

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ МАНІКЮРУ

Лунга Д. О., студентка 3 курсу, спец. 076

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії

Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса

Економічне обґрунтування в його простій формі вказує причину, по якій відповідна організація має намір виконати даний проект. Економічне обґрунтування включає обговорення вигод, які організація може отримати в результаті успішного виконання даного проекту, можливих альтернатив, а також фінансовий аналіз з метою визначення інвестиційної привабливості даного проекту.

У даній роботі виконане економічне обґрунтування Інтернет магазину який кваліфікується на матеріалах для манікюру, в якому можливо знайти все що потрібно для даної процедури. Асортимент інтернет-магазину: сухо жар, лампа для манікюру, гель лаки, база для манікюру, фрезер, насадки для фрезера, вітки, топ, стрази, переводна фольга, кісті, 3D слайдери, галографічні стрічки, рідина для очищення кісточек, основа під гель лак, кусачки для кутикули, пилочки, гель камуфлюючий, АХД200, стерилізатор, щіточки для пилу, підставка для рук, настільна витяжка, крафт-пакети, гель для нарощування. Виконано аналіз ринку, конкурентів, зроблено SWOT-аналіз і маркетинговий план.

Які б особливості не були властиві інтернет-магазину та інтернет-торгівлі, для держави, в першу чергу, це торгова діяльність, яка приносить дохід і яка повинна обкладатися податками. Тому цей вид економічної діяльності, передусім, має бути належним чином зареєстрований у державних органах. Реєстрація суб'єкта господарювання проходить у декілька етапів:

- державна реєстрація;
- реєстрація в органах Міндоходів (за принципом "єдиного вікна", якщо немає найманих працівників).

Таблиця 1 – Розрахунок ефективності проекту (за перший рік роботи бізнесу)

Показники	Значення
Стартові витрати, грн	38180,80
Виручка, грн	1610135,00
Постійні витрати, грн	327600,00
Змінні витрати, грн	836054,00
Усього витрат, грн	1163654,00
Валовий дохід, грн	1282535,00
Чистий прибуток, грн	446481,00
Рентабельність продажу, %	27,73
Рентабельність витрат, %	38,37
Точка беззбитковості, грн	681427,69
Термін окупності, років	1,12

Запланована форма оподаткування – 2 Група спрощеної системи оподаткування. КВЕД 47.91.2. Роздрібна продаж здійснюватиметься за допомогою інформаційно-комунікаційній мережі Інтернет.

Загальна вартість проекту дорівнює 1163654 грн. Сума дофінансування проекту дорівнює 38118,8 тис. грн (пропонуємо кредит в банку).

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ МІНІ-ПЕКАРНІ «ПІРОГОFF»

Вражитор В. Ф., студентка 3 курсу, спец. 076

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії

Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса

Міні-пекарня ПирогоFF займе вузьку нішу з виготовлення випічки з натуральних інгредієнтів в місті Одеса. Цілі проекту:

- поліпшення репутації за кордоном і по Україні виробів кулінарії українського походження;
- задоволення споживчого ринку середньої ланки;
- створення конкурентоспроможного середовища в приватній кулінарії;
- рішення проблеми придбання якісного хліба українського виробництва.

Міні-пекарня – це підприємство, яке виготовлює хлібобулочні вироби і здійснює роздрібні продажі.

Концепція міні-пекарні – це випічка свіжого хліба і кондитерських виробів по унікальним рецептурами, а також створення домашньої і теплої атмосфери, в якій відвідувачі зможуть поїсти, “не відходячи від каси”.

Цільова аудиторія пекарні – мешканці сусідніх будинків, а також люди, які стежать за своїм здоров'ям і вважають за краще хліб і випічку без штучних добавок. Основна конкурентна перевага пекарні – це вигідне місце розташування, яке дозволяє охопити два житлові квартали з населенням близько 30000 осіб. Асортимент міні-пекарні охоплює п'ять основних напрямків: стандартні вироби, ексклюзивний хліб, французькі круасани, тарти і кошики з ягідної начинкою. Кожен напрямок складається з трьох найменувань продукції. Дана структура дозволяє задовольнити попит цільової аудиторії, а також обійтися мінімальною кількістю виробничого обладнання.

Середній чек міні-пекарні – 50 грн. Прохідність протягом дня може скласти до 1 тисячі осіб, що гарантує вихід на повну виробничу потужність протягом 3-х місяців роботи. Очевидною перевагою відкриття пекарні є те, що незважаючи на загальний спад витрат населення на товари і послуги, попит на хліб залишається стабільним.

Загальна вартість проекту – 600000 гривень. Засоби необхідні на обладнання для старту – меблі в зал і кухню, обладнання, оргтехніка для

- «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**
Науковий керівник: Березовська Л. В., викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 152. ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ МАНІКЮРУ 310**
Лунга Д. О., студентка 3 курсу, спец. 076
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 153. ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ МІНІ-ПЕКАРНІ «ПРОГОFF» 311**
Вражитор В. Ф., студентка 3 курсу, спец. 076
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 154. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ 312**
Мельніченко В. В., Гожалова А. О., студентки 3 курсу, спец. 075
«Маркетинг»
Науковий керівник: Богач Ю. В., викладач вищої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 155. УПРАВЛІННЯ АРОМАТАМИ І ЯСКРАВИМИ СПОГАДАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ «MEMORIA» 314**
Назрієва З. Т., Коляда Н. О. здобувачі освітньо-професійної програми «Менеджмент транспортних систем і логістика»
Науковий керівник: Сергійчук С. І., к.е.н., доцент
Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова, м. Миколаїв
- 156. БІЗНЕС-ГРА – ЗАПОРУКА ЯКІСНОГО НАВЧАННЯ 315**
Перетяка Євгеній, студент 4 курсу
Науковий керівник: Перетяка Н. О., к.т.н., доцент
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Одеса