

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

«__» травня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: «ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ
СТВОРЕННЯ ПЕКАРНІ»

Виконавець:

студентка ФЕУП

Сідоріна Сабіна Арифівна

Науковий керівник:

д.е.н, професор

Ковальов Анатолій Іванович

Одеса –2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В ХІБОПЕКАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	5
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення пекарні.....	5
1.2. Умови здійснення підприємницької діяльності в хлібопекарській галузі	7
1.3. Організаційно-правова форма та система оподаткування для новостворюваної пекарні	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПЕКАРНІ.....	20
2.1. Аналіз ринку хлібопекарської галузі в Україні.....	20
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу у хлібопекарській справі	35
2.3. Формування витрат на відкриття пекарні.....	38
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ПЕКАРНІ.....	53
3.1. Прогнозування прибутку від функціонування пекарні.....	53
3.2. Аналіз можливих ризиків та методи щодо їх запобігання.....	57
ВИСНОВКИ.....	64
Список використаних джерел.....	67

ВСТУП

Актуальність теми. Не дивлячись на велику конкуренцію, відкриття пекарні на сьогоднішній день, як і раніше дуже вигідна та необхідна справа. Виробництво хлібобулочної продукції – та галузь, де як і великі підприємства які роблять масовий продукт, так і невеликі пекарні які за рахунок індивідуального підходу до споживача отримують прибуток, мають однакові шанси на успіх. Звичайно, ринок вже досить насичений хлібопекарськими підприємствами. Але першочергове завдання при створенні цієї міні-пекарні – бути унікальним підприємством у цій галузі, надавати нові види продукції, збагачувати та вдосконалювати сорти, комплексніше та якісніше задовольняти потреби споживачів.

Більшість компаній випускають абсолютно стандартні сорти хліба, тому має сенс виробляти спеціальні види хліба, наприклад, ті які допоможуть згадати смак дитинства та дієтичні сорти. Саме ця ідея стала основою для розробки бізнес-плану створення пекарні «Топ Pain».

Розвиток хлібопекарської промисловості України продовжують досліджувати у своїх працях вітчизняні та зарубіжні науковці. Водночас у сучасній науковій літературі немає комплексного підходу задля вирішення проблем в хлібопекарській галузі, удосконалення національної регуляторної політики, застосування нових технологій виробництва, підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Також наразі питання стосовно ефективності хлібопекарських підприємств, що працюють в нових ринкових умовах функціонування, до кінця не вирішено. Тільки при постійному моніторингу та аналізі діяльності підприємств задля розробки методів щодо вдосконалення управління ними може бути забезпечена їх ефективність.

Мета випускної роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері хлібопекарського бізнесу

Для досягнення мети слід вирішити наступні **завдання**:

- розглянути бізнес ідею створення пекарні;
- провести дослідження умов започаткування підприємницької діяльності;

- зробити аналіз ринку хліба та хлібобулочних виробів в Україні;
- розробити концепцію створення нової пекарні;
- провести розрахунок витрат для створення та введення бізнесу;
- зробити прогноз прибутку від реалізації продукції пекарні;
- зробити оцінку економічної ефективності проекту;
- провести аналіз можливих ризиків при відкритті та функціонуванні пекарні та розробити заходи щодо їх мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес-проектування започаткування власної справи у хлібопекарській галузі.

Об’єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення пекарні «Топ Раін» у м. Одеса.

Методи дослідження – загальнонаукові: аналіз і синтез, індукція та дедукція, системний аналіз; економіко-математичні: факторний, системно-структурний аналіз; економічно-статистичного аналізу: таблиці, графіки, групування, класифікації; маркетингові: SWOT-аналіз, матричний, спостереження; експертної діагностики: порівняння, оцінка, та інші.

Інформаційна база дослідження – наукові публікації, статті та монографічні видання вчених, нормативно-законодавчі акти України, доповіді та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані офіційних статистичних звітів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 70 сторінку. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 4 рисунків

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В ХЛІБОПЕКАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення пекарні

Хліб завжди був одним із найпопулярніших продуктів у раціоні людини. Сьогодні хлібобулочні вироби користуються повсякденним попитом і входять до трійки найпопулярніших товарів серед українців. У пекарні присутній індивідуальний підхід до споживачів, саме це є їх перевагою. Вони не можуть виробляти десятки тон продукції щодня, але це не проблема. Маленькі пекарні точно знають, скільки і що їм потрібно виробляти щодня, і їхня продукція завжди скуповується швидко. Вони більш гнучкі і можуть швидко переходити на інший вид товару і пропонувати його покупцям. Хлібобулочні вироби можуть бути різноманітними або навіть ексклюзивними, а попит стабільним. Бізнес може стати сімейним, і для цього є вагомі причини.

Пекарня також може стати домашнім варіантом ведення бізнесу. Цей бізнес буде привабливим своєю доступністю і відсутністю великих витрат. У пекарні продукція буде розташована всередині на вітринах, але в ній не буде місць для того щоб там залишитись та посидіти тільки взяти своє замовлення на виніс. Також на додаток до випічки та частуванням будуть запропоновані такі напої, як кава та чай.

Практична реалізація підприємницької ідеї – створення пекарні « Top Pain» є новостворюване підприємство в галузі виробництва хлібобулочних виробів задля задоволення потреб населення в якісному екологічному продукті харчування та відтворення смаку дитинства.

Основними видами продукції нового підприємства мають стати цільнозерновий хліб, бездріжджовий хліб на заквасці, житній з додаванням гарбузового насіння, гречана чіабатта, також в асортименті будуть представленні французьки круасани, тарти, кіші, роліні з різними начинками, пиріг з солодкою та солоними начинками,

сінабони, пиріжки в різних начинках. Окрім продажі хлібобулочних продуктів також в пекарні будуть представлені домашні натуральні масла з травами до хліба.

Стосовно послуг які буде надавати пекарні і саме це робить її особливою то це

- випічка під замовлення на певне свято або подію
- випічка за індивідуальним рецептом твоїх родичів або бабусі ,щоб ти міг знову поринути у атмосферу дитинства
- доставка випічки та хліба як в сервісах доставки таких як GLOVO, так і щомісячна доставка(клієнт може придбати доставку на місяць свіжого хліба та випічки і йому буде через кожні 2-3 дні доставляти кур'єр свіжий хліб

У подальшій перспективі можливі продаж продукції оптом певній торговельній мережі району та виїзна торгівля на гешефтах. Основне завдання проєкту це сформувати нові конкурентні переваги підприємства згідно яких буде можливість збільшити частку на ринку та забезпечити зростання прибутковості господарської діяльності. Також якщо казати про місію та цінність пекарні –то це виготовлення максимально екологічного та корисного продукту та нагадати нашим клієнтам забутий присмак дитинства.

Для відтворення проєкту планується формування нових ресурсів, а саме створення матеріально-технічної бази, розвитку управлінської команди та залучення фінансових ресурсів. Приміщення планується брати в оренду воно буде розташовано за адресою Преображенська площею 77 м² поруч розташовані університети та в цілому це центр міста де завжди великий потік туристів та місцевих жителів тому це доволі вигідне місце розташування.

Проект буде ґрунтуватись на запровадженні інвестиційно-інноваційних механізмів, зокрема для залучення інвестицій у створення нових виробництв. Унікальність і конкурентоспроможність продукції базуватиметься на інноваційних рецептурах хлібобулочних виробів та екологічно-корисній сировині нашої продукції. Конкурентною перевагою продукції, що пропонується для вітчизняного ринку, можна вважати швидку адаптацію до змін ринкової ситуації та використання спеціальної паперової упаковки. Крім того, слід додати, що новинки є продукцією

вищої якості, оскільки виготовлятимуться з екологічно чистих та висококалорійних інгредієнтів.

Водночас наша пекарня має намір враховувати деякі важливі результати аналізу у своїй виробничо-торговельній діяльності. По-перше, наявні виробничі потужності хлібобулочних виробів мають середнє завантаження 45%.

По-друге, на хлібопекарних підприємствах спостерігається тенденція погіршення структури та якості хлібобулочних виробів, спрощення товарного асортименту; в дуже малій кількості виробляються певні види хлібобулочної продукції та велика кількість хліба випікається з борошна першого і другого сортів, не застосовуючи при цьому молочної сироватки, модифікованого крохмалю, збагаченого білками та вітамінами.

1.2. Умови здійснення підприємницької діяльності в хлібопекарській галузі в Україні

Особливості продажу хліба та хлібобулочних виробів регулюються Правилами роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами.

Суб'єкти господарювання незалежно від форм власності, які здійснюють на території України роздрібний продаж хліба, повинні дотримуватись вимог:

Закону України “Про захист прав споживачів”[1] ;

Закону України “Про споживчу кооперацію”[2] ;

Закону України “Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення” до дня введення в дію Закону України «Про систему громадського здоров'я»[3] ;

Закону України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів”[4] ;

Закону України “Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”[5] ;

Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 N 833[6] ;

Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами, затверджених Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 185 від 11.07.2003[7];

Правил роботи дрібнороздрібної торговельної мережі, затверджених Наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 369 від 08.07.1996[8].

Роздрібна торгівля продовольчими товарами, у тому числі хлібом та хлібобулочними виробами, відбувається через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові підприємства, підприємства, що торгують універсальними продовольчими товарами, "товарні" магазини в системі споживчої кооперації, відділи (секції) підприємств із загальним непродовольчим асортиментом, стаціонарну дрібнороздрібну торговельну мережу (намети, кіоски, торгові автомати), пересувна торговельна мережа (автомагазини, автопричепи, лотки тощо), склади та об'єкти (підприємства) громадського харчування.)

Зазвичай суб'єкт господарювання самостійно визначає режим роботи, або у випадках, передбачених законодавством, - за погодженням з органом місцевого самоврядування. Суб'єкт господарювання повинен створити безперебійний продаж хліба та хлібобулочних виробів протягом робочого дня. У разі закриття закладу торгівлі для проведення санітарних заходів, ремонту, технічного переоснащення або інших робіт суб'єкт господарювання зобов'язаний оприлюднити дату та тривалість закриття, а також інформацію про режим роботи.

На фасаді торговельного закладу розміщується вивіска з найменуванням суб'єкта господарювання. На видному місці біля входу до торговельного закладу розміщується інформація про режим роботи. Суб'єкти господарювання повинні забезпечити розміщення на видному та доступному місці торговельного закладу куточка споживача з інформацією стосовно особи власника або уповноваженого ним органу, адресу та номер телефону органу, що забезпечує захист прав споживачів.

Якщо операції здійснюються через дрібнороздрібну мережу, на видному та доступному місці повинні бути розміщені свідоцтво про державну реєстрацію, адреса

та номер телефону суб'єкта господарювання, якому належить цей об'єкт, а також інформація про ім'я, прізвище, найменування та вид діяльності продавця.

Власники зобов'язані забезпечити стан торговельного приміщення для роздрібної торгівлі хлібобулочними виробами та належне їх зберігання відповідно до вимог санітарних, технічних та протипожежних норм і правил щодо приймання, зберігання та реалізації харчових продуктів.

Торговельно-технічне обладнання, яке використовується для роздрібної торгівлі харчовими продуктами, повинно зберігати їх якість та зовнішній вигляд протягом усього періоду реалізації. Транспорт, що використовується для перевезення хліба та хлібобулочних виробів, повинні мати гігієнічний паспорт, бути чистими та справними та повинен мати спеціальне покриття на кузові, що полегшує миття.

Працівники, які займаються перевезенням, зберіганням та реалізацією харчових продуктів, повинні отримати спеціальну освіту (підготовку) та обов'язково проходити медичні огляди. У кожного працівника повинна бути особиста медична книжка встановленої форми. Працівники закладу, що не пройшли медичний огляд, не повинні допускатися до роботи. У персоналу повинен бути формений або інший одяг, що відповідає санітарно-гігієнічним вимогам. У суб'єкта господарювання повинні бути санітарні правила, зареєстрований санітарний журнал, особиста картка медичного огляду працівників та асортимент продуктів для продажу.

Всі харчові продукти повинні супроводжуватися документацією, передбаченою чинним законодавством. Харчові продукти, що поставляються в роздрібну мережу, повинні відповідати вимогам чинного законодавства та нормативних документів стосовно якості та безпеки харчових продуктів, пакування, маркування, транспортування, приймального контролю та зберігання.

Хліб і хлібобулочні вироби вагою понад 0,5 кг можуть бути нарізані на дві-чотири рівні порції і продані без зважування на вимогу споживача. Під час продажу хліба та хлібобулочних виробів продавцем та під час самостійного вибору споживачем продукції необхідно користуватися щипцями, ложками, лопатками, виделками або чистими аркушами паперу. Забороняється продаж розфасованого

хліба та хлібобулочних виробів працівниками, які здійснюють розрахунки (отримують гроші) готівкою.

Кожна партія продукції повинна супроводжуватися документацією про якість та безпеку із зазначенням дати виготовлення та часу виймання хліба з печі. Хліб та хлібобулочні вироби можуть бути реалізовані, якщо вони були вийняті з печі (при температурі не нижче 6°C та відносній вологості повітря не менше 75%++5%) протягом наступних часових періодів:

36 годин – хліб із житнього і житньо-пшеничного обдирного і житнього обдирного борошна, а також із суміші пшеничного і житнього сортового борошна, упакований – не більше 72 годин

24 години – хліб з пшеничного, житнього та пшенично-обдирного борошна, хліб та хлібобулочні вироби вагою понад 200г з борошна з насінням пшениці або жита, упаковані – до 48 годин;

16 годин – дрібноштучні вироби (у тому числі бублики) вагою менше 200г, упаковані – протягом 32 годин.

Реалізація хліба та хлібобулочних виробів після закінчення зазначених строків забороняється, а хліб підлягає вилученню з продажу. Забороняється продаж запліснявілого, стороннього, недріжджового, деформованого, тонкого або підгорілого хліба. Неякісний і нереалізований товар повинен бути повернутий постачальнику в терміни, обумовлені договором.

З метою збереження якості хліба та хлібобулочних виробів суб'єкт господарювання обладнує свої приміщення спеціальним обладнанням (закриті шафи, лотки, стаціонарні та пересувні стелажі, контейнери, столики для нарізання хліба, хлібні ножі) та основним інвентарем (ножі, щипці, шпателі, виделки тощо на вибір споживача товару, а також ковдри та покривала з тканини або полімерної плівки, дозволені центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я для покриття товару).

Шафи, в яких зберігається хліб і хлібобулочні вироби, необхідно провітрювати протягом 1-2 годин на добу, мити не рідше одного разу на тиждень теплою водою з милом, протирати 1% розчином оцтової кислоти, а потім висушувати.

Ковдри і покривала з полімерних плівок необхідно щодня провітрювати і просушувати, а при забрудненні прати теплою водою.

Ретельно очистіть металеве обладнання гарячою водою та висушіть.

З метою збереження якості хліба та хлібобулочних виробів суб'єкт господарювання обладнує свої приміщення спеціальним обладнанням (закриті шафи, лотки, стаціонарні та пересувні стелажі, контейнери, столики для нарізання хліба, хлібні ножі) та основним інвентарем (ножі, щипці, шпателі, виделки тощо на вибір споживача товару, а також ковдри та покривала з тканини або полімерної плівки, дозволені центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я для покриття товару).

У разі відсутності на окремих територіях сформованих торговельних підприємств реалізація хліба та хлібобулочних виробів у фасованому вигляді дозволяється лише спеціалізованими транспортними засобами та піддонами.

Шафи, в яких зберігається хліб і хлібобулочні вироби, необхідно провітрювати протягом 1-2 годин на добу, мити не рідше одного разу на тиждень теплою водою з милом, протирати 1% розчином оцтової кислоти, а потім висушувати.

Чохли і покривала з полімерних плівок необхідно щодня провітрювати і просушувати, а при забрудненні прати теплою водою.

Ретельно очистіть металеве обладнання гарячою водою та висушіть.

Працівники суб'єкта господарювання зобов'язані надавати споживачам необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари, а також на вимогу споживача-документи, що підтверджують якість і безпеку товарів та ціну на них. У разі придбання споживачем неякісного харчового продукту продавець зобов'язаний замінити його на якісний або повернути споживачеві сплачену ним ціну відповідно до вимог Закону України "Про захист прав споживачів".

Суб'єкти господарювання та їх працівники несуть відповідальність за порушення вимог щодо реалізації харчових продуктів відповідно до закону. Суб'єкт господарювання повинен мати журнал реєстрації перевірок за встановленою формою.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України №650 від 19 червня 2023 року "Про регулювання цін на окремі види продовольчих товарів в умовах воєнного

стану та забезпечення стабільної роботи підприємств-виробників продовольчих товарів", граничний рівень торговельної надбавки (націнки) встановлено нижче 10% на низку товарів, у тому числі на житній хліб та батон[9].

1.3. Організаційно-правова форма та система оподаткування для новостворюваної пекарні

Відкриття пекарні – це не просто неймовірне меню та красивий дизайн. Крім того, вам потрібно знати, які податки сплачує ваш бізнес, яку форму податку ви обираєте та як з усім цим справлятися.

Всього в Україні існує 4 групи платників єдиного податку, але нас цікавить лише друга та третя група. Відмінності між ними полягають у рівні річного доходу, кількості та можливості працевлаштування працівників, а також певних правових нюансах і ставках, які необхідно сплачувати. Більшість ресторанів і пекарень відноситься до групи 2 і 3, тобто фізичні особи найчастіше зустрічаються у групі 2, а юридичні особи - в групі 3, оскільки надають послуги ресторанного бізнесу, готелів, кафе, автотранспортні та інші види послуг[10,11].

Податковий кодекс України визначає ФОП 2-ї групи платників податку за такими характеристиками:

- здійснюють господарську діяльність із надання послуг, зокрема, побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, а також виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства;
- використовують найману працю не більше 10 осіб, перебуваючи з ними у трудових відносинах;
- мають граничний обсяг доходу за календарний рік.

ФОП 2 групи сплачує єдиний податок у фіксованому місячному розмірі 20% мінімальної заробітної плати. ФОП 3 групи сплачує єдиний податок з обороту 5%.

Третю групу ЄП можуть обирати зареєстровані ФОП та юридичні особи (будь-якої організаційно-правової форми), де (п. 3 ст. 291.4 ГПК):

- немає працівників, або кількість працівників необмежена;

- розмір доходу фізичної особи платника єдиного податку не може перевищувати таких розмірів:

Третя група платників єдиного податку – 8 285 700 грн.

Друга група платників єдиного податку – 5 921 400 гривень

З 1 січня 2022 року відбулися зміни в податках, але у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні ці зміни скасовано і штрафи не застосовуються. Проте з 1 жовтня 2023 року ці штрафи повертатимуть підприємствам, які здійснюють розрахункову діяльність у сферах торгівлі, громадського харчування та послуг.

У зв'язку із запланованими на нинішній рік двома етапами підвищення мінімальної заробітної плати (до 7100 грн з 1 січня та до 8000 грн – з 1 квітня) та збільшенням з початку року прожиткового мінімуму (2920 грн проти 2589 грн у 2023-му) в Україні, змінюється й низка показників, що впливають на діяльність фізичних осіб, – підприємців. Йдеться, зокрема, про ліміти річного доходу для ФОПів, що є граничною межею, у разі перевищення якої підприємця можуть перевести на загальну систему оподаткування.

Питання, яку систему оподаткування вибрати для пекарні, досить складне. Щоб визначитися, яку систему вибрати, слід розуміти розмір закладу, щоб врахувати їх оборот – кількість місць та точок.

Загалом для пекарень підходить такий режим оподаткування:

Єдиний податок групи 2 і 3: для невеликих пекарень і кафе це може бути вигідно, оскільки немає бухгалтерського обліку та зборів. Система є простою та відкритою системою сплати податків. Відповідно до частини третьої статті 293 Цивільного процесуального кодексу України ставка єдиного податку для платників третьої категорії становить:

5% від доходу - якщо ПДВ включено до єдиного податку.

Найбільшою кількістю суб'єктів господарювання, які обирають спрощену систему оподаткування, залишається третя категорія платників єдиного податку (далі – ЄП). Причин декілька: його можуть обирати ФОПи та юрособи, умов для вступу в групу значно менше, дозволений для платників ЄП максимальний річний дохід значно вищий. Тому найголовніше – це матеріал.

ФОП II групи - ЄСВ становитиме 1562 грн. на місяць (22% розміру мінімальної заробітної плати), єдиний податок - 1420 грн. на місяць (20% мінімальної заробітної плати станом на 1 січня 2024 року);.

Що стосується термінів сплати податків, то ЄП за січень (у новому розмірі) ФОПам I та II груп треба сплатити до 19 січня.

Як і раніше, сплатити цей податок можна авансом за увесь звітний період (квартал або рік), але не більш ніж за період до кінця звітного року.

Крайній термін сплати збільшеного ЄСВ за перший квартал – 19 квітня (загалом 4686 грн). А до 19 січня підприємці мають сплатити внесок за IV квартал минулого року – за торішніми ставками, себто 1474 грн на місяць (4422 грн).

За КВЕД-2005 така діяльність класифікується за кодом 15.81.0 «Виробництво хліба та хлібобулочних виробів». Цей підклас включає в себе в тому числі виробництво борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання, свіжих пирогів, тістечок, тортів тощо[12].

За КВЕД-2010 така діяльність класифікується за кодом 10.71 «виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання».

Ви можете зареєструвати своє кафе чи ресторан як Solepreneur (ФОП) або як ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю). Обидва режими оподаткування кафе мають свої переваги, і вибір між ними залежить від конкретних цілей і обставин вашого бізнесу.

Переваги реєстрації свого кафе як ФОП[10]:

- процес реєстрації простий: щоб відкрити ФОП у Дії, потрібно всього кілька хвилин;
- незалежність: людина сама керує бізнесом і приймає всі рішення;
- спростити системи бухгалтерського обліку та оподаткування за допомогою єдиного податку.

Розділ 296.1 Цивільного процесуального кодексу ФОП - ЄП Платники III групи передбачає ведення обліку в довільній формі з відображенням отриманого доходу щомісяця.

1 серпня 2023 року набрали чинності «Зміни до Податкового кодексу України» та інших законів України щодо особливостей оподаткування на період дії воєнного стану (від 30.06.2023 № 3219-XX), якими також внесено про зміни в застосуванні відповідальності за порушення вимог Закону про РРО

47.99. Інші види роздрібно́ї торгівлі поза магазинами

47.25. Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах (при продажі напоїв на розлив)

В нашій кав'ярні буде окремий касовий апарат для ФОП

Касовий апарат - це портативний самодостатній пристрій, що оптимально для невеликої торгової точки, закладу, кафе, доставки, виїзної торгівлі. Є 2 типи касових апаратів для ФОП:

класичний касовий апарат

каса "все-в-1" на базі ОС Android, яка підтримує також прийом платіжних карток

Мобільна каса інноваційного формату "5-в-1 iNNOVATE! 4Pay" містить усе необхідне щоб автоматизувати продажі у невеликих магазинах, кав'ярнях, закладах тощо, включаючи виконання всіх вимог законодавства щодо використання РРО / пРРО та прийому безготівкових платежів.

До основних функцій входить:

- реєстрація продажів, пошук товарів за штрих-кодом, артикулом або назвою, швидкий скан продукту, роботу з ваговим товаром та контроль акцизних марок;
- прийом платежів, включаючи карткові оплати та можливість програмування різних типів оплат у чеку;
- фіскальні операції, такі як фіскалізація чеків в ДПС, відправлення Z-звітів, копіювання чеків, анулювання, повернення та заокруглення відповідно до законодавства;
- можливість роботи з 20 000 позицій товарів та послуг, імпорту каталогу з ПК або ручним вводом, знижки на товари та чеки;

- касова дисципліна, в тому числі відкриття та закриття зміни, облік готівки та зберігання копій чеків;
- управління мережею кас здійснюється централізовано, дистанційний моніторинг та консолідоване зберігання копій чеків та Z-звітів;
- можливість приймати оплати робити продажі та друкувати чеки у будь-якому місці завдяки унікальності касового апарату.

Саме через ці пункти "iNNOVATE 4Pay" є гарним рішенням для малого бізнесу, щоб зробити продажі автоматизованими та простими.

Якщо порівнювати у використанні касовий термінал/комп'ютер, сканер штрих-кодів, програмне РРО та платіжний термінал з можливістю використання лише одного пристрою, можна зробити висновок що касовий апарат забезпечить значну економію. Використання єдиного пристрою замість кількох дозволяє уникнути витрат на покупку або оренду різних пристроїв.

У мобільна касі у форматі "5-в-1 iNNOVATE! 4Pay " з програмним РРО та NFC терміналом знаходиться усе необхідне щоб зробити продажі автоматизованими саме у невеликих магазинах, кав'ярнях, закладах тощо і при цьому працювати згідно з вимог законодавства стосовно використання РРО та прийому безготівкових платежів.

Програмне РРО, яке використовується в даному касовому апараті, розробила компанія в якій є багаторічний досвід щодо автоматизації роздрібних бізнесів в Україні. При створенню касового апарату були враховані всі нюанси, важливі для захисту бізнесу від ризику штрафів та зайвих непродуктивних процесів.

Вимога щодо використання ПРРО/РРО стосується майже всіх юридичних осіб та ФОП, які працюють у сфері роздрібної торгівлі, послуг для населення та громадського харчування та приймають оплату готівкою, платіжними картками, жетонами тощо.

Касовий апарат допомагає якісно керувати та слідкувати за реєстрацією продажів, приймати оплати, створювати фіскальні чеки та забезпечувати касову дисципліну. Розуміючи, що вимоги щодо РРО наразі обов'язкові для багатьох бізнесів то використання інтегрованого рішення даного типу може значно полегшити роботу та зробити її ще ефективніше.

Далі розглянемо основні відмінності між РРО та пРРО в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні відмінності між РРО та пРРО

	РРО (касовий апарат, фіскальний реєстратор)	Програмні РРО (пРРО)
Тип / Технологія	Обладнання (принтер, каса, апарат) з фіскальним блоком	Програма з реалізованим АРІ ДПС
Зберігання фіскальних даних	На фіскальному блоці та картці MB SAM	Дані відразу відправляються до ДПС
Відправлення звітів до ДПС	Звіт по закінченню зміни	Почеково + звіт по закінченню зміни
Робота on-line / off-line	- Не потребує постійного on-line - Інтернет потрібен тільки для відправлення звітів ДПС - Дозволяється робота off-line (без відправки звітів до ДПС) до 72 годин поспіль, без обмежень на місяць	- За умовчанням - On-line - Дозволяється робота off-line до 36 годин безперервно, не більше 168 годин на місяць - При відсутності зв'язку з ПС робота обмежена діапазоном зарезервованих номерів
Друк чеку	Так, РРО має власний термопринтер	Ні, тільки при підключенні зовнішнього принтера
Електронні чеки	Може "віддати" дані для подальшої відправки е-чеку	Може "віддавати" дані для подальшої відправки е-чеку або містити власний сервіс відправки
Регулювання моделей	Тільки моделі, що включені до Державного Реєстру РРО України	Будь які пРРО, в яких реалізовано АРІ Державної податкової служби (станом на початок 2024)
Відповідальність	Відповідальність за коректність роботи та передачі даних до ДПС ділять власник, Центр сервісного обслуговування та Виробник	Відповідальність за коректність роботи та передачі даних до ДПС несе власник пРРО
Вартість	Сплачується вся сума відразу, строк служби - 7 років	Сплачується абонплата помісячно. При впровадженні серйозних систем пРРО може знадобитися оплата за інтеграцію з Вашими обліковими системами.

Джерело: складено за даними: [13]

Отже, для малих підприємств в яких є стабільний інтернет Програмний РРО є вдалим варіантом: з його допомогою всі вимоги законодавства можна виконати з мінімальними витратами та інтеграціями, лише при цьому використовуючи різноманітні доступні пристрої. Великим роздрібним бізнесам традиційна технологія

РРО надає більш високий рівень захисту і стабільності. Крім того, РРО є необхідним у випадках, коли доступ до Інтернету не є надійним.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі були розглянуті теоретичні засади започаткування власної справи у сфері хлібопекарської галузі: розглянуто бізнес-ідею започаткування міні пекарні «Топ Раін»; досліджене нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у сфері хлібопекарської галузі; обґрунтован вибір організаційно-правової форми і системи оподаткування створюваного бізнесу.

1. Передбачається створення міні-пекарні, загальна ідея якої полягає у виробництві особливих та сортів хліба та випічки, що дозволить відчувати смак дитинства. Також унікальністю пекарні є щотижнева доставка хліба та змога приготувати випічку за вашим власним дитячим або старовинним рецептом.

2. Задля провадження підприємницької діяльності було обрано організаційно-правову форму фізична особа-підприємець (ФОП), що має переваги і буде доцільною для такого формату пекарні. Було обрано спрощену систему оподаткування, 2 групу платників Єдиного податку (20% від мінімальної заробітної плати), що дозволить суттєво зменшити обсяги сплачуваних податків і буде вигідним для підприємства.

3. За КВЕД-2005 така діяльність класифікується за кодом 15.81.0 «Виробництво хліба та хлібобулочних виробів». Цей підклас включає в себе в тому числі виробництво борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання, свіжих пирогів, тістечок, тортів тощо.

За КВЕД-2010 така діяльність класифікується за кодом 10.71 «виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання»

4. Планується орендувати приміщення за умови, що в ньому вже зроблений капітальний ремонт тому необхідно буде докупити лише засоби інтер'єру та зробити косметичний ремонт. Діяльність міні-пекарні ліцензуванню не підлягає.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПЕКАРНІ

2.1. Аналіз ринку хлібопекарської галузі в Україні

Хлібопекарська галузь промисловості України - одна з ключових секторів економіки, адже хліб та хлібобулочні вироби складають близько 40% калорійності раціону українців і мають неабиякий соціальний вплив.

Хліб потрібен кожному- від дітей до дорослих і літніх людей[14].

Наразі ситуація на ринку хліба змінилась в гіршу сторону через військову агресію РФ. Якщо раніше всі підприємства працювали в однакових умовах, зараз можна спостерігати великий розрив в методах виробництва та проблеми, пов'язані з випіканням хліба в залежності від регіонів.

Одна з головних проблем це відключення електроенергії, яке раніше не було такою суттєвою перепорою для роботи.

Також, логістика, яка раніше була стандартною витратною статтею, тепер стала значною проблемою через витрати на пальне.

Хлібопекарська галузь в Україні здобула славу своєю великою розвиненістю та масштабною мережею підприємств, які забезпечують хлібобулочною продукцією населення. На сьогоднішній день всі виробники дуже гнучкі у своїй справі підлаштовуються під нові реалії та стежать за потребами споживачів та світовими тенденціями, активно впроваджуючи нові продукти.

Через складну та ситуацію в хлібопекарській галузі, важливим завданням є саме забезпечення населення корисною та якісною продукцією.

Саме аналіз ринкових тенденцій та потреб споживачів допоможе в майбутньому розробити ефективну стратегію розвитку в умовах невизначеності.

Підприємства хлібопекарської галузі повинні бути готовими адаптуватися до змін та ризиків, які виникають у зв'язку зі складною військовою ситуацією. Дослідження стану галузі допоможе визначити ключові фактори розвитку та розробити стратегії для збереження стабільних позицій.

Інформаційною базою дослідження є офіційні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України,

Міністерства фінансів України, наукові праці вітчизняних вчених з питань аналізу ринку хліба та хлібобулочних виробів й процесу створення конкурентних переваг[15].

У 2022 р. частка хлібних продуктів у відсотковому співвідношенні серед основних харчових продуктів, які входять до споживчого кошика, складає 9 % споживання, або 92.7 кг на одну особу за рік.

Згідно з даними офіційної статистики середньодобове споживання хліба – 250 г на людину при закладеній нормі у продовольчому кошику 270 г.

Більш ніж 30 років тому середнє споживання хліба на душу населення України було 354 г, але в останні роки дана цифра зменшилась приблизно до 50 г на людину, згідно з офіційною статистикою.

Не дивлячись на те що в продовольчому кошику зазначається норма хлібобулочних виробів 270 г хліба на добу, фактичне споживання становить лише близько 200 г на душу населення.

Причиною цього є те, що велика частка виробників перейшли у тіньовий сектор економіки, а також через некоректне визначення кількості населення.

Наразі можемо спостерігати зменшення виробництва через маленьку кількість споживачів за минулий рік кількість споживачів зменшилась на 20%.

Також неабиякий вплив на споживання хлібобулочних виробів має збільшення цін на них.

В сучасних умовах спостерігається тенденція зменшення попиту на масові сорти хліба та збільшення продажів вищої цінової категорії, таких як безглютеновий хліб чи вироби з фортифікованого борошна.

Змінюються пріоритети при виборі продукту. Ціна хлібобулочних виробів для споживача знаходиться на 3-му місці, важливішими критеріями є свіжість і якість.

Проте не зважаючи на велику частку хлібобулочних продуктів в раціоні людини останніми роками ми можемо спостерігати тенденцію до падіння обсягів виробництва та споживання хлібної продукції (рис. 2.1, рис.2.2.).

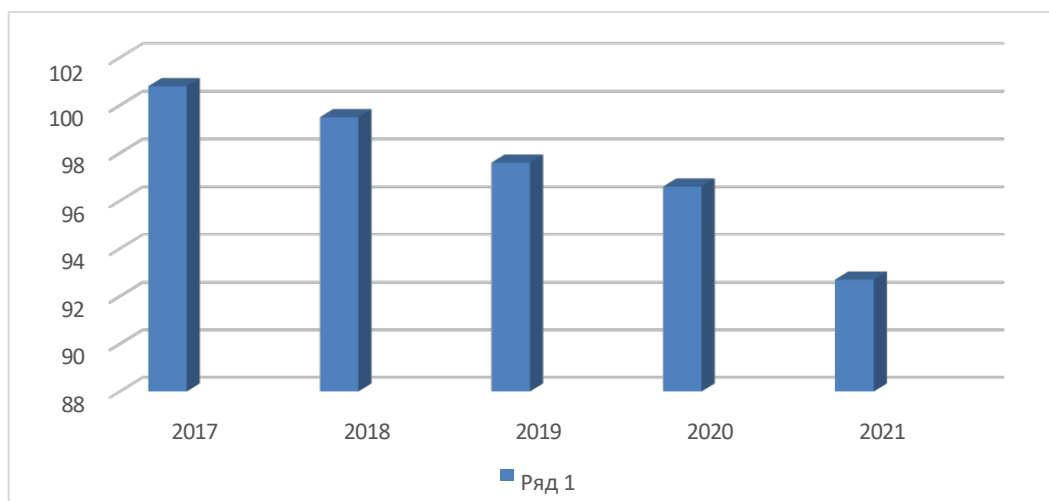


Рис. 2.1. Динаміка споживання хліба і хлібобулочних виробів в Україні за 2017–2021 рр.

Джерело: складено автором згідно [15; 16]

Аналізуючи рисунок 2.1. можна зробити висновок що з кожним роком ситуація щодо споживання хлібобулочних виробів погіршується та суттєво зменшується разом із тим відповідно і зменшується динаміка виробництва хлібобулочних виробів яку ми можемо побачити на рисунку 2.2.

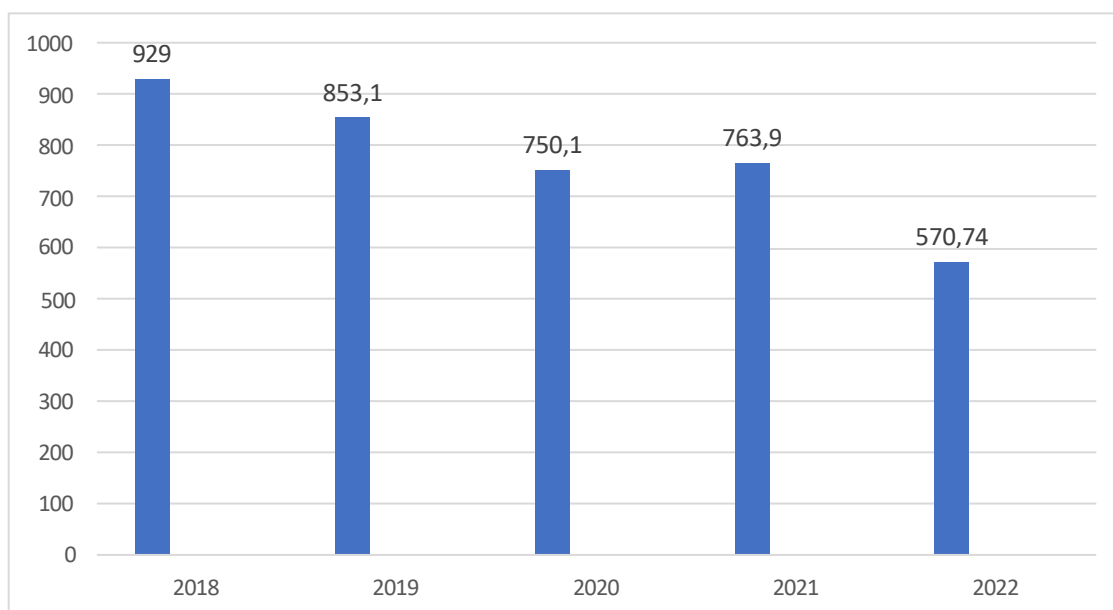


Рис. 2.2. Динаміка виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні за 2017–2022 рр.

Джерело: складено автором згідно [15; 16]

Основні чинники які зумовлюють негативну динаміку зазначених вище показників можна віднести зростання ціни на хліб та зміну культури споживання. З початком збройної агресії РФ проти України виробникам хлібопекарської галузі слід вирішувати нові виклики, такі як : знищення енергоінфраструктури та відключення електроенергії, значне підвищення цін на логістику та міграційний відтік населення, і саме це стало причиною зменшення обсягів виробництва у 2022 р. щонайменше на 20 % [17].

На тлі збільшення цін на продукти з основного кошика споживачів спостерігається значне зростання вартості хліба (рис.2.3).

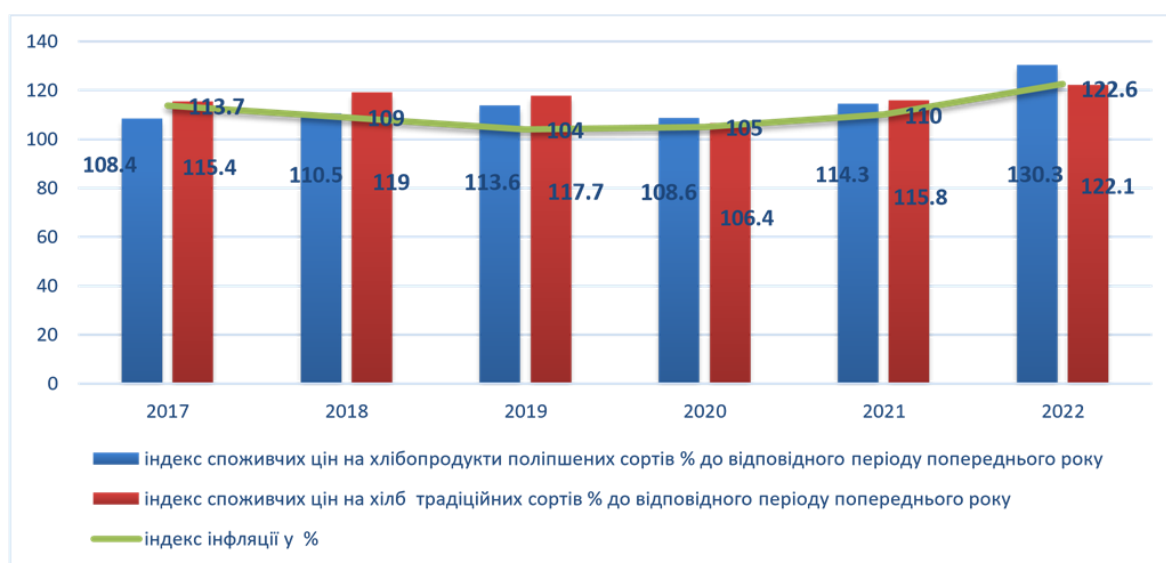


Рис.2.3. Динаміка інфляції та індексу споживчих цін на хліб і хлібобулочні вироби в Україні за 2017–2022 рр.

Джерело: складено автором згідно [15; 16]

Наведені дані свідчать про те, що збільшення цін на хліб та хлібобулочні вироби є результатом інфляції. Зростання вартості хліба тісно пов'язане з підвищенням цін на сировину борошно, цукор, яйця, олієжирна продукція, а також зі зростанням цін на енергетичні ресурси та паливно-мастильні матеріали. Наприклад, у 2022 році ціни на поліпшену рецептуру хліба та хлібобулочні вироби зросли на 30.3%, а на традиційні види хліба - на 22.1%, тоді як рівень інфляції в Україні за цей період склав 22.6%

Починаючи з літа українські пекарі попереджали, про малу частку продовольчої пшениці в майбутньому урожаї. Це в свою чергу вплине на те, що з наближенням зими галузь може потерпіти нестачу вітчизняної сировини, і саме це буде мати значний вплив на ціни на хліб, зробить його менш доступним для населення. Експерти стверджують, що хоча дефіциту хліба ймовірно не буде через проблеми в аграрному секторі та логістиці, ситуація може змінитися. Близько 20% підприємств хлібопекарської галузі зруйновані або ще не відновили виробництво з початку повномасштабного вторгнення. Але в Україні є велика мережа хлібо заводів, які забезпечують виробництво великої кількості хліба та мають великі резерви потужностей, достатні для того щоб нагодувати 50 мільйонів людей. На сьогоднішній день частка населення в Україні значно менша, а споживання хліба знизилося на 15% з початку війни через імміграційні фактори та зміну купівельної спроможності. Інфляція та зростання цін на продукти харчування стають причиною того, що більшість людей не можуть собі дозволити купувати повний набір продуктів, і тепер вони купують половинки хліба замість цілого як це було раніше[17].

У липні українська хлібопекарська промисловість зробила заяву стосовно занепокоєння з приводу якісних показників урожаю пшениці сезону 2023/2024 років – через несприятливу погоду більша частина врожаю припала на пшеницю третього та четвертого класів, а частка другого сорту пшениці зменшилися. Другий рівень, необхідний для випікання якісного хліба, значно нижчий, ніж у попередні роки[18].

Крім несприятливих погодних умов, на низький рівень якості врожаю вплинули наслідки збройної агресії РФ в Україні – недостатня кількість робочої сили в агросекторі, економія аграріїв на вартості добрив, пестицидів. та інші товари.

За словами експертів Всеукраїнської асоціації пекарів та статистичними даними які вони наводять за липень-2023 найдорожчі хлібобулочні вироби в Києві, а найдешевші - в Миколаївській, Херсонській, Сумській, Тернопільській та Харківській областях, хоча в різних регіонах присутні помітні дисбаланси по цінах на окрему продукцію це можна розглянути в таблиці 2.1[18].

Таблиця 2.1

Середні ціни на хлібобулочні вироби в Україні

Найменування виробу	Середня споживча ціна по Україні за 2023 рік, грн	Середня споживча ціна в Києві за 2023 рік, грн
Хліб пшеничний з борошна вищого гатунку	41,9	62,6
Хліб пшеничний з борошна першого гатунку	34,9	42
Хліб житній, житньо-пшеничний	36	41,1
Хліб заварний, 500 г	28	31,4
Батон, 500 г	22,4	22,7
Багет, 250 г	16,2	20,2
Здобні вироби, 100 г	15	20,1
Борошно пшеничне	16,3	17,8

Джерело: складено за даними: [19]

В свою чергу, Держстат наводить наступну динаміку цін на найбільш соціально значимі і важливі для масового споживача хліб житньо-пшеничний і батон за час повномасштабної війни в таблиці 2.2. Можемо побачити, що кожного місяця відбувається збільшення цін на дані види хліба, що викликано певними негативними факторами такими як інфляція, підвищення цін на паливо та енергетику, проблеми з логістикою. Також спостерігається тенденція на зміни пріоритетів при виборі продукту. Ціна хлібобулочних виробів для споживача знаходиться на 3-му місці, важливішими критеріями є свіжість і якість.

Таблиця 2.2

Динаміка цін на хліб житньо-пшеничний і батон за час повномасштабної
війни

Період	Середня ціна на хліб житньо-пшеничний, грн за 1 кг	Середня ціна на батон 500 г, грн
лютий-2022	30,93	18,63
травень-2022	31,84	19,74
серпень-2022	33,58	20,74
жовтень-2022	34,46	21,06
грудень-2022	35,11	21,48
лютий-2023	35,21	21,95
травень-2023	35,85	22,25
серпень-2023	35,83	22,53

Джерело: складено за даними: [19]

Основною проблемою з якою стикаються українські пекарі є збереження високих цін на пшеницю другого сорту та недостатня кількість її на внутрішньому ринку. За прогнозами експертів до кінця сезону хлібопекарська галузь може не отримати близько 1 млн. тонн пшениці другого класу, це в свою чергу призведе до збільшення цін на хліб. Доступність сировини є ключовим аспектом для пекарів, оскільки ціна пшениці впливає на ефективність галузі та можливість стримати зростання цін на хлібобулочні вироби.

Однією із ключових задач уряду України для досягнення економічного розвитку є створення комфортного середовища для розвитку бізнесу, відповідно зробивши для цього ринок максимально прозорим та чесним. Це буде мати позитивний вплив на розвиток хлібопекарської галузі в країні. Україна має потенціал

у цій галузі адже налічує велику мережу потужних хлібо заводів, які можуть виробляти значні обсяги хліба та мають великі резерви потужностей[20].

Натомість, так як і в будь-якому бізнесі, хлібопекарський сектор певним чином залежить від економічних та соціальних факторів. Наприклад, споживання хліба може зменшитися через зниження купівельної спроможності населення. Значну частку економіки України становить малий та середній бізнес і наразі вони є дуже гнучкими у роботі.

У 2022 році хлібобулочні вироби склали 5,2% вартості вітчизняного ринку харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів. Якщо додати до цього інші борошняні вироби, цей показник зростає до 6,3%. Соціальне значення хлібопекарської галузі та хлібобулочної продукції на продовольчому ринку є пріоритетним. Розглянемо в таблиці 2.3 основних виробників хлібу на ринку.

Таблиця 2.3

Основні виробники ринку хлібобулочних виробів

Основні виробники ринку хлібобулочних виробів					
Промислові підприємства 30-35% Великі холдинги із замкненим циклом виробництва та середні, малі підприємства	Мережі ритейлерів 25-35% Власна продукція(переважно), вироби із заморожених напівфабрикатів	Приватні Міні пекарні 10-15% Швидке випікання реалізація на місцях	Цехи кулінарії громадського харчування фаст-фуди 7-12% Реалізація на місцях у вуличних кіосках в супермаркетах кафе ресторанах	Цехи при Громадських Зкладах та Установах Великих підприємствах 7-12% санаторно-лікувальні заклади армії Школа пенітенціарні Установи	Домашнє Випікання 3-4%

Джерело: складено автором

Протягом чотирьох років, з 2018 до 2022, кількість підприємств, які займаються виробництвом хлібобулочних та борошняних виробів, скоротилася на 12%, а кількість працівників на них зменшилася на 18%. Це зменшення пояснюється перерозподілом ринку та створенням потужних комплексів через об'єднання та

реконструкцію наявних виробництв та будівництво нових. Деякі виробники отримували в Україні преференції, такі як пільгові земельні ділянки, підтримка у реалізації продукції незалежно від ціни та якості, а також спеціальні умови оподаткування. На ринку хліба спостерігається тенденція до монополізації та перерозподілу власності.

Незважаючи на економічні труднощі, інтеграційні процеси продовжуються в цій галузі. Для запобігання банкрутству та збиткам підприємств вони об'єднуються або поглинаються великими гравцями на ринку. Основні характеристики великих регіональних об'єднань представлені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Схематичне представлення характеристик найбільших гравців ринку
хлібобулочних виробів України

ПАТ «Київхліб»	ПАТ «Концерн Хлібпром»	ТОВ Українськословацьке підприємство «Кулиничі»	Холдингова компанія «Хлібні інвестиції»	Група компаній «Формула смаку»	Група компаній «Хлібодар »
Охоплює більше 13 % ринку промислово ї продукції України. До складу компанії входить 6 виробничих майданчиків в у столиці, а також 5 - в Київській області.	Включає підприємств а західного регіону у Львівській і Вінницькій областях і охоплює 5,8 % ринку України.	ТОВ Українсько- словацьке підприємство «Кулиничі», до складу входять 10 спеціалізованих хлібопекарських комплексів в Харківській, Київській та Полтавській областях.	Включає підприємств а Чернівців, Київської області, Івано- Франківська , охоплює 8 % ринку.	Представляє Черкаський, Кіровоградський, Миколаївський, Полтавський регіони, займає до 8% ринку	Запорізька та Київська області

Джерело: складено за даними: [20,21,22,23,24,25]

Наразі усі підприємства у сфері хлібопекарської галузі приватизовані, а їхні потужності розподілені головним чином відповідно до чисельності населення, за винятком великих промислових регіонів. Більшість виробництва хлібобулочних

товарів припадає на невеликі підприємства, які не включені до статистичної звітності та не мають угод з мережами супермаркетів.

Лідером на ринку в хлібопекарській галузі є ПрАТ "Київхліб", яке має під своїм впливом приблизно 14-15% ринку хліба та хлібобулочних виробів. Компанія "Київхліб" налічує 9 виробничих майданчиків у Києві та Київській області з загальною потужністю понад 500 тонн хлібобулочних товарів і 10 тонн "хлібної смакоти"; їх асортимент складає близько 250 видів продукції[20].

Хлібопекарська корпорація "Кулиничі" співпрацює з масштабними європейськими виробниками хлібопекарського обладнання з 1999 року і впроваджує новітні технології у виробництво хлібобулочних товарів. Основним з їхніх нововведень є - роботизований хлібопекарський комплекс, який спроможний виробляти до 250 тонн хліба та хлібобулочних виробів на добу. Оновлений виробничо-збутовий комплекс має повністю автоматизований цикл виробництва, логістичний центр та мережу фірмових булочних-кондитерських[21].

"Хлібні інвестиції" посідають третє місце серед крупних хлібопекарських підприємств України, охоплюючи близько 7% ринку хлібобулочних товарів. В даний холдинг входять компанії, такі як ТОВ "CHANTA MOUNT", ТОВ "Івано-Франківський хлібокомбінат", ПрАТ "Теремно Хліб", ТОВ "Бердичівський хлібозавод", ТОВ "Перший столичний хлібозавод". Лідерами серед виробників хлібобулочної продукції в їх регіонах є ТМ "Формула Смаку" та Lauffer Group. Продукція Lauffer Group виготовляється з екологічно чистої сировини, без шкідливих добавок та консервантів, під брендом "Урожай"[22, 23, 24].

ПрАТ "Концерн Хлібпром" - одне з найбільших підприємств українського ринку хліба, яке щоденно виробляє до 200 тонн продукції. До його складу входить 5 переробних підприємств, які знаходяться у Львівській та Вінницькій областях[25].

Підприємства, які виробляють хліб та хлібобулочну продукцію в Україні, знаходяться майже у кожному районному центрі. Це створює високий рівень конкуренції на локальних ринках, та свою в чергу до стрімкого розвитку мініпекарень, що працюють безпосередньо в торгівельних мережах.

Мережі збуту продукції великих виробників охоплюють площу радіусом до 150 км, що призводить до зростання транспортних витрат та зниження конкурентоспроможності продукції.

Міні-пекарні та приватні виробництва в основному мають справу з неповним циклом, використовуючи в своїй роботі заморожені напівфабрикати. Проте все частіше зараз розвиваються пекарні повного циклу. У 2022 році виробництво промислових хлібобулочних виробів в Україні було 31,7 кг на одну особу на рік, або 86,9 г на добу. Зважаючи на середньозважену річну норму 94,2 кг, частка неврахованого ринку мала б становити 66%.

На сьогоднішній день малі підприємства в хлібопекарській галузі часто використовують прискорені технології виробництва, і як наслідок це призводить до зниження якості готової продукції. Закваски-підкислювачі, які вони використовують при виготовленні заварних сортів хліба, складаються з сполук органічних кислот, а не традиційної живої мікро-флори. Це суттєво впливає на якість, а головне – корисність продукції. Варто відмітити, що така продукція в великому обсязі представлена на полицях магазинів.

Для співставлення було проаналізовано позиції виробників хлібобулочних виробів у світі, на підставі даних Асоціації міжнародної хлібопекарської промисловості (AIBI), куди входять 16 європейських країн. В північних країнах спостерігається найбільша частка промислових підприємств. На півдні, в країнах розвиненого туризму ця частка є суттєво меншою, через наявність в таких країнах великої мережі швидкого приготування хлібобулочних виробів. Кожна країна має свою модель ведення хлібопекарського бізнесу, умови продиктовані ринком та споживачам.

Закінчивши аналіз хлібопекарської галузі можна сформулювати певний перелік позицій які будуть представлені в нашій пекарні в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Меню пекарні «Топ Раін»

Вид продукції	Ціна одиниці продукції, грн	Обсяг виробництва в місяць		Обсяг виробництва в рік	
		Одиниць	Грн	одиниць	Грн
2	3	4	5	6	6
1. Цільнозерновий хліб	45	350	15750	4200	189000
2. Житній хліб з додаванням гарбузового насіння	55	300	16500	3600	198000
3. Гречана чабата	45	250	11250	3000	135000
4. Французький круасан з шоколадом та лісовим горіхом	45	650	29250	7800	351000
5. Французький круасан з полуницею	45	550	24750	6600	297000
6. Французький круасан з ваніллю	45	550	24750	6600	297000
7. Тарталетка з фруктами	45	350	15750	4200	189000
8. Тарталетка з горіхами та солоною карамеллю	35	350	12250	4200	147000
9. Кіш з куркою та шпинатом	45	550	24750	6600	29700
10. Кіш з куркою та грибами	55	550	30250	6600	363000
11. Ролінні з куркою	34	650	22100	7800	265200
12. Роліні з шпинатом	34	650	22100	7800	265200
13. Пиріг з вишнею	32 за 100гр	14	44800	168	537600
14. Пиріг з яблуком та корицею	30 за 100гр	14	44800	168	537600
15. Пиріжки з яблуками	20	500	10000	6000	120000
16. Пиріжки з вишнею	20	500	10000	6000	120000
17. Пиріжки з картоплею	25	450	11250	5400	135000
18. Пиріжки з куркою та грибами	25	450	11250	5400	135000
19. Вода	20	200	6000	2400	72000
20. Сік	15	250	3750	3000	45000
21. Американо	20	200	4000	2400	48000
22. Еспресо	40	150	6000	1800	72000
23. Латте	45	150	6000	1800	72000
24. Капучіно	45	100	4500	1200	54000
25. Чай чорний	30	200	6000	2400	72000
Усього			406550		4611300

Джерело: складено автором

Розрахуємо середній чек. Так як в нас найчастіше скоріше за все будуть брати круасани пиріжки або роліні. Припустимо що в середньому людина замовляє каву та круасан це 90 грн або пиріжки та чай це грн або пиріг та каву це 120 грн.

В день при повній завантаженості може бути приблизно 60-70 замовлень. Отже середній чек за місяць це $95 \cdot 70 \cdot 30 = 199500$. За рік $199500 \cdot 12 = 2394000$

Для виробництва кішей, роліні та пирогів буде використовуватися заморожена начинка ягід, фруктів, шпинату, курки та грибів. Постачальником такої продукції буде Ногеса, в них також будуть замовлятися заморожені круасани які потім будуть начинятися та випікатися. Постачальниками кави буде 25 coffee roasters. Постачальниками води, соків та чая буде Ideal. Компанія Polank буде поставляти всю необхідну продукцію для випічки продукції борошно, масло, дріжджі, яйця, цукор, сіль, спеції, горіхи, сухофрукти та наповнювачі шоколад, солена карамель, лісові ягоди, полуниця, ваніль

Далі слід порівняти бізнес з основними конкурентами на ринку за такими показниками: продукція, ціни, ринкові комунікації та стратегії збуту продукції.

1. Сільський хліб

Мережа пекарень «СІЛЬСЬКИЙ ХЛІБ» — це завжди свіжа випічка, яку ми щоденно випікаємо тільки з найдобірніших та якісних продуктів[26].

Вся продукція ручної роботи. Для свого виробництва пекарня використовує тільки свіжі і натуральні інгредієнти. Завдяки технології випічки і дотримання температурного режиму зберігаються вітаміни і корисні речовини. Мережа представлена 13 магазинам в місті Одеса.

Основна продукція це кіші з різними видами начинки, пироги, пиріжки, різного сорту чабати, гречаний хліб, цільнозерновий, житній, картопляний хліб, хліб з томатом та шпинатом, піци, слойки, роліні, трубочки з кремом, булочки з корицею, з шоколадом, сахарні слойки, калачі, ньюйоркські роли з малиною, нутелою, шоколадом та карамеллю, особливістю є саме нестандартні поєднання смаків та рецептур, наприклад литовський хліб з медом яблучним повидлом та кмином, заливні пироги з лимоном, вишнею, шпинатом і томатами.

Також на відповідні свята можна замовити продукцію пекарні, наприклад до Пасхи або до Різдва.

Ціни якщо дивитись на ціни то вони знаходяться в середньому діапазоні хліб в діапазоні від 25-60грн на пироги та кіші 25-65 грн за 100гр на трубочки з заварним кремом тарти ньюйоркські роли о в середньому 14-75 грн на круасани та сендвічі 60-80 грн.

Стратегія збуту продукції у пекарні це частково їжа на виніс частково в закладі оскільки в пекарні є невелика стійка де можна взяти випічку та посидіти в закладі

Ринкові комунікації пекарня «Сільський хліб» приймає активну волонтерську участь та неодноразово допомагає волонтерам, забезпечуючи їх необхідними продуктами або ж за необхідності надає продукти для переселенців та людей, які потребують цього.

Пекарня є учасником на багатьох гешефтах та ярмарках тим самим, збільшуючи свою впізнаванність. Якщо аналізувати комунікацію через соцмережі, то можна зробити висновок, що вона на середньому рівні, оскільки в інсаграмі немає чіткої інформації про асортимент продукції та ціни, на сайті відповідно також, що знижує рівень комунікації між покупцем та пекарнею.

2. Здобушка

Мережа пекарень яка представлена 25 магазинами в місті Одеса.

У пекарні Здобушка використовують лише натуральні інгредієнти та ті продукти які пройшли перевірку на якість а в рецепти долають лише органічні та корисні компоненти[27].

Основна продукція це різні види хліба: чабата, багет, житній, цільнозерновий, пирог як з солоними начинками, так і з солодкими, великий асортимент тортів чизкейки, наполеон, медовик, печиво вівсяне, з родзинками, з шоколадною крихтою, лимоні тарти, еклери, макарони, штруделі з вишнею, з яблуком, сосиски в тісті, піци, круасани, печиво, кантучіні, сінабони, рогалики з вишнею та яблуком, сендвіч.

Також пекарня приймає замовлення до ваших особливих свят або завжди в асортименті можна знайти сезону продукцію до свят, наприклад Пасхи та калачі або штолени на Різдво.

Ще однією особливістю є ручна ліпка виробів, та в тому числі караваїв, цікаве поєднання смаків, наприклад пасха снікерс, лимонна, лавандовий крафін та італійській

панетоне. В свої роботи використовує каву 25 Coffee Roasters.

Ціни. Якщо дивитись на ціни, то вони приблизно в середньому сегменті на зліб в діапазоні від 35-60грн, на пироги та кіші 23-40грн за 100гр, на трубочки з заварним кремом, тарті, макарони, печиво в середньому 14-50грн, на круасани та сендвічі 40-60грн.

Стратегія збуту в пекарні є як функція на виніс, так і є місця в середині пекарні, де можна поїсти.

Ринкові комунікації. Пекарня надає франшизу для починаючих підприємців, з умовами якої можна ознайомитись в їх інстаграм сторінці.

Якщо аналізувати маркетингову складову, то вона ліпше ніж у минулої пекарні в інстаграм, оскільки та можна знайти інформацію про виробництво, продукцію та ціни і певні особливі акції до свят.

Якщо ж аналізувати сайт, то на ньому мінімально інформації, що знову таки ускладнює комунікацію між покупцем та клієнтом. Пекарня часто проводить певні конкурсні пропозиції у себе на сторінці в Інстаграм.

3. Klara Zaharovna

Klara Zaharovna – кав'ярня третьої хвилі, в мінімалістичному дизайнерському виконанні. Тут завжди грає музика, в соцмережах ставлять особливий акцент на гарну підбірку треків, а вибір круасанів справді величезний, понад десяток начинок, від солодких (ванільний крем, шоколад, франжипан мак-вишня, горіхові франжипани, ягідні начинки, кокос) до солоних (з лососем та руколою, прошуто і мусом дорблю, фетою і печеним перцем).

Також можна поласувати порцією TWICE у двох варіаціях (з 5 сирами або копченою грудинкою, брі та грибним соусом). В меню є солодкі равлики і сінабони тарті та глазуровані сирки даніши смородина чізкей вишня та заварний крем.

Акцент зроблений на десертах ,в основному це круасани та велика кількість начинок до них[28].

Напої: еспресо – 50 грн, фільтер кава – 50 грн, колдбрю – 60 грн,

Страви: Croissant Солонка карамель – 65 грн, Малина-філадельфія – 65 грн, Вишня-молочний шоколад – 75 грн,

Фісташковий франжипан – 85 грн, Бенедикт з лососем/прошутто – 150 грн, Цезар – 90 грн, TWICE Baked круасан 5 сирів – 150 грн, Кокосова вівсянка без глютену – 90 грн, Шакшука – 100 грн.

Стратегія збуту: в пекарні є місця де можна посидіти, а також замовити з собою.

Ринкові комунікації : на відміну від попередніх пекарень Клара дуже круто та сучасно веде соцмережі, де анонсує колаборації з іншими ресторанами, тематичні вечірки до свят. Також на сторінці можна помітити активну волонтерську діяльність, наприклад продаж певного унікального продукту і потім виручка з цих продажів йде на потреби або військових або волонтерів. І також нещодавно була анонсована співпраця з Noreca по доставці готових круасанів-полуфабрикатів для інших малих пекарень

Отже, якщо підсумувати аналіз 3х пекарень, то можна зробити висновок, що наша пекарня все ж таки має перевагу в унікальній ідеї - відтворенні присмака дитинства за допомогою рецептів, та інші перевага це значна маркетингова стратегія. Натомість у Клари є перевага в комунікації з покупцем через свої соцмережі та оптову торгівлю, у Збобушки -це можливість франшизи, тому в подальшому можна розглядати такі варіанти розширення та масштабування бізнесу для нашої пекарні.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу у хлібопекарській справі

Для того щоб отримати чітку оцінку ринкових можливостей підприємства і ситуації на ринку, слід вірно оцінити зовнішні можливості та загрози а також внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства. З цією метою у практичній діяльності багатьох підприємств широко використовують метод SWOT-аналізу що дає змогу здійснити комплексне аналітичне оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Отже розглянемо SWOT-аналіз пекарні у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз новоствореного бізнесу

Можливості	Загрози
1. Розробка нових технологій для хлібопекарської промисловості; 2. Поява нових ринків для збуту продукції хлібопекарської промисловості; 3. Реалізація додаткових послуг або продаж додаткових товарів 4. Підвищення рівня конкурентоздатності на вже існуючому ринку 5. Відкриття нових рецептур для продукції пекарні 6. Використання нових технологій у приготуванні та новітнього обладнання	1. Падіння рівня доходів населення; 2. Підвищення вартості виробництва хліба (зростання цін на борошно, енергоносії, комунальні послуги, паливно-мастильні матеріали, а також збільшення мінімальної заробітної плати); 3. Конкуренція серед малих виробників товарів (міні-пекарень та супермаркетів) на ринку; 4. Нестабільна політична ситуація 5. Вибагливість покупця та швидка зміна тенденцій
Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Підприємство має кваліфікований персонал, з досвідом роботи в даній галузі; 2. Гнучкість та адаптація до нових умов 3. Якісна продукція та унікальна ідея і концепт що відрізняє нас від конкурентів 4. Якісне обладнання 5. Якісна сировина та цікаві рецептури	1. Залежність від постачальників в більшій частині виробництва 2. Мала кількість знайомств та зав'язків для колаборацій та недостатня маркетингова стратегія 3. Малий асортимент для певних груп населення 4. Високі ціни

Джерело: складено автором

Розглянемо п'ять напрямків досягнення конкурентних переваг, які мають відмінності в залежності від сфери конкуренції або групи споживачів, на які орієнтується пекарня

1. Акцент підприємства на зниженні витрат на виробництво продукції для досягнення лідерства на ринку за рахунок цього.

2. Задача полягає в наданні продукту певних характеристик, які мають суттєве значення для споживачів і відрізняють його від товарів, які пропонують конкуренти (стратегія широкої диференціації).

3. Підхід, який поєднує в собі зменшення витрат та супутні властивості продукту, які забезпечують йому конкурентну перевагу (стратегія оптимальних витрат).

4. Стратегія оптимальних витрат – це підхід, який поєднує зниження витрат на виробництво продукту з додатковими властивостями, які забезпечують йому конкурентну перевагу порівняно з продуктами конкурентів.

5. Надання унікальних характеристик продукту для конкретного сегменту ринку (сфокусована стратегія диференціації)

У плануванні виробничо-господарської діяльності пекарні існують основні фактори ризику, які можуть вплинути на успішність діяльності підприємства:

1. Економічні ризики діяльності включають наступне: зростання цін на сировину (зокрема, зерно); збільшення кількості конкурентів на ринку; зміна смакових уподобань споживачів, що стосується асортименту хлібопекарських виробів; неможливість транспортувати продукцію на великі відстані; неможливість експортувати український хліб та інші хлібопекарські вироби до Європейського Союзу через відсутність тарифних квот; необхідність мати широку мережу збуту та бути ближче до споживачів.

2. Фінансові ризики діяльності включають нестабільність валютного курсу, низьку інвестиційну активність у галузі, залежність від платоспроможного попиту населення, не вигідні умови кредитування вітчизняних банків та вище податкове навантаження на промислові підприємства порівняно з приватними міні-пекарнями.

3. Операційні ризики діяльності полягають у такому: недостатня завантаженість виробничих потужностей на хлібокомбінатах; високі вимоги до якості готової продукції; низький рівень мотивації персоналу, оскільки заробітна плата працівників галузі нижча за середню по Україні; швидка втрата споживчих властивостей хлібопекарської продукції.

Ризики, пов'язані з економічною, фінансовою та операційною (виробничою) діяльністю пекарні взаємопов'язані. Особливо ця взаємодія стає явною в період кризи, коли фінансові ризики можуть призвести до виникнення багатьох операційних ризиків.

Таким чином, сильні сторони компанії (якісне обладнання, гнучкість до сучасних умов та кваліфікований персонал) послужать базою для досягнення конкурентних переваг в майбутньому за рахунок використання зовнішніх

можливостей (зокрема застосування нових технологій і рецептур) і дозволять компенсувати внутрішні слабкі сторони (вирішити проблему з недостатньою впізнаванністю) і усунути загрози (висока конкуренція на ринку).

Щоб підвищити рентабельність пекарні необхідне впровадження раціональних технологій це дозволить зменшити витрати на сировину на всіх стадіях технологічного процесу, забезпечити економію енергоресурсів та високу якість продукції. Одночасно для забезпечення необхідних обсягів сировини важливо забезпечити ефективність взаємозв'язків між сільськогосподарською та промисловою сферами, а також контроль за якістю борошна шляхом перевірки відповідності вимогам хлібопекарської галузі.

2.3. Формування витрат на відкриття пекарні

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони новостворюваного бізнесу слід розрахувати основні витрати в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Варіанти формування стартового підприємницького капіталу пекарні Top Pain

№	Статті витрат (елементи стартового капіталу)	Сума, грн	Питома вага, %
1	2	3	4
1	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	2000	0.3
2	Витрати на придбання приміщення / Орендна плата за оренду приміщення (за 2 місяця)	55720	7.7
3	Витрати на ремонт приміщення (дизайн приміщення)	12500	1.8
4	Витрати на придбання необхідного устаткування / Орендна плата необхідного устаткування (за 2 місяці)	345908	47.6
6	Транспортні витрати	5040	0.69
7	Вартість сировини, матеріалів, напівфабрикатів (за 2 місяці)	149756	20.6
8	Вартість закупівлі товарів за 2 місяці	55388	7.6

Продовження табл. 2.7

9	Витрати на придбання офісних меблів	30000	4.1
10	Витрати на придбання комп'ютерної техніки (комп'ютер, принтер та ін.) та програмного забезпечення	32000	4.4
11	Вартість підключення до Інтернет	3500	0.5
12	Витрати на проведення рекламних заходів до відкриття бізнесу	17100	2.3
13	Витрати на придбання реєстратора розрахункових операцій (РРО)	15000	2.06
14	Витрати на установку охоронної сигналізації	2500	0.3
	У С Ь О Г О	726412	1
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1	Власні засоби	200000	27.5
2	Кредити комерційних банків	526412	72.5

Джерело: складено автором

Приміщення буде братися в оренду площею 77м², з залом 35м², туалет 9м² та 33м² кухня. Це готове приміщення, в якому зроблений ремонт, установлені проводка, електрика, проведена вода, встановлені кондиціонери та в цілому приміщення має всі санітарно-гігієнічні умови, які слід лише перевірити перед початком роботи. Виходячи з цього основні трати будуть на перевірку справності електрики, каналізації та вентиляційної систем та незначний косметичний ремонт. В приміщення будуть куплятися вивіски меню, додатковий стелаж для випічки, вивіски на двері. В самій кав'ярні будуть фарбуватися стіни в пастельні кольори. На дозвільну документацію слід виділити 2000грн на послуги юриста, щоб зробити всі необхідні процедури, а саме:

- виготовлення електронного ключа через АЦСК Приватбанк;
- авторизація на порталі державних послуг;
- реєстрація в Єдиному державному реєстрі;
- реєстрація в податковій;

- реєстрація у Державній службі статистики України;
- реєстрація на порталі Е-послуг Пенсійного фонду;
- вибір КВЕД, виходячи з вашої запланованої діяльності;
- вибір оптимальної групи оподаткування (щоб не сплачувати більше) ;
- подання заяви на Єдиний податок в податкову;
- відправлення Запита на отримання Витягу з реєстру платників Єдиного податку;
- отримання Виписки з Єдиного державного реєстру;
- видача реквізитів для сплати податків та ЄСВ;
- податковий календар оплати податків та платежів;
- отримання Витягу з реєстру платників Єдиного податку.

Далі слід отримати декларацію відповідності матеріально-технічної бази суб'єкту господарювання вимогам законодавства у сфері пожежної безпеки яка реєструється Державною службою України з надзвичайних ситуацій

. Відповідна декларація подається або надсилається рекомендованим листом за місцем розташування об'єкта нерухомості до адміністратора центру адмінпослуг або ДСНС[29].

Далі слід отримати державну реєстрацію потужностей оператора ринку яка здійснюється територіальними органами Держпродспоживслужби. Згідно зі статтею 25 Закону України Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів та наказу Мінагрополітики та продовольства України №39 від 10 лютого 2016 року Про затвердження Порядку проведення державної реєстрації потужностей оператора ринку та надання інформації з нього заінтересованим суб'єктам реєстрації підлягає кожна окрема потужність що є в управлінні оператора ринку та які використовуються на будь-якій стадії виробництва або обігу харчових продуктів[30].

І останнім етапом є отримання висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи який надає Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Всі ці дозволи можна отримати безкоштовно звернувшись до відповідних інстанцій та надавши необхідний перелік документів [31].

В нашій пекарні також окремо буде офіс в який буде закуплятись стіл пуфи дошка для надписів комп'ютер принтер та необхідні канцелярські розхідники. Далі розрахуємо витрати на обладнання в нашу пекарню необхідно

-борошнопросіювачі для просівання борошна, тістомісильне обладнання для замісу, розстоечні шафи для підготовки тіста, виробничі столи для формування виробів, конвекційна піч або пароконвектомат для випічки, стіл виробничий з дерев'яною стільницею, ванна минай зварна, стилаж виробничий на 4 полки 3 штуки, підставка для пароконвектомата, підложка кондитерська, алюмінієва форма , деко 4 штуки, мікрохвильова піч, ваги малі, з великими кнопками для зважування тістових заготовок 2штуки крок 1-2 грама робочий діапазон +/- 10кг. для пекаря і формувальника, міксер мінімум на 1-2л або блендер , пензлики 3шт. з гумовими нитками, або будівельні пензлики, вузькі і широкі для змазування булочок та хліба, шкрябки для тіста можна дешевші пластмасові та шпателі металеві або професійні для роботи з тістом з гнучним металом для поділу тістових заготовок, 10-20шт, ніж для тіста. підходять прості канцелярські ножі набір ножів качалки 2-4шт, середні і широкі, для розкачування тіста (для початку достатньо), тканина по розмірам як вагонетка для хліба, цупка, льяна, щоб ворсинки не залишала.

Цією тканиною накривають випечену продукцію, яку викладають на дерев'яний/пластиковий/решітковий лоток, щоб захистити від перепаду температур. Також для накривання тістових заготовок на стола та для перекладання хвильками тістових заготовок для вистоювання (багет, чіабата тощо), полівізатор малий на 2-5-10л буде достатньо, можна з ручним насосом. перед випічкою і після випічки, щоб можна було швидко продукцію обприскати зверху водою, плита електрична/газова, щоб воду нагріти/скип'ятити 2-10л., бажано мінімум на 2 конфорки, ємності різні 1-2-4-10л, 3-5шт., каструля, 2-10шт. з нержавійки чи пластмасова, градусник для тіста, 1шт., сито ручне, велике щоб швидко просіяти трохи борошна і мале щоб посипати посипку якусь зверху на вироби, таймери, маленькі, на батарею, щоб можна було виставити великий діапазон в хвилинах. 10-20шт., магнітна планка кріпиться на стіну дозволяє прикріпити до планки всі металеві ножі і тримати їх відповідно в одному місці, бак для борошна великий 1-5шт щоб набрати скільки потрібно борошна на

зміну і тримати під рукою, біля тістоміса, бак невеликий для сипучих інгредієнтів, спецій тощо 10 штук. холодильник, морозильник (якщо листкове тісто буде), миски металеві гастроемності. Сюди також можна включити вартість розхідних товарів таких як зубочистки, серветки, пакування, стаканчики, антисептики, миючі засоби, обладнання для уборки приміщення, форма для персоналу, рукавички.

Далі розглянемо витрати на сировину. В нас буде частково заморожена продукція(круасани), начинки до виробів та випікатися в пекарні це хліби кіші та пироги. Відповідно з сировини нам потрібно:

- заморожені заготовки шпинату, фаршу, грибів, фруктів та ягід;
- наповнювачі шоколад полуниця ваніль солонка карамель;
- горіхи асорті, спеції, сіль, перець, цукор, яйця;
- борошно першого гатунку, борошно гречане;
- дріжджі, крохмал, масло рослинне, масло вершкове, насіння, вода, капуста, картопля

Наступним пунктом йдуть транспортні витрати та маркетингова складова проекту. Так як в нас буде розрахована доставка то слід укласти договір з компанією доставки в нас це буде GLOVO . Компанія бере 30% комісію від замовлення.

Хороші маркетингові ідеї можуть спокусити потенційних покупців спробувати вашу продукцію й перетворити їх на постійних клієнтів. Основна наша ідея полягає саме у відтворенні затишку та домашнього комфорту в пекарні за допомогою аромату та смаків. Розглянемо основні маркетингові моменти в нашій пекарні

Перш за все в нас буде активна рекламна компанія до свят . Наприклад, до Дня матері та дня Святого Валентина буде особлива випічка та пакування. Усі популярні й загальновідомі свята, а особливо новорічні, можуть набагато підвищити впізнаваність вашої пекарні й, звісно, забезпечать додатковий дохід.

Огляд у місцевих медіа

На початку обов'язково слід замовити статтю про свою пекарню на міському порталі або на популярних ресурсах, як-от CityFrog, Posteat. Попрацювати разом з редактором, знайти цікавий спосіб просування ваших продуктів. Треба не просто розписати, яка у нас хороша пекарня, а зацентувати на фішках, на тому, що у вас

виходить найліпше, на ваших фірмових виробках. Поділитися цікавим рецептом або розповіддю про створення пекарні.

Активне введення соцмереж та розробка свого бренду

Звичайно зараз не секрет, що яскраве та цікаве введення соцмереж, це половина успіху. В нас буде свій сайт, на якому клієнт зможе знайти інформацію про наші послуги та нашу історію, в соцмережах інстаграм і тікток також активно будуть просуватися популярні відео та ідеї та буде представлена інформація про виробництво, якість нашої продукції та інгредієнти для випічки. Також в соцмережах буде активно висвітлятися наша волонтерська діяльність та колабрації з іншими відомими закладами для збільшення цільових аудиторії. Стосовно розробки бренду, то сюди слід віднести фірмове крафт пакування, лого та бокси для замовлень доставкою.

Програми лояльності

Варто стимулювати часті купівлі, упровадивши систему лояльності. Найліпше для пекарень працюють накопичувальні картки, наприклад з 5-м або 10-м безплатним товаром (коли клієнт купує у вас випічку щодня й у п'ятницю може отримати своє стандартне замовлення вже як бонус, або зі знижкою). Дані для обліку клієнтів — власників карток можна заносити в програму для обліку в пекарні.

Можна скласти календар зі щомісячними або щотижневими пропозиціями для постійних покупців. Потрібно спробувати вигадати не просто знижки, а реальний ексклюзив, спеціальні умови для найвідданіших клієнтів.

Спілкування та турбота про клієнта

Коли клієнт бачить, що все зроблено для його зручності, він повертатиметься, навіть якщо у вас буде дорожче. Наприклад, використовуйте кольорові цінники, щоб позначати діабетичні продукти, випічку для веганів, безглютенові вироби тощо. Так ви взайве продемонструєте турботу про здоров'я ваших лояльних клієнтів.

І на останок варто прорахувати витрати пов'язані з встановленням ПРРО, підключенням до інтернету та встановленням сигналізації. На обслуговування охоронної компанії Sherif від 2 тисяч на місяць, сюди входить як сигналізація, так і виїзд на об'єкт в разі чого. На придбання роутера та щомісячне обслуговування буде

уходити приблизно 2500 грн на початку, а потім щомісячна плата за інтернет в розмірі 300грн. На РРО буде уходити обслуговування 200грн на місяць, а встановлення від 10 тисяч приблизно.

Виходячи з того, що власних коштів в нас 200 000, а для відкриття пекарні нам потрібно 726412, то решту коштів а саме 526412 ми будемо брати в кредит в Ощадбанку строком на 24 місяці рівними частинами з відсотковою ставкою 13 %. Загальна сума виплат складе 604 308,19 грн грн. В таблиці 2.8 можемо побачити графік погашення кредиту.

Таблиця 2.8

Графік погашення кредиту для відкриття пекарні

Місяць	Заборгованість за кредитом,грн	Погашення кредиту,грн	Відсотки за кредитом,грн	Виплата за кредитом,грн
1	526 412	21933.83	5 702.80	31 947.93
2	504 478.17	21933.83	5 465.18	27 499.01
3	482 544.34	21933.83	5 227.56	27 261.39
4	460 610.51	21933.83	4 989.95	27 023.78
5	438 676.68	21933.83	4 752.33	26 786.16
6	416742.85	21933.83	4 514.71	26 548.54
7	394 809.02	21933.83	4 227.10	26 310.93
8	372 875.19	21933.83	4 039.48	26 073.31
9	350 941.36	21933.83	3 801.86	25 835.69
10	329 007.53	21933.83	3 564.25	25 598.08
11	307 073.70	21933.83	3 326.63	25 360.46
12	285 139.87	21933.83	3 089.02	25 122.85
13	263 206.04	21933.83	2 851.40	24 885.23
14	241 272.21	21933.83	2 613.78	24 647.61
15	219 338.38	21933.83	2 376.17	24 410.00
16	197 404.55	21933.83	2 138.55	24 172.38
17	175 470.72	21933.83	1 900.93	23 934.76
18	153 536.89	21933.83	1 663.32	23 697.15
19	131 603.06	21933.83	1 425.70	23 459. 53
20	109 669.23	21933.83	1 188.08	23 221.91
21	87 735.40	21933.83	950.47	22 984.30
22	65 801.57	21933.83	712.85	22 746.68
23	43 867.74	21933.83	475.23	22 509.06
24	21 933.91	21933.83	237.62	22 271.45
Усього		526 412	71 284.97	604 308.19

Джерело: складено автором за даними[32]

Після формування стартового капіталу слід більше детально розглянути в таблиці 2.9 детальні витрати на сировину. В основному наша пекарня буде замовляти вже готову начинку для виробів та полуфабрикати для виготовлення круасанів, інші види випічки будуть виготовлятися безпосередньо в пекарні. В нас також будуть напої в асортименті такі як: вода, сік та гарячі напої.

Таблиця 2.9

Розрахунок витрат на сировину за рік функціонування

Номер	Стаття матеріальних витрат	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума за місяць, грн	Загальна сума за рік, грн
1	1. Сировина				
2	Борошно вищого гатунку	100кг	900 за 20кг	4500	54000
3	Дріжді	25штук	31	775	9300
4	Крохмаль	10кг	450	450	5400
5	Яйця	150 упаковок по 15штук	96.75 за упаковку	14512	174150
6	Вершкове масло	20кг	1514 за 5кг	6056	72672
7	Рослинне масло	5л	289	289	3468
8	Капуста	5кг	1625	1625	19500
9	Картопля	15 кг	1027 за мішок	1027	12324
10	Цукор	5кг	185	185	2220
11	Вода	50л	350 за 25л	700	8400
12	Сіль	10кг	300	300	3600
13	перець	1 кг	509	509	6108
14	Горіхи в асортименті	2.5кг	450 за 1 кг	1125	13500
15	Насіння гарбуза та соняшника	2.5кг	750	750	9000
16	2. Полуфабрикати				
17	Круасани заморожені	45 ящиків	680грн за ящик	30600	367200
18	Начинка полуниця	5кг	340грн за кг	1700	20400
19	Начинка шоколад	5кг	500	2500	30000
20	Начинка лісові ягоди	10кг	260грн за кг	2600	31200
21	Начинка шпинат	5кг	275 за 2.5 кг	550грн	6600
22	Начинка курка	20кг	2500	2500	30000
23	Начинка ваніль	5кг	65 за кг	325	3900
24	Начинка лісові ягоди	10кг	260 грн за кг	2600	31200

Продовження табл. 2.9

25	Начинка солона карамель	10кг	115 грн за 1кг	1150	13800
26	Начинка сир	10кг	350 за 5кг	700	8400
27	3.Засоби санітарної гігієни				
28	Дезінфекційні засоби	5	800 за шт	4000	48000
29	Антисептики	10	2500	2500	30000
30	Швабра совок віник ганчірки	1	8600	8600	8600
31	Засоби миючі для підлоги	4	450 за шт	1800	21600
32	Туалетний папір	5	529	529	6348
33	Мило	3	30 грн за шт	90	1080
34	Рушники	40	100грн за штуку	4000	48000
35	Серветки бумажні Зубочистки	40 500шт	140 за шт 105	5600 105	67200 1260
36	Кава 25 Coffee Roastery	3кг	1420 за кг	4260	51120
37	Чай	5 упаковок по 100штук	242грн за упаковку	1210	14520
38	Вода	9 упаковок по 24 штуки	400грн за упаковку	3600	43200
39	Сік	10 упаковок по 27 шт	250 за упаковку	2500	30000
40	Пакування	2000 пакетів крафтових маленьких та середніх та 350шт пакетів великих	25 грн за 100шт 33грн за 100шт 35грн за 100шт 160грн за 50шт	2500	30000
Усього				118772	1337270

Джерело: складено автором за даними [33,34,35,36]

Далі розглянемо в таблиці 2.10 матеріальні витрати на обладнання для функціонування пекарні. Матеріальні витрати – це елемент собівартості, який складається з витрат на: сировину, матеріали, купівельні комплектуючі вироби,

напівфабрикати, та ін., що використовуються в процесі виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг.

Таблиця 2.10

Розрахунок матеріальних витрат за рік функціонування

Стаття матеріальних витрат	Кількість, одиниць	Ціна одиниці, грн	Загальна сума за місяць, грн	Загальна сума за рік, грн
Матеріали				
борошнопросіювачі для просівання борошна	1	22000	22000	22000
тістомісильне обладнання для замісу	1	35454	35454	35454
розстоечні шафи для підготовки тіста	2	22174	44348	44348
виробничі столи для формування виробів	3	3244	9732	9732
конвекційна піч або пароконвектомат для випічки	2	55780	111560	1115560
ванна минна зварна	1	15602	15602	15602
стилаж виробничий на 4 полки	3	11099	33297	33297
Холодильник	1	82044	82044	82044
підставка для пароконвектомата	2	9085	18170	18170
Підложка кондитерська	25	20 за шт	500	6000
Алюмінієві форми	40	65 за шт	2600	2600
Деко та гастрорємності	16	142 за шт	2272	2272
Кухонні ваги	2	600	1200	1200
Ваги великі	1	1800	1800	1800
Міксер	2	3500	7000	7000
Набір ножів	1	1090	1090	1090
Пензлики венчики і тд	10	30грн за штуку	300	300
Шкрябки для тіста	2	100грн за штуку	200	200
Шпателі для поділу тіста	2	50 грн за шт	100	100
Качалки	2	191	382	382
Плита електрична	1	800	800	800
Полівізатор	1	400	400	400
Кастрюлі	5	550 за шт	2750	2750
Градусник для тіста	2	150	300	300
Термометр в приміщення	2	140	280	280
Сито ручне	2	90	180	180
Кавомашина	1	7500	7500	7500
Холодильна камера для напоїв	1	15000	15000	15000
Усього			416861	1426361

Джерело: складено автором за даними [37]

Отже аналізуючи таблиці 2.9. та 2.10., можемо зробити висновок, що частка витрат на обладнання найбільша, а саме 345 908 грн, на сировину вона складає 74 878 грн. Далі йдуть витрати на санітарні потреби та закупку розхідних матеріалів.

Наступний основний елемент поточних витрат – це запланована заробітна плата найманим робітникам. Для організації виробництва в пекарні «Топ Раін» потрібно залучити 6 працівників і забезпечити їм виплату визначеного розміру зарплати. Інформація про працівників та розмір проектної заробітної плати наведена в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Запланована заробітна плата найманим робітникам

Посада	Кількість посадових ставок	Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн
Кухар-технолог	1	23400	30000
Помічник кухара	1	11700	15000
Продавець	2	26520	34000
Маркетолог	1	14820	19000
Бухгалтер	1	11700	15000
Прибиральниця	1	7800	10000
Усього	7	95940	12300

Джерело: складено автором

На перший етапах керувати пекарнею буду безпосередньо я, так як потужності і масштаби ще ненадто великі, але в подальшій перспективі звичайно розглядається вакансія помічника директора, для того щоб делегувати обов'язки.

Підбір персоналу для пекарні — це важливий етап, адже грамотно підібраний персонал може вирішувати багато завдань, які впливають на якість продукції, обслуговування клієнтів та ефективність виробництва. Досвід та кваліфікація працівників має прямий вплив на смак і якість хлібобулочних виробів та дотримання санітарних норм, безпеку праці та організацію робочого процесу. Правильно підібраний персонал також впливає на репутацію пекарні, залучаючи нових клієнтів

та забезпечуючи їх задоволення якістю обслуговування. І саме тому слід приділити багато уваги цьому питанню на етапі відкриття власної справи.

Роль пекаря в пекарні є важливою і має декілька моментів які слід розглянути. По перше, він забезпечує виготовлення високоякісних продуктів, таких як хліб, булочки, пироги та інші випічка. Також ця посада включає в себе відповідність дотримання рецептур та технологій приготування, а також контроль якості і гастрономічні характеристики готових страв.

Роль технолога в пекарні є також суттєвою. Адже він несе відповідальність за виробничий процес від початкової підготовки сировини до готової продукції. Технологом визначається рецептуру та технологію приготування кожного виду випічки, забезпечуючи відповідні стандарти якості і безпеки. Для підвищення ефективності та якості продукції технологом можуть впроваджуватися нові технології. Ця посада також включає в себе контроль за виробничим обладнанням та його налагодження, а також навчання персоналу новим методам та процесам виробництва.

Роль продавців в пекарні є ключовою для успішного функціонування закладу. Вони відповідають за безперебійний обіг товару та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів і дотримання всіх вимог роботи з розрахунковими системами.

Без бухгалтера важко також уявити якісну роботу пекарні адже саме він слідкує за всіма грошовими операціями та допомагає у проблемах стосовно податків та питань які пов'язані з ФОП. Прибиральниця необхідна для того щоб в пекарні можна було якісно працювати та не наражати на небезпеку покупців. І остання посада це маркетолог завдяки якому про нашу пекарню дізнаються та будуть приходити знову і знову.

Наступний основний елемент поточних витрат – це амортизаційні відрахування розглянемо їх в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Амортизаційні відрахування пекарні

Основні засоби	Вартість, грн	Кількість, од.	Термін служби, роки	Сума амортизаційних відрахувань за місяць, грн	Сума амортизаційних відрахувань за рік, грн
Комп'ютер	27000	1	2	1125	13500
Прінтер	5000	1	5	84	1000
Кавомашина	7500	1	4	156	1875
Холодильник для напоїв	15000	1	4	312	3750
борошнопросіювачі для просівання борошна	22000	1	4	459	5500
тістомісильне обладнання для замісу	35454	1	4	739	8863
розстоечні шафи для підготовки тіста	12700	2	4	529	6350
виробничі столи для формування виробів	3244	3	4	203	2433
конвекційна піч	55780	2	4	2324	27890
ванна минна зварна	3168	1	4	66	792
стилаж виробничий на 4 полки	2898	2	4	60	724
Міксер	3500	2	4	894	10723
Холодильник	82044	1	4	1709	20511
Усього				8660	103911

Джерело: складено автором

Отже, з таблиці можемо зробити висновок, що загальні амортизаційні відрахування за місяць складають 8660 грн, за рік – 103911 грн. Більше всього амортизація надходить з використання комп'ютера, холодильника, печі, розстоечних шаф.

До поточних витрат включаються і комунальні витрати. Розрахувати суму комунальних витрат можна за допомогою таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Розрахунок витрат за комунальні послуги за місяць та за рік функціонування пекарні

Статті витрат	Тариф, грн	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
1	2	3	4
Водопостачання	35.160	2669	32028
Електроенергія	2.64	11708	140496
Опалення	35.64	2729.21	32750.5
Зв'язок та Інтернет	300	300	3600
Вивіз сміття	127.97 за м3	857.79	10293.5
Усього		18264	219168

Джерело: складено автором

В нас опалення буде здійснюватися природним газом з тарифом 35.64 за 1 м2, тобто враховуючи нашу площу 77 м2, в місяць виходить 2729.21 грн. Основні переваги використання такого виду опалення це:

- простота в експлуатації
- економічність
- екологічність
- відсутність можливості крадіжки палива.

На одну страву витрачається 12 л холодної та 4 л гарячої води на добу, так як середній обсяг виробництва на місяць буде 4746 одиниць, то відповідно в місяць виходить 75.93 м3 води. В середньому пікове споживання електроенергії в пекарнях складає в діапазоні 0.08 кВт. З цього виходить, що на площу 77м2 на місяць буде споживатись $77 * 0.08 * 30 = 4435$ кВт енергії, на добу відповідно 147кВт.

На вивіз сміття тариф складає 127.97 за м3 один кубометр, це орієнтовно 60-120 кг сміття, виходячи з обсягів нашого виробництва в місяць в нас буде приблизно 5 мм3 сміття. Оплата за Інтернет щомісячно складає 300 грн за абонентську плату.

Після обґрунтування всіх поточних витрат представимо загальну суму поточних витрат за місяць та за рік функціонування нашої пекарні в табл. 2.14

Таблиця 2.14

Загальні поточні витрати на функціонування пекарні

Найменування витрат	Витрати за місяць, грн	Витрати за рік, грн	Питома вага, %
1. Матеріальні витрати	102 972	1 235 664	34.2
2. Заробітна плата (з ЄСВ)	123000	1 476 000	41
3. Амортизаційні відрахування	8660	103 911	2.8
4. Послуги інших установ	2200	26 400	0.7
5. Комунальні платежі	18 264	219 168	6.08
6. Виплати по кредиту	21933.83	263 205.96	7.3
7. Реклама	17100	205 200	5.7
8. Оренда	27860	334320	9.3
8. Послуги інтернету	300	3600	0.09
Усього	275356	3 604 272	100

Джерело: складено автором

Отже, аналізуючи табл. 2.14 де представлені загальні поточні витрати пекарні, можемо зробити висновок, що основна частина витрат це матеріальні з питомою вагою 34.2 % та витрати на заробітню плату з питомою вагою 41%. Далі частина витрат припадає на рекламу, аренду, приміщення на щомісячні виплати кредита у розмірі 21993.83 грн

Висновки до розділу 2

У другому розділі проаналізовано конкурентне середовище у сфері хлібопекарської галузі в Україні та визначені внутрішні конкурентні переваги новоствореної пекарні; розраховано витрати на її створення та функціонування.

1. Основними конкурентами на ринку хлібопекарської галузі виступають пекарні: Klara Zaharovna, Сільський хліб та Здобушка. Якщо підсумувати аналіз 3х пекарень, то можна зробити висновок, що наша пекарня все ж таки має перевагу в унікальній ідеї - відтворенні присмака дитинства за допомогою рецептів, та інші

перевага це значна маркетингова стратегія. Натомість у Klara Zaharovna є перевага в комунікації з покупцем через свої соцмережі та оптову торгівлю, у Збобушки -це можливість франшизи, тому в подальшому можна розглядати такі варіанти розширення та масштабування бізнесу для нашої пекарні.

2. Проведена оцінка конкурентних переваг пекарні Top Rain свідчить, що основними сильними сторонами новоствореного центру є кваліфікований персонал; гнучкість та адаптація до сучасних реалій; якісна продукція та унікальні ідея і концепт; якісна сировина та обладнання.

3. Для відкриття пекарні Top Rain необхідний стартовий капітал у розмірі 726412грн. Сума власних коштів планується у сумі 200000 грн (27.5% від загальної суми стартового капіталу). Решту суми (72.5%) планується взяти в кредит в Ощадбанку на 2 роки під 13% річних.

4. Для функціонування пекарні необхідна сума поточних витрат у розмірі 275 356 грн на місяць та 3 304 272 грн на рік. Найбільшу питому займають матеріальні витрати , які складають 102 972 грн на місяць та 1 235 664 грн на рік.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ПЕКАРНІ

3.1. Прогнозування прибутку від функціонування пекарні

Розрахунок та аналіз показників ефективності підприємницького проєкту є надважливим етапом для забезпечення прибутковості діяльності та її фінансової стійкості. Визначення показників, що визначають рівень ефективності новостворюваного бізнесу, допоможе оцінити реальність виконання всіх поставлених задач та досягнення бажаних фінансових результатів.

Почнемо аналіз з розрахунку щорічної виручки від реалізованих послуг та продукції.

Визначивши щорічний дохід від реалізації продукції та послуг пекарні, можемо розрахувати фінансовий результат від провадження підприємницької діяльності. Розрахунок наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Рахунок прибутку та грошового потоку за роками функціонування пекарні

Показники	За роками (грн)				
	2024 рік	2025 рік	2026 рік	2027 рік	2028 рік
1. Виручка від реалізації продукції (послуг), усього	4611300	5487447	6530061	7770772	9247218
2. ПДВ (до бюджету)	922260- 12090=910170	1083102	1288891	1533780	1825198
3. Чистий дохід	3701130	4404345	5241170	6236992	7422020
4. Поточні витрати	3 604 272	4289083	5104008	6073769	7227790
5. Фінансовий результат (прибуток/збиток)	96 858	115262	137162	163223	194230
6. Чистий прибуток	90158	108562	130462	156523	187530
7. Грошовий потік	194069	212473	234373	260434	291441

Джерело: розраховано автором

З таблиці 3.1 можна побачити, що виручка від продажу випічки за 2024 рік склала 4.6 млн грн.

Починаючи з 2026 року наша пекарня буде функціонувати на 100%. Адже настане термін окупності і виплати по кредитах. Виручка в 2028 році складе 9.2 млн грн, на 1.2 млн більше, в порівнянні з 2027 роком.

Далі обсяги виручки збільшуються щорічно на 10%, через інфляцію.

Для розрахунку чистого доходу, нам необхідно вирахувати з виручки податок на додану вартість:

$$\text{ЧД} = \text{В} - \text{ПДВ}, \quad (3.1)$$

де ЧД – чистий дохід;

В – виручка від реалізації послуг та продукції;

ПДВ – податок на додану вартість.

Чистий дохід за перші 2 роки функціонування пекарні складе 4.4 млн грн за 2025 рік та 5.2 млн грн. за 2026 рік. Грн, що на 0.8 млн грн більше, в порівнянні з минулим роком.

В 2028 році чистий дохід склав 7.4 млн грн і буде зростати на 10% щорічно, тобто.

Фінансовий результат підприємства розраховується за формулою 3.2:

$$\text{ФР} = \text{ЧД} - \text{ОВ}, \quad (3.2)$$

де ФР – фінансовий результат;

ЧД – чистий дохід;

ОВ – операційні витрати.

Протягом 2024-2026 років, фінансовий результат підприємства буде складати 96.6 тис грн 115.2 тис грн 137.1 тис грн тобто ми бачимо тенденцію до росту оскільки в подальшому буде збільшуватись обсяг виробництва відповідно і інші показники також.

Для розрахунку чистого прибутку необхідно відняти від фінансового результату податок на прибуток. З таблиці ми можемо побачити що через незначні витрати та маленьке виробництво на початку ми виходимо в плюс.

Грошовий потік являє собою сукупність витрат та грошових надходжень, що виникають внаслідок провадження підприємницької діяльності та є необхідним інструментом для проведення аналізу фінансової ефективності підприємства, а саме оцінці його рентабельності, надаючи уявлення про дійсний фінансовий стан підприємства. Грошовий потік розраховують за формулою 3.3:

$$ГП = ЧП + А, \quad (3.3)$$

де, ЧП – чистий прибуток;

А – амортизаційні відрахування.

З таблиці 3.2 можна побачити, що протягом перших трьох років, грошовий потік є позитивний та термін окупності пекарні відбудеться на початку 3 року.

Після розрахунку показників фінансового результату діяльності пекарні, можемо перейти до розрахунку показників ефективності (таблиця 3.2).

Ставка дисконтування є процентною ставкою, яку використовують для визначення вартості грошей в різні часові періоди з урахуванням інфляції та можливих ризиків. Для розрахунку показників економічної ефективності проєкту, будемо використовувати ставку дисконтування в 17.3%.

В таблиці 3.2 наведені всі розраховані показники ефективності.

Таблиця 3.2

Показники економічної ефективності проєкту, млн грн

Показники економічної ефективності	2033 рік
1. Ставка дисконтування	0,173
2. Чиста поточна вартість NPV	290,4
3. Внутрішня норма прибутковості IRR	0.64
4. Індекс прибутковості PI	1.01
5. Термін окупності	3.74

Джерело: розраховано автором

Почнемо розрахунок з показника чистої приведеної вартості (Net Present Value). NPV є ключовим вимірювачем прибутковості проєкту, від якого залежать всі інші показники, та визначається як різниця між дисконтованими значеннями прибутку і витрат [38].

$NPV = \sum (CF / (1+i)^t) - C$, де CF – грошовий потік, i – ставка дисконтування, t – кількість періодів часу, C – початкові інвестиції.

Отже розрахований за 5 років $NPV = (1192790 / (1+0.173))^5 - 726412 = 290459$ тис грн.

Розрахований $NPV > 0$, а це свідчить про те, що проєкт є фінансово привабливим та ефективним. Але для повної оцінки необхідно розрахувати показник внутрішньої норми прибутковості (IRR), індекс прибутковості (PI) та термін окупності (T). Розрахуємо IRR за наступною формулою

$$IRR = \sum_{t=0}^n (CF^t / (1+r)^t)$$

$$726412 + 726412x = 1192790$$

$$X = 0.64$$

Для проєкту створення пекарні значення внутрішньої норми прибутковості становить 0,64%.

Те, що розрахована внутрішня норма доходності в 64% більша за ставку дисконтування, що становить 17.3%, каже про доходність проєкту.

Ще одним з показників, що характеризують ефективність підприємницької діяльності є індекс прибутковості. Він допомагає визначити відносну прибутковість проєкту та виражається як відношення обсягу грошових надходжень до теперішньої вартості стартових витрат.

Отже, значення індексу прибутковості за проєктом дорівнює , що говорить про те, що проєкт приносить 10% прибутку від початкових інвестицій, тобто проєкт є прибутковим.

З таблиці 3.1 можна побачити, що ми окупаємо стартові витрати на початку 2027 року. Повністю покрити витрати нам вдалося до кінця 2028 року.

3.2. Аналіз можливих ризиків та заходи щодо їх мінімізації

Ризик представляє собою певну ймовірність виникнення події, що може певним чином вплинути на результати діяльності підприємства або фізичної особи.

Визначення ризиків проекту є надважливим етапом перед започаткуванням власного бізнесу. Це допомагає зменшити рівень невизначеності та підготуватись до можливих ускладнень в процесі провадження підприємницької діяльності[39].

В таблиці 3.3 та на рис.3.1. надано характеристику реєстру ризиків проекту

Таблиця 3.3

Реєстр ризиків проекту

Номер ризику	Опис ризику	Ймовірність	Вплив на результат	Оцінка ризику	Стратегія реагування	Конкретні дії
1	Загальна економічна нестабільність, що може впливати на дохід покупців	7	9	63	Зниження	1.1.Збільшити маркетингові зусилля та додатково просувати пекарню
2	Можлива небезпека зміни постачальників сировини внаслідок погіршення якості сировини та зростання цін на неї	6	8	48	Умовні дії	1.1.Необхідність розриву договорів з непродуктивними постачальниками сировини та встановлення надійних 1.2.Обґрунтоване збільшення цін на продукцію хлібобулочного виробництва
3	Зміни в законодавстві, що стосуються хлібопекарської галузі	8	7	56	Ухилення	1.1.Постійно слідкувати за змінами у законодавстві та реагувати на них шляхом впровадження необхідних адаптацій
4	Зміни в місцевому середовищі, що можуть вплинути на репутацію Пекарні	5	8	40	Зниження	1.1.Підтримувати активні комунікації з місцевими громадськими організаціями та стежити за змінами в громадському думці

Продовження табл. 3.3

5	Несправність апаратури та транспортних засобів що призводить до їхнього неробочого Стану	7	9	63	Умовні дії	1.1. Моливість негайно звернутися до підприємства що надають ремонтно-профілактичні дії 1.2. Існування фінансових ресурсів для заміни обладнання
6	Імовірність втрати робочих місць та недостатньої виконавчої дисципліни з боку персоналу	6	8	48	Зниження	1.1. Впровадження системи медичного страхування та покращення рівня базової або додаткової зарплати для працівників компанії 1.2. Організація програм підвищення кваліфікації персоналу 1.3. Проективне звільнення недисциплінованих працівників та прийняття нових співробітників у штат
7	Ризик накопичення непроданої продукції протягом дня її випікання	7	6	42	Умовні дії	1.1 Активний пошук оптових покупців серед громадських закладів харчування 2 Використання ефективної технології переробки старих хлібобулочних виробів для утілізації
8	Можливість появи нових прямих конкурентів що може призвести до часткової втрати власної позиції на Ринку	8	7	56	Зниження	1.1.Виявлення потенційних ринкових сегментів в інших районах 1.2.Впровадження конкурентоспроможних цін 1.3.Поліпшувати та модернізувати нашу продукцію згідно з вимог споживачів

Джерело: розраховано автором

З таблиці 3.3 можна зробити висновок що найсуттєвішими для пекарні є економічні та технічні ризики. Інші ризики такі як, можлива небезпека зміни постачальників сировини внаслідок погіршення якості сировини та зростання цін на

неї, зміни в законодавстві, що стосуються хлібопекарської галузі, мають середній рівень впливу і потребують відповідних стратегій пом'якшення. Серед малоймовірних ризиків ми виділили такі, як зміни в місцевому середовищі, що можуть вплинути на репутацію пекарні та ризик накопичення непроданої продукції протягом дня її випікання. Не дивлячись на те що, ці ризики і мають низьку ймовірність, їх, в будь-якому випадку, необхідно врахувати та сформувані стратегії щодо їхньої ліквідації/мінімізації.

На рис. 3.1 представлена інтегральна оцінка ризиків для пекарні.

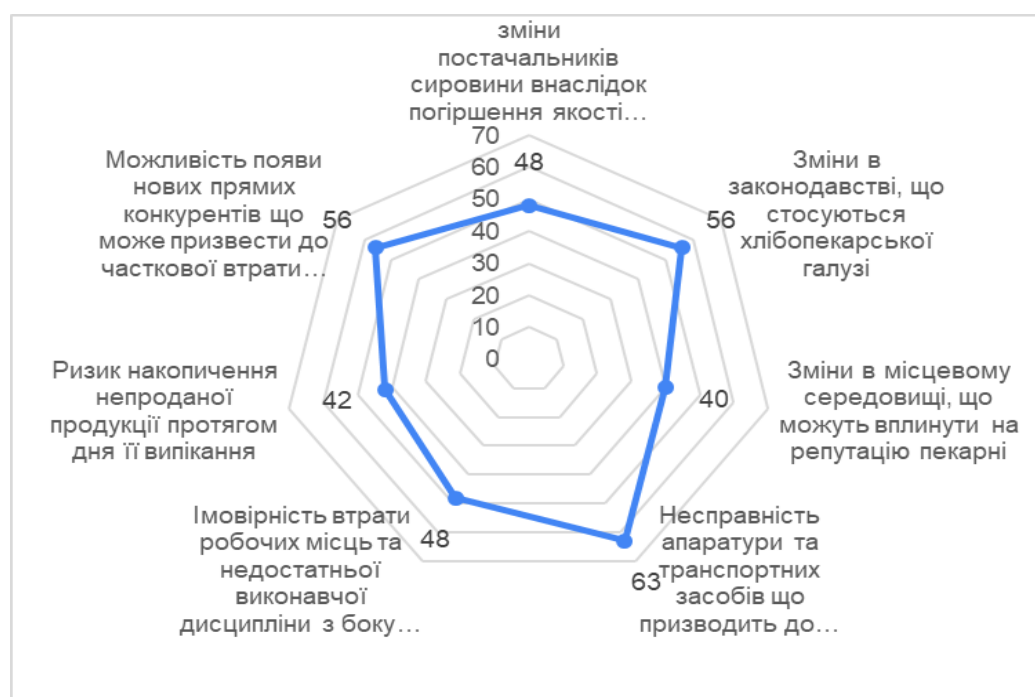


Рис. 3.1. Інтегральна оцінка ризиків для пекарні

Джерело: складено автором.

Аналізуючи рис.3.1 можемо зробити висновок що хлібопекарська галузь, так само як і будь-який інша, пов'язана з ризиками, які можуть вплинути на діяльність роботи пекарень.

Загальна економічна нестабільність може суттєво вплинути на діяльність пекарні тим самим знизивши її дохідність. Ця ситуація може бути вирішена шляхом активного маркетингу та реклами і адаптацією до нових умов.

Недостатня кваліфікація персоналу може призвести до погіршення обслуговування та задоволеності клієнтів. Цю проблему можна вирішити шляхом активного пошуку та залучення кваліфікованих працівників.

Законодавчі зміни можуть вимагати додаткових витрат на відповідні адаптації та можуть також вплинути на операційну діяльність пекарні. Постійний моніторинг змін в законодавстві та швидке реагування на них є головними.

Погіршення репутації пекарні може виникнути через негативні зміни в місцевому середовищі. Це вимагає активної комунікації з місцевими громадськими організаціями та швидкого реагування на зміни в громадському думці.

Ризик накопичення непроданої продукції протягом дня її випікання. Запобігти цьому ризику можна завдяки активному пошуку оптових покупців серед громадських закладів харчування, використання ефективної технології переробки старих хлібобулочних виробів для утилізації.

Можлива небезпека зміни постачальників сировини внаслідок погіршення якості сировини та зростання цін на неї. Запобігти цьому ризику можна за допомогою розриву договорів з непродуктивними постачальниками сировини та встановлення надійних та в результаті цього зробити обґрунтоване збільшення цін на продукцію хлібобулочного виробництва

Важливо активно виявляти, оцінювати і керувати ризиками, щоб максимально зменшити їхній вплив на результати проекту.

Стратегії реагування на ризики можуть включати різноманітні дії, такі як ухилення, умовні дії, передача або зниження ризику, в залежності від конкретної ситуації.

Ключовою складовою успішного управління ризиками є постійний моніторинг та оновлення стратегій реагування на ризики відповідно до змінних умов і середовища.

Залучення спеціалістів та впровадження професійних практик можуть допомогти зменшити вплив ризиків на проект та забезпечити його стабільність і успішність.

Висновки до розділу 3.

У третьому розділі «Економічне обґрунтування доцільності проєкту відкриття пекарні, спрогнозовано прибуток та грошовий потік від реалізації продукції та послуг пекарні. Проведено розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту. Проведений аналіз можливих ризиків та заплановані заходи щодо їх запобігання.

1. Результати аналізу фінансових показників пекарні, свідчать про те, що перспективі, проєкт є прибутковим.

2. Чиста приведена вартість (NPV) складе 290.4 тис.грн, тобто $NPV > 0$ – це свідчить про те, що проєкт є фінансово привабливим та прибутковим. Внутрішня норма прибутковості (IRR) складе 64%, що перевищує ставку дисконтування в 17.3% і вказує на високу доходність проєкту та його здатність генерувати прибуток вище вартості капіталу. Індекс прибутковості (PI) складе 0,10 і це говорить про те, що кожна інвестована гривня буде приносити 10% прибутку, що також підтверджує фінансову привабливість проєкту. Термін окупності (T) показав, що пекарня повністю окупиться за 3 роки та 7 місяців, що є прийнятним терміном для повернення стартових інвестицій, враховуючи їхній обсяг.

3. Аналіз можливих ризиків підприємства показав, що найсерйозніші ризики для проєкту пов'язані з несправністю апаратури та транспортних засобів що призводить до їхнього неробочого стану та загальною економічною нестабільністю, що може впливати на дохід покупців . Демографічні та культурні зміни також мають високу оцінку впливу, але менш вірогідними. Інші ризики, такі як можлива небезпека зміни постачальників сировини внаслідок погіршення якості сировини та зростання цін на неї. зміни в законодавстві, що стосуються хлібопекарської галузі, мають середній рівень впливу і потребують відповідних стратегій пом'якшення. Серед малоймовірних ризиків ми виділили такі, як зміни в місцевому середовищі, що можуть вплинути на репутацію пекарні та ризик накопичення непроданої продукції протягом дня її випікання . Не дивлячись на те що, ці ризики і мають низьку

ймовірність, їх, в будь-якому випадку, необхідно врахувати та сформулювати стратегії щодо їхньої ліквідації/мінімізації.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційні роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері виноградарства і виноробства та зроблено наступні висновки

1. Передбачається створення міні-пекарні, загальна ідея якої полягає у виробництві особливих та сортів хліба та випічки, що дозволить відчувати смак дитинства. Також унікальністю пекарні є щотижнева доставка хліба та змога приготувати випічку за вашим власним дитячим або старовинним рецептом.

Задля провадження підприємницької діяльності було обрано організаційно-правову форму фізична особа-підприємець (ФОП), що має переваги і буде доцільною для такого формату пекарні. Було обрано спрощену систему оподаткування, 2 групу платників Єдиного податку (20% від мінімальної заробітної плати), що дозволить суттєво зменшити обсяги сплачуваних податків і буде вигідним для підприємства.

Планується орендувати приміщення за умови, що в ньому вже зроблений капітальний ремонт тому необхідно буде докупити лише засоби інтер'єру та зробити косметичний ремонт. Діяльність міні-пекарні ліцензуванню не підлягає

2. За КВЕД-2005 така діяльність класифікується за кодом 15.81.0 «Виробництво хліба та хлібобулочних виробів». Цей підклас включає в себе в тому числі виробництво борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання, свіжих пирогів, тістечок, тортів тощо.

За КВЕД-2010 така діяльність класифікується за кодом 10.71 «виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання»

3. Основними конкурентами на ринку хлібопекарської галузі виступають пекарні: Klara Zaharovna, Сільський хліб та Здобушка. Якщо підсумувати аналіз 3х пекарень, то можна зробити висновок, що наша пекарня все ж таки має перевагу в унікальній ідеї - відтворенні присмака дитинства за допомогою рецептів, та інші перевага це значна маркетингова стратегія. Натомість у Klara Zaharovna є перевага в комунікації з покупцем через свої соцмережі та оптову торгівлю, у Здобушки -це

можливість франшизи, тому в подальшому можна розглядати такі варіанти розширення та масштабування бізнесу для нашої пекарні.

4. Проведена оцінка конкурентних переваг пекарні Top Rain свідчить, що основними сильними сторонами новоствореного центру є кваліфікований персонал; гнучкість та адаптація до сучасних реалій; якісна продукція та унікальні ідея і концепт; якісна сировина та обладнання.

5. Для відкриття пекарні Top Rain необхідний стартовий капітал у розмірі 726412 грн. Сума власних коштів планується у сумі 200000 грн (27.5% від загальної суми стартового капіталу). Решту суми (72.5%) планується взяти в кредит в Ощадбанку на 2 роки під 13% річних.

6. Для функціонування пекарні необхідна сума поточних витрат у розмірі 275 356 грн на місяць та 3 304 272 грн на рік. Найбільшу питому займають матеріальні витрати, які складають 102 972 грн на місяць та 1 235 664 грн на рік.

7. Чиста приведена вартість (NPV) складе 290.4 тис. грн, тобто $NPV > 0$ – це свідчить про те, що проект є фінансово привабливим та прибутковим. Внутрішня норма прибутковості (IRR) складе 64%, що перевищує ставку дисконтування в 17.3% і вказує на високу доходність проекту та його здатність генерувати прибуток вище вартості капіталу. Індекс прибутковості (PI) складе 0,10 і це говорить про те, що кожна інвестована гривня буде приносити 10% прибутку, що також підтверджує фінансову привабливість проекту. Термін окупності (T) показав, що пекарня повністю окупиться за 3 роки та 7 місяців, що є прийнятним терміном для повернення стартових інвестицій, враховуючи їхній обсяг.

8. Аналіз можливих ризиків підприємства показав, що найсерйозніші ризики для проекту пов'язані з несправністю апаратури та транспортних засобів що призводить до їхнього неробочого стану та загальною економічною нестабільністю, що може впливати на дохід покупців. Демографічні та культурні зміни також мають високу оцінку впливу, але менш вірогідними. Інші ризики, такі як можлива небезпека зміни постачальників сировини внаслідок погіршення якості сировини та зростання цін на неї. зміни в законодавстві, що стосуються хлібопекарської галузі, мають середній рівень впливу і потребують відповідних стратегій пом'якшення. Серед

малоймовірних ризиків ми виділили такі, як зміни в місцевому середовищі, що можуть вплинути на репутацію пекарні та ризик накопичення непроданої продукції протягом дня її випікання . Не дивлячись на те що, ці ризики і мають низьку ймовірність, їх, в будь-якому випадку, необхідно врахувати та сформулювати стратегії щодо їхньої ліквідації/мінімізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
2. Про споживчу кооперацію: Закон України від 01.01.2023 р. № 2465-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
3. Про систему громадського здоров'я: Закон України від 11.02.2024 р. № 3302-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
4. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 26.10.2023 р. № 3221-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
5. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 31.12.2023 р. № 3219-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
6. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
7. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами: наказ М-ва економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 р. № 185 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text> (дата звернення: 16.02.2024).
8. Про затвердження Правил роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказ М-ва зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від

08.07.1996 р. № 369 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96> (дата звернення: 17.02.2024)

9. Про регулювання цін на окремі види продовольчих товарів в умовах воєнного стану та забезпечення стабільної роботи підприємств-виробників продовольчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 19.06 2023 №650 URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-rehuliuvannia-tsin-na-okremi-vydy-prodovolchy-a650> (дата звернення: 17.02.2024).

10. Сментина. Н. В Основи бізнесу: навч. посіб. за ред. Харків: Діса плюс. 2021. 424 с

11. Добрава Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. Наукові перспективи: журнал. 2021. № 10 (16) 447 с. С.303 - 315

12. Kved.com.ua. 2024. URL: <https://kved.com.ua/> (дата звернення: 20.02.2024).

13. Програмний РРО для ФОП URL:<https://checkbox.ua/prro-dlya-fop/> (дата звернення: 20.02.2024).

14. Кондіус І. С., Радчук Ю. Л. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні. Економічний форум. 2021. № 2. С. 47-56.

15. Державна служба статистики України. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.03.2024).

16. Статистичний щорічник України за 2021 рік; за ред. Вернер І. Є. Київ 2022. 447с

17. Рентабельність близько нуля, але українці будуть із хлібом. Як працює хлібопекарська галузь в умовах війни: веб-сайт. URL:<https://agroportal.ua/publishing/intervyu/rentabelnist-blizko-nulya-ale-ukrajinci-budut-iz-hlibom-yak-pracyuye-hlibopekarska-galuz-v-umovah-viyni> (дата звернення: 16.03.2024).

18. Компроміси, переробка та контроль за якістю: висновки форуму «Хлібна індустрія-2023» : веб-сайт. URL: <https://i-vin.info/news/kompromisi-pererobka-ta-kontrol-za-yakistyu--visnovki-forumu-hlibna-industriya-2023-->

[6438.html](#) (дата звернення: 17.03.2024).

19. Динаміка цін на найбільш соціально значимі і важливі для масового споживача хліб житньо-пшеничний і батон за час повномасштабної війни: веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 18.03.2024).

20. Офіціальний сайт ПАТ «Київхліб» : веб-сайт. URL: <https://kyivkhlb.ua/> (дата звернення: 19.03.2024).

21. Офіціальний сайт ПАТ «Концерн Хлібпром» : веб-сайт. URL: <https://hlibprom.com.ua/> (дата звернення: 19.03.2024).

22. Офіціальний сайт ТОВ Українськословацьке підприємство «Кулиничі» : веб-сайт. URL: <https://www.kulinichi.com/> (дата звернення: 19.03.2024).

23. Офіціальний сайт Холдингова компанія «Хлібні інвестиції» : веб-сайт. URL: <https://hlibinvest.com.ua/> (дата звернення: 19.03.2024).

24. Офіціальний сайт Група компаній «Формула смаку» : веб-сайт. URL: <https://elevatorist.com/kompanii/150-formula-smaku-tm> (дата звернення: 19.03.2024).

25. Офіціальний сайт Група компаній «Хлібодар» : веб-сайт. URL: <https://hlibodar.com.ua/> (дата звернення: 19.03.2024).

26. Офіційний сайт пекарні «Сільський хліб» : веб-сайт. URL: <https://hleb.com.ua/> (дата звернення: 21.03.2024).

27. Офіційна сторінка пекарні «Здобушка» : веб-сайт. URL: <https://www.instagram.com/zdobushka/> (дата звернення: 21.03.2024).

28. Офіційна сторінка пекарні «Klara Zaharovna» : веб-сайт..URL: <https://www.instagram.com/klara.zaharivna.od/> (дата звернення: 21.03.2024).

29. Офіційний сайт ДСНС : веб-сайт. URL: <https://dsns.gov.ua/> (дата звернення: 21.03.2024).

30. Офіційний сайт ДПСС : веб-сайт.URL: <https://dpss.gov.ua/> (дата звернення: 21.03.2024).

31. Офіційний сайт «Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів» : веб-сайт. URL:

<https://dpss.gov.ua/derzhsanepidnaglyad> (дата звернення: 21.03.2024).

32. Кредитний калькулятор «Ощадбанку» : веб-сайт.
URL: <https://mmsbcalculator.oschadbank.ua/loan> (дата звернення: 10.04.2024).

33. Офіційний сайт «Ideal» : веб-сайт. URL: <https://ideal.od.ua/> (дата звернення: 10.04.2024).

34. Офіційний сайт «Норецца» : веб-сайт. URL: <https://vova.ua/uk/horeca-2/> (дата звернення: 10.04.2024).

35. Офіційний сайт «25 Coffee Roasters» : веб-сайт. URL: <https://25coffeeroasters.ua/> (дата звернення: 10.04.2024).

36. Офіційний сайт « Polank» : веб-сайт. URL: <https://www.polank.od.ua/> (дата звернення: 10.04.2024).

37. Готове рішення для відкриття пекарні купити обладнання для міні хлібопекарні : веб-сайт. URL: <https://technofood.com.ua/ua/shop/category/solutions/pekarnia> (дата звернення: 10.04.2024).

38. Карпов В.А Проектний аналіз: навчальний посібник.. Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.

39. Захарченко Н. В Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб.. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.