайсів для роботи в інтернеті (ноутбук, телефон) (22000 грн.)

Разом: 22000

Змінні витрати:

- Закупка дерев'яних боксів (75 грн/шт)
- Закупка джему, конфітюру, цукатів, варення з різних сортів черешні (25-35 грн/шт)
- Заробітна платня працівникам з розробки та наповнення сайтів та соціальних мереж, робота з месенджерів, оформлення покупок (3000)
- Витрати на збут (1000 грн.)

Разом: 4530

Всього витрат: 26350 грн.



Показники ефективності проекту:

Реалізаційна ціна 1 бокс, грн.	500
Грошова виручка з 10 боксів в день, грн.	5000
Повна собівартість продукції, грн..	12030
Чистий прибуток, грн в місяць.	105000
Рівень рентабельності виробництва, %	43,3
Рівень рентабельності продажу, %	33,8
Строк окупності інвестицій, років.	1,1

На перспективу в 2023 році продаж боксів зросте з 10 штук на день до 15 штук за рахунок популяризації Мелітополя та його пам'яток, розвитку курортного бізнесу, що сприяє збільшенню продажів сувенірної продукції.

На меті є збільшення та охоплення нових ринків за рахунок сезонного курортного бізнесу в селищах Кирилівка, Приморський посад, Степанівка, Строганівка, півострову Бірючий, а також завдяки популяризації культурних та історичних пам'яток на території Мелітополя та Мелітопольського району. А також, за рахунок траси міжнародного значення яка проходить через наше місто.

Популяризація правильного харчування та використання натуральних продуктів в їжі збільшить кількість потенційних покупців та приверженців нашої продукції .

Залучення інтернет- реклами, блогерів до розкрутки сайту та популяризації боксів дає тенденцію до позитивних зрушень стосовно продажів та збільшення аудиторії покупців, а також дає поштовх до збільшення асортиментної лінійки.

Створення прибуткового сімейного бізнесу з виготовлення подарункових боксів в яких основним елементом є черешня- візитна картка міста Мелітополь є дуже перспективним та цікавим видом бізнес діяльності. На сьогоднішній день ця бізнес- ідея є унікальною та аутентичною, адже не має аналогів . Тому, на нашу думку, викладена бізнес- стратегія є цікавою та прибутковою.



ВІДКРИТТЯ ДИТЯЧОГО СПОРТИВНОГО ЦЕНТРУ «ОЛІМП»

Мартинюк М.С., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Сокіл Я.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту. Мета представленого проекту - відкриття дитячого спортивного центру, послуги якого доступні переважній частині населення м. Мелітополя. Актуальність проекту засвідчує недостатність багатопрофільних дитячих закладів спортивного спрямування у визначеному регіоні. Діяльність спортивного центру спрямована на популяризацію фізичної культури та спорту серед дітей, пропаганду здорового способу життя. Передбачаються наступні види діяльності: навчально-тренувальні заняття; участь у спортивно-масових заходах; фізкультурно-оздоровча діяльність. Основне джерело доходів — оплата за заняття.

Цінність пропозиції проекту полягає в його багатопрофільності, оскільки охоплюватиме наступні напрямки: групові та індивідуальні заняття з футболу, вільної боротьби, художньої та спортивної гімнастики, лікувальної фізкультури, акробатики, дитячого фітнесу, сучасних танців, стретчингу.

Варто виокремити основні переваги впровадження проекту:

- відсутність прямих конкурентів, оскільки подібного закладу у м. Мелітополі не існує;
- територіальна зручність (розташування клубу в межах мікрорайону, щоб діти шкільного віку могли дістатися самостійно без супроводу батьків, поблизу зупинки громадського транспорту та наявність паркувального майданчику);
- доступність, зокрема фізична – секції в спортивному центрі призначені для різних вікових груп дітей та молоді, зокрема для осіб з особливими потребами є групи фізичної реабілітації;
- проектом передбачено закупівлю безпечного інвентарю для проведення навчально-тренувальних занять як у приміщенні, так і на свіжому повітрі (є огорожений спортивний майданчик);
- лояльна система оплати для клієнтів, наявність абонементів, знижок;
- кваліфіковані тренери-педагоги центру з вищою педагогічною освітою та досвідом роботи з постійним підвищенням кваліфікації;
- приділення персональної уваги кожній дитині, оскільки в групі не більше 10 учасників;
- проведення змагань у межах клубу, майстер-класів з відомими тренерами та спортсменами.

Сегменти ринку. Цільовою аудиторією дитячого клубу спортивного спрямування є різні групи людей, метою яких є формування та розвиток рухових вмінь та навичок для всебічного гармонійного розвитку дитини,



мотивації дітей до занять фізичною культурою та спортом. Цільова аудиторія представлена батьками дітей дошкільного віку, які визначають види спорту, якими будуть займатися діти та школярами, які самостійно вибирають напрям фізичної активності. Наявність програм для різних вікових груп і середній ціновий сегмент дає змогу охоплювати більшу аудиторію.

Канали збуту продукції

- власний веб-сайт, у структурі якого передбачено сторінки з секціями, інформацією про тренерів, розкладом, анонсом спортивних заходів та змагань, екскурсію по центру, можливість зв'язатися з менеджером;
- активна сторінка в соціальних мережах з актуальною інформацією;
- зовнішня реклама: банер, щит, світловий короб, штендер, об'ємні літери - найбільш поширені рекламні конструкції для креативного зовнішнього вигляду, що виділятиме центр на тлі інших;
- друкована реклама – листівки, візитки, буклети, календарі, прапорці.
- таргетована, контекстна реклама, яка демонструється зацікавленим споживачам, визначеним на основі критеріїв сегментування: географічні, демографічні та поведінкові;
- нетворкінг з батьками вихованців та зацікавленими сторонами;
- державні дошкільні та шкільні навчальні заклади й заклади, засновані на приватній власності.

Взаємовідносини з клієнтами

- створення інтернет-ресурсів дитячого спортивного центру (сайт, групи в соціальних мережах), і їх подальше просування в пошукових системах, розміщення публікацій з корисною інформацією про роботу клубу, спілкування з підписниками як у коментарях, так і приватних повідомленнях.
- розміщення оголошення про заняття в дитячому спортивному клубі в державних та приватних дошкільних та шкільних закладах та інших місцях збору цільової аудиторії.

- проведення змагань та інших заходів спільно з дитячими розважальними центрами та центрами позашкільної освіти, місцевими кафе, спонсорами;
- PR у місцевих ЗМІ (статті про спортивний центр, тренерів-педагогів).
- Доступ батьків до онлайн відслідковування досягнень дітей та відеоспостереження занять.

Потоки доходів. Основне джерело доходу, передбачене бізнес-проектом з відкриття спортивного центру для дітей є плата за відвідування групових та індивідуальних тренувальних занять. Доходи від навчально-тренувальних занять у групах середньої та старшої вікової категорії складають 715 тис. грн на рік, групах молодшої вікової категорії – 220 тис. грн. на рік. Доходи від індивідуальних занять з розвитку дітей - 15 тис. грн. на рік. Отже, виручка від реалізації проекту складатиме 950 тис. грн. на рік.

Ключові ресурси. Фізичні. Приміщення загальною площею в 500 квадратних метрів повністю утеплене та укомплектоване новими меблями, реманентом і знаряддями; кожний кабінет обладнано відповідно до напрямку та профілю гуртка, який у ньому буде працювати. Спортивні секції також матимуть спеціалізовані приміщення, а для волейболу, баскетболу та футболу обладнуються комфортні зали для занять у зимовий період. У весняно-літній період заняття з волейболу та футболу відбуватимуться на вуличному огороженому майданчику і спеціальним покриттям. Приміщення буде мати санвузли окремо для дорослих і окремо для дітей, переодягальні, кімнату для прийому їжі. До фізичних ресурсів відноситься інвентар для фізкультурно-спортивних приміщень.

Трудові. Тренери-педагоги з вищою освітою за спеціальністю «Фізична культура і спорт», «Фізична реабілітація» зі стажем роботи не мене трьох років, адміністратор дитячого спортивного центру з наявністю медичних книжок та своєчасним проходженням медогляду, SMM-менеджер, який відповідатиме за наповнення сайту та ведення сторінок у соціальних мережах.

Фінансові. Підприємство планує здійснити цей проект за рахунок власних коштів.

Підприємницький потенціал. Отримання статусу фізичної особи-підприємця відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».



Ключові дії

- реєстрація організаційно-правової форми господарської діяльності підприємства та визначення системи оподаткування майбутнього дитячого центру, постановка на облік в необхідні соціальні служби та податкові органи;
- вибір розташування та оренда приміщення для спортивного центру, укладання необхідних цивільно-правових угод, оформлення дозволів для відкриття центру, реалізація інтер'єрно-дизайнерського проекту, меблювання та обладнання необхідним інвентарем кімнат та спортивних залів.
- підбір та оформлення на роботу висококваліфікованого персоналу (тренери-педагоги з фаховою освітою та досвідом роботи, які мають авторські методики фізичного виховання та спортивного тренування, адміністратор, SMM-менеджер, прибиральниця).
- проведення групових та індивідуальних занять для різних вікових категорій дітей;
- проведення змагань та майстер-класів у приміщення дитячого центру.

Партнери

1. Дошкільні державні та приватні навчальні заклади та заклади позашкільної освіти.
2. ЗМІ, рекламні агенції.
3. Управління фізичної культури та спорту ММР ЗО.
4. Заклади охорони здоров'я.
5. Заклади громадського харчування.

Структура витрат

Витрати за рік:

1. Оплата праці - 220 тис. грн.
 2. Оренда приміщення – 85 тис. грн
 3. Комунальні послуги– 12 тис. грн
 4. Розміщення реклами – 30 тис. грн
 5. Ремонт, амортизація (меблі) – 100 тис. грн
 6. Податки – 14,4 тис. грн.
- Собівартість всього – 673,4 тис. грн.

Показники ефективності проекту

1. Валовий дохід дорівнює 950 тис. грн
2. Чистий прибуток з урахуванням сплати податків становить 276,6 тис. грн
3. Рентабельність виробництва 41,1 %



"Олімп"
Дитячий
спортивний центр

- » Танці
- » Футбол, волейбол
- » Вільна боротьба
- » Фітнес

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ОДЯГУ ТА ВЗУТТЯ «СТИЛЬНО»

Мельник Т.К., Мельник Ю.С., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Коноваленко А.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає у створенні мультибрендового інтернет-магазину з роздрібною реалізацією населенню одягу та взуття вітчизняного виробництва на основі дропшипінгу.

Цінність пропозиції полягає у налагодженні взаємовигідних угод із продажу одягу та взуття українських брендів на основі дропшипінгу та реалізацію продукції населенню, виконуючи при цьому роль торговельного посередника. Реалізація проекту сприятиме просуванню продукції вітчизняного виробництва. В умовах карантинних обмежень значна частка споживачів перейшла до замовлення та придбання продукції онлайн. Інтернет-магазин сприятиме надаванню індивідуальних консультацій потенційним замовникам з підбору моделей та розмірів одягу. Здійснення діяльності передбачає самозайнятість власника інтернет-магазину та подальше створення додаткових робочих місць та залучення найманих працівників.

Категорії товарів, представлених до продажу:

- чоловічий повсякденний та спортивний одяг;
- жіночий повсякденний та спортивний одяг;
- жіночий верхній одяг;
- чоловіче взуття;
- жіноче взуття;
- аксесуари та фурнітура.

Сегменти ринку: продукція, представлена у продажу, розрахована на запити чоловіків та жінок середнього віку, які ведуть активний образ життя, прагнуть отримати якісний одяг для повсякденних потреб у середньому ціновому діапазоні. Потенційними клієнтами інтернет-магазину є особи, які проводять багато часу, використовуючи різні ресурси Інтернет, не мають побоювань щодо онлайн-замовлень, не побоюються ризикувати, для яких якість товару та зручність обслуговування важливіша за найменування бренду, які прагнуть підтримувати вітчизняного виробника одягу й взуття.

Канали збуту: проект передбачає створення сайту, завантаження обраних пропозицій українських брендів у каталог інтернет-магазину, здійснення рекламування продукції у соціальних мережах, прийом замовлень та реалізацію товарів на основі використання соціальних мереж Facebook та Instagram. З метою доставки товарів замовникам використовуються різні логістичні канали, серед яких Укрпошта, Нова Пошта та інші.

Реалізація проекту передбачає здійснення систематичного моніторингу та впровадження сучасних



технологій та інноваційних форматів з обслуговування споживачів, застосування сучасних каналів просування та засобів здійснення комунікації зі споживачами під час організації продажу продукції онлайн, удосконалення обслуговування клієнтів та забезпечення ефективної логістики.

Взаємовідносини з клієнтами: інтернет-магазин представляє каталог продукції українських виробників одягу та взуття, здійснює рекламування товарів та просуває їх у соціальних мережах з метою налагодження ефективної комунікації з клієнтами.

Розроблений інтернет-сайт надаватиме потенційним клієнтам:

- зручний та естетичний інтерфейс;
- можливість налаштовувати фільтри товарів за категоріями, цінами, датами додавання до каталогу, розмірами, кольоровою гамою тощо;
- створенні заходів зі стимулювання збуту та спеціальних пропозицій;
- інтерактивна підтримка відвідувачів сайту та клієнтів інтернет-магазину;
- надання інформативного контенту, якісного візуального ряду товарів;
- надання гарантій клієнтам;
- демонстрація сертифікатів якості продукції та нагород, отриманих виробником на спеціалізованих виставках та конкурсах;
- забезпечення оперативної доставки;
- демонстрація моделей виробів різних виробників та їх комбінування;
- інформування клієнтів щодо тенденцій у сфері моди та сучасних трендах фешн-індустрії тощо

Потоки доходів. Специфіка й перевага дропшипінгу полягає у тому, що власники інтернет-магазину «Стильно» не мають необхідності вкладати кошти у закупівлю продукції, її зберігання на складі, утримання товарних запасів тощо. Даний формат діяльності дозволяє уникнути ризиків, пов'язаних із залишками незатребуваної продукції на складах та незатребуваністю товарів, спричинених впливом

чинника сезонності. Формат роботи не потребує оренди чи придбання офісу та облаштування робочого місця у перші 2 роки роботи. При налагодженні функціонування інтернет-магазину передбачається подальший розвиток торговельної діяльності та розширення масштабів діяльності шляхом додаткове залучення операторів з надання консультацій клієнтам.

Ключові ресурси. Основою реалізації проекту є створення інтернет-сайту та завантаження на нього товарів з сайтів виробників.

Ключові дії:

1. Створення сайту;
2. Підбір асортименту на основі здійснення аналізу існуючих тенденцій;
3. Укладання угод із виробниками;
4. Створення акаунту Instagram та бізнес-сторінки у Facebook;
5. Створення каталогу, завантаження товарів у каталог, наповнення карток товарів;
6. Рекламу у соціальних мережах, контекстна реклама;
7. Надання консультацій потенційним покупцям товарів з підбору моделей та розмірів;
8. Лідогенерація та стимулювання конверсій.

Партнери: українські виробники одягу та взуття, логістичні служби. У форматі здійснення дропшипінгу партнери є найслабшим елементом, що обумовлено відсутністю можливості здійснювати контроль залишків товарів у постачальника, відправлення замовлень вчасно тощо. Тому у ході налагодження діяльності передбачається здійснення пробних продажів у якості тестування надійності каналу. Серед постачальників товарів для початку роботи можливо використовувати ресурси сайтів з продажу одягу та взуття, перерахованих у переліку:

- Modno-b2b.com.ua
- Ager.ua
- Fashion-girl.ua
- Sewel.ua
- Lurex.in.ua

Структура витрат. Перевагою проекту є мінімальні ризики та відсутність необхідності здійснення значних капіталовкладень для закупівлю



товарів, оренди приміщень. Загальні капітальні інвестиції на облаштування робочого місця оператора на

початковому етапі реалізації проекту складають 78 тис.грн.

Капітальні витрати:

- придбання необхідної меблі (12 тис. грн.);
- придбання необхідної комп'ютерної техніки (36 тис. грн.);
- створення торговельної площадки – сайту інтернет-магазину (30 тис. грн.);

Разом: 78 тис. грн.

Змінні витрати:

- оплата праці на місяць (15 тис. грн.);
- витрати на рекламу на місяць (3 тис. грн.).

Разом: 18 тис. грн.

Організація функціонування інтернет-магазину базується на основі забезпеченості самозайнятості власника, у перші 2 роки реалізації товарів передбачає розвиток діяльності та не передбачає залучення додаткової кількості працівників. На умовах аутсорсингу додатково у перший період діяльності передбачається залучення фахівця зі створення інтернет-сайту та налаштування сторінок у соціальних мережах.

Показники ефективності проекту:

Капітальні витрати, тис. грн.	78
Середня торговельна націнка, %	40
Річна виручка від реалізації, тис. грн.	520
Витрати на оплату праці, тис. грн.	180
Чистий прибуток, тис. грн.	18
Рівень рентабельності виробництва, %	4,33
Рівень рентабельності продажу, %	3,46
Термін окупності інвестицій, місяців	3,5

Подальший перспективний розвиток проекту передбачає розширення географії охоплення ринку та нарощування масштабів діяльності, що призведе до залучення нових бізнес-партнерів з числа виробників одягу й взуття, розширення асортиментної лінійки за рахунок введення товарів категорії дитячого одягу й взуття, підліткової групи товарів, іграшок, домашнього та інтер'єрного текстилю, елементів декору тощо.

Проект характеризується значним ступенем ефективності з середнім рівнем ризику. Кінцева мета проекту полягає у поступовому виведенні продукції легкої промисловості українських виробників на ринки країн Західної Європи, її продаж представникам



української діаспори в інших країнах з метою популяризації діяльності українських виробників.

МИСТЕЦЬКИЙ ПРОЕКТ ЦИФРОВА ГАЛЕРЕЯ «ФЕНІКС»

Ментус І.І., Піутлін Є.О., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Легеца Д.Г., д.е.н., професор кафедри маркетингу

Зміст проекту. Нова ера цифрових технологій змінює не тільки сферу економіки та технологій. Однак, все більше проектів з'являються в галузях мистецтва, культури і спорту. Штучний інтелект, подвійна реальність, робототехніка широко застосовується на виставках, шоу краси, музеях, тощо. За умов пандемії, цифрові технології відіграють все більшу роль у передачі інформації. На сьогодні вкрай актуальними стали он-лайн проекти надання туристичних послуг, онлайн спектаклів, відеоуроків, тощо. Одним із інноваційних проектів є створення цифрового музею Team Lab в Японії. Ідея полягає в тому, що при торканні поверхні людиною, стіни змінюють свій колір залежно від настрою та емоцій. Ідея проекту «Фенікс» - відображення картин та малюнків у цифровому вигляді на поверхні стін. Картини будуть змінюватися залежно від тембру музики. Малюнок картин буде формуватися відвідувачами на початку перегляду. Для передачі технологічного loftового настрою, музей буде розташований на території старого заводу. Мелітополь історично має потенціал для розміщення сучасного технологічного музею з приводу того, що до 1995 року тут знаходилося понад 30 заводів та комбінатів, будівлі яких зараз не використовуються.

Форма реалізації проекту – створення нового підприємства за рахунок міжнародних грантів.

Унікальність пропозиції. Проект має інноваційний характер, так як картини, малюнки та фотороботи будуть представлені у вигляді цифрових картин на поверхні стін, стелі та підлоги. Територія галереї буде використовуватиметься для проведення показів, конференцій, ланч зустрічей, аукціонів, відвідувань трансляцій історичних подій, фестивалів та конкурсів. Унікальність проекту полягає в тому, що цифрова гамма буде супроводжуватися музикальним оформленням.

Сегмент ринку: діти від 5 до 14 років, що проживають в місті Мелітополь. Для такого сегменту ринку передбачені трансляції історичних подій та туристичних маршрутів, що надасть можливість здобути теоретичні знання з Історії та Географії. Для дітей старшого віку, будуть сформовані галереї мистецтва українських художників різних віків. Для старшого покоління будуть розроблені арт покази природних явищ, метою яких буде ментальне оздоровлення. Галерея буде працювати для створення групових заходів таких як конференції, бізнес ланчів, форуми, переговори, тощо, які будуть супроводжуватися аудіо та візуальним супроводженням. Галерея буде використовуватися громадою з метою проведення літературних вечорів.



Канали комунікації. Основна інформація буде розташована на лендінговій сторінці проекту (ціни, розклад заходів, майбутні вистави, інформація про мистецькі проекти). Також на сайті буде розташоване фото майбутніх вистав та аудіозаписів. Представники галереї будуть активно співпрацювати з керівництвом навчальних закладів з метою формування актуальних відеопрезентацій для учнів. Для збільшення доходів та інформатизації населення, громадських активістів буде запрошено на бізнес ланчі та тематичні зустрічі у ранковий час (коли відвідування галереї буде мінімальним). На території галереї буде організовані конференції, форми, покази мод, та конкурси, що надасть можливість розповсюдити інформації за межами міста.

Взаємовідносини з клієнтами та партнерами. При створенні бізнесу одночасно будуть налагоджені відносини із партнерами: загальноосвітні навчальні заклади, літературні клуби, товариства художників та письменників, громадські організації, підприємства м. Мелітополя, тощо. Також будуть надаватися безкоштовний час для проведення заходів для місцевої громади. Планується, що витрати на рекламу складуть 1% від щорічного доходу, або 9,6 тис грн. передбачається таргетована реклама в соціальних мережах. Також, буде розроблені постери з фото роботами місцевих художників.

Ключові дії.

1. Проведення фото- та відео виставок.
2. Організація бізнес ланчів.
3. Проведення навчальних виставок з історичних подій у світі
4. Проведення відео виставок, що розширюють світогляд з географії та біології.
5. Підготовка та організація конференцій.
6. Підготовка площі для проведення показу мод та конкурсів краси.
7. Проведення заходів психологічного розвантаження.
8. Проведення аукціонів та он-лайн торгів робіт.
9. Організація літературних вечорів.

10. Організація міні вистави.

Партнери: загальноосвітні навчальні заклади, літературні клуби, товариства художників та письменників, громадські організації, підприємства м. Мелітополя, тощо. Для створення цифрового простору буде залучені фахівці із установки цифрового обладнання, антарексів, цифрових та аудіо проектів.

Потоки доходів. Основними потоками доходів буде проведення начальних вистав для учнів навчальних закладів. Середня ціна вхідного квитка дорівнюватиме 30 грн. при чисельності класу в 30 осіб, вартість одного заходу становитиме 900 грн. Планується, що такі заходи, за узгодженням розкладу з керівництвом навчальних закладів буде проходитиме 4 рази на тиждень.

Вид послуг	Кількість, од	Ціна, грн/од	Виручка, тис грн
Проведення фото- та відео виставок.	12	200	28 800
Організація бізнес ланчів.	8	600	57 600
Проведення навчальних виставок з історичних подій у світі	16	900	172 800
Проведення відео виставок, що розширюють світогляд з географії та біології.	16	900	172 800
Підготовка та організація конференцій.	1	2000	24 000
Підготовка площі для проведення показу мод та конкурсів краси.	1	5000	60 000
Проведення заходів психологічного розвантаження.	12	1000	144000
Проведення аукціонів та он-лайн торгів робіт.	1	4000	48000
Організація літературних вечорів.	6	1200	86400
Організація міні вистави.	1	6000	72000
Разом			866 400,00

Виручка від реалізації послуг:

Крім того, у вечірній час планується організувати для людей похилого віку години психологічного розвантаження. З цієї метою під музикальне супроводження звуків моря, дощу чи водоспаду, буде проводитися візуалізація відомих місць. Вхідний квиток буде мати вартість 100 грн, а кількість відвідувачів буде обмежена 10 особами. Загальна виручка від надання послуг у перший рік становитиме 866,4 тис грн.

Ключові ресурси. З приводу того, що основними клієнтами є діти шкільного віку, приміщення повинно бути розташовано у доступному для пересування місці з будь якого району Мелітополя. Так, як було згадано вище, бажано розташовувати цифрову галерею на території колишнього заводу. З метою повного оснащення студії сучасним цифровим обладнанням буде закуплено 4 проектори, аудіо передавача, програмне забезпечення, ліцензовані відео та аудіо програми. Загальна вартість покупки обладнання дорівнює 116 тис грн.

Структура витрат: загальні інвестиції в проект на перший рік існування дорівнюватиме 315,8 тис грн. при цьому інвестиції на створення проекту дорівнюватиме 141,4 тис грн, які включають до себе оренду приміщень заводу на 1 рік, покупку обладнання та матеріалів. Змінні витрати (грн/од) залежать від кількості наданих послуг протягом року. До змінних витрат належатиме закупівля програмних продуктів, настінних надписів, джгутів для оформлення, та інших розхідних матеріалів. На другий рік заплановано відкриття залу та оснащення його антарексом із реакцією на дотики. Це дасть можливість сформувати арт кімнату із «штучними» живими картинами, які будуть змінюватися при дотику людини. Для стимулювання роботи художника оформлювача заплановано заробітна плата у розмірі 8 тис грн та за результатами продажу власних робіт на індивідуальній виставки.

Структура витрат:

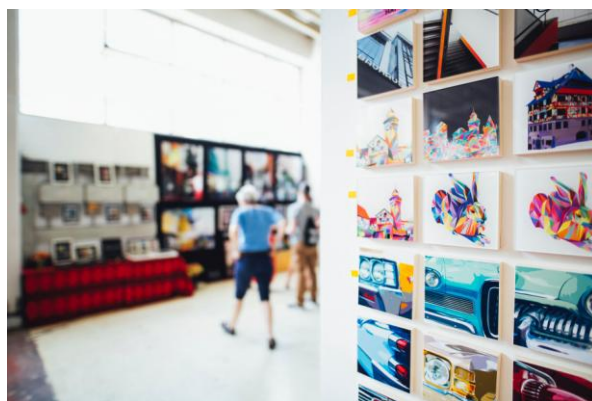
Заробітна плата із нарахуваннями	96000
Будівлі та споруди	18810
Обладнання	136880
Комунальні витрати	16680
Адміністративні витрати	10320
Патенти, сертифікати, ліцензії, дозволи	5000
Маркетингові витрати	8664
Погашення кредиту	28280
Страховка по кредиту	1414

Основною статтею витрат є покупка обладнання що дорівнює 136,8 тис грн на рік. Більш того, у перший рік реалізації проекту враховано, що 8,7 тис грн буде спрямовано на маркетингові комунікації з метою просування бізнесу в регіоні.

Показники ефективності проекту, грн

Інвестиції в перший рік створення	315874
Витрат на запуск проекту, грн	141400
Загальні витрати	174474
Валовий дохід	866400
Чистий прибуток	495432
Окупність проекту	1,57
Рентабельність, %	133,55
Змінні витрати у розрахунку за один день роботи	6,74
Період безбиткового виробництва, днів	143

Чистий прибуток від реалізації послуг за перший рік дорівнюватиме 495,4 тис грн. При цьому, валовий дохід становитиме 866,4 тис грн. Розраховано, що навіть за умов високого рівня заробітної плати, рентабельність виробництва становить 133,6%. Прибуток підприємство буде одержувати через 143 робочих дні.



ВИРОБНИЦТВО МЕБЛІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН

Павленко Л.В., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Демчук О.М., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового бізнесу з виготовлення меблів для домашніх улюбленців

Цінність пропозиції

Цінність проекту полягає в тому, що планується виготовлення меблів та аксесуарів для домашніх тварин за індивідуальним замовленням та із екологічно чистих матеріалів. Для виробництва будуть використовуватися деревина, тканина, та інші матеріали та наповнювачі.

Під час пандемії Covid 19, багато людей були вимушені залишатися дома, а також діти були позбавлені спілкування з однолітками, тому щоб зробити своє перебування вдома не таким самотнім, сірим та сумним, безліч людей завели собі домашніх тваринок.

А наші пухнасті улюбленці також потребують гарних іграшок, спальних місць та інших аксесуарів. Багато товарів представлених на ринку не відповідають вимогам споживачів, переважна кількість товару надходить із Китаю і іноді дуже сумнівної якості. Тому ми пропонуємо на ринку товар з гарною якістю, екологічними матеріалами виготовлення та доступною ціною.

Варто зазначити, що Україна займає 9 місце в рейтингу країн, населення яких утримують дома котів, кількість яких в нашій країні складає біля 7 млн.

Власники домашніх тварин ставляться до них, як до членів сімей, тому прагнуть купувати найкращі та найякісніші речі, а ми в свою чергу плануємо задовольнити найвимогливіших споживачів. Це буде досягнуто шляхом розроблення індивідуальних замовлень від бюджетних до високовартісних варіантів меблів, одягу та аксесуарів.

Проте є деякі особливості при організації бізнесу по індивідуальним замовленням, тому що неможливо наперед вгадати смаки замовника і закупити матеріали та сировину відповідного кольору, розміру, тощо.

Сегменти ринку: Споживачами продукції виступають особи з рівнем доходу від низького до високого, різного віку та статі, тобто особи що намагаються облаштувати життя свого пухнастика якісними, доступними, дизайнерськими аксесуарами, меблями, ліжечками, ковдрами.

Канали збуту:

Реалізація продукції буде здійснюватися в зоомагазинах, куточок у торгівельному центрі, на



виставках, планується створення власного сайту, а також через соціальні мережі.

Взаємовідносини з клієнтами: Для налагодження взаємовідносин з клієнтами та споживачами планується створення власного сайту на якому можна замовити із існуючого асортименту та за індивідуальним дизайном.

Для роботи зі споживачами і клієнтами на сайті буде розміщена детальна інформація про продукцію, будуть використовувати такі рекламні методи як контекстна та таргетована реклама в соціальних мережах. Планується співпраця зі спеціалізованими зоомагазинами, а також продавцями корму для тварин. Також важливим інструментом для залучення покупців є сарафанне радіо та позитивні відгуки задоволених клієнтів.

Потоки доходів. Плануємо запуск виробництва меблів та аксесуарів для домашніх тварин з потужністю 55 одиниць/місяць. А саме: підстільки та матраци, диванчики, конструкції для стрибків та лазіння, ліжаки, палатки, будки, іграшки, одяг. Середня реалізаційна ціна меблів становить 500 грн./од. Планова виручка в перший рік реалізації проекту складе 308,4 тис.грн.

Ключові ресурси.

Для налагодження процесу виробництва меблів необхідні ресурси:

- Приміщення для виробництва;
- Відділ у торговому центрі;
- Обладнання для виробництва;
- матеріали для виготовлення меблів та аксесуарів (метал, деревина, тканина, фанера, наповнювачі);
- 2 працівники для обслуговування виробництва та реалізації продукції;
- фінансові ресурси для реалізації проекту.

Ключові дії:

9. Реєстрація бізнесу
10. Облаштування приміщення для виробництва
11. Облаштування відділу для реалізації
12. Придбання обладнання
13. Установка обладнання

14. Розробка власного сайту
15. Розміщення реклами на тематичних сайтах та соціальних мережах
16. Виробництво меблів та аксесуарів для тварин
17. Реалізація

Для виробництва меблів, аксесуарів, іграшок та меблів для домашніх тварин використовується переважно натуральні матеріали та сировина (деревина, фанера, тканина, бічевка

Партнери:

- постачальники обладнання;
- зоомагазини;
- салони краси для тварин;
- кінологічні організації;
- розплідники;
- постачальники сировини - меблеві фабрики, магазини будівельних матеріалів, продавці деревини, металопрокат, магазини тканини;
- оптові бази для закупки будматеріалів;
- налагодження партнерських відносин з організаторами виставок та змагань для котів, собак

Структура витрат:

Загальні капітальні вкладення для налагодження виробництва (меблі, аксесуари, одяг, іграшки) складають 46,7 тис.грн.

Капітальні витрати:

Закупка обладнання для виробництва	45,2 тис.грн:
• стіл	2700 грн.
• стільці	3000 грн.
• шафа	4500 грн.
• стелажі	5000 грн.
• ноутбук	14000 грн.
• дрель	2500 грн.
• швейна машинка	5000 грн.
• оверлок	6000 грн.
• лобзик	1000 грн.
• шліфувальна машина	1500 грн.
Оформлення бізнесу, дозвільні документи	1500 грн.

Разом: 46700 грн.

Постійні витрати

- Коомунальні платежі (вода, електроенергія) 16380грн.
- Оренда приміщення в торговому центрі 28800 грн.
- Нарахування на З/п 15840 грн.
- З/п працівникам 72000 грн.



- Податки 12000 грн

Разом 145020 грн.

Змінні витрати

Матеріали	151200 грн.
Витрати на збут	3000 грн

Разом 154200 грн.

Повні витрати: 299220 грн.

Найбільшою статтею витрат у виробництві меблів є витрати на: комунальні платежі – 16,8 тис.грн, оренду приміщення 28,8 тис.грн, оплату праці, майже 88,00 тис.грн., матеріали необхідно 151,2 тис.грн.

Для виготовлення меблів налагоджено зв'язки з постачальниками високоякісної деревини та матеріалів, тканини, аксесуарів, витратних матеріалів.

Показники ефективності проекту:

Обсяг виробництва, шт	660
Середня вартість одиниці, грн.	500
Виручка від реалізації, грн.	330000
Повна собівартість продукції, грн..	295482
Прибуток від реалізації, грн.	34518
Податок, грн.	12000
Чистий прибуток, грн.	22518
Рівень рентабельності виробництва, %	9,0
Рівень рентабельності продажу, %	7,6
Строк окупності інвестицій, років.	0,84

Так, в перший рік роботи отримаємо чистий прибуток у розмірі 22518 грн. Рівень рентабельності складе 9%, а рентабельність продажу 7,6%. Строк окупності складе 8 місяців. Більшою мірою для вдалого старту бізнесу є його розташування та реклама. Тому подальшому планується збільшити витрати на рекламу.

З економічної точки зору проект сприятиме: створенню нових робочих місць, що дозволить працівникам отримувати стабільний дохід; створенню нового підприємства з виробництва та реалізації продукції для домашніх тварин; надходженню в бюджет громади податків і інших відрахувань.

Соціальний ефект проекту полягає у подальшому працевлаштуванні на постійній основі 2 і більше осіб.



ТУРИСТИЧНА КАРТА «РІДНИЙ КРАЙ»

Петров Ю.А., Прозоров А.О., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Бінчева П.Г., асистент кафедри маркетингу

Зміст проекту: полягає в можливості створення прибуткового бізнесу з виготовлення інтерактивної та друкованої туристичної карти Мелітопольського району та прилеглих територій з метою популяризації внутрішнього туризму та здорового проведення часу серед жителів міста, району та туристів.

Інтерактивна туристична карта – це сучасна електронна карта міста, громади, області, призначена для збереження, накопичення та відображення туристичної інформації. Карта відображає туристичні об'єкти, маршрути, транспортну й туристичну інфраструктуру. До кожного об'єкту карти є можливість прикріпити фотографії, відеоматеріали, паспорт туристичного об'єкта. Додаток виступає своєрідним гідом по туристичних об'єктах і локаціях. Він допоможе туристам орієнтуватись, без проблем знаходити бажане туристичне місце, а також раціонально планувати свою подорож, аби якомога більше туристичних атракцій побачити.

Також інтерактивна карта буде мати свій друкований аналог у вигляді буклету, де будуть міститись топографічна карта з позначеними місцями відпочинку, номерами телефонів туристичних місць та їх точними координатами.

Основою для створення друкованої туристичної карти виступають загальногеографічні карти, архітектурні плани міст і космічні знімки. Туристичні карти супроводжуються пояснювальним текстом, переліком об'єктів обслуговування та туристичного призначення, списками вулиць та площ, маршрутами міського транспорту, кольоровими ілюстраціями та малюнками, виділеними місцями відпочинку, кафе, кінотеатрів, парків, туристичних та розважальних місць, пам'яток архітектури, баз відпочинку, туристичних баз та туристичних агенцій.

Популярні туристичні карти здебільшого видають у складеному вигляді або портативними брошурами. Такий спосіб видання максимально враховує практичність і зручність у користуванні, адже складені чи брошуровані туристичні карти займають мало місця у дорожньому ранці екскурсанта і не вимагають особливих зусиль для перегляду їх тематичного змісту.

Цінність пропозиції полягає у :

1. Відображенні туристичних об'єктів, маршрутів, інфраструктури;
2. Переміщення по карті, зміна масштабу і зображення;
3. Підключення та відключення додаткових даних до відображення;
4. Доступ до туристичної інформації зі смартфона;



5. Візуалізація даних та детальної довідкової інформації по кожному окремому об'єкту;
6. Виконання запитів, можливість пошуку.
7. Мобільність карти, її зручний розмір та доступність інформації
8. Можливість мати доступ до телефону та адресу всіх туристичних місць які відмічені на карті

Сегменти ринку: населення району та області , туристи, туристичні магазини, бази відпочинку, туристичні агенції, *продаж в інтернеті.*

Канали збуту:

- HoReCa, супермаркети (40%)
- туристичні магазини та агенції (15 %)
- продаж через інтернет (40 %)
- бази відпочинку (5%)

Взаємовідносини з клієнтами: проведене сегментування ринку показало, найактуальнішими витратами на маркетинг є реклама в інтернеті, а саме реклама в Instagram та Фейсбук публіках та групах, розіграші призів та платна реклама, робота з блогерами, контекстна рекламу в мережі Інтернет, Direct mail розсилка для магазинів та торгових точок, створення онлайн- магазину в месенджерах Telegram, Viber, Watsapp . За сумарними підсумками загальні витрати в першому році орієнтовно становитимуть 52750 грн. Рекламна кампанія вже розпочата, більш активні дії для просування товару будуть розпочаті після розробки та наповнення інформативного сайту, а також сторінок в соціальних мережах.

Потоки доходів: основним потоком доходів є виручка від продажу продукції через продаж в магазинах в тому числі в спеціалізованих туристичних агенціях, а також реалізація через інтернет. Перший дохід плануємо отримати після створення сайту, сторінок у соціальних мережах та наповнення їх цікавим контентом, оформлення договорів та контрактів з туристичними агенціями, базами відпочинку та туристичними місцями. Бажаним об'ємом реалізації є продаж на суму 300-500 гривень на день. Загальний бажаний прибуток в місяць 18000 гривень.

Ключові ресурси. Створення та реалізація проекту по виготовленню інтерактивної та друкованої туристичної карти Мелітопольського району та прилеглих територій необхідні девайси для роботи з сайтами, соціальними мережами (ноутбук, телефон), принтер для друку карт, спеціальний папір та фарби для роботи з принтером, транспорт для здійснення логістики (поставки продукції в точки продажу, на пошту, персонально покупцям).

Також ключовими ресурсами бізнесу є працівники для розробки та наповнення сайтів та соціальних мереж, робота з месенджерами, оформлення покупок.

Ключові дії:

1. Детальне проектування.
2. Створення бренду, логотипу компанії.
3. Реєстрація підприємства.
4. Пошук постачальників сировини (паперу та колорів для принту).
5. Закупка необхідного обладнання.
6. Розробка сайту, наповнення контентом соціальні мережі, створення магазину в месенджерах Telegram, Viber, Watsapp.
7. Проведення рекламних кампаній, розіграшів.
8. Доставка карт безпосередньо до точок подальшого продажу.
9. Реалізація продукції.

Партнери: постачальники сировини, поштові компанії, туристичні агенції, бази відпочинку, посередники.

Структура витрат:

Загальні капітальні вкладення для початку перших продажів складуть **52750** грн.

Капітальні витрати:

Закупка девайсів для роботи в інтернеті (ноутбук, телефон, принтер) (48000 грн.)

Разом: 48000

Змінні витрати:

- колори, папір (1600 грн.)
- заробітна платня працівникам з розробки та наповнення сайтів та соціальних мереж, робота з месенджерами, оформлення покупок (3000)
- Витрати на збут (1000 грн.)

Разом: 4750

Всього витрат: 52750 грн.

Показники ефективності проекту:

Реалізаційна ціна 1 карта, грн.	100
Грошова виручка з 10 карт в день, грн.	1000
Повна собівартість продукції, грн..	16886
Чистий прибуток, грн в місяць.	28600
Рівень рентабельності виробництва, %	46,3
Рівень рентабельності продажу, %	40,2
Строк окупності інвестицій, років.	1,2

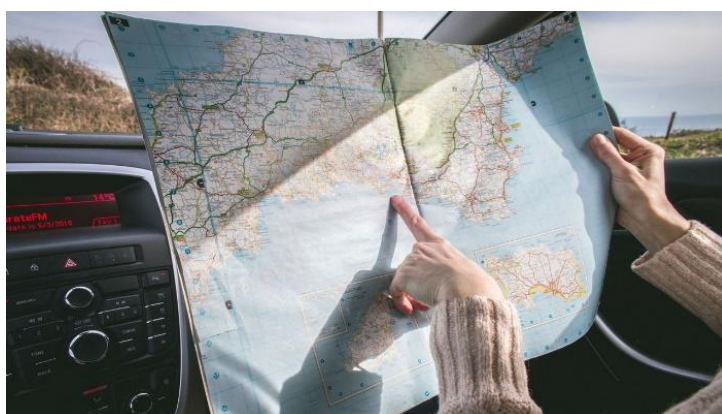
На перспективу в 2022 році ймовірний чистий прибуток від продажу в місяць за рахунок популяризації внутрішнього туризму Мелітополя, Мелітопольського району та прилеглих територій.

На меті є збільшення та охоплення нових ринків за рахунок сезонного курортного бізнесу в селищах Кирилівка, Приморський посад, Степанівка, Строганівка, півострову Бірючий.

У світі туристичну галузь вважають такою, що найбільше постраждала від карантинних заходів та від поширення інфекції. Так, щорічний потік туристів у світі, який оцінюють у 1,4 мільярда осіб, цього року, за попередніми оцінками, може зменшитися в півтора рази, такі розрахунки наводить ООН. Тому, на тлі карантинних обмежень у світі українці подорожують своєю країною значно більше, ніж торік. Це визнають і експерти, і туристичні оператори, і навіть компанії мобільного зв'язку, які фіксують аномально велику кількість абонентів на українських курортах.

Дедалі більше українців, які торік могли собі дозволити квиток на літак і тропічні моря, нині постануть у соцмережах світлина та відео, як вони відпочивають у наметі на березі моря, річки чи озера в Україні.

Тенденція, яка набирає обертів – самоорганізований внутрішній туризм. Ми бачимо, як різко в мандрівників відбувся ухил в бік самостійного туризму у мальовничих місцях України. І насправді це певний сигнал для тих, хто працює в засобах розміщення чи опікується харчуванням туристів. Саме тому, основною цінністю змісту проекту туристичної карти «Рідний край» є її унікальність та актуальність, незалежність від зовнішніх факторів. А також, популяризація місцевого туристичного бізнесу.



ВИРОБНИЦТВО ЗАМОРОЖЕНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

«FROZEN»

Прокопенко Є.В., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Майборода Г.О., асистент кафедри маркетингу.

Зміст проекту полягає у виробництві та реалізації заморожених хлібобулочних напівфабрикатів з можливістю розширення асортименту у майбутньому через створення сімейного бізнесу.

Цінність пропозиції. В останні роки споживання традиційних видів хлібобулочних виробів має стійку тенденцію до скорочення. В той самий час, активно зростає сегмент замороженої продукції. Виробництво здобних виробів у вигляді напівфабрикатів є досить перспективним напрямком. Так як у сучасному світі існує постійний брак часу, а населення надає перевагу свіжій та тільки що спеченій домашній випічці, заморожені напівфабрикати будуть користуватися значним попитом.

Заморожена випічка має низку переваг: збільшення терміну зберігання, простота приготування у домашніх умовах, розширення асортименту, доступна вартість. Якість такого виду продукції напряму залежить від якості інгредієнтів, технології заморожування, правильного упакування, відповідно усім стандартам, для забезпечення максимального довгого терміну придатності та зберігання смакових властивостей.

В даному проекті планується виробництво хлібобулочної продукції з якісних та натуральних інгредієнтів, за традиційними рецептами, з домашнім смаком. А саме: булочки зі свіжими фруктами та ягодами, з джемом, з варенням, з додаванням насіння та сухофруктів.

Сегменти ринку: населення міста Мелітополя, району та області, роздрібні покупці, дрібні оптові покупці на замовлення, підприємства сфери HoReCa.

Канали збуту: вироблена продукція буде реалізуватися на продовольчому ринку через власну точку продажу (місцевий ринок), через мережу Інтернет (шляхом замовлення через власний сайт або соціальні мережі), або шляхом безпосередніх контактів задля створення замовлень невеликих партій на певну дату або проміжок часу підприємствами сфери HoReCa.

Взаємовідносини з клієнтами: Створення взаємовідносин зі споживачами планується через мережу Інтернет за допомогою створення власного сайту. Але, якщо буде фінансова можливість, цей вид роботи можна перерозподілити на менеджера з



продажів, який буде самостійно налагоджувати контакти зі споживачами, як фізичними, так і юридичними особами. Щодо заходів для розповсюдження інформації про продукцію та популяризацію заморожених напівфабрикатів планується проведення наступних маркетингових заходів:

- розповсюдження інформації про переваги заморожених напівфабрикатів через соціальні мережі у вигляді реклами через відомих людей та інфлюенсерів;

- створення власного сайту з можливістю здійснення замовлення;

- створення власних сторінок в соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook з представленням повного переліку наявного асортименту та можливістю он-лайн спілкування з представником виробництва для здійснення замовлення;

- проведення акцій до свят, знижок на товари від кількості замовлення;

- створення власного бренду та популяризація замороженої продукції;

- використання фірмових пакетів при доставці продукції.

Потоки доходів. Доходи формуються від об'єму реалізації хлібобулочних виробів. Плануємо виробляти наступні види хлібобулочних виробів: здобна булочка з фруктами (ягодами), здобна булочка з сухофруктами, булочка з насінням соняшника, булочка з насінням льону, булочка з джемом. Обсяг виробництва складе 120 кг/день. Середня ціна складатиме 45 грн/кг. Запланована виручка від реалізації на місяць буде у розмірі 470 000 грн.

Ключові ресурси. Для реалізації проекту по виробництву заморожених хлібобулочних виробів необхідно по-перше, приміщення площею 80м². По-друге, якісна сировина: борошно, дріжджі, рослинна олія, вершкове масло, молоко, сіль, цукор. По-третє, натуральні інгредієнти: свіжі фрукти та ягоди або джеми для начинок, насіння, сухофрукти (ізюм, курага) . А

також, таке обладнання, як холодильник, морозильна камера шокової заморозки, та інвентар (набір посуду, машина для замішування тіста. Також, необхідні матеріали для упаковки замороженої продукції.

Що стосується трудових ресурсів, необхідні кваліфікований персонал (пекарі) у кількості 2 людини, комерційний директор (або власник підприємства), який буде також займатися бухгалтерським обліком та необхідними документами на виробництві, продавець-касир, маркетолог (або менеджер з продажів), прибиральниця.

Ключові дії:

1. Детальна маркетингова характеристика ринку замороженої хлібобулочної продукції для визначення основних переваг для споживачів та розробки повноцінного бізнес-плану.

2. Реєстрація підприємства.

3. Обрання необхідної системи обліку звітності

4. Пошук відповідного виробничого приміщення.

5. Укладання договору-оренди приміщення.

6. Придбання необхідного обладнання.

7. Придбання камери шокової заморозки.

8. Придбання сировини та матеріалів.

9. Налагодження контактів та підписання договорів з постачальниками інгредієнтів.

10. Пошук та найм персоналу.

11. Маркетингові та рекламні заходи.

12. Реалізація продукції.

Партнери: постачальники сировини для виробництва хлібопродукції, постачальники додаткових інгредієнтів, постачальники упаковки продукції, підприємства сфери HoReCa.

Структура витрат:

Капітальні витрати:

- Комплект для виробництва (холодильник, стіл, стелаж, набір посуду, тістомісильна машина мінімальної продуктивності) – 84 000 грн.
- Камера шокової заморозки невеликої продуктивності – 70 000 грн.
- Камера схову (промислова морозильна камера) – 14 000 грн.
- Оренда приміщення – 16 000 грн.

Разом: 184 000 грн.



Змінні витрати:

- Заробітна плата – 50 000 грн.
- Витрати на збут – 15 000 грн.
- Витрати на комунальні послуги – 54 000 грн.
- Сировина та матеріали – 28 000 грн.
- Витрати на упаковку – 2 000 грн.
- Інші витрати – 10 000 грн.

Разом 159 000 грн.

Всього витрат: 343 000 грн.

Найбільшою статтею витрат у виробництві заморожених хлібобулочних виробів є купівля камери шокової заморозки та оснащення виробництва комплектом необхідного устаткування.

При упаковці хлібобулочних виробів доцільно використовувати багат шарову плівку з поліетилену для створення стійкої до розривів упаковки, яка дозволить продовжити термін зберігання напівфабрикатів.

Показники ефективності проекту:

Виручка від реалізації, грн.	470 000
Повна собівартість продукції, грн.	343 000
Валовий прибуток, грн.	127 000
Податок на прибуток, грн.	19 050
Чистий прибуток, грн.	107 950
Рівень рентабельності виробництва, %	37,0
Рівень рентабельності продажу, %	22,9
Строк окупності інвестицій, років.	0,72

Розрахунки підтвердили ефективність проекту з виробництва заморожених напівфабрикатів, а саме хлібобулочних виробів, адже чистий прибуток буде становити 107,9 тис. грн. при періоді окупності інвестицій у 0,72 року.

Отже, виробництво заморожених напівфабрикатів, а саме хлібобулочних виробів є досить актуальним та перспективним напрямком діяльності. У майбутньому пропонується розширення виробництва за допомогою впровадження нових смаків та видів булочок, а також, випічка виробів з листового тіста. Для цього необхідно буде додаткове обладнання у вигляді камери шокової заморозки більшого об'єму, а також найм додаткового персоналу.



ПОСЛУГИ 3D-ДРУКУ, 3D-СКАНУВАННЯ, 3D-МОДЕЛЮВАННЯ КОМПАНІЇ «3DEVICE»

*Рева А.М., Рой Ю.В., учасник проекту
«Норвегія-Україна. Професійна адаптація.
Інтеграція в державну систему»*

Марчук А.О., асистент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає в можливості створити прибутковий малий бізнес, а саме – друк негабаритних тривимірних об'єктів із пластику, гіпсу, силікону та інших матеріалів за допомогою 3D-принтеру для широкої споживчої аудиторії.

Цінність пропозиції полягає пропонуванні клієнтам високоякісної, конкурентоспроможної колекції продукції з різних матеріалів (силікон, віск, метал, пластик, гіпс тощо), майже беззалишковим виробництвом, із обмеженим тиражем, унікальними дизайнерськими елементами й оригінальною технікою виконання. Наприклад, це може бути взуття, аксесуари, сумки, предмети моди, деталі для різних пристроїв, сувеніри та навіть протези, зонти й надруковані на 3D-принтері.

Сегменти ринку: населення району, області та України загалом; оптовики, роздрібні покупці, медичні організації.

Канали збуту. Відразу можна задіяти і розвивати декілька каналів збуту виробів, що надруковані на 3D-принтері або ж власне самого обладнання:

- ✓ реклама на дошках оголошень, торгових майданчиках (можна публікувати як варіанти готових виробів, так і послуги з індивідуального виробництва необхідних пластикових деталей);
- ✓ ринок, роздрібна торгівля;
- ✓ сторінки у соціальних мережах;
- ✓ власний Інтернет-магазин разом із контекстною рекламою;
- ✓ профільні форуми та міські портали;
- ✓ спеціальні фонди (протези);
- ✓ прямі продажі сувенірної продукції для комерційних компаній.

Взаємовідносини з клієнтами. У перший рік реалізації власної продукції плануємо витрати на контекстну рекламу в мережі Інтернет, де зацікавлені потенційні клієнти можуть отримати необхідну інформацію, а наші партнери (медичних та інші комерційні організації) за допомогою Direct-mail розсилки. Також плануються витрати на рекламу в соціальних мережах, в групах, тематичних платформах.

Розкрутка сторінок у соціальних мережах досить добре буде працювати на популяризацію бренду компанії. Адже там можна публікувати товари, викладати відео робочого процесу, відгуки клієнтів та інший корисний контент. Також можна домовлятися зі



ЗМІ та давати інтерв'ю з посиланнями на наші онлайн-ресурси.

За підсумком рекламної кампанії можна формувати базу постійних замовників, і поступово розвивати її.

Загальні витрати в першому маркетинговому році становитимуть 8 - 15 тис. грн.

Потоки доходів.

Для розрахунку одержуваного прибутку потрібно брати до уваги вагу 3D-моделі, а отже, скільки матеріалу було на неї витрачено, час на її виробництво і який матеріал при цьому використовувався. Найбільш популярними витратними матеріалами є ABS пластик і PLA пластик.

Для виготовлення одного грама моделі принтера в середньому знадобиться 5-10 хв. Виходить, що за добу, залежно від моделі, пристрій зможе виготовити від 150 до 300 грам за умови безперервного виробництва.

Готова 3D модель продається за ціною – 22 грн. за 1 г. У результаті отримуємо суму від 2800 до 6000 грн. за добу з одного принтера.

За місяць безперервної роботи можна отримати прибуток у межах 85,80 тис. грн. Із цієї суми слід відняти гроші на щомісячні витрати, такі як оренда і податки. Також віднімаємо вартість витратних матеріалів. У місяць 3D-принтер може витратити до 40 кг пластику, тобто 7,5 тис. грн.

З урахуванням щомісячних витрат маємо суму 58,30 тис. грн. чистого прибутку. Якщо брати в розрахунок години роботи офісу, то в середньому за місяць можна отримувати 18-37,5 тис. грн. чистого прибутку з одного принтера.

Ключові ресурси. Для друку невеликих виробів на 3D-принтері, потрібне приміщення приблизно 15 м². Воно повинно відповідати протипожежним вимогам. За принтер, який виконуватиме моделі середньої якості і матиме хорошу продуктивність, знадобиться заплатити 25-50 тис. грн. Непоганим варіантом для старту буде модель Malyan FDM desktop 3D-printer M180, ціна на яку 36,5 тис. грн. Його переваги: подвійна друківка головки, зручна система зміни нитки і наявність LCD дисплея.

Далі варто прикинути вартість 3D-сканера і витратних матеріалів для друку. Сканер обійдеться в 18-40 тис. грн. Щоб приступити до роботи, знадобиться близько 10-ти кг пластику.

Залежно від регіону, оренда приміщення може бути різною. Середнього розміру кімната в 20-30 м² обійдеться в 5-20 тис. грн. Але можна заощадити, організувавши студію друку у власному будинку / гаражі.

Для роботи 3D принтера необхідні 3D моделі. Деякі є змога завантажити безпосередньо з мережі, а для створення нових потрібно знайти фрілансера або спеціаліста щодо роботи з 3D-програмами із власним ноутбуком і софтом для роботи щоб заощадити. Замовлення моделей у фрілансерів з місячного розрахунку вийде близько 5-6-ти тис. грн. (разом із комунальними послугами).

Виходячи зі списку покупок, оренди та вкладень у розвиток бізнесу, на відкриття своєї студії 3D-друку, за найменшими підрахунками, потрібно буде витратити не менше 130 тис. грн.

Ключові дії:

1. Маркетингова перевірка обраної ніші.
2. Реєстрація бізнесу.
3. Створення сайту.
4. Рекламна компанія.
5. Вибір 3d принтера і закупівля матеріалу для роботи.
6. Формування клієнтської бази.
7. Освоєння процесу композитної тривимірного друку.
8. Виконання клієнтських замовлень, а саме безпосередньо виробництво деталей.

Партнери: постачальники обладнання та допоміжних деталей, матеріалів (пластик, силікон, метал), тари та пакувальних матеріалів; ЗМІ; посередники, дизайнерські фірми, торгові майданчики «Etsy», «Shapeways», «Makexys»; медичні та інші корпоративні організації; промислові підприємства; спеціальні соціальні фонди; логістичні компанії.

Структура витрат:

Капітальні витрати:

- Оренда приміщення – 24000 грн.;
- Устаткування (3D-принтер *2 од+ 3D-сканер) –

93000 грн.;

- Реєстрація – 5000 грн.;
- Створення сайту та його адміністрування – 5000 грн.
- Придбання офісних меблів та канцелярії – 11000 грн.

Разом: 146000 грн.

Змінні витрати (1 міс. / за 1 марк. рік):

- Витрати на комунальні послуги (3000 / 36000 грн.)
- Сировина та матеріали (5000 / 55000 грн.)
- З/п 2-ум працівникам (7000×2 /168000 грн.)
- Витрати на збут (2000 / 7000 грн.)
- Інші витрати (15000).

Разом 29000 / 271000грн.

Першочергові інвестиції: 175000 грн.

Всього витрат за рік: 417 000грн.

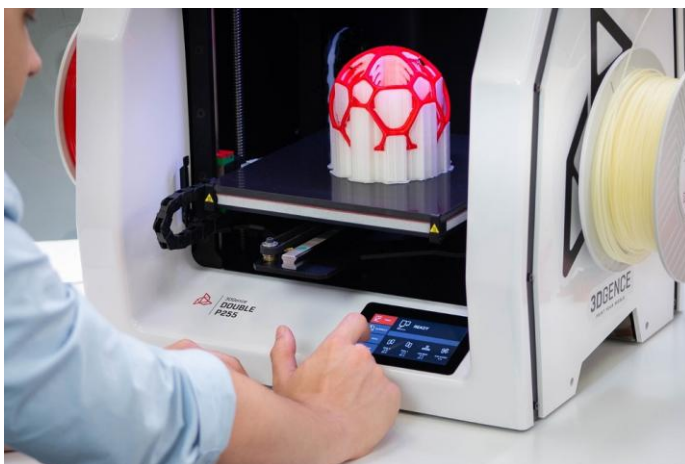
Показники ефективності проекту:

Реалізаційна ціна 1 г моделі, грн.	22,00
Повна собівартість продукції, грн.	417000
Виручка від реалізації, грн.	1200000
Валовий прибуток, грн.	783000
Податок на прибуток, грн.	35040
Чистий прибуток, грн.	747960
Рівень рентабельності виробництва, %	179,22
Рівень рентабельності продажу, %	2,88
Строк окупності інвестицій, років.	0,34

Строк окупності інвестицій в основний капітал може складати від декількох місяців до півроку.

Ризики проекту: пов'язані із можливістю поломки 3D-принтера або сканера. Навіть із урахуванням гарантійного обслуговування надання послуг може призупинитися на термін до 2 тижнів.

Отже, друк на 3D-принтері - це досить перспективний малий бізнес, який має свої труднощі з пошуком великих замовлень і ремонтом обладнання, проте з іншого боку – це проста і зрозуміла технологія, яка може приносити хоч і невисокий, але стабільний дохід.



ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКО-СУМОК

Сердюк Н.М., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Арестенко Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового бізнесу з виробництва та реалізації еко-сумок з принтом та розширенні виробництва та асортименту продукції на перспективу.

Цінність пропозиції полягає у виробництві модної, високоякісної, екологічно чистої, конкурентоспроможної продукції (еко-сумок) для задоволення потреб людей, які стараються використовувати в побуті екологічно чистий одяг та аксесуари. На сьогодні громадськість здебільше захоплена еко-рухами та ідеями. Все більше і більше люди цікавляться проблемами екології і майбутнього планети. Люди хочуть бути красивими і модними, але при цьому не завдавати шкоди довкіллю. Тобто, еко-продукція користується великим попитом.

Наші вироби виготовляються з натуральних матеріалів, які не засмічують середовище. Еко-сумки зручні у використанні, міцні, не вимагають багато місця, їх можна стирати. Крім того, в умовах кризи люди почали серйозніше відноситися до своїх щоденних витрат. Вирушаючи до супермаркетів за покупками замість містких поліетиленових кульків, ввічливо пропонує на касі, люди упаковують куплений товар в принесені з собою багаторазові сумки і пакети. Еко-сумки – це саме той товар, який відповідає вимогам ринку.

Створення бізнесу з виробництва еко-сумок має низку переваг :

- по-перше, купівельна аудиторія збільшується з кожним днем. На даний момент бути захисником природи украй модно, в силу цього все більше людей намагаються використати екологічно чисті матеріали. До того ж купити подібну сумочку не відмовиться жодна просунута модниця;

- по-друге, що стосується матеріалів для виготовлення - їх асортимент широкий. На етапі становлення бізнесу в якості сировини можна використовувати і продукцію second-hands, що суттєво зменшить собівартість виробництва сумок, позитивно відобразиться на їх ціні та, в свою чергу, буде сприяти активному просуванню на ринок за рахунок позиціонування саме за ціною.

- по-третє, в силу дешевизни сировини на етапі становлення бізнесу, матеріальні інвестиції в подібний бізнес малі, а ось прибуток може бути дуже високий. Тут все залежить лише від дизайнерських здібностей. І це реальна можливість накопичення коштів для

подальшого розвитку бізнесу і, в першу чергу, закупівлі



сучасних тканин та фурнітури .

Ми плануємо випускати наступний асортимент виробів:

- мішки - ці моделі є на сьогоднішній день досить популярними. Часто їх можна помітити навіть у колекціях популярних дизайнерів. Вони мають витягнутої прямокутної формою з двома подовженими ручками. Вони дуже місткі і зручні для щоденного використання;

- господарські сумки. Ці моделі також досить місткі. Виготовляються вони з міцних тканин, які здатні витримати порівняно великі навантаження. Плануємо для їх виробництва використовувати спанбонд;

- класичні моделі. Виготовлення еко-сумок даного виду буде обмежитися тільки фантазією замовника, адже для їх виробництва можуть використовуватися різні матеріали і декоративні елементи - дерев'яні ручки, вставки з вишивки і т.д .

Сегменти ринку: населення району та області (в першу чергу, діти, підлітки, жінки), роздрібні покупці, мережа ритейл, дрібні оптові покупці на замовлення, оптовики.

Канали збуту: Реалізувати таку продукцію можна в Інтернет - магазинах або соціальних мережах та на власному сайті. Також їх можна здавати і в звичайні магазини аксесуарів. На перспективу планується відкрити власну торгову точку.

Взаємовідносини з клієнтами: Інформацію про нашу екологічно чисту продукцію та про переваги, які вона надає її власникам, необхідно донести до нашого потенційного клієнта. Доцільно зробити фотографію пошитих сумок з різних тканин з різними рисунками та розмістити їх на власному сайті з невеликим описом. У описі обов'язково треба акцентувати увагу на **вигодах**, що несе даний товар. Ще краще, зробити власними силами невеликий ролик в якому буде наочно представлено процес виготовлення еко-продукції,

зроблено акцент на якості та екологічності тканин та надані рекомендації по використанню еко-торбин. При цьому важливо наголосити не тільки на практичності, зручності та економічності даного товару, але й на актуальності, тобто захисті навколишнього середовища, та на рості популярності серед людей, що слідкують за модою.

Також інформацію розмістити в соціальних мережах, на спеціалізованих форумах та тематичних платформах. Приймати участь у виставках та ярмарках. Щоб завоювати прихильність постійних клієнтів до своєї продукції, потрібно постійно вдосконалювати її якість і розширювати асортимент.

Потоки доходів. Ціни реалізації на еко-сумки коливаються від 80 грн. за господарську до 350 грн. та вище за еко-сумку шоппер в залежності від кількості витрачених матеріалів, наявності принту. Еко-сумки за індивідуальним замовленням можуть коштувати дорожче. Планується виручка від реалізації продукції у розмірі 50,4 тис. грн. на місяць та 604,8 тис. грн. на рік.

Ключові ресурси:

1. Творчі здібності
2. Приміщення (50-70 м²).
3. Обладнання: швейні машини, оверлок, стіл для обробки матеріалів та розкрою сумок, стелаж для зберігання сировини, праска, прес, що закріплює кнопки, люверси, шелкотрафаретний станок
4. Сировина: бавовняні тканини, лляні тканини, мішкочина декоративна, мішкочина джутова, фарби, клей, яскрава фурнітура: дерев'яні ручки, клепки, гудзики, різнокольорові нитки, блискавки і т.п.
5. Трудові ресурси: швачки-розкрийщиці з добре розвиненою художньою фантазією для пошиття сумок та нанесення принту.

Ключові дії:

1. Реєстрація
2. Підготовка приміщення
3. Закупка обладнання та інструментів
4. Закупка сировини та матеріалів
5. Виробництво продукції
6. Проведення рекламної кампанії
7. Реалізація продукції



Партнери:

- постачальники обладнання, сировини та матеріалів;
- роздрібні магазини для реалізації продукції;
- посередники
- виробники інших аксесуарів з еко-сировини з метою об'єднання зусиль з просування продукції
- супермаркети - пошив брендovаних сумок для даних торгових підприємств після виходу на визначений обсяг виробництва

Структура витрат:

<u>Капітальні витрати:</u>	грн.
Закупка обладнання:	
Швейні машинки (3 шт.)	21000
Оверлок	7000
Прес для кріплення кнопок, люверсів	1500
Стіл розкрийний	5000
Стелаж для зберігання сировини	3000
Станок шелкотрафаретний	6000
Утюг	3000
Витрати на оформлення бізнесу	5000
Разом	51500

Поточні витрати:

Сировина (за собівартістю виробництва)	102060
Амортизація	4650
Заробітна платня	252000
Комунальні послуги	24000
Транспортні витрати	10000
Інші витрати	3000
Разом	395710

Показники ефективності проекту:

Виручка від реалізації, грн..	604800
Повна собівартість, грн..	395710
Прибуток від реалізації, грн.	209090
Чистий прибуток, грн.	171453,8
Рентабельність виробництва, %	43,3
Строк окупності, років	0,6

Бізнес, пов'язаний з виробництвом еко-сумок з нанесенням принту, перспективний і прибутковий. Вкладені кошти вдасться окупити через 0,6 року



ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА БЛОКНОТІВ РУЧНОЇ РОБОТИ

Чимиркова О.І., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Куліш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає у виготовленні блокнотів ручної роботи з оригінальними концепціями за індивідуальним замовленням.

Цінність пропозиції полягає у виготовленні блокнотів ручної роботи для людей, що цінують індивідуальність, ексклюзивність та сприймають блокнот як спосіб самовираження. Пропонуються класичні блокноти, блокноти для мандрівників, планери. На перспективу асортимент розшириться до виготовлення творчих блокнотів, блокнотів – органайзерів, скетчбуків. Блокноти будуть оформлені у відповідності до запитів замовників: вид обкладинки, колір, кількість сторінок, оформлення, стиль. Кожен блокнот є унікальним, що створений для одного єдиного клієнта. Також планується залучення замовників у процес створення блокнотів у вигляді оформлення декору, наліпок та ін. На перспективу планується організація майстер класів з виготовлення блокнотів.

Сегменти ринку: молоді люди у віці від 25-40 років, переважно жінки, що мають середній рівень доходів або вище середнього, ведуть активний спосіб життя, люблять подорожувати, робити нотатки, вкладають гроші в саморозвиток і навчання. Для таких людей є важливим статус і престиж, люблять оригінальність і ексклюзив, не шкодують кошти на якісні речі, шукають оригінальні підходи для самовираження, в тому числі і за допомогою аксесуарів. Також блокноти ручної роботи купуватимуть люди, які прагнуть робити оригінальні подарунки своїм близьким, друзям, колегам, бізнес-партнерам.

Канали збуту:

Реалізація продукції відбувається через Інтернет у соціальних мережах Facebook та Instagram та власний сайт. Потенційні покупці матимуть змогу отримати усю інформацію щодо товарів та умов оплати й доставки. Також продукція буде реалізовуватися через орендовані полиці в перукарнях, салонах краси та кафе. На перспективу реалізацію буде налагоджено через роздрібні магазини та handmade-платформи.

Взаємовідносини з клієнтами: для налагодження взаємовідносин з клієнтами планується створення сайту, на якому буде розташована інформація про технології виробництва блокнотів, розташоване відео виробництва продукції та конструктор блокнотів, в якому замовник зможе вибрати все - від кольору обкладинки до дизайну сторінок. Для популяризації продукції в соціальних мережах Instagram, фейсбук



будуть проводитися акції та розіграші, залучення блогерів. Ведення акаунтів на сайтах для рукоділля та участь в handmade-ярмарках.

Щоб залучити постійних клієнтів до своєї продукції, потрібно постійно вдосконалювати її якість і розширювати асортимент.

Потоки доходів. Розраховано, що при виробництві 20 звичайних блокнотів (96 сторінок) в місяць при середній реалізаційній ціні від 300 грн./шт. планується виручка від реалізації 6000 -8000 грн. Ціна реалізації повністю залежить від особистих запитів замовників та строків виконання замовлення. На перспективу планується удосконалити загальну концепцію виготовлення блокнотів, а саме використання шкірозамінників, або вишивки для обкладинок. Це сприятиме підвищенню ціни до 500-700 грн в залежності від кількості використаних матеріалів та складності. Вартість послуг щодо проведення майстер класів по виготовленню блокнотів становить 100-200 грн в залежності від аудиторії та складності роботи.

Ключові ресурси. Для реалізації проекту по виготовленню блокнотів ручної роботи необхідне наступне обладнання:

- комп'ютер;
- принтер;
- прес;
- резак
- обрізувач кутів;
- перфоратор-брошюровщик;
- дрібні інструменти (ножиці, дироколи і т.д.);
- витратні матеріали (папір, клей, нитки, елементи для декорування).

Ключові дії:

1. Вибір формату та концепції виробництва блокнотів
2. Розробка дизайну
3. Закупка матеріалів та обладнання
4. Створення сайту та сторінок в соціальних мережах
5. Виробництво тестової продукції
6. Розробка комерційної пропозиції для магазинів
7. Виробництво продукції з врахуванням рекомендацій
8. Налагодження виробництва за індивідуальними замовленнями

Партнери: інтернет-магазини для закупки матеріалів та обладнання; книжкові та сувенірні магазини, кафе, перукарні, блогери для просування продукції; handmade-ярмарки та тематичні платформи для реалізації продукції; творчі гуртки з рукоділля для просування майстер-класів з виготовлення блокнотів ручної роботи

Структура витрат:

Витрати на купівлю та утримання обладнання	7570
принтер	5000
Резак для папіру	1200
Обрізувач кутів	770
Дрібні інструменти	600
Витрати на ресурси та матеріали: папір, переплетний картон, клей	12000
нитки, елементи декору	
Маркетингові витрати	5000
РАЗОМ	24570

Собівартість звичайного блокноту на 96 сторінок з картонною обкладинкою становить 50 грн.

Собівартість більш складних робіт становить від 100 грн. з додатковим декором, наліпками та ін.

Для виготовлення блокнотів ручної роботи використовується лише ручна праця, тому при оцінці вартості необхідно враховувати час витрачений на виробництво одного блокноту, виходячи з восьмигодинного робочого дня.

Показники ефективності проекту:

Кількість виготовлених блокнотів, шт.	240
Середня реалізаційна ціна, грн./шт.	300
Виручка від реалізації, грн.	72000
Собівартість, грн./шт.	100
Повна собівартість продукції, грн	24000
Прибуток від реалізації з 1 шт., грн...	200
Прибуток від реалізації, грн..	48000
Рівень рентабельності виробництва, %	200
Рівень рентабельності продажу, %	66,67
Строк окупності інвестицій, років.	0,51

Виручка від реалізації блокнотів становить 72 тис.грн. на рік при середній реалізаційній ціні 300 грн./шт. Рівень рентабельності виробництва складає 200%, а рентабельність продажу 6,7%. При цьому строк окупності інвестицій в основний капітал складає 5 місяців. На перспективу виручка від реалізації збільшиться за рахунок виробництва більш складних моделей блокнотів та використання високоякісних матеріалів. Виручку від реалізації також збільшить налагодження проведення майстер класів з виготовлення блокнотів ручної роботи.

Перевагами бізнесу з виробництва блокнотів ручної роботи можна віднести: можливість працювати на дому; низький обсяг вкладень; бізнес на хобі; цікавий та творчий вид бізнесу; можливість поєднувати з основним видом роботи;



РЕАЛІЗАЦІЯ МОЛОКА ЧЕРЕЗ МОЛОКОМАТ «СПРАВЖНЄ ФЕРМЕРСЬКЕ МОЛОКО»

Яшиний О.В., Черкашина А.Ю., учасники проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Марчук А.О., асистент кафедри маркетингу

Зміст проекту полягає в можливості організації прибуткового малого бізнесу з продажу молока та іншої молочної продукції через молокомати, адже реалізація товарів через автомати зараз набуває не аби якої популярності. Продукція, що пропонують нам автомати, є не менш якісною, ніж на прилавках магазинів або на ринках, а в деяких окремих випадках, навіть більш смачна, натуральна й екологічна.

Цей вид бізнесу в нашій країні ще не досить розкритий, тому він є перспективним.

Цінність пропозиції полягає у встановленні спеціальних апаратів – молокоматів, які реалізують свіже молоко непастеризоване та непакетоване. Тому воно буде значно дешевше за магазинне, адже не проходить додаткову обробку та не фасується в спеціальну тару. За вартістю молоко з молокоматів також значно дешевше, ніж в супермаркеті та можливість його придбати у будь-який час як готівкою, так і безготівковим способом, впливає на розвиток бізнесу позитивно. Покупці можуть купувати молоко у свою тару або купити ємність для розливної молока в автоматі.

Сегменти ринку: населення м. Мелітополь, прилеглих районів та Запорізької області.

Канали збуту. Одним із переваг молокоматів «Справжнє фермерське молоко» є мобільність бізнесу – встановити такий автомат можна в будь-якому місці (усередині приміщень або на вулиці). Це обладнання не вимагає багато місця, тому витрати на оренду будуть несуттєвими. Пропонується встановлення двох молокоматів. Перший – на вул. Інтеркультурній 79, адже поряд є великий супермаркет «Сільпо», дитячий розважальний центр «Fly kids», великий спортивний комплекс «Континент» та офісний центр «Центрум», у якому надається широкий спектр послуг (парикмахерки, фотозони, налагодження кавових машин та продаж кави, столова, юридична контора, дитячий відділ іграшок, магазин меблів, дизайнерська фірма та інші). Також поряд є кабінети МРТ на ТК, університет, школа та дитячий садок. Тобто усі групи потенційних споживачів молока зможуть задовільнити свої потреби у натуральній та корисній продукції.

Другий – на Мікрорайоні біля зупинки «Олена» (бул. 30-річчя Перемоги).

Взаємовідносини з клієнтами: Реклама і місце розташування є основними прибутку від даного напрямку діяльності. Молокомат є оригінальним варіантом продажу молока, тому його наявність вже викличе інтерес у клієнтів.

Реклама включає в себе роздачу буклетів, установку стендів в місцях масового скупчення людей (торгові



об'єкти, парки, місця компактного відпочинку молоді.).

Зовнішня реклама - це вивіски, білборди. Місцезнаходження найкраще вибрати поблизу великих торгових об'єктів, бізнес-центрів тощо.

Потоки доходів. Щоб організувати бізнес, пов'язаний з продажем молока через молокомати, потрібно мати в наявності не менше 50 тис. грн. Названа сума необхідна для реєстрації бізнесу і закупівлі обладнання, для оренди місця установки млокоматів. У неї входить і придбання молока, а також його транспортування до місця реалізації, сплата податків і т.д.

Один апарат може швидко окупитися, якщо реалізація молока в день становитиме 100-400 л. Можна встановити два автомата загальною ємністю 400 л.

Розрахунок прибутковості цього бізнесу буде мати такий вигляд.

При закупівлі молока за ціною 9 грн. / л:
 $200 \text{ л} \times 9 \text{ (грн.)} = 1800 \text{ грн. / день} \times 30 \text{ (днів)} = 54\,000 \text{ грн. / міс.}$ - витрати на закупівлю свіжого молока.

Продаж молока через молокомат :
 $200 \text{ л} \times 16 \text{ грн.} = 3200 \text{ грн. / День} \times 30 \text{ (днів)} = 96\,000 \text{ грн. / міс.}$ - виручка за 1 місяць 1-го млокомата.

Виручка за два молокомата приблизно буде становити 192000 грн. щомісячно. Ми брали 16 грн. за літр у середньому, так як л молока у свою тару коштує 15 грн., а додатково придбати тару – ще 3 грн. і в підсумку споживачі заплатять 18 грн. за пляшку молока.

Ключові ресурси. Для реалізації даного проекту з нуля буде потрібно стартовий капітал, який можна досить швидко окупити, якщо встановити мінімум декілька таких автоматів в найбільш прохідних місцях м. Мелітополь та прилеглих районів.

Легалізація названого напрямку діяльності потребують наявності не тільки свідоцтва про реєстрацію, а й ряду дозволів. На початковому етапі необхідно буде отримати документ на реалізацію молока через молокомат в певному місці розташування.

Також потрібно подбати про придбання такого обладнання:

- ємність, в якій надалі буде зберігатися молочний продукт;
- охолоджуюча система;
- спеціальне пристосування для розмішування молока в ємності;
- блок розливу;
- тара для розливу молока.

Обслуговування двох апаратів буде здійснюватися за рахунок послуг аутсорсингу компанії «Fillin» – два технологи з щомісячною заробітною платою по 8 тис. грн. + 2000 грн. за технічну перевірку та ремонт.

Ключові дії:

1. Реєстрація підприємства;
2. Закупівля молокоматів та додаткового устаткування;
3. Оренда цеху зберігання сировини;
4. Оренда місця встановлення молокоматів;
5. Розлив молока в кеги по 200 л.
6. Встановлення заповнених кег у молокомат.
7. Зливання увечері залишків молока, які потім направляються для подальшого виробництва кисломолочних продуктів.
8. Миття кег за допомогою спеціального розчину.
9. Наповнення чистих кег вранці наступного дня свіжим продуктом і повторення процесу.

Партнери: постачальники сировини (молока), устаткування, тари; ЗМІ, сервісний центр для обслуговування молокоматів; страхова компанія «ТАС», банк «Приватбанк»; аутсорсингова компанія «Fillin».

Структура витрат

Капітальні витрати:

- оренда складського приміщення – 30000 грн.;
- послуги аутсорсингу персоналу – 178 тис. грн.;
- Молокомат (2 од.) – 382000 грн.;
- Додаткове устаткування – 25000 грн.;
- Камера схову (промислова морозильна камера) – 14000 грн.

Разом: 629000 грн.

Сплата податків за ФОП 1 групи за рік:

1200 грн. × 12 міс. = 14400 грн.

Змінні витрати:

- Витрати на збут (10000 грн.)
- Витрати на сировину (54000 грн.)
- Тара для молока (15000 грн.)
- Транспортні витрати (24000 грн.)

Разом 103000 грн.

Всього витрат: 732000 грн.

Повна собівартість 1 л молока 5,01 грн.

Показники ефективності проекту:

Реалізаційна ціна 1 л молока, грн.	15,00
Реалізаційна ціна 1 л молока (із пляшкою), грн.	18,00
Грошова виручка з 1 місяць, тис. грн.	96,00
Повна собівартість продукції, тис. грн.	732,00
Прибуток від реалізації молока, тис. грн.	2289,60
Чистий прибуток, (після оплати податків) тис. грн.	1557,60
Рівень рентабельності виробництва, %	212,79
Рівень рентабельності продажу, %	3,13
Строк окупності інвестицій, років.	0,32

Плюси бізнесу молокоматів «Справжнє фермерське молоко»:

- продукт, який реалізовується через молокомати, у порівнянні зі молоком на прилавках магазинів, є значно натуральніший та свіжіший;
- вартість молока, з молокоматів, нижча щодо молока, що поставляється молокозаводами;
- такий бізнес не вимагає великого штату співробітників;
- для встановлення молокоматів не потрібно великої площі. Для цього вистачить всього 1-2 м кв.

Мінуси бізнесу «Справжнє фермерське молоко»:

- залишається певне упередження людей із побоюванням щодо сирого продукту;
- покупка молока в молокоматах може бути важкодоступною для людей похилого віку;
- молокомати вимагають дотримуватися у своєму догляді особливої ретельності.

