

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

«___» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: «**ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ**

СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ

РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ–

КОНДИТЕРСЬКОЇ)»

Виконавець:

студентка ФЕУП

Кулінченко Анастасія Юріївна _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Доброва Наталя Василівна _____

ОДЕСА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку ресторанного бізнесу.....	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу.....	15
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ-КОНДИТЕРСЬКОЇ	
2.1. Аналіз ринку ресторанного господарства м. Одеси.....	24
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг створеної кав'ярні-кондитерської	29
2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування кав'ярні-кондитерської.....	34
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ-КОНДИТЕРСЬКОЇ	
3.1. Оцінка прибутковості проєкту	57
3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту.....	60
3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту.....	66
3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання.....	73
ВИСНОВКИ	79
Список використаних джерел	84
Додатки.....	89

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Сучасні умови економічного розвитку України визначають необхідність створення малого та середнього бізнесу як основи національної економіки. Ресторанний бізнес – це одна з ключових сфер підприємницької діяльності, яка відіграє важливу роль у розвитку сучасної економіки. Кав'ярні–кондитерські мають унікальну здатність поєднувати гастрономічну культуру, традиції споживання та сучасні тенденції. В умовах зростання попиту та якісні та унікальні заклади в Україні, цей сегмент стає більш привабливим як для споживачів так і для підприємців.

Розвиток кав'ярень–кондитерських сприяє створенню нових робочих місць, стимулювання малого бізнесу і також загальному підвищенню рівня обслуговування.

Ідея створення кав'ярні–кондитерської базується на потребі забезпечення споживачів якісною продукцією власного виробництва та високим рівнем сервісу. Ця тема є важливою не лише для економічного зростання регіону але й для популяризації локальних гастрономічних традицій.

Проблеми, що розглядаються в кваліфікаційній роботі, стосуються організації власної справи в ресторанному бізнесі, оцінки ефективності проєктів. Вирішення цих проблем розглядаються в багатьох наукових працях українських вчених. Такі українські науковці як: Н. А. Антошкова [2]; С. Баженова, Ю. Пологовська, І. Канцур [3]; К. Процак, М. Передрій [9]; Л. О. Чернишова [11]; Н. В. Доброва [20; 21] в своїх наукових працях: аналізували ринок ресторанного бізнесу в Україні; вирішували проблеми розвитку ресторанного бізнесу в умовах війни; розглядали особливості державного регулювання ресторанного бізнесу; обґрунтовували вибір організаційно-правової форми і систему оподаткування новоствореного суб'єкта підприємницької діяльності.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методологічні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері ресторанного бізнесу.

Для досягнення мети були поставлені завдання:

- 1) охарактеризувати бізнес-ідею створення власної справи на ринку ресторанного бізнесу.
- 2) дослідити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу.
- 3) обґрунтувати вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу.
- 4) провести аналіз ринку ресторанного господарства м. Одеси
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги створеної кав'ярні-кондитерської
- 6) сформулювати витрати на відкриття та функціонування кав'ярні-кондитерської.
- 7) провести оцінку прибутковості проєкту
- 8) охарактеризувати життєвий цикл проєкту
- 9) провести розрахунок грошового потоку та проаналізувати показники економічної ефективності проєкту
- 10) проаналізувати можливі ризики та спланувати заходи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення кав'ярні-кондитерської на ринку ресторанного бізнесу м. Одеси.

Предмет дослідження – бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері ресторанного господарства.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених у кваліфікаційній роботі завдань використовувалися наступні методи дослідження:

- загальнонаукові методи, серед яких: аналогія, системний аналіз, формалізація були використані для дослідження сучасного стану ринку ресторанного бізнесу;
- методи логічної абстракції, а саме: аналіз і синтез, індукція та дедукція використовувались для теоретичних аспектів проблеми;

- економіко–математичні методи: табличний метод використовувався для формування таблиць з ціллю узагальнення інформації; факторний, системно–структурний аналіз – для оцінки впливу різних факторів на розвиток кав’ярні–кондитерської;

- методи економіко–статистичного аналізу: графічний, групування, класифікації – для аналізу тенденцій ринку.

- методи маркетингу: SWOT–аналіз – для формування сильних і слабких сторін створюваної кав’ярні–кондитерської, матричний – для оцінки конкурентної переваги новостворюваної кав’ярні–кондитерської;

- методи експертної діагностики: ранжирування, порівняння та оцінювання для визначення потенційних ризиків проєкту.

Розрахунки показників ефективності проєкту відкриття кав’ярні–кондитерської проводилися за допомогою «Excel».

Інформаційна база дослідження: нормативно–законодавчі акти України, Кабінету Міністрів України, матеріали наукових конференцій і досліджень, наукові публікації та монографічні видання вітчизняних та зарубіжних вчених, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань) та 2–х додатків. Загальний обсяг роботи становить 92 сторінки. Основний зміст викладено на 83 сторінках. Робота містить 31 таблицю, 3 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку ресторанного бізнесу

Згідно з Наказом № 219 Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства», ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього [1].

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [2].

Сучасний ресторанний бізнес в Україні відносно молодий, особливо у порівнянні з іншими країнами, він почав розвиватися тільки з 90-х років. Ресторанний бізнес в Україні за останні десятиліття пережив значну трансформацію [3].

Готельно-ресторанний бізнес, будучи складовою індустрії гостинності, являється також одним із найперспективніших напрямів розвитку національної економіки. Ефективне функціонування сфери готельно-ресторанного бізнесу є позитивним показником змін в економіці держави, її регіонів та важливою передумовою активізації розвитку міжнародних зв'язків. Проте, сучасні реалії у світовій економіці, пандемія COVID-19 та введення воєнного стану 24 лютого 2022 року внесли свої корективи у діяльність закладів готельно-ресторанної сфери [3].

Попри складні обставини, ця галузь не втрачає своєї актуальності та продовжує розвиватися. Заклади поступово відновлюють роботу, адаптуючись до нових умов, і залишаються важливою складовою економічного та соціального життя країни.

В таблиці 1.1 надана динаміка кількості діючих закладів ресторанного господарства в Україні за 2014–2023 роки.

Таблиця 1.1

Динаміка кількості діючих закладів ресторанного господарства
в Україні за 2014–2023 рр.

Рік	Кількість закладів (одиниць)	Відхилення до попереднього року	
		абсолютне (одиниць)	відносне (%)
2014	37557	–	–
2015	38345	788	2,0
2016	38199	–146	– 0,3
2017	38545	346	0,9
2018	41860	3315	9,0
2019	48398	6538	15,0
2020	51069	2671	6,0
2021	50271	–798	–1,6
2022	42190	–8081	–16,0
2023	49806	7616	15,3

Джерело: складено автором за даними [4].

Аналізуючи дані таблиці 1.1 можна побачити, що кількість закладів ресторанного господарства значно зростала, починаючи з 37557 од. у 2014 році до 51069 од. у 2020 році. Це може свідчити про активний розвиток ресторанного бізнесу в Україні.

У період з 2015 по 2016 роки кількість закладів ресторанного господарства зазнала невеликого спаду. Причиною цього може бути політична ситуація в країні на той момент, яка призвела до економічної нестабільності та зниження купівельної спроможності населення.

Не дивлячись на початок пандемії Covid–19 у 2020 р. кількість закладів збільшилася на 2671 од. (6%) порівнюючи з 2019 роком, проте у 2021 р. зазнала

спаду ($-1,6\%$), що могло бути у наслідок фінансових труднощів населення та карантинних обмежень.

У 2022 році кількість закладів ресторанного господарства, в порівнянні з тим же показником 2021 року значно знизилася (-8081 од.). Головною причиною цього є повномасштабне вторгнення росії на територію України. Заклади були вимушені «виживати». Не дивлячись на важку ситуацію в країні вже у 2023 р. ресторанний бізнес почав відновлюватись та кількість закладів ресторанного господарства збільшилась на $15,3\%$ порівнюючи з 2022 р.

На початку воєнної агресії експерти прогнозували, що за рік в Україні зачиниться майже 50% всіх ресторанів. Але цього не сталося, падіння ринку виявилось не таким катастрофічним. Навпаки, стали відкриватися нові заклади ресторанного обслуговування, що спеціалізуються здебільшого на онлайн замовленнях. [5]

Для оцінки рівня забезпеченості населення України закладами ресторанного господарства було проведено аналіз даних у розрізі областей. Наведений рис. 1.1 відображає ситуацію станом на 2022 рік.

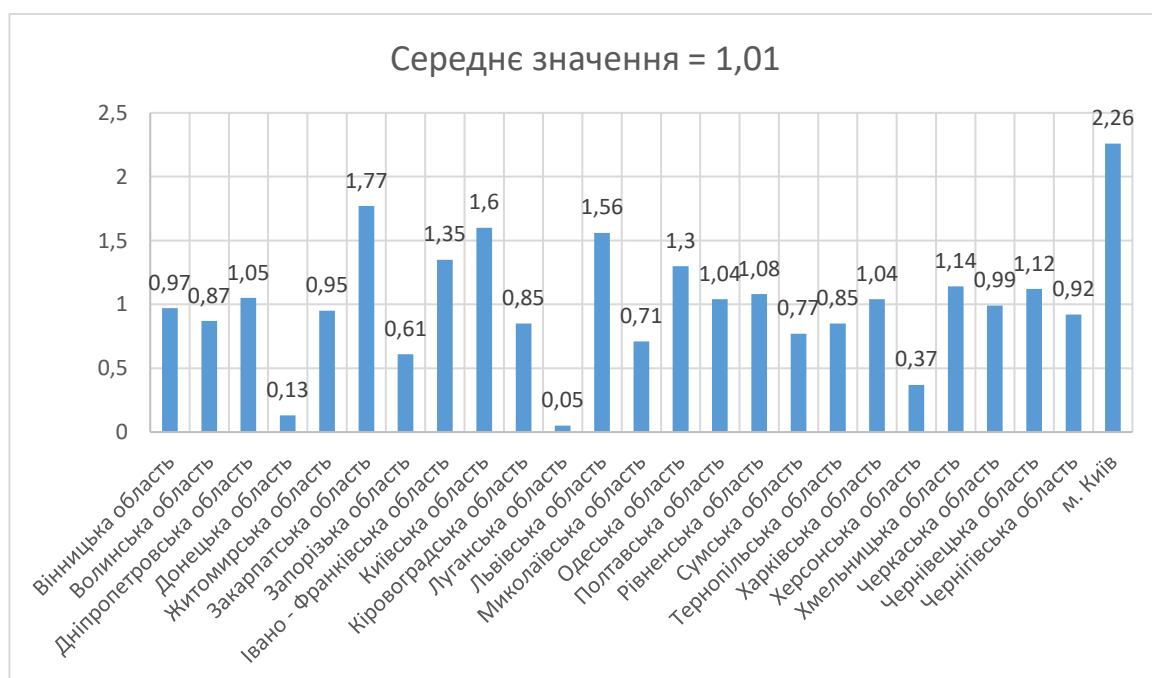


Рис. 1.1. Забезпеченість населення України закладами ресторанного господарства у розрахунку на 1000 осіб населення станом на 2022 р.

Джерело: Побудовано автором за даними [6].

З рис. 1.1 видно, загальне середнє значення становить 1,01 закладу на 1000 осіб, що може розглядатися як орієнтир для оцінки рівня розвитку ресторанного бізнесу в кожному регіоні. Безумовним лідером за цим показником є місто Київ – 2,26 закладів на 1 000 осіб. Це пов'язано з високою концентрацією населення, високим рівнем ділової активності та розвиненим туризмом.

До регіонів з найбільшою кількістю пропозицій належать Закарпатська (1,77), Київська (1,60), Львівська (1,56), Івано–Франківська (1,35) та Одеська (1,30) області, що свідчить про активний розвиток туристичного та гастрономічного бізнесу.

Водночас, найнижчі показники забезпеченості спостерігаються в Луганській (0,05), Донецькій (0,13) та Херсонській (0,37) областях. Це може бути пов'язано з наслідками військових дій, демографічною ситуацією та загальним економічним спадом в цих регіонах.

Також помітні відмінності між центральними та периферійними областями. Наприклад, у Полтавській (1,04), Харківській (1,04) та Рівненській (1,08) областях показники близькі до середнього, що свідчить про відносно збалансований розвиток сектору громадського харчування.

Незважаючи на всі кризові ситуації, ресторанний бізнес продовжує змінюватися, розвиватися та вдосконалюватися.

Заклади ресторанного господарства можуть класифікуватися за видами економічної діяльності.

- підприємства, що продають їжу та напої, для споживання на місці (ресторани, кафе, кафетерії та закусочні);
- підприємства, що містять в своєму меню напої та обмежений перелік страв (бари);
- підприємства, що реалізують продукцію (їжа та напої), зазвичай за зниженими цінами, основними споживачами яких є особи, об'єднані професійними ознаками. До таких закладів відносять їдальні та буфети;

– підприємства, що готують їжу на своїх потужностях, а потім передають її на реалізацію іншим закладам, де її будуть споживати. До таких закладів належать ресторани, що виконують кейтерингові заходи, фабриказаготівельня, фабрика-кухня та домашня кухня [7].

Проаналізуємо як змінювалась кількість відвідувачів у закладах ресторанного господарства з 2021 по 2023 роки, дані наведено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Кількість відвідувачів закладів ресторанного господарства в Україні

Тип закладу	Кількість відвідувачів, млн. осіб		
	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Ресторан	219,4	174,1	193,3
Фаст-фуд	330,0	275,5	289,3
Кафе	513,9	416,7	445,8
Кав'ярні	737,4	613,9	669,2

Джерело: складено автором за даними [8].

Аналізуючи дані таблиці 1.2, можна зробити висновок, що у 2022 році відбулося значне зниження відвідуваності в усіх категоріях, це пов'язано через ведення комендантського часу із повномасштабним вторгненням росії та інші зовнішні фактори, але вже у 2023 році ринок продемонстрував часткове відновлення.

Кав'ярні залучають найбільше відвідувачів, хоча їх кількість зменшилася з 737,4 млн осіб у 2021 році до 613,9 млн у 2022 році. Проте у 2023 році цей показник почав зростати, досягнувши 669,2 млн осіб, що свідчить про поступове відновлення попиту на цей тип закладів.

Схожі тенденції спостерігалися і в кафе: з 513,9 млн осіб у 2021 році кількість відвідувачів скоротилася до 416,7 млн у 2022 році, однак у 2023 році вона збільшилася до 445,8 млн.

Сегмент фаст-фуду також зазнав скорочення у 2022 році – кількість відвідувачів зменшилася з 330,0 млн до 275,5 млн. Проте у 2023 році він частково відновився, досягнувши 289,3 млн осіб, що може бути пов'язано з поступовим поверненням споживачів до закладів швидкого харчування.

Відвідуваність ресторанів також зазнала зменшення – з 219,4 млн осіб у 2021 році до 174,1 млн у 2022 році. Це найзначніше падіння серед усіх типів закладів, що може свідчити про зменшення купівельної спроможності та скорочення витрат на дозвілля. У 2023 році відвідуваність ресторанів підвищилася до 193,3 млн осіб, але все ще не досягла рівня 2021 року.

Зміни, пов'язані з пандемією COVID-19 та війною в Україні, вимагають від рестораторів переосмислення цільових груп клієнтів, перегляду ефективності використання площі закладу харчування та його дизайну, оновлення меню, можливостей роботи на доставку та оцифрування досвіду клієнтів[9].

Тренди, які впливатимуть на ресторанний бізнес у найближчому майбутньому і які маркетингові рішення варто приймати, враховуючі дані тенденції.

1. Доставка їжі та приготування страв на виніс. Цей тренд сформувався ще з появою пандемії, коли більшість людей в світі, в тому числі в Україні, дотримувались правил самоізоляції. З послабленням карантинних обмежень ця тенденція зберіглась, аналітики передбачають що вона буде актуальною ще найближчі роки.

2. Діджиталізація та автоматизація – тренд, який розвивається не лише в Україні, але й у світовому масштабі. Щораз більше рестораторів продовжують інтеграцію з технологіями, щоб оптимізувати швидкість обслуговування, краще контролювати бізнес-процеси, економити на оплаті праці.

3. Скорочення меню, створення моно – продукту, відмова від імпорتنих продуктів на користь локальних, мінімізація продуктових запасів та відмова від великих площ – тренди, які актуальні в період кризи[9].

Розвиток ресторанного господарства відіграє важливу роль у економіці України. Цей сектор є важливим джерелом зайнятості для багатьох українців. Він надає роботу кухарам, офіціантам, адміністраторам, постачальникам, маркетологам та багатьом іншим фахівцям. Крім того, розвиток ресторанної

сфери стимулює зростання суміжних галузей, таких як сільське господарство, харчова промисловість, логістика та сфера обслуговування.

Також ресторанне господарство займає не останнє місце у розвитку туризму, оскільки гастрономія відіграє невід'ємну роль у подорожах. Якість та унікальність місцевої кухні часто стає визначальним фактором для туристів при виборі країни або міста для відвідування.

Регіони з високим туристичним потенціалом часто залежать від ресторанної галузі для задоволення потреб відвідувачів. У таких регіонах реалізація регуляторних механізмів повинна бути спрямована на забезпечення якості безпеки послуг харчування, підвищення стандартів обслуговування та забезпечення високої якості страв. Застосування регуляторних механізмів у цих регіонах повинно враховувати потреби туристів, їхні вподобання і культурні особливості [10].

Діяльність підприємств ресторанного бізнесу підпорядкована законам ринку та регламентується низкою вимог щодо реєстрації, здійснення діяльності, сплати податків, та контролю з боку держави, що формує механізм державного регулювання [11].

Ефективність державної політики у сфері ресторанного господарства залежить від здатності забезпечити баланс між контролем та підтримкою бізнесу. Надмірне регулювання може призвести до бюрократичних перешкод та зростання тіньового сектору, тоді як недостатній контроль може негативно вплинути на якість послуг і безпеку споживачів. Оптимальна модель регулювання повинна забезпечувати прозорість, справедливі умови конкуренції та сприяти розвитку ресторанного господарства як важливого сегмента економіки [11].

В Україні державна підтримка ресторанного бізнесу здійснюється через загальні програми, спрямовані на розвиток малого та середнього підприємництва. Хоча спеціалізованих програм, орієнтованих виключно на ресторанний сектор, наразі немає, підприємці можуть скористатися низкою ініціатив для підтримки та розвитку свого бізнесу.

Уряд України періодично впроваджує грантові програми для відновлення бізнесу та створення робочих місць. Наприклад, програма «єРобота» надає фінансові гранти підприємцям для розвитку власної справи. Однією з таких є Грантова програма «Власна Справа» від Міністерства економіки України. Ця програма дає можливість отримати до 250 тис. гривень на відкриття або розширення власної справи. Кошти можна витратити на придбання обладнання, закупівлю сировини, сплату оренди, послуги маркетингу та реклами, комерційної концесії, лізингу [12].

Ринок кав'ярень протягом останніх років лише поширювався та зростала кількість закладів цього типу, що пов'язано з впливом таких факторів: висока маржинальність даного виду бізнесу, завдяки безмитному імпорту зелених кавових зерен, що є дешевшими у порівнянні з обсмаженою кавою; популярність вживання кави поза межами дому українцями з середнім та вище середнього рівнями доходу; поширення культури споживання кави, підвищення вимог до смаку даного напою, збільшення кількості споживачів, які віддають перевагу якісній натуральній каві; швидкий темп життя українців популяризував попит на каву з собою (на винос) [13].

В Україні найпоширеніші два формати кав'ярень, вони й найпопулярніші:

- традиційна кав'ярня, містить у своєму основному асортименті продукції каву, чай і десерти. У подібних підприємствах часто надають послуги самообслуговування: відвідувачі самостійно підходять до барної стійки, обирають замовлення і самі себе обслуговують після отримання замовлення;

- інший формат містить у своєму асортименті продукції, окрім кави та чаю, ще й кілька салатів та інших страв, інколи навіть алкогольних напоїв. У таких закладах зазвичай вищі ціни. У споживачів подібний формат має попит, тому, відповідно, кав'ярня зазвичай приносить високий дохід [14].

Кожен регіон має свої унікальні кулінарні традиції, які відображаються у ресторанному господарстві. Реалізація механізмів державного регулювання

повинна враховувати цю розмаїтність і забезпечувати підтримку і збереження традиційних страв та рецептів, які є невід'ємною частиною культурного спадку регіону [10].

У зв'язку із зростаючим інтересом до локальної кухні та відродженням традицій, особливу популярність можуть отримати заклади, що спеціалізуються на автентичних українських десертах. Створення кав'ярні–кондитерської з традиційними українськими солодощами дозволить не лише популяризувати національні гастрономічні традиції, а й залучити широку аудиторію.

По-перше – це затишна кав'ярня–кондитерська, що спеціалізується на традиційних українських десертах. Заклад поєднує в собі автентичність старовинних рецептів та сучасний підхід до подачі та обслуговування.

Відвідувачі матимуть змогу спробувати традиційні десерти, такі як маківник, вергуни, львівській сирник, вареники з вишнями, гомбівці та багато інших. Також у відвідувачів буде можливість спробувати унікальну каву на пряженому молоці, а для тих хто не дуже полюбить каву, буде змога спробувати автентичні українські напої.

Окрім основного меню, у кав'ярні–кондитерській будуть проводитися майстер-класи з приготування традиційних українських солодощів, тематичні вечори та дегустаційні заходи. Це дасть змогу відвідувачам ще більше ознайомитися з атмосферою традиційної української кулінарії.

Інтер'єр кав'ярні–кондитерської буде витримано у стилі української хатки, створюючи теплу та домашню атмосферу. Стіни будуть оздоблені дерев'яними балками та прикрашені автентичним розписом. Дерев'яні меблі, рушники, глиняний посуд та вишиті серветки, це все підкреслить національний колорит.

Новостворена кав'ярня–кондитерська буде розташована у серці Одеси, на Приморському бульварі, біля пам'ятнику Дюку Де Рішельє. Таке розташування дозволить залучити до закладу як місцевих жителів так і туристів міста.

Для кав'ярні-кондитерської буде створено власний сайт, де можна буде забронювати столик, переглянути заздалегідь меню, ознайомитися з інтер'єром і також замовити готову продукцію із можливістю доставки у будь-яку частину міста.

Відкриття власної справи у сфері ресторанного господарства, а саме кав'ярні-кондитерської має певні перспективи. За останні роки культура споживання кави та десертів у закладах ресторанного господарства суттєво змінилася. Сучасні кав'ярні-кондитерські в Україні не лише задовольняють гастрономічні потреби, а й стають місцями для зустрічей, роботи та відпочинку.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу

В Україні ресторанне господарство регулюється Наказом №219 від Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства». Цей закон окреслює поняття ресторанного господарства та продукції, його типи та класи, вимоги стосовно організації діяльності, виробництва та продажу продукції, також умови організації обслуговування споживачів та інформація про ціноутворення та права споживачів [1].

Діяльність у сфері ресторанного господарства може здійснюватися тільки після державної реєстрації в установленому законодавством порядку.

Перед відкриттям власної справи важливо визначити відповідний КВЕД (Класифікацію видів економічної діяльності). Це дозволить правильно оформити підприємницьку діяльність, забезпечити коректну реєстрацію та визначити систему оподаткування.

Основне призначення КВЕД – визначати та кодувати основні та другорядні види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців [15].

Крім того, КВЕД призначений забезпечувати: статистичний облік підприємств і організацій за видами економічної діяльності; проведення державних статистичних спостережень економічної діяльності й аналізу статистичної інформації на макрорівні (складання показників національних рахунків – рахунків виробництва й утворення доходу, таблиці "витрати–випуск"); зіставлення національної статистичної інформації з міжнародною через застосування єдиної статистичної термінології, статистичних одиниць і принципів визначення та змінення видів економічної діяльності підприємств і організацій [15].

Для майбутньої кав'ярні–кондитерської планується обрати КВЕД 56.10.

КВЕД 56.10: Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

Цей клас включає послуги з надання харчування споживачам, незалежно від того, чи подаються вони в спеціальних місцях громадського харчування або в ресторанах самообслуговування, їдять їх у приміщенні, чи забирають із собою або замовляють додому. Сюди відноситься приготування та подача їжі для негайного споживання з моторизованих автомобілів або немоторизованих вагончиків.

Цей клас включає діяльність: ресторанів; кафе; ресторанів швидкого обслуговування; місць з наданням їжі для споживання за межами закладу; вагончиків з продажу морозива; пересувних вагончиків з продажу їжі; діяльність з приготування їжі в торговельних наметах.

Цей клас включає також:

- діяльність ресторанів та барів, пов'язану з доставкою їжі за умови залучення окремих об'єктів.

Цей клас не включає:

- роздрібну торгівлю продуктами харчування через торговельні автомати
- діяльність концесій з доставки продуктів харчування установам [16].

Згідно з Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців та громадських формувань», для здійснення

підприємницької діяльності у вигляді фізичної особи – підприємця необхідні наступні документи: заява про державну реєстрацію фізичної особи – підприємця, в якій може зазначатися прохання про реєстрацію такої особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування або інформація про набуття особою статусу електронного резидента (е-резидента) [17].

Відповідно до статті 25 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» оператори ринку, які провадять діяльність, що не вимагає отримання експлуатаційного дозволу, зобов'язані зареєструвати потужності, які використовуються на будь-якій стадії виробництва та/або обігу харчових продуктів.

До визначення «потужності» згідно ст. 1 Закону відносять споруди або комплекс споруд, приміщення, будівлі, обладнання та інші засоби, включаючи транспортні засоби, а також територія, що використовуються у виробництві та/або обігу об'єктів санітарних заходів.

Відповідно до вимог ст. 25 Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» державній реєстрації підлягають потужності з виробництва та/або обігу харчових продуктів, на які не вимагається отримання експлуатаційного дозволу. Державна реєстрація потужностей здійснюється компетентним органом (Держпродспоживслужба) шляхом внесення відповідної інформації до реєстру на безоплатній основі. Потужностям у реєстрі присвоюється особистий реєстраційний номер [18].

Не пізніше ніж за 10 календарних днів до початку роботи потужності оператор ринку зобов'язаний подати до територіального органу компетентного органу заяву про державну реєстрацію потужності, в якій зазначаються:

- 1) найменування майбутнього закладу ресторанного господарства;
- 2) ідентифікаційний код згідно з Єдиним державним реєстром фізичних осіб– підприємців;
- 3) місцезнаходження або прізвище, ім'я, по батькові підприємця;
- 4) реєстраційний номер облікової картки платника податків;

- 5) місце проживання оператора ринку;
- 6) назва (опис) потужності, її адреса;
- 7) заплановані види діяльності та перелік харчових продуктів, виробництво та/або обіг яких планується здійснювати;
- 8) вид оператора ринку за класифікацією суб'єктів господарювання.

Рішення про державну реєстрацію потужності або про відмову у такій реєстрації приймається протягом 10 календарних днів після отримання відповідної заяви оператора ринку. Копія рішення про державну реєстрацію потужності або про відмову у такій реєстрації надається оператору ринку протягом трьох робочих днів з дня його прийняття [18].

Згідно зі ст. 7 Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» ресторанні господарства не входять у перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню [19].

Ресторанні господарства відповідають перед споживачами за якість представленої продукції та її відповідність заявленим стандартам. Це включає в себе забезпечення належного санітарного стану виробничих, торговельних і складських приміщень.

Всі працівники закладу повинні проходити обов'язкові медичні огляди та мати санітарні книжки. Необхідно дотримуватися температурних режимів зберігання харчових продуктів, окремі зони повинні бути виділені для обробки сирих та готових продуктів, щоб уникнути перехресного забруднення. Все кухонне обладнання має бути виготовлене з матеріалів, дозволених для контакту з харчовими продуктами (нержавіюча сталь, харчовий пластик). Інвентар необхідно регулярно дезінфікувати та зберігати у відповідних умовах. Заклади харчування повинні регулярно проводити прибирання та дезінфекцію приміщень. Необхідно мати договори на вивіз відходів і забезпечити належне зберігання сміття. Ці аспекти відповідальності є ключовими для гарантування якості продукції, захисту прав споживачів і дотримання вимог законодавства.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно–правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу

Будь–яка підприємницька діяльність ведеться в межах певної організаційної форми. Тож перед відкриттям власного бізнесу потрібно детально розглянути, яка організаційно–правова форма буде більш доцільною для нашої кав'ярні–кондитерської. Вибір організаційно–правової форми бізнесу відіграє істотну роль, оскільки:

- впливає на можливі види бізнесу;
- кожній формі бізнесу може відповідати своя можлива форма оподаткування;
- впливає на можливі масштаби виробництва продукції або надання послуг [20].

Законодавство надає можливість вибирати організаційно–правові форми ведення господарської діяльності. Можна вести підприємницьку діяльність у таких формах: фізична особа–підприємець (ФОП) та юридична особа у вигляді: господарські товариства; кооперативи; громадські об'єднання [20].

Найбільш доцільною організаційно–правовою формою для кав'ярні–кондитерської є фізична особа–підприємець (ФОП).

Фізична особа–підприємець – це така форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка одноосібно управляє виробництвом і власністю, привласнює увесь прибуток і несе особисту відповідальність за всі зобов'язання бізнесу [20].

Статус фізичної особи–підприємця – це юридичний статус, який засвідчує право особи на заняття підприємницькою діяльністю, а саме: самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю, що здійснюється підприємцями з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [20].

У таблиці 1.3 наведені переваги і недоліки ФОП.

Таблиця 1.3

Переваги і недоліки обраної організаційно–правової форми

Переваги ФОП	Недоліки ФОП
– реєстрація ФОП за місцем проживання з мінімальною кількістю документів для реєстрації; – відсутність вимог до наявності статутного капіталу, печатки, розрахункового рахунку; – привласнення усього прибутку і можливість вільно розпоряджатися ним (після сплати податків); – наявність на цій основі високоефективних стимулів до праці; – незначні витрати на організацію виробництва; – високий ступінь свободи економічного вибору.	– відповідальність фізичної особи–підприємця по зобов'язаннях не лише активами підприємства, але і своїм майном; – підвищена відповідальність за результати діяльності; – незначні обсяги прибутку, який присвоюють, отже, обмежені можливості розширення підприємства за рахунок власних засобів; – складніше, порівняно із середніми і великими підприємствами, отримати кредит; – значно велика вірогідність банкрутства; – велика тривалість робочого дня, висока інтенсивність праці.

Джерело: складено автором на основі [20].

ФОП має право:

- створювати підприємницьку структуру;
- купувати яке–небудь майно або майнові права;
- використовувати майно інших осіб, якщо це передбачається договором;
- наймати і звільняти працівників;
- користуватися кредитом на певних умовах і відкривати рахунок у банку;
- самостійно розподіляти прибуток від підприємницької діяльності, що залишився після сплати податків [20].

Наступним після вибору організаційно–правової форми, але не менш важливим кроком для відкриття власної справи є правильний вибір системи оподаткування.

Види податків, які бізнес повинен сплачувати на постійній основі до бюджету та інші питання, які пов'язані з особливостями оподаткування, регламентуються податковим законодавством. Основним нормативно–правовим актом є Податковий Кодекс України, що введений в дію з 1.01.2011р. Він регулює відносини, що виникають у сфері сплачування податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що діють в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства [21].

Податкова система – це сукупність податків, зборів, мита та інших обов'язкових платежів до бюджетів і внесків до державних цільових фондів, які стягуються на умовах, що визначаються законодавчими актами, принципів, форм та методів їх визначення, зміни або скасування, а також сукупність дій, що забезпечують їх сплату, контроль та відповідальність за порушення податкового законодавства [22].

Системи оподаткування в Україні для господарюючих суб'єктів, як юридичних осіб, так і фізичних осіб–підприємців (ФОП) представлені двома формами: загальною і спрощеною [21].

Планується, що новостворена кав'ярня–кондитерська буде функціонувати на спрощеній системі оподаткування третьої групи платника єдиного податку.

Спрощена система оподаткування третьої групи має низьку переваг. Вона передбачає просте ведення обліку та спрощену звітність, що дозволяє підприємцю зосередитися на розвитку власної справи. Платники цієї групи можуть обрати зручну форму оподаткування: єдиний податок у розмірі 3% від отриманого доходу з ПДВ або 5% без ПДВ – залежно від специфіки діяльності. Окрім цього, важливою перевагою 3-ї групи є відсутність обмежень щодо кількості найманих працівників.

У випадку відкриття кав'ярні-кондитерської оптимальним є вибір ставки 5% без ПДВ. Відмова від ПДВ дозволяє уникнути складного податкового обліку.

Третя група платника єдиного податку має й свої недоліки. Одним із головних мінусів є залежність ставки податку від загального доходу, а не від прибутку. Крім того, платник цієї групи не може здійснювати окремі види діяльності, заборонені Податковим кодексом, обсяг доходу не має перевищувати 1167 розмірів мінімальної заробітної плати.

Висновки до розділу 1.

1. Актуальність створення закладу ресторанного господарства пов'язано з тим, що проведений аналіз ресторанного бізнесу в Україні показав, що ринок кав'ярень–кондитерських у м. Одеса має значний потенціал для новоствореного закладу. В місті Одесі кількість закладів на 1000 жителів свідчить про активний розвиток туристичного та гастрономічного бізнесу, що створює передумови для успішного виходу нового закладу.

Аналіз кількості відвідувачів закладів ресторанного господарства показує, що кав'ярні залучають найбільшу кількість гостей. У 2023 році кількість відвідувачів кав'ярень становила 669,2 млн осіб, що свідчить про поступове відновлення попиту на цей тип закладів після падіння у 2022 році.

Заклад буде оформлений у стилі традиційної української хатки, що підкреслюватиме його концепцію та створюватиме атмосферу національного колориту, привабливу для туристів та місцевих жителів.

2. Для здійснення підприємницької діяльності новостворена кав'ярня–кондитерська буде зареєстрована за КВЕД 56.10: Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. Це передбачає можливість надання послуг харчування як у закладі, так і з доставкою.

Новостворений заклад буде відповідати основним умовам ведення бізнесу і планує отримати всі необхідні дозвільні документи, зокрема реєстрація у Держпродспоживслужбі. Планується забезпечити відповідність

приміщення вимогам протипожежної безпеки та нормативам для громадських закладів харчування. Важливими аспектами є також офіційне оформлення персоналу, дотримання трудового законодавства та впровадження сучасних систем контролю якості продукції.

3. Організаційно–правовою формою діяльності новоствореної кав'ярні–кондитерської обрано реєстрацію фізичної особи–підприємця (ФОП), що дозволяє оптимізувати податкове навантаження, спростити процедури бухгалтерського обліку та швидко реагувати на зміни ринку. ФОП є зручним варіантом для малого бізнесу, оскільки забезпечує мінімальні витрати на адміністрування та звітність.

Заклад працюватиме за спрощеною системою оподаткування (третя група), що передбачає сплату єдиного податку у розмірі 5% від отриманого доходу без реєстрації платником ПДВ. Це дозволить забезпечити стабільний фінансовий потік та ефективне управління грошовими ресурсами.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ–КОНДИТЕРСЬКОЇ

2.1. Аналіз ринку ресторанного господарства м. Одеси

Ресторанне господарство в Одесі є не лише важливою частиною економіки міста, а й значним елементом в масштабах країни. Ця галузь забезпечує продовольчу безпеку, робить вагомий внесок у державний бюджет та тісно переплітається з іншими сферами економіки, такими як харчова промисловість, сільське господарство та торгівля. Крім того, розвиток цієї індустрії активно сприяє зростанню туристичної привабливості країни, залучаючи іноземців.

До початку повномасштабної війни в Україні, ринок громадського харчування розвивався стрімко, зростала кількість нових закладів, ресторанних концепцій, а також йшло активне залучення іноземних інвесторів і великих брендів.

З початком війни багато закладів громадського харчування зазнали серйозних труднощів, проте ці підприємства зіграли важливу роль у забезпеченні стабільності продовольчої ситуації в країні, надаючи людям необхідні продукти харчування в складні часи, коли державні органи не могли самостійно вирішити всі проблеми.

Сьогодні індустрія ресторанного бізнесу продовжує адаптуватися до нових реалій. Заклади громадського харчування не тільки відновлюють свою діяльність, але й розвивають нові концепції, модернізують обслуговування та запускають інноваційні проєкти. Тенденція «закриття» закладів складає, у середньому, приблизно третину від нових проєктів, що на цей час, і забезпечує позитивну динаміку зростання [23].

На рис. 2.1 наведено динаміку кількості закладів в місті Одеса за 2020–2023 роки. Цей графік демонструє зміну трендів у відповідь на різноманітні соціально–економічні та політичні фактори.

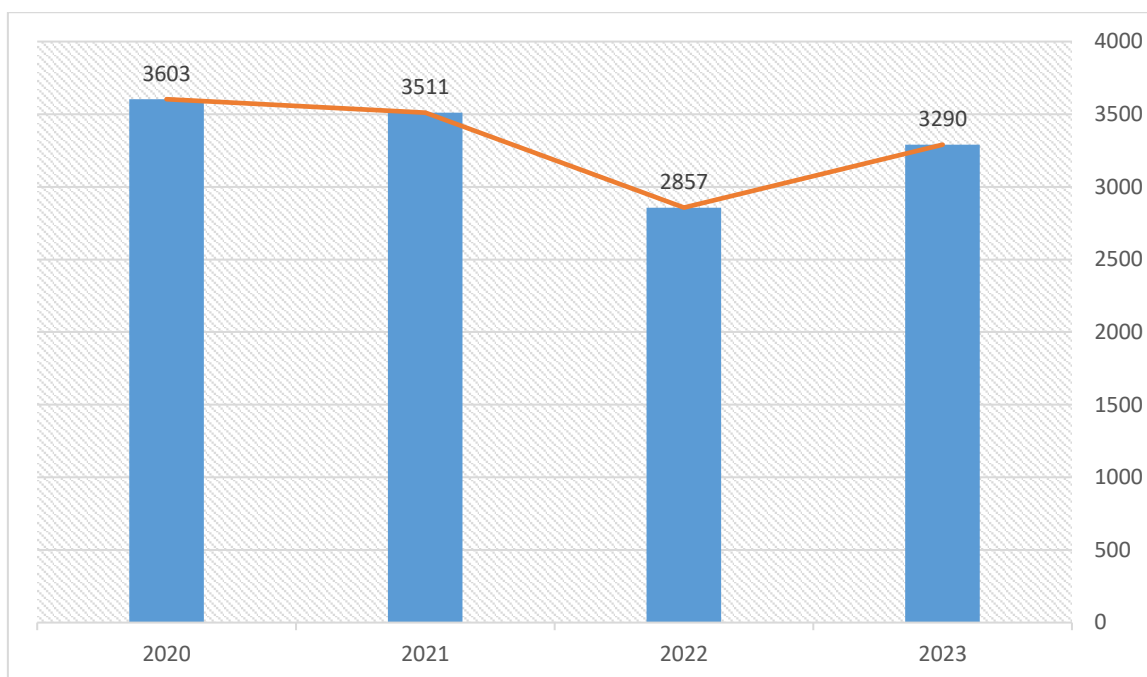


Рис. 2.1. Динаміка кількості закладів ресторанного господарства м. Одеса
Джерело: побудовано автором за даними [6]

З рис. 2.1 слідує, що у 2020 році кількість закладів ресторанного господарства досягла найвищого рівня – 3603 одиниць. Це зростання можна пояснити активним розвитком ресторанної сфери до початку пандемії COVID–19 та значними інвестиціями в цей сектор, які спостерігалися напередодні кризових явищ.

У 2021 році відбулося незначне зниження кількості закладів до 3511 одиниць. Це скорочення, хоч і мінімальне, свідчить про вплив тривалих карантинних обмежень та зміну споживчих звичок у відповідь на економічні труднощі та обмеження соціальної активності.

Найбільше падіння кількості ресторанів було зафіксовано в 2022 році, коли кількість закладів скоротилася до 2857 одиниць. Цей спад можна пояснити не лише продовженням карантинних заходів, а й значними економічними та політичними викликами, зокрема війною в Україні, яка створила суттєві ризики для бізнесу.

У 2023 році спостерігається позитивна динаміка, і кількість закладів ресторанного господарства збільшилась до 3290 одиниць. Це свідчить про

часткове відновлення ринку після гострих кризових явищ та адаптацію підприємців до нових умов ведення бізнесу. Важливим фактором стало також зростання попиту на послуги громадського харчування в умовах відновлення соціальної активності та зменшення карантинних обмежень.

Таким чином, незважаючи на значні коливання та зовнішні впливи, ресторанна індустрія Одеси демонструє стійкість і здатність до поступового відновлення, що відкриває нові перспективи для подальшого розвитку галузі в умовах стабільнішої економічної ситуації.

Новостворювана кав'ярня кондитерська – це затишне місце в серці Одеси, що пропонує своїм гостям не лише широкий вибір автентичних українських десертів та напоїв, але й можливість поринути в атмосферу національної кулінарної традиції. Окрім насолоди унікальними смаками, відвідувачі можуть:

- скуштувати традиційні українські солодощі, такі як маківник, вергуни, вареники з вишнями, гомбівці та багато інших, приготованих за старовинними рецептами;
- насолодитися унікальною кавою на пряженому молоці та іншими автентичними українськими напоями (узваром, компотом, трав'яними чаями);
- стати учасниками майстер-класів з приготування традиційних українських солодощів, дізнаючись секрети їхнього створення;
- відвідати тематичні вечори та дегустаційні заходи, що дозволяють глибше ознайомитися з українською гастрономічною культурою.

Для прийняття ефективних рішень в маркетингових дослідженнях застосовуються наукові методи, що допомагають зібрати, зробити аналіз та інтерпретувати дані, що становлять основу для прийняття ефективних дій. Опитування – це один із найбільш поширених методів дослідження. Він передбачає збирання первинної інформації безпосередньо від респондентів шляхом анкетування або інтерв'ю. Опитування можуть бути проведені онлайн, телефоном або особисто [18].

З метою дослідження споживчих уподобань та потреб потенційних клієнтів при відкритті нової кав'ярні–кондитерської в центральній частині Одеси, було розроблено анкету для мешканців та працівників даного району.

Форма анкети представлена в Додатку А.

Було опитано 156 мешканців центральної частини м. Одеси.

Анкета, яка надана в Додатку А, була спрямована на з'ясування таких аспектів:

- частота відвідування кав'ярень мешканцями району;
- переваги у виборі кави, десертів, сніданків;
- важливість таких факторів, як ціна, якість продукції, розташування, атмосфера тощо;
- ставлення до концепції кав'ярні–кондитерської в українському стилі.

Результати анкетування приведені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Результати проведеного анкетування

Питання	Відсоток відповідей, %
1	2
1. Як часто ви відвідуєте кав'ярні?	
Щодня	40
Кілька разів на тиждень	25
Раз на тиждень	15
Рідше	15
Майже ніколи	5
2. Що для вас важливо при виборі кав'ярні (можна обрати кілька варіантів)?	
Якість кави (80%)	80
Атмосфера (70%)	70
Наявність десертів (60%)	60
Ввічливий персонал (50%)	50
Зручне розташування (30%)	30
Ціни (40%)	40
3. Наскільки вам цікаво було б відвідувати кав'ярню-кондитерську в українському стилі?	
Дуже цікаво (60%)	60
Можливо (30%)	30
Байдуже (8%)	8
Нецікаво (2%)	2

Продовження табл. 2.1

1	2
4. Що хотіли б ви бачити у кав'ярні: (можна обрати декілька варіантів)	
Домашні напої (узвар, лимонад тощо) (40%)	40
Традиційні українські десерти (70%)	70
Сніданки (55%)	55
Безглютеніві/веганські позиції (15%)	15
Страви на виніс (45%)	45

Джерело: розроблено автором.

Дані таблиці 2.1 свідчать, що отримані результати стануть основою для подальшого аналізу ринку та розробки ефективної стратегії позиціонування та маркетингу кав'ярні.

Результати дослідження частоти відвідування кав'ярень показали, що значна частина респондентів регулярно відвідує подібні заклади щодня. Це підкреслює важливість кав'ярень як невід'ємної частини повсякденного життя для багатьох мешканців міста. Тому новий заклад, який поєднує кав'ярню і кондитерську, має всі шанси на стабільний потік відвідувачів, що дозволяє прогнозувати його успіх у довгостроковій перспективі.

Вивчення критеріїв вибору кав'ярні виявило, що найважливішим фактором для відвідувачів є якість кави. Це означає, що для забезпечення конкурентоспроможності нового закладу, варто звернути особливу увагу на підбір постачальників кави, технології приготування та кваліфікацію бариста. Крім того, важливими факторами для клієнтів є атмосфера закладу та наявність різноманітних десертів. Створення затишної і комфортної атмосфери разом із пропозицією широкого асортименту смачних та свіжих десертів може стати одним з основних факторів, що сприятиме залученню і утриманню постійних клієнтів.

Також, оцінка інтересу до кав'ярні з українським колоритом показала, що більшість респондентів позитивно ставляться до ідеї відкриття такого закладу. Це свідчить про високий потенціал українського стилю як концептуальної переваги.

Відкриття кав'ярні в українському стилі може стати ефективним способом виділитися серед конкурентів і привабити тих клієнтів, які цінують національну культуру та традиції.

Аналіз побажань щодо асортименту меню показав, що найбільший попит мають традиційні українські десерти, домашні напої та сніданки. Зважаючи на це, для задоволення потреб потенційних клієнтів, кав'ярні слід орієнтуватися на розробку меню, яке включатиме саме ці страви.

Загалом, результати анкетування дають чітке уявлення про переваги та вимоги цільової аудиторії, що може стати основою для формування успішної концепції кав'ярні-кондитерської. Врахування цих факторів забезпечить популярність та конкурентоспроможність закладу серед мешканців центральної частини Одеси.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг створеної кав'ярні–кондитерської

Цільова аудиторія створюваної кав'ярні-кондитерської є досить широкою і включає різні групи населення, об'єднані спільним інтересом до якісної кави, вишуканих десертів та приємної атмосфери з акцентом на українську стилістику.

В першу чергу, це мешканці центральної частини Одеси, які цінують зручність розташування та можливість насолодитися улюбленим напоєм чи десертом у затишній обстановці недалеко від дому. Кав'ярня стане для них місцем щоденних відвідувань, ранкової кави, зустрічей з друзями або відпочинку після напруженого робочого дня.

Також значну частину аудиторії складатимуть працівники офісів та підприємств, розташованих поблизу. Це люди, які шукають комфортне місце для швидкого сніданку, поживного обіду або неформальних зустрічей з колегами.

Не можна забувати і про туристів та гостей міста, які відвідують Одесу з метою відпочинку та знайомства з місцевою культурою. Їх привабить можливість зануритися в атмосферу української гостинності, насолодитися традиційними десертами та напоями, відчутти колорит міста.

Крім того, кав'ярня буде привабливою для молоді та студентів з довколишніх навчальних закладів. Це динамічна аудиторія, яка цінує можливість поєднувати навчання, спілкування та відпочинок в одному місці.

Врешті решт, сім'ї з дітьми також оцінять можливість провести час разом у затишній обстановці, насолоджуючись смачними десертами та напоями.

Таким чином, цільова аудиторія кав'ярні-кондитерської є різноманітною, але водночас об'єднаною спільними цінностями: любов до якісної кави, смачних десертів, приємної атмосфери та позитивного досвіду.

Основними конкурентами новостворюваної кав'ярні-кондитерської є такі популярні кав'ярні – кондитерські, як Atelier. Design & Coffee, Make my cake, Vanill, Bize та Pierre.

Основними критеріями для оцінки конкурентів були обрані: доставка, ціноутворення (на основі ціни за чашку стандартного капучино), якість страв (готують самі чи замовляють у постачальників), наявність якісного сайту та рейтинг.

У таблиці 2.2 проведено аналіз основних конкурентів ~~нашої~~ новоствореної кав'ярні – кондитерської та надана чисельна оцінка за кожним показником.

Аналізуючи представлені в таблиці 2.2 дані про кав'ярні-кондитерські, можна зробити наступні висновки щодо конкурентного середовища на ринку.

Варто зазначити що всі представлені конкуренти розташовані в центрі міста у пішій доступності один від одного.

Більшість кав'ярень-кондитерських пропонують послуги доставки, але форми її реалізації відрізняються. "Make my cake" здійснює власну доставку, "Atelier Design & Coffee", "Vanil" та "Bize" співпрацюють з агрегаторами

доставки їжі. "Pierre" взагалі не пропонує послуги доставки, що може негативно вплинути на їхню конкурентоспроможність.

Таблиця 2.2

Порівняльний аналіз конкурентів

Назва закладу	Доставка	Ціноутворення (грн)	Якість страв	Наявність якісного сайту	Рейтинг гостей
Atelier. Design & Coffee	Співпраця з агрегаторами доставки їжі (4 бали)	90 (3 бали)	Десерти замовляють у постачальників (3 бали)	Тільки електронне меню (4 бали)	4,7
Make my cake	Власна доставка (5 балів)	85 (4 бали)	Власний цех (5 балів)	Власний сайт (5 балів)	4,3
Vanil	Співпраця з агрегаторами доставки їжі (4 бали)	80 (5 балів)	Власний цех (5 балів)	Тільки електронне меню (4 бали)	4,4
Bize	Співпраця з агрегаторами доставки їжі (4 бали)	80 (5 балів)	Власний цех (5 балів)	Відсутність будь-якого сайту (2 бали)	4,4
Pierre	Доставка відсутня (2 балли)	80 (5 балів)	Власний цех (5 балів)	Тільки електронне меню (4 бали)	4,9

Джерело: складено автором на основі [24][25][26][27][28].

Вартість кавової продукції, а саме такої позиції, як стандартне капучино, варіюється в межах від 80 грн до 90 грн. "Atelier Design & Coffee" пропонує найвищі ціни (90 грн). "Make my cake" пропонує ціни, близькі до середніх (85 грн), тоді як "Vanil", "Bize" та "Pierre" дотримуються більш демократичної цінової політики, орієнтуючись на ширшу аудиторію.

Такі кав'ярні-кондитерські, як: "Make my cake", "Vanil", "Bize", "Pierre" роблять акцент на власному виробництві десертів, що дає їм можливість контролювати якість продукції та створювати унікальні рецептури, що відрізняють їх від конкурентів. "Atelier Design & Coffee" замовляють десерти у постачальників, що може спростити процес виробництва, але потенційно обмежити можливості для розвитку та контролю якості.

"Make my cake" має повноцінний власний сайт, що забезпечує зручний доступ до інформації про заклад, меню та послуги. "Atelier Design & Coffee", "Vanil" та "Pierre" використовують електронні меню. "Bize" взагалі не має сайту, що значно ускладнює їхню комунікацію з потенційними клієнтами та обмежує можливості для онлайн-просування закладу.

Усі представлені кав'ярні-кондитерські мають досить високі рейтинги, що свідчить про їхню здатність задовольняти потреби клієнтів. Найвищий рейтинг має "Pierre" (4,9/5). Найнижчий рейтинг, серед наведених конкурентів, має "Make my cake", а саме 4,3/5, що може свідчити про певну невідповідність до вимог гостей. Ринок кав'ярень-кондитерських в Одесі є досить конкурентним. Заклади, які пропонують унікальну концепцію, забезпечують високий рівень обслуговування та активно використовують онлайн-інструменти для залучення та утримання клієнтів, мають найбільші шанси на успіх.

Аналізуючи конкурентне середовище, можна виділити ряд переваг та унікальних характеристик, які відрізняють майбутню кав'ярню-кондитерську та забезпечать їй конкурентоспроможність на ринку. Оформлення закладу в українському стилі створить унікальну атмосферу, яка вигідно відрізнятиме його від конкурентів. Це дозволить залучити клієнтів, які цінують національні традиції та культуру, і запропонувати їм особливий досвід відвідування кав'ярні. Створення унікального інтер'єру, що поєднує в собі сучасний дизайн та традиційні українські мотиви, стане ключовим елементом ідентичності закладу. Розташування на Приморському бульварі не тільки забезпечить зручний доступ для мешканців та гостей міста, але й відкриє чудовий вид на море.

Після проведеного аналізу конкурентів важливо оцінити новостворюваний бізнес за допомогою SWOT-аналізу. Це допоможе виявити сильні сторони, на які ми зможемо спиратися, та слабкі місця, які потрібно покращити. Крім того, будуть розглянуті зовнішні фактори: можливості для зростання та загрози, що можуть вплинути на роботу підприємства. Такий

аналіз дасть краще розуміння позиції майбутньої кав'ярні-кондитерської на ринку та допоможе розробити ефективну стратегію для відкриття та розвитку.

SWOT-аналіз кав'ярні – кондитерської представлений у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз новостворюваного бізнесу

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Унікальна концепція в українському стилі. 2. Зручне розташування у центрі міста. 3. Десерти власного виробництва. 4. Проведення майстер-класів, дегустацій та інших заходів.	1. Відсутність впізнаваності бренду та лояльної клієнтської бази на початковому етапі. 2. Можливі проблеми з постачанням якісної сировини для десертів. 3. Створення унікального інтер'єру та забезпечення високих стандартів обслуговування може потребувати значних фінансових вкладень.
Можливості	Загрози
1. Активне використання соціальних мереж, створення сайту з можливістю онлайн-замовлення та бронювання, впровадження програми лояльності. 2. Тренд на локальне, національне, традиційне зростає — це відкриває перспективи просування. 3. Розробка унікальних сезонних пропозицій	1. Військовий стан в країні. 2. Наявність великої кількості кав'ярень та кондитерських в Одесі. 3. Зростання цін на продукти, збільшення комунальних платежів, зниження купівельної спроможності населення. 4. Непередбачені обставини такі як, пандемії, стихійні лиха та інші форс-мажорні обставини.

Джерело: створено автором.

Сформований SWOT-аналіз новоствореної кав'ярні-кондитерської в таблиці 2.3, свідчить, що кав'ярня-кондитерська має значний потенціал завдяки своїй унікальній концепції, вигідному розташуванню та можливості контролю якості через власне виробництво. Заплановані тематичні заходи також можуть стати сильною стороною для залучення клієнтів.

Для посилення «слабких сторін» планується здійснити низку практичних заходів. Зокрема, для підвищення впізнаваності бренду на початковому етапі передбачається активна присутність у соціальних мережах, створення

фірмового стилю та проведення рекламних акцій і заходів, спрямованих на залучення нових клієнтів.

Щоб уникнути перебоїв у постачанні якісної сировини для виробництва десертів, планується налагодження співпраці з перевіреними постачальниками, а також створення певного резерву основних інгредієнтів. Це дозволить зменшити залежність від зовнішніх факторів і забезпечити стабільну роботу закладу.

Щодо необхідності фінансових вкладень у створення унікального інтер'єру та забезпечення високого рівня обслуговування, розглядаються варіанти поетапного впровадження змін.

Таким чином, для успішного запуску та розвитку кав'ярні-кондитерської необхідно максимально використовувати наявні сильні сторони та можливості, одночасно працюючи над усуненням слабких місць та готуючись до потенційних зовнішніх загроз.

2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування кав'ярні – кондитерської

Перед відкриттям будь-якого підприємства, зокрема кав'ярні-кондитерської, одним із ключових етапів є ретельне планування та розрахунок необхідного стартового капіталу. Цей фінансовий фундамент є критично важливим для забезпечення успішного запуску бізнесу, покриття першочергових витрат та забезпечення його стабільного функціонування на початковому етапі. Далі ми проаналізуємо головні статті стартового капіталу.

Перше за все сформуємо витрати на реєстрацію кав'ярні-кондитерської, які представлені в таблиці 2.4.

Дані таблиці 2.4 свідчать, що загальна сума витрат на реєстрацію кав'ярні-кондитерської становить 39,6 тис. грн.

Розглянемо детальніше кожну статтю витрат.

Таблиця 2.4

Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)

Найменування	Вартість, тис. грн
1	2
Реєстрація ФОП (фізична особа-підприємець)	0,6
Документи на приміщення	1
Пожежний дозвіл (ДСНС)	5
Держпродспоживслужба	1
Дозвіл на вивезення та утилізацію сміття	1
Дозвіл на встановлення рекламних конструкцій	4
Оформлення співробітників	12
Дозвіл на встановлення літнього майданчику	15
Всього	39,6

Джерело: складено автором.

Реєстрація ФОП складатиме 0,6 тис. грн. Варто зазначити, що в Україні державна реєстрація фізичної особи-підприємця є безкоштовною. Однак, підприємець може скористатися послугами юридичної компанії для підготовки та подання необхідного пакету документів, що може включати консультації, допомогу у виборі КВЕДів та заповнення реєстраційних форм. Зазначена сума відображає саме вартість таких юридичних послуг.

Документи на приміщення – 1 тис. грн. Ця стаття витрат пов'язана з необхідністю нотаріального засвідчення копій оренду приміщення, де буде розташовуватися кав'ярня-кондитерська.

Отримання дозволу від Державної служби України з надзвичайних ситуацій (ДСНС) є обов'язковим для об'єктів громадського харчування. Ця процедура включає перевірку приміщення на відповідність вимогам пожежної безпеки та видачу відповідного дозволу. Вартість може варіюватися залежно від площі приміщення та складності об'єкта.

Для функціонування кав'ярні-кондитерської, яка займається виробництвом та реалізацією харчових продуктів, необхідно здійснити

реєстрацію потужностей в Державній службі України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба). Ця процедура є обов'язковою відповідно до законодавства України про безпеку та якість харчових продуктів. Сума 1 тис.грн включає в себе адміністративні збори та витрати на підготовку необхідної документації для реєстрації.

Оформлення договору на вивезення та утилізацію сміття є обов'язковим для будь-якого підприємства і оцінюється в 1 тис. грн., а дозвіл на встановлення рекламних конструкцій, таких як вивіска, коштує 4 тис. грн. і є важливим елементом для привернення уваги клієнтів.

Значна частина витрат припадає на оформлення співробітників – 12 тис. грн. Ця сума включає витрати на юридичне оформлення трудових відносин з найнятим персоналом.

Найбільшою статтею витрат на реєстрацію є дозвіл на встановлення літнього майданчика, який становить 15 тис. грн. Отримання цього дозволу є важливим для розширення можливостей закладу, особливо в теплу пору року.

Наступним, але не менш важливим етапом є формування витрат на ремонт приміщення в якому буде знаходитися новостворювана кав'ярня-кондитерська.

Витрати на ремонт приміщення представлені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Витрати на ремонт приміщення

Найменування	Кількість одиниць	Вартість одиниці, тис. грн/м ²	Загальна вартість, тис. грн
Проектування приміщення	70	0,5	35
Дизайн інтер'єра	70	0,2	14
Ремонт приміщення	70	1,5	105
Витрати на зовнішні роботи, благоустрій ділянки	15	1	15
Всього	-	-	169

Джерело: складено автором

З таблиці 2.5 слідує, що на ремонт орендованого приміщення планується у сумі 169 тис. грн.

Витрати на проектування приміщення становлять 35 тис. грн. Проектування є важливим етапом, оскільки від нього залежить функціональність та зручність майбутнього закладу. Найбільше уваги варто приділити проектуванню саме робочих зон, таких як кухня та бар.

На дизайн інтер'єру буде виділено 14 тис. грн. Дизайн інтер'єру є ключовим фактором особливо для кав'ярні-кондитерської, яка позиціонується на унікальній концепції. Інтер'єр відіграє вирішальну роль у висвітленні цієї концепції та створенні незабутнього враження для відвідувачів.

Оскільки планується брати приміщення з мінімальним ремонтом, витрати на його адаптацію під потреби кав'ярні є значними та становлять 105 тис. грн. Ремонтні роботи є необхідними для приведення приміщення у відповідність до вимог та створення комфортних умов для відвідувачів і персоналу.

Зовнішні роботи сприяють формуванню позитивного іміджу закладу та створюють сприятливе перше враження у відвідувачів. Ці витрати становлять 15 тис. грн. Вони передбачають благоустрій прилеглої території площею 15 м².

Після підготовки приміщення для кав'ярні-кондитерської наступним важливим етапом є його комплектація необхідним обладнанням, меблями та інвентарем.

В таблиці 2.6 наведено витрати на оренду обладнання на 2 місяці.

Таблиця 2.6

Витрати на оренду обладнання на 2 місяці

Назва заходу	Кількість, одиниць	Вартість одиниці, тис грн	Вартість, тис. грн
Кавомашина професійна	1	2	4,00
Гріндер	1	1	2,00
Всього	-	-	6,00

Джерело: складено автором.

В таблиці 2.6 розраховані загальні витрати на оренду обладнання, плануються витратити на оренду за два місяці у сумі 6 тис. грн. До орендованого обладнання входять: безпосередньо кавомашина та гріндер.

У таблиці 2.7 сформовано витрати на комплектацію залу.

З таблиці 2.7 можемо побачити, що витрати на комплектацію залу складають 117,9 тис. грн.

Таблиця 2.7

Витрати на комплектацію залу

Найменування	Кількість одиниць	Вартість одиниці, тис. грн	Загальна вартість, тис. грн
Столи (2 люд.)	4	2,5	10
Столи (4 люд.)	3	4	7
Комплект меблів на літній майданчик	4	4,5	18
Стільці	20	0,6	12
Світильники	5	0,7	3,5
Вішак для одягу	2	2	4
Декор настінний	-	-	10
Рослини	-	-	12
Меню на столах (QR)	7	0,1	0,7
Текстиль	-	-	8
Килим	1	2	2
Дзеркало	2	1,5	3
Колонка	1	6	6
Барне настінне меню	1	2,2	2,2
Серветниці	11	0,1	1,1
Кондиціонер	2	10	20
Стелаж	1	2	2
Урна для сміття	2	0,2	0,4
Плед	20	0,1	2
Всього	-	-	123,9

Джерело: складено автором.

Особливу увагу приділено вибору дерев'яних меблів, які не лише є зручними та функціональними, але й гармонійно поєднуються зі стилем

закладу. З метою збереження автентичності та концепції закладу, значна частина декору планується бути знайденою в антикварних магазинах, що додасть особливого шарму та історичної цінності інтер'єру.

Наступним значущим етапом є оцінка витрат на облаштування робочих приміщень, а саме кухні та бару. Ці зони є серцем будь-якого закладу громадського харчування, адже саме тут готуються напої та страви, забезпечуючи основну цінність для відвідувачів.

Витрати на облаштування робочих приміщень наведено у таблиці 2.8

Таблиця 2.8

Витрати на облаштування робочих приміщень

Найменування	Кількість одиниць	Вартість одиниці, тис. грн	Загальна вартість, тис. грн
1	2	3	4
Кухня			
Духова шафа	2	17	34
Холодильник	1	15	15
Морозильна камера	1	10	10
Робочій стіл з нержавіючої сталі	2	3	6
Посудомийна машина з сушкою	1	6	6
Стелажі	2	2	4
Міксер	2	1,5	3
Блендер	1	0,8	0,8
Плита індукційна	2	5	10
Витяжка	1	10	10
Планетарний міксер	1	4	4
Мийка	1	2	2
Бар			
Вітрина	1	2	2
Барна стійка	1	4	4
Льодогенератор	1	2,5	2,5
Холодильник маленький	1	4	4

Продовження табл. 2.8

1	2	3	4
Полички	4	0,5	2
Барна мийка	1	2	2
Всього			121,3

Джерело: складено автором.

Згідно з таблицею 2.8 витрати на облаштування робочих приміщень складають 121,3 тис. грн. і включають у себе закупівлю всього необхідного обладнання та меблів для роботи кав'ярні-кондитерської.

На етапі відкриття кав'ярні неминуче виникає потреба у транспортуванні різноманітних матеріалів, обладнання та товарів. Планування транспортних витрат є важливим елементом загального бюджету відкриття, що дозволяє контролювати витрати та забезпечити своєчасну доставку всього необхідного.

Розрахунок транспортних витрат наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Транспортні витрати

Назва	Вартість, тис. грн
Доставка будівельних матеріалів	10
Доставка меблів та обладнання	5
Доставка продуктів та посуду	3
Вивезення будівельного сміття	3
Всього	21

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.8 видно, що загальні транспортні витрати складають 21 тис. грн та включають в себе доставку будівельних матеріалів, меблів та обладнання, також доставку продуктів та посуду та вивезення будівельного сміття.

Ще одним важливим етапом при відкритті є розрахунок витрат на закупівлю товарів. Витрати на закупівлю товарів представленні у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Вартість закупівлі товарів для кав'ярні кондитерської

Найменування	Кількість, одиниць	Вартість, грн	Сума, тис. грн
1	2	3	4
Кухня			
Тарілки для видачі страв	60	60	3,6
Сотейник	3	100	0,3
Сковорідка	3	300	0,9
Набір мисок (5 шт)	2	400	0,8
Набір ножів (3 шт)	2	600	1,2
Набір ложок (10 шт)	1	450	0,45
Форми для випікання	5	150	0,75
Лопатки	5	70	0,35
Килимки для випікання	5	80	0,4
Сито	2	50	0,1
Вінчик	2	200	0,4
Бар			
Чашки	70	70	4,9
Підстаканники	40	60	2,4
Стакани	70	65	4,55
Молочник	5	100	0,5
Темпер	1	300	0,3
Набір ложок (10 шт)	7	250	1,75
Набір виделок (10 шт)	7	250	1,75
Набір ножів столових (10 шт)	7	250	1,75
Всього:	-	-	27,15

Джерело: складено автором.

Вартість закупівлі товарів для кав'ярні кондитерської представлена у таблиці 2.9 складає 27,15 тис. грн включаючи в себе товари для кухні, бару та залу. У таблиці наведена необхідна кількість матеріалів тільки на перший час функціонування кав'ярні-кондитерської.

Детально розрахуємо витрати на витратні матеріали, які представлені у Додатку Б.

Дані розрахунків у Додатку Б свідчать, що витрати на витратні матеріали для функціонування кав'ярні-кондитерської складають 39,265 тис. грн і включають широкий спектр товарів, безпосередньо пов'язаних як з приготуванням основної продукції, так і з обслуговуванням клієнтів. До цієї суми входять такі ключові позиції, як продукти для приготування кава та кондитерських виробів – це борошно, цукор, кава, молоко, вершки, фрукти, шоколад та інші інгредієнти. Крім того, враховані необхідні для щоденної роботи закладу супутні матеріали: одноразові стакани, серветки, цукор у стіках, пакувальні матеріали для випічки на винос та інші господарські дрібниці. Ці витрати є важливою частиною щоденної операційної діяльності кав'ярні-кондитерської, забезпечуючи безперервне виробництво, якісне обслуговування гостей та підтримання належного рівня гігієни.

Для успішного розвитку кав'ярні-кондитерської ефективні маркетингові заходи є необхідністю для залучення клієнтів та формування впізнаваності. В таблиці 2.10 представлено витрати на ключові рекламні інструменти до відкриття кав'ярні-кондитерської.

Таблиця 2.10

Витрати на рекламу кампанію

Назва заходу	Кількість заходів	Вартість одиниці, тис грн	Вартість, тис. грн
Розробка сайту	1	15,00	15,00
Вивіска над входом	1	8,00	8,00
Реклама в соц.мережах (Facebook, Instagram)	12	1,00	12,00
Дизайн та друк візитівок	500	0,02	10,00
Всього	-	-	45,00

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.10 слідує, що загальні витрати на маркетингові та рекламні заходи становлять 45 тис. грн. До цих витрат входять розробка сайту, вивіска

над входом, реклама в соціальних мережах (Facebook, Instagram) та дизайн та друк візитівок.

Основна частина витрат на маркетингові та рекламні заходи припадає на розробку сайту та рекламу в соціальних мережах (Facebook, Instagram).

Забезпечення безпеки є ключовим аспектом функціонування кав'ярні-кондитерської. Встановлення охоронної сигналізації є важливим заходом для мінімізації ризиків.

В таблиці 2.11 представлено витрати на встановлення цієї системи.

Таблиця 2.11

Витрати на установку охоронної сигналізації

Найменування	Кількість одиниць	Вартість одиниці, Грн	Вартість, тис. грн
Центральний блок	1	3500	3,50
Датчики руху	3	1000	3,00
Камери відеоспостереження	5	2000	10,00
Сигналізація	1	1000	1,00
Датчик диму	2	1500	3,00
Монтаж та налаштування	1	1300	1,30
Підключення до пульта охорони	1	2200	2,20
Обслуговування (річне)	1	1700	1,70
Всього	-	-	25,70

Джерело: складено автором.

Дані таблиці 2.11 свідчать, що загальні витрати на встановлення охоронної сигналізації склали 25,70 тис. грн, де найбільшу частку займають камери відеоспостереження. Ці витрати є важливими для забезпечення безпеки майна, персоналу та відвідувачів кав'ярні-кондитерської, сприяючи створенню захищеного середовища.

На основі проведених розрахунків, сформуємо стартовий капітал на відкриття кав'ярні-кондитерської, який представлено у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Формування стартового капіталу

№	Статті витрат (елементи стартового капіталу)	Сума, тис. грн	Питома вага, %
1	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	39,6	5,61
2	Оренда приміщення за 2 місяці	80,00	11,33
3	Витрати на ремонт приміщення	169,00	23,93
4	Оренда обладнання за 2 місяці	6,00	0,85
5	Витрати на комплектацію залу	123,9	16,70
6	Витрати на облаштування робочих приміщень	121,3	16,33
7	Транспортні витрати	21,00	2,97
8	Вартість закупівлі товарів для кав'ярні кондитерської	27,15	3,84
9	Витрати та рекламу до відкриття бізнесу	45,00	6,37
10	Вартість підключення до Інтернету	2,50	0,35
11	Витрати на придбання та реєстрацію реєстратора розрахункових операцій (РРО)	1,00	0,14
12	Витрати на установку охоронної сигналізації	25,70	3,64
13	Витрати на комп'ютери та програмне забезпечення	20,00	2,27
14	Інші	40,85	5,66
15	У С Ь О Г О	723,00	100,00
ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ			
1	Власні засоби	473,00	64,61
2	Кредити комерційних банків	250,00	35,41

Джерело: розроблено автором.

Дані таблиці 2.12 свідчить, що загальна сума стартових інвестицій становить 723,00 тис. грн, що включає в себе 14 статей витрат.

Найбільшу частку у формуванні стартового капіталу займають витрати на ремонт приміщення (23,93%, або 169,00 тис. грн). Це свідчить про значні початкові інвестиції, необхідні для облаштування простору, що відповідатиме концепції та вимогам функціонування кав'ярні-кондитерської.

Другою за величиною статтею витрат є витрати на комплектацію залу (16,70%, або 123,9 тис. грн). Це включає придбання меблів, обладнання для обслуговування клієнтів та створення відповідного інтер'єру.

Витрати на облаштування робочих приміщень (16,33%, або 121,3 тис. грн) також є суттєвою складовою стартового капіталу. Ці витрати відображають інвестиції у створення належних умов для роботи персоналу, включаючи придбання необхідного обладнання та меблів для забезпечення ефективного функціонування кав'ярні-кондитерської.

Також, важливими складовими початкових витрат для відкриття кав'ярні-кондитерської є реєстраційні витрати, що становлять 5,61% (39,6 тис. грн), оренда приміщення – 11,33% (80,00 тис. грн), а також вартість закупівлі товарів для забезпечення роботи на перших етапах – 3,84% (27,15 тис. грн). Ці статті витрат є необхідними для легального старту діяльності та забезпечення безперебійного функціонування закладу.

Інші статті витрат, такі як транспортні витрати (2,97%), витрати на маркетинг та рекламу (6,37%), вартість підключення до Інтернету (0,35%), витрати на оренду обладнання (0,85%), витрати на придбання та реєстрацію РРО (0,14%), витрати на встановлення охоронної сигналізації (3,64%), витрати на комп'ютери та програмне забезпечення (2,27%) та інші (5,66%), мають меншу питому вагу, проте також є важливими складовими початкових інвестицій, спрямованими на забезпечення операційної діяльності, безпеки та просування закладу.

Аналізуючи джерела фінансування стартового капіталу, бачимо, що значну частину становлять власні засоби (66,45%, або 473,00 тис. грн). Залучені кредитні кошти комерційних банків у розмірі 33,54% (250,00 тис. грн) будуть спрямовані на покриття витрат на ремонт та облаштування приміщення.

Для отримання кредитних коштів було обрано АТ «ПРИВАТ-БАНК». Умови кредиту АТ «ПРИВАТ-БАНК» (строк кредиту, сума кредиту та інш.) наведено у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Умови фінансування АТ «ПРИВАТ-БАНК»

Об'єкт кредитування	Ведення господарської діяльності
Строк кредиту	До 24 місяців
Сума кредити	Від 100 тис. грн до 1 млн. грн
Валюта	Гривня
Вартість кредитування	11% річних
Інші комісії банку	За домовленістю з клієнтом
Застава	Без застави
Форма видачі	Зарахування на поточний рахунок
Порука	ФОП – порука третьої особи
Графік погашення кредиту	Щомісяця рівними частинами з можливістю безкоштовно здійснювати повністю або частково дострокове погашення
Додаткові умови	Якщо позичальник ФОП одружений, потрібно підписувати згоду другого з подружжя на укладення кредитного договору Якщо поручитель одружений, потрібно підписувати згоду другого з подружжя на укладення договору поруки

Джерело: створено автором на основі [29].

З таблиці 2.13 слідує, що умови взяття кредиту в АТ «ПРИВАТ-БАНК» є прийнятними для фінансування кав'ярні-кондитерської.

У таблиці 2.14 наведено розрахунки строків та вартості погашення кредиту.

Таблиця 2.14

Погашення тіла кредиту

(тис. грн)

Місяць	Тіло кредиту	Плата за кредит	Виплата тіла кредиту	Залишок тіла кредиту	Сума виплат за кредитом
1	2	3	4	5	6
1	250,00	2,29	10,5	235,00	12,29
2	240,00	2,2	10,00	230,00	12,2
3	230,00	2,11	10,00	220,0	12,11
4	220,00	2,02	10,00	210,00	12,02

Продовження табл. 2.14

1	2	3	4	5	6
5	210,00	1,9	10,00	200,00	11,9
6	200,00	1,83	10,00	190,00	11,83
7	190,00	1,74	10,00	180,00	11,74
8	180,00	1,65	10,00	170,00	11,65
9	170,00	1,56	10,00	160,00	11,56
10	160,00	1,47	10,00	150,00	11,47
11	150,00	1,38	10,00	140,00	11,38
12	140,00	1,28	10,00	130,00	11,28
13	130,00	1,19	10,00	120,00	11,19
14	120,00	1,1	10,00	110,00	11,10
15	110,00	1,00	10,00	100,00	11,00
16	100,00	0,91	10,00	90,00	10,91
17	90,00	0,83	10,00	80,00	10,83
18	80,00	0,73	10,00	70,00	10,73
19	70,00	0,64	10,00	60,00	10,64
20	60,00	0,55	10,00	50,00	10,55
21	50,00	0,46	10,00	40,00	10,46
22	40,00	0,37	10,00	30,00	10,37
23	30,00	0,28	10,00	20,00	10,28
24	20,00	0,18	20,00	0,00	20,18
Всього	-	29,67	250,00	-	279,67

Джерело: складено автором.

Таблиця 2.14 відображає графік погашення кредиту. Загальна сума кредиту становить 250,00 тис. грн. Загальний термін погашення кредиту становить 24 місяці.

Погашення тіла кредиту здійснюється рівними частинами по 10,00 тис. грн щомісячно, починаючи з другого місяця. У першому місяці виплачуються відсотки за користування кредитом у розмірі 2,29 тис. грн. Розмір щомісячної плати за кредит зменшується з кожним місяцем, оскільки відсотки нараховуються на залишок тіла кредиту, який поступово зменшується. Найбільша сума щомісячного платежу спостерігається у першому місяці (12,29 тис. грн), а найменша – в останньому місяці (10,18 тис. грн).

Загальна сума виплат за кредитом становить 279,67 тис. грн, з яких 250,00 тис. грн – це погашення тіла кредиту, а 29,67 тис. грн – сплата відсотків за користування кредитними коштами. Аналізуючи графік погашення, можна зробити висновок, що запропоновані умови кредитування є вигідними для позичальника, оскільки передбачають рівномірне зменшення заборгованості та поступове зниження фінансового навантаження.

Після розгляду формування стартового капіталу, наступним важливим етапом є аналіз матеріальних витрат кав'ярні-кондитерської.

У таблиці 2.15 наведено детальний розрахунок матеріальних витрат за місяць та за рік функціонування кав'ярні-кондитерської.

Таблиця 2.15

Розрахунок матеріальних витрат за рік функціонування
кав'ярні-кондитерської

Найменування	Кількість, одиниць	Вартість одиниці, грн	Загальна сума за місяць тис. грн	Загальна сума за рік, тис. грн
1	2	3	4	5
Кухня				
Кондитерські мішки (пакування 100 шт)	50	80	0,33	4
Рукавички одноразові (пакування 100 шт)	24	200	0,4	4,8
Шапочки одноразові (пакування 100 шт)	12	150	0,15	1,8
Борошно (пакування по 3 кг)	70	200	1,17	14
Цукор (пакування по 3 кг)	80	80	0,5	6,4
Ягідне пюре (пакування по 1 кг)	75	250	1,6	18,7
Горіхи (пакування по 1 кг)	80	200	1,3	16
Вершки (л)	90	200	1,5	18
Масло (кг)	100	150	1,25	15
Яйця (шт)	400	4	0,13	1,6
Шоколад (пакування по 5 кг)	12	1000	1	12
Бар				
Кава (1 кг)	350	800	23,3	280

Продовження таблиці 2.15

1	2	3	4	5
Молоко (л)	1000	30	2,5	30
Молоко рослинне (л)	750	90	5,6	67,5
Молоко пряжене (л)	850	35	2,5	29,7
Сиропи (л)	50	70	0,2	3,5
Чай (кг)	80	80	0,5	6,4
Цукор стіки (1 кг)	100	60	0,5	6
Фрукти (шт)	400	15	0,5	6
Спеції (пакування по 0,5 кг)	50	17	0,07	0,85
Стакани одноразові (пакування по 100 шт)	120	200	2	24
Серветки (пакування 500 шт)	40	100	0,3	4
Коробки для пакування (пакування 100 шт)	85	400	2,8	34
Пакети (пакування 100 шт)	90	350	2,6	31,5
Кришечки (пакування 100 шт)	120	150	1,5	18
Трубочки (пакування 100 шт)	50	130	0,5	6,5
Касова стрічка (пакування 10 шт)	45	75	0,3	3,38
Спільні витратні матеріали				
Швабра	10	100	0,08	1
Насадки на швабру	300	20	0,5	6
Туалетний папір (пакування 4 шт)	150	50	0,6	7,5
Мило (л)	50	40	0,2	2
Капсули для посудомийки (пакування 50 шт)	60	170	0,85	10,2
Серветки ворсисті (пакування 10 шт)	100	30	0,25	3
Усього:	-	-	57,8	693,33

Джерело: складено автором

З таблиці 2.15 виходить, що загальна сума матеріальних витрат кав'ярні-кондитерської за рік функціонування становить 693,33 тис. грн, включаючи витрати на матеріали для кухні, бару та залу.

Наступним важливим етапом є розрахунок заробітної плати штатних працівників. Штатний розклад створюваної кав'ярні-кондитерської наведено у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Штатний розклад створюваного СПД

Посада	Кількість посадових ставок	Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн	Заробітна плата за рік, тис. грн
Бариста	3	54000,00	65880,00	790,56
Кухар-кондитер	3	48000,00	58560,00	702,72
Прибиральниця	1	8000,00	9670,00	116,1
Помічник бариста	2	16000,00	19520,00	234,24
Бухгалтер	1	13000,00	15860,00	190,32
Всього	10	-	169580,00	2033,94

Джерело: складено автором.

Загальна сума витрат на оплату праці штатних працівників кав'ярні-кондитерської протягом року становить 2033,94 тис. грн. Структура витрат на оплату праці відображає розподіл витрат між різними категоріями персоналу, що є ключовим аспектом управління витратами на підприємстві.

Значну частину витрат на оплату праці формують витрати на оплату праці бариста та кухарів-кондитерів. Це відображає їхню важливу роль у виробничому процесі та обслуговуванні клієнтів, підкреслюючи пріоритетність забезпечення високої якості продукції та сервісу. Інші категорії працівників, такі як прибиральниця, помічник бариста та бухгалтер, отримують меншу оплату, що відображає їхню допоміжну функцію у забезпеченні діяльності закладу.

У таблиці 2.17, представлено розрахунок амортизаційних відрахувань на місяць на рік функціонування новостворюваної кав'ярні кондитерської. Метою розрахунку є визначення щомісячних та річних сум амортизації для кожного активу, що необхідно для подальшого обліку, фінансового планування та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Розрахунок амортизації здійснено з використанням прямолінійного методу, згідно з яким вартість активу рівномірно розподіляється протягом терміну його корисного використання.

Таблиця 2.17

Розрахунок амортизаційних відрахувань за місяць та за рік
функціонування новоствореної кав'ярні-кондитерської

Основні засоби	Вартість, тис. грн	Кількість, од.	Термін служби, роки	Сума амортизацій- них відрахувань за місяць, тис. грн	Сума амортизацій- них відрахувань за рік, тис. грн
Духова шафа	17	2	8	0,35	4,25
Холодильник	15	1	7	0,17	2,14
Морозильна камера	10	1	8	0,10	1,25
Робочий стіл з нержавіючої сталі	2	3	5	0,05	0,5
Стелажі та полиці	2	3	5	0,1	1,2
Витяжка	10	1	7	0,11	1,42
Барна стійка	4	1	6	0,06	0,7
Столи та стілки	2,3	27	7	0,73	8,8
Комплект меблів на літній майданчик	4,5	4	4	0,38	4,5
Кондиціонери	10	2	7	0,23	2,85
Сантехніка	4	2	8	0,083	1
Інвентар	26,75	-	4	0,56	6,7
Всього	-	-	-	2,94	35,31

Джерело: складено автором

Аналізуючи таблицю 2.17, можна побачити що загальна річна сума амортизаційних відрахувань становить 35,31 тис. грн., щомісячна сума амортизації складає 2,94 тис. грн. До цих витрат входять потрібні для функціонування кав'ярні-кондитерської, меблі, обладнання та інвентар.

Розрахунок витрат на комунальні платежі представлений у таблиці 2.18. Комунальні послуги є значною складовою операційних витрат, і їхній облік та аналіз є важливим для оптимізації фінансових результатів.

Таблиця 2.18

Розрахунок витрат за комунальні послуги за місяць та за рік
функціонування

Статті витрат	Тариф, грн	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
Водопостачання	35,16	527	6328
Електроенергія	4,32	3024	36 228
Опалення	38,97	2300	27600
Інтернет	-	525	6300
Вивіз сміття	-	200	2400
Усього	-	6576	78856

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.18 можна зазначити, що загальна сума витрат на комунальні послуги за рік функціонування кав'ярні-кондитерської становить 78 856 грн, а за місяць – 6 576 грн.

Метою розрахунку є визначення загальної суми витрат на основні комунальні послуги, такі як водопостачання, електроенергія, опалення, інтернет та вивіз сміття.

В таблиці 2.19 надані розрахунки оренди необхідного обладнання.

Таблиця 2.19

Розрахунок витрат за оренду обладнання за місяць та за рік
функціонування

Найменування	Кількість, одиниць	Вартість одиниці, тис,грн	Загальна сумма за місяць тис. грн	Загальна сумма за рік, тис. грн
Кавомашина професійна	1	2	2	20
Гріндер	1	1	1	10
Всього	-	-	3	30

Джерело: складено автором.

Виходячи з таблиці 2.19 – загальна сума витрат за оренду за місяць складає 3 тис. грн., а загальна сума витрат на рік – 30 тис. грн.

Перевага оренди полягає не лише у зменшенні початкових витрат, але й у отриманні безкоштовного технічного обслуговування, що може значно знизити ризики непередбачених витрат на ремонт у майбутньому.

Розрахунок витрат на рекламу після відкриття кав'ярні-кондитерської за місяць та за рік функціонування представлений у таблиці 2.20. Метою цього дослідження є ідентифікація ключових напрямків рекламних витрат та оцінка їхнього потенційного впливу на загальний бюджет закладу протягом першого року діяльності.

Таблиця 2.20

Розрахунок витрат за рекламу за місяць та за рік функціонування
кав'ярні-кондитерської

Статті витрат	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
Вивіска над входом	4000,00	48000,00
Реклама в соц. мережах (Facebook, Instagram)	12000,00	144000,00
Друківка візитівок	6500,00	78000,00
Всього	22500,00	270000,00

Джерело: складено автором

Згідно з таблицею 2.20 загальні витрати на рекламу за рік складають 270000 тис.грн. Найбільшу частку річних витрат займає стаття реклама в соц. мережах (Facebook, Instagram), що свідчить про значну увагу до онлайн-просування закладу.

Суттєвими також є витрати на оплату дозволу на вивіски над входом та друкування візитівок, які відображають інвестиції в офлайн-маркетинг та брендування.

Перейдемо до розрахунку загальних поточних витрат на перший рік функціонування кав'ярні – кондитерської, дані про які наведено у таблиці 2.21.

Проаналізувавши таблицю 2.21, можна побачити, що загально поточні витрати на перший рік функціонування кав'ярні – кондитерської складають 3 565 466 тис.грн., що помісячно виходить – 304 398 тис. грн.

Таблиця 2.21

Загальні поточні витрати на перший рік функціонування кав'ярні –
кондитерської

Найменування витрат	Витрати за місяць, грн	Витрати за рік, грн	Питома вага, %
1. Матеріальні витрати	57 800,00	693 330,00	19,45
2. Заробітна плата (з ЄСВ)	169 580,00	2 033 940,00	57,05
3. Амортизаційні відрахування	2940,00	35 310,00	0,99
4. Комунальні платежі	6576,00	78 856,00	2,21
5. Реклама	22 500,00	270 000,00	7,57
6. Виплати за кредитом	2002,00	24 030,00	0,67
7. Оренда приміщення	40 000,00	400 000,00	11,22
8. Оренда обладнання	3 000,00	30 000,00	0,84
Всього	304 398,00	3 565 466,00	100

Джерело: створено автором.

Найбільшу питому вагу у структурі витрат займає заробітна плата, яка становить значні 57,05%, така значна частка вказує на те, що витрати на персонал є суттєвим елементом операційних витрат кав'ярні.

Також значну частину складають матеріальні витрати, а саме 19,45%, також витрати на оренду приміщення, які складають 11,22%. Витрати на рекламу становлять 7,57%, відображаючи інвестиції в залучення клієнтів та просування бренду. Відносно меншу частку у загальній структурі витрат займають виплати за кредитом – 0,67%, комунальні платежі (2,21%), амортизаційні відрахування (0,99%) та оренда обладнання (0,84%).

Висновки до розділу 2.

1. Проведений аналіз поточного стану та перспектив подальшого розвитку ринку ресторанного господарства міста Одеса, дозволив виявити наявність значного потенціалу для успішної реалізації та ефективного функціонування кав'ярні-кондитерської. Цей потенціал зумовлений, з одного боку, стійким зростанням інтересу з боку споживачів до високоякісної кави, вишуканих кондитерських виробів, а також до створення особливої атмосфери затишку та комфорту, що сприяє проведенню зустрічей, відпочинку та роботі

поза домом. З іншого боку, аналіз виявив недостатню представленість на ринку міста Одеса закладів, що пропонують унікальну концепцію, яка б гармонійно поєднувала в собі глибокі гастрономічні традиції з інноваційним підходом до організації обслуговування та створення споживчого досвіду.

2. Визначено, що основними внутрішніми конкурентними перевагами запропонованої концепції кав'ярні-кондитерської є її унікальність, яка полягає в поєднанні елементів традиційної української культури з сучасними тенденціями в гастрономії та дизайні, що забезпечує відмінність від існуючих на ринку пропозицій. Важливим фактором конкурентоспроможності є також зручне розташування закладу в центральній частині міста, що забезпечує високу прохідність та легку доступність для цільової аудиторії. Крім того, акцент на власному виробництві десертів дозволяє гарантувати їх високу якість, свіжість та ексклюзивність, що є важливою перевагою в умовах зростаючих вимог споживачів до якості харчових продуктів.

Сильними сторонами новоствореної кав'ярні-кондитерської є, передусім, унікальна концепція закладу, оформлена в українському стилі, що вирізняє її серед конкурентів і привертає увагу цільової аудиторії. Також важливою перевагою є зручне розташування в центрі міста, що забезпечує стабільний потік потенційних клієнтів. Десерти власного виробництва дозволяють контролювати якість продукції та формувати оригінальне меню, яке неможливо знайти в інших закладах. Окрім того, проведення майстер-класів, дегустацій та інших тематичних заходів створює додаткову цінність для споживача, підвищує впізнаваність бренду та сприяє формуванню лояльної аудиторії.

3. Сформований стартовий капітал на відкриття кав'ярні-кондитерської складає 723 тис. грн. Власні кошти складають 473 тис. грн (64,61%) Решта необхідних коштів для відкриття кав'ярні-кондитерської у сумі 250 тис. грн.(35,41%) планується взяти в АТ «Приват Банку» під 11 % річних на 2 роки.

Поточні витрати на функціонування кав'ярні-кондитерської плануються у сумі 3 565 466 грн. Найвищу питому вагу в загальній сумі витрат займають витрати на заробітну плату, а саме 57,05 % (2 033 940 грн).

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ-КОНДИТЕРСЬКОЇ

3.1. Оцінка прибутковості проєкту

Оцінка прибутковості є ключовим етапом економічного обґрунтування відкриття кав'ярні-кондитерської, адже дозволяє визначити фінансову доцільність реалізації ідеї. З цією метою було здійснено розрахунок запланованих обсягів виробництва та реалізації продукції, що слугує основою для подальших фінансових прогнозів.

Зведені дані щодо виробничо-збутового плану наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

План виробництва/реалізації продукції

Вид продукції	Ціна одиниці продукції, грн	Обсяг реалізації продукції в місяць		Обсяг реалізації продукції в місяць (сезон)		Обсяг реалізації продукції в рік	
		одиниць	грн	одиниць	грн	одиниць	грн
1	2	3	4	5	6	7	8
Напої							
Капучино маленький	70	350	24 500	300	21 000	3950	276 500
Капучино великий	90	300	27 000	250	22 500	3350	301 500
Лате	85	450	38 250	400	34 000	5150	437 750
Еспресо	35	350	12 250	300	10 500	3950	138 250
Допіо	45	250	11 250	220	9 900	2850	128 250
Американо	40	320	12 800	280	11 200	3640	145 600
Флет Вайт	75	130	9750	100	7 500	1410	105 750
Раф	85	100	8 500	100	8 500	1200	102 000
Порція рослинного молока	30	403	12 090	395	11 850	4796	143 880
Мокачино	80	90	7 200	85	6 800	1055	84 400
Порція сиропу	15	180	2 700	220	3 300	2360	35 400
Айс лате	95	50	4 750	400	38 000	2350	223 250
Холодний чай	80	30	2 400	220	17 600	1310	104 800
Кава оранж	100	80	8 000	280	28 000	1960	196 000

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6	7	8
Какао	70	180	12 600	120	8 400	1860	130 200
Чай пакетований	40	290	11 600	220	8 800	3130	125 200
Чай натуральний	50	310	15 500	200	10 000	3170	158 500
Лимонад	95	30	2 850	280	26 600	1710	162 450
Кондитерські вироби							
Сирники	95	200	26 600	250	28500	2650	251 750
Київський торт	125	180	27 300	200	32 500	2260	282 500
Медівник	105	210	26 250	250	26 250	2720	285 600
Гомбовці	110	100	16 500	150	22 000	1450	159 500
Маківник	115	180	28 750	220	28750	2360	271 400
Вареники з вишнями	95	190	19 950	200	22 800	2330	221 350
Солодкі галушки	60	170	12 000	180	12 000	2090	125 400
Моркв'яний торт	95	180	22 800	210	23 750	2310	219 450
Позареалізаційні доходи							
Майстер клас з приготування десертів	600	3	1800	2	1200	31	18 600
Майстер клас зі створення прикрас	550	2	1100	3	1650	29	15 950

Джерело: складено автором.

Дані таблиці 3.1 демонструють детальний план виробництва та реалізації продукції кав'ярні-кондитерської на перший рік функціонування, із врахуванням сезонного коливання попиту. План розраховано з урахуванням середньомісячних обсягів реалізації у звичайний період, а також у сезонний період, який триває п'ять місяців на рік – з травня по вересень включно. Саме в цей час спостерігається підвищення попиту на прохолодні напої, відвідуваності закладів громадського харчування завдяки теплій погоді, туристичному сезону та загальному зростанню активності споживачів.

У сезонний період значно зростає попит на холодні напої такі як: айс лате, лимонад, холодний чай, що безпосередньо вплинуло на збільшення обсягів реалізації цих позицій.

Особливу увагу в асортименті займають кондитерські вироби української кухні, які виступають унікальністю закладу. До цього сегменту належать

сирники, гомбовці, медівник, маківник, вареники з вишнями, солодкі галушки, морквяний торт та київський торт. Ставка саме на традиційні українські десерти дозволяє не лише виділитися серед конкурентів, а й задовольнити попит як місцевих гостей, так і туристів, зацікавлених у національній гастрономічній культурі.

Загальний дохід за рік прогнозується на рівні, що забезпечує стабільність та прибутковість діяльності підприємства. Запропонована цінова політика сформована з урахуванням ринкової ситуації, купівельної спроможності споживачів та собівартості продукції. Річні обсяги реалізації показують оптимальне співвідношення між сезонними піками продажів та середньомісячною стабільністю, що свідчить про обґрунтований підхід до планування.

Таким чином, структура асортименту, сезонне планування обсягів продажів та національний гастрономічний акцент дозволяють сформувати унікальну комерційну пропозицію, орієнтовану на стабільне зростання попиту та розширення клієнтської бази.

В таблиці 3.2 розрахована прогнозована виручка від реалізації продукції кав'ярні-кондитерської за роками функціонування.

Таблиця 3.2

Виручка від реалізації продукції по роках у тис. грн

Стаття доходу	За роками функціонування (тис. грн)				
	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Виробництво/реалізація напоїв	2999,7	3299,7	3629,6	3992,6	4391,8
Виробництво/реалізація кондитерських виробів	1816,9	1998,5	2198,4	2418,2	2660,1
Позареалізаційні доходи (майстеркласи)	34,5	38,0	41,8	45,9	50,5
Всього, тис. грн	4851,1	5336,2	5869,8	6456,7	7102,4

Джерело: розраховано та складено автором.

Таблиця 3.2 відображає прогнозовану виручку від реалізації напоїв та кондитерських виробів протягом п'яти років із урахуванням щорічного зростання обсягів реалізації та інфляції. Наведені дані дають змогу оцінити динаміку розвитку підприємства та його фінансові перспективи.

На підставі наведених у таблиці 3.2 даних про виручку від реалізації продукції за 5 років функціонування можна зробити висновок про стабільне зростання виручки від реалізації продукції кав'ярні-кондитерської протягом перших п'яти років діяльності. Це зростання обумовлене як щорічним підвищенням цін внаслідок інфляції на 10%, так і незначним, але постійним збільшенням обсягів реалізації продукції щороку. Особливо варто відзначити рівномірне зростання доходів від обох напрямів – як напоїв, так і кондитерських виробів, що свідчить про стійкий попит та ефективно сформовану товарну пропозицію.

3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту

Життєвий цикл проєкту кав'ярні-кондитерської охоплює послідовні етапи від ідеї до стабільної комерційної діяльності та можливого подальшого масштабування. Визначення основних фаз розвитку дає змогу чітко спланувати ресурси, строки, очікувані ризики та результати на кожному етапі. Такий підхід сприяє ефективному управлінню проєктом, дозволяє вчасно реагувати на зміни ринку та забезпечити стійке зростання підприємства.

На рисунку 3.1 представлено графік реалізації ключових етапів створення кав'ярні-кондитерської, де відображено тривалість кожного етапу та їхню послідовність у часі. Такий формат дозволяє зручно оцінити обсяг робіт, визначити критичні точки та забезпечити контроль за своєчасним виконанням завдань.

З рис. 3.1 можна зазначити, що процес підготовки до відкриття бізнесу включає послідовне виконання ключових етапів, починаючи від реєстрації та оренди приміщення до навчання персоналу і запуску рекламної кампанії.

Найтривалішим етапом є ремонт та облаштування приміщення, що потребує значного часу для забезпечення належних умов роботи.

Етап реєстрації бізнесу та отримання дозвільних документів триває 5 днів та включає державну реєстрацію підприємницької діяльності ФОП, отримання ідентифікаційного коду, відкриття банківського рахунку, а також оформлення дозволів — зокрема, від санітарної служби, пожежної безпеки. Від цього етапу залежить юридична правомірність подальшої діяльності.

Етап пошуку та оренди приміщення, тривалістю 7 днів включає в себе пошук відповідного приміщення в людному місці з хорошим пішохідним трафіком — критичний чинник для успіху кав'ярні. Враховується площа, стан приміщення, технічні умови, наявність витяжки, доступ до водопостачання та електрики. Оренда фіксується договором із власником.



Рис. 3.1. Діаграма Ганта для кав'ярні кондитерської

Джерело: складено автором.

Розробка дизайн-проекту інтер'єру – це створення концепції інтер'єру відповідно до бренду та цільової аудиторії. Враховується ергономіка, зонування простору, стиль оформлення, матеріали оздоблення. Грамотно

розроблений дизайн сприяє привабливості закладу, комфортності перебування та підвищує впізнаваність бренду. Триває цей етап 14 днів.

На наступному етапі закуповується кавове обладнання (кавомашини, млини), техніка для випікання, холодильне обладнання, меблі, декор, посуд, інвентар для приготування і сервірування. Обираються постачальники, проводиться логістика та контроль якості отриманого обладнання.

Етап ремонту та облаштування приміщення включає в себе реалізацію дизайн-проекту: проведення оздоблювальних робіт, монтаж комунікацій, облаштування кухні, барної стійки, зон відпочинку. Роботи мають відповідати нормам безпеки та гігієни. Важливо враховувати терміни поставок матеріалів, координацію бригад. Це найдовший етап тривалістю 30 днів.

На наступному етапі монтується й підключається професійне кухонне й кавове обладнання, тестується його робота. В цей момент важливо перевірити дотримання технічних стандартів та сертифікації, а також провести перше обслуговування за участю постачальника.

Сьомим етапом є найм та навчання персоналу. Формується команда: бариста, пекарі. Кандидати проходять співбесіди, обираються найкращі, після чого проходить навчання, як з обслуговування, так і з роботи з технікою, стандартів бренду, гігієни, рецептур.

Після цього, розробляється та оптимізується меню з урахуванням цільової аудиторії, собівартості, швидкості приготування, трендів. Проводиться дегустація, коригуються рецепти. Також тестується технологія приготування й виконується калькуляція страв.

Останнім етапом перед офіційним відкриттям є проведення маркетингової активності: створення сторінок у соцмережах, запуск таргетованої реклами, роздача флаєрів, залучення блогерів, проведення дня відкриття з акціями. Мета – залучити максимальну кількість відвідувачів у перші дні роботи.

Після відкриття кав'ярні-кондитерської розпочинається новий етап її існування – життєвий цикл, що охоплює кілька фаз розвитку, кожна з яких має свої особливості та виклики.

Першим є етап становлення, що триває приблизно перші шість місяців. У цей період заклад адаптується до реальних умов ринку, відбувається тестування обраної бізнес-моделі, формуються внутрішні процеси, коригується асортимент і сервіс відповідно до очікувань клієнтів. Саме на цьому етапі надзвичайно важливо зібрати зворотний зв'язок, налагодити систему обслуговування, вивчити попит, виявити найпопулярніші позиції меню та поступово формувати базу постійних відвідувачів.

Далі настає етап стабілізації, який охоплює приблизно від 6 до 12 місяців після відкриття. Заклад поступово виходить на точку беззбитковості, процеси у виробництві та обслуговуванні стають більш злагодженими, зростає репутація бренду. Зосередження на підвищенні ефективності операційної діяльності, оптимізації витрат, покращенні логістики, а також зміцненні команди – зменшується плинність кадрів, проводяться навчання та мотиваційні заходи для працівників.

У разі успішного проходження попередніх етапів починається етап розвитку та масштабування, який триває приблизно від одного до трьох років. У цей період кав'ярня активно розвивається, зростає прибутковість, зміцнюється позиція на ринку. З'являється можливість вводити сезонні новинки в меню, розширювати асортимент, активніше просувати заклад через соціальні мережі та маркетингові кампанії. Також виникає потреба у масштабуванні: відкриття нових локацій, запуску доставки, участі у ярмарках, співпраці з партнерами. Успішна кав'ярня починає працювати не лише як місце продажу, а й як повноцінний бренд.

Наступною є фаза зрілості, яка характеризується стабільністю, високою рентабельністю та широким колом постійних клієнтів. Кав'ярня має впізнаваний стиль, усталену команду, злагоджені процеси. Основні зусилля зосереджені на підтримці високого рівня обслуговування, оновленні меню,

підтриманні інтер'єру в актуальному вигляді, а також запуску програм лояльності для клієнтів. Це період максимальної реалізації потенціалу бізнесу, однак важливо постійно стежити за ринковими трендами та адаптуватися до змін.

Згодом настає етап модернізації або трансформації. Після кількох років діяльності кав'ярня може потребувати оновлення — як візуального, так і концептуального. Це може бути ребрендинг, редизайн простору, перегляд меню відповідно до нових трендів або технологічне оновлення — впровадження CRM-систем, електронного замовлення, мобільного додатку тощо. Якщо ринок змінюється, важливо зберігати актуальність, і саме цей етап дозволяє оновити бізнес, не втрачаючи напрацьовану клієнтську базу.

Останнім етапом життєвого циклу є етап збереження позицій. У разі успішної модернізації бізнес може функціонувати ще багато років, поступово передаючись у спадок чи під управління менеджерів.

Таким чином, життєвий цикл кав'ярні-кондитерської — це динамічний процес, що вимагає постійного аналізу, гнучкості, оновлення та стратегічного управління на кожному з його етапів.

Для ефективної реалізації проєкту кав'ярні важливо розуміти, хто саме впливає на бізнес або зацікавлений у його діяльності.

Таблиця 3.3 містить перелік основних стейкхолдерів, розподілених за рівнем залучення, впливу та потребами.

Аналіз таблиці 3.3 дозволяє зробити висновок, що для ефективного функціонування кав'ярні-кондитерської важливо чітко визначити та враховувати інтереси ключових стейкхолдерів. Ця інформація необхідна для своєчасної ідентифікації можливих ризиків, які можуть виникнути внаслідок необізнаності або недостатнього залучення окремих учасників проєкту.

У таблиці 3.3 подано детальну характеристику кожного стейкхолдера, включаючи рівень їхнього впливу, ступінь залучення, потреби, очікування та можливі наслідки недостатньої взаємодії з ними.

Таблиця 3.3

Список стейкхолдерів

Ім'я стек-холдера або групи	Внутрішній/Зовнішній	Рівень залучення	Рівень впливу/ Вплив на ресурси/ Загальний бал			Що йому потрібно чи які є заперечення?	Що від нього потрібно?	Ризик необізнаності
Власник кав'ярні	Внутрішній	Підтримуючий	5	5	10	Успішність бізнесу, прибуток	Стратегічне управління	Проект не буде реалізований
Персонал	Внутрішній	Підтримуючий	4	5	9	Гідна оплата, умови праці	Якісне обслуговування	Зниження якості сервісу
Постачальники	Зовнішній	Нейтральний	3	5	8	Вчасна оплата, стабільні обсяги	Надійні поставки	Перебої в роботі, дефіцит інгредієнтів
Сусідні офіси, магазини	Зовнішній	Нейтральний	3	1	4	Відсутність шуму, зайняті паркомісця	Лояльне ставлення	Втрата локальної синергії
Клієнти	Зовнішній	Лідуючий	5	0	5	Якість, ціни, атмосфера	Повторні візити, рекомендації	Зниження відвідуваності
Конкуренти	Зовнішній	Нейтральний	5	1	6	Перевага на ринку	Моніторинг ринку	Втрата конкурентоспроможності
Онлайн-клієнти	Зовнішній	Підтримуючий	4	0	4	Зручність замовлення, доставка	Замовлення, відгуки	Втрата цифрової аудиторії
Місцева влада	Зовнішній	Пасивний	3	3	6	Дотримання правил і норм	Отримання дозволів	Перевірки, бюрократичні перешкоди
Орендодавець	Зовнішній	Пасивний	1	3	4	Вчасна орендна плата, догляд за приміщенням	Стабільні умови оренди	Втрата приміщення або конфлікти
Рекламні партнери	Зовнішній	Підтримуючий	3	1	4	Чітке позиціонування, оплата	Якісне просування	Низька впізнаваність бренду

Джерело: розраховано автором

Серед усіх проаналізованих стейкхолдерів можна виділити три найважливіших: власник кав'ярні, персонал та постачальники.

Власник кав'ярні є основною рушійною силою проєкту, саме він здійснює стратегічне управління, приймає ключові рішення та відповідає за фінансове забезпечення. Його обізнаність і активна участь є критично

важливими, адже втрата контролю або відсутність зацікавленості може повністю зупинити реалізацію проєкту.

Персонал – це обличчя кав'ярні, від якого безпосередньо залежить якість обслуговування, комфорт відвідувачів та загальне враження від закладу. Якщо працівники не отримуватимуть гідної оплати чи працюватимуть у неналежних умовах, це призведе до плинності кадрів і втрати клієнтів. Підтримка мотивації та залучення персоналу – важлива складова успіху.

Постачальники, у свою чергу, забезпечують надійність операційної діяльності. Від своєчасності та стабільності поставок залежить безперебійна робота кав'ярні. Недотримання домовленостей або затримки в оплаті можуть спричинити перебої в постачанні інгредієнтів, що негативно позначиться на якості продукції та задоволенні клієнтів.

Таким чином, своєчасна комунікація, розуміння очікувань і мінімізація ризиків у взаємодії з цими ключовими стейкхолдерами є необхідною умовою успішного функціонування кав'ярні.

3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту

Фінансове планування відіграє ключову роль у прийнятті рішень щодо реалізації інвестиційного проєкту. Одним із головних інструментів такого планування є розрахунок грошового потоку та визначення показників економічної ефективності. Ці показники дають змогу об'єктивно оцінити дохідність, інвестиційну привабливість та фінансову стабільність майбутнього бізнесу.

Для проєкту створення кав'ярні-кондитерської були визначені обсяги виручки від реалізації напоїв і кондитерських виробів, проведено розрахунок податкових зобов'язань, поточних витрат, а також чистого прибутку та грошового потоку. З метою врахування вартості грошей у часі використано ставку дисконтування у розмірі 24%, що є обґрунтованим з урахуванням умов

ведення підприємницької діяльності в Україні. Такий рівень враховує середню дохідність альтернативних інвестицій, інфляційні очікування (близько 10%), а також ризики, притаманні малому бізнесу у сфері громадського харчування — нестабільний попит, конкуренцію, зміну орендних ставок та коливання цін на сировину. Це дозволяє достовірно оцінити дисконтований грошовий потік та здійснити повний аналіз доцільності реалізації проєкту.

В таблиці 3.4 наведено розрахунок фінансового результату, чистого та дисконтованого грошового потоку за кожен рік функціонування підприємства.

Таблиця 3.4

Розрахунок фінансового результату за роками функціонування
кав'ярні-кондитерської

Показники	За роками (тис грн)				
	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
1. Виручка від реалізації продукції, всього	4851,1	5336,2	5869,8	6456,7	7102,4
у тому числі:					
– реалізація напоїв	2999,7	3299,7	3629,6	3992,6	4391,8
– реалізація кондитерських виробів	1816,9	1998,5	2198,4	2418,2	2660,1
– проведення майстер-класів	34,5	38,0	41,8	45,9	50,5
2. Податки, всього	308,61	337,76	369,8	404,98	443,74
у тому числі:					
– Єдиний податок	242,5	266,8	293,5	322,8	355,12
– Військовий збір	48,51	53,36	58,7	64,58	71,02
– ЄСВ (за себе)	17,6	17,6	17,6	17,6	17,6
3. Чистий дохід	4542,49	4998,44	5500,0	6051,72	6658,66
5. Поточні витрати	3565,47	3687,47	3871,84	4065,43	4268,7
у тому числі: амортизаційні відрахування	35,31	35,31	35,31	35,31	35,31
6. Фінансовий результат (прибуток/збиток)	977,02	1310,97	1628,16	1986,29	2389,96
7. Грошовий потік	1012,33	1346,28	1663,47	2021,6	2425,27
8. Накопичений грошовий потік за роками	1012,33	2358,61	4022,08	6043,68	8468,95

Джерело: розраховано автором

Згідно з таблицею 3.4, в першу чергу варто зазначити, що чистий дохід у першому році функціонування кав'ярні-кондитерської склав 4542,49 тис. грн. Чистий дохід розраховується як виручка від реалізації продукції за вирахуванням податків. Протягом усього аналізованого періоду (5 років) спостерігається стабільне зростання чистого доходу, що свідчить про поступове розширення діяльності закладу та зростання обсягів реалізації продукції.

Якщо у першому році чистий дохід становив 4542,49 тис. грн, то у п'ятому році вже 6658,66 тис. грн, тобто приріст за п'ятирічний період склав 2116,17 тис. грн.

Наступним кроком є розрахунок фінансового результату, який розраховується як різниця між чистим доходом і поточними операційними витратами. Як видно з таблиці 3.6, за кожен рік показник фінансового результату є позитивним, у перший рік фінансовий результат склав 977,02 тис. грн, а в п'ятий рік – 2389,96 тис. грн. Це означає, що прибуток збільшився більше ніж удвічі (на 1412,94 тис. грн або 144,6%), що свідчить про ефективну фінансову політику, контрольовані витрати та високу рентабельність діяльності.

Грошовий потік (ГП) – це ще один важливий показник, який враховує також амортизаційні відрахування. Розрахунок здійснюється за формулою 3.1 [30, с.60]:

$$\text{ГП} = \text{ЧП} + \text{А}, \quad (3.1)$$

де ЧП – чистий прибуток;

А – амортизаційні відрахування.

У першому році грошовий потік склав 1012,33 тис. грн, а в п'ятому році збільшився до 2425,27 тис. грн.

Загальний накопичений грошовий потік за 5 років дорівнює 8468,95 тис. грн, що майже в 12 разів перевищує обсяг стартових інвестицій (723,00 тис.

грн). Це свідчить про швидку окупність проєкту, високу ліквідність і здатність підприємства генерувати стабільні грошові надходження.

Щоб об'єктивно оцінити фінансову ефективність проєкту з урахуванням фактора часу, було використано ставку дисконтування на рівні 24%, що є типовим рівнем для малого бізнесу в Україні з урахуванням інфляції, ринкових ризиків та вартості капіталу.

Дисконтований грошовий потік (ДГП) обчислюється за формулою 3.2 [30, с. 45]:

$$\text{ДГП} = \text{ГП} / (1 + r)^t, \quad (3.2)$$

де ГП – грошовий потік за відповідний рік;

r – ставка дисконтування (у десятковому вигляді);

t – номер року (періоду), за який здійснюється розрахунок.

У таблиці 3.5 наведено розрахунок дисконтованого грошового потоку від реалізації проєкту за 5 років.

Таблиця 3.5

Розрахунок дисконтованого грошового потоку від реалізації проєкту

Показники	За роками				
	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
1. Ставка дисконтування, %	24	24	24	24	24
2. Стартовий капітал, тис. грн	723,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Виручка від реалізації продукції, тис. грн	4851,1	5336,2	5869,8	6456,7	7102,4
4. Поточні витрати, тис. грн	3565,47	3687,47	3871,84	4065,43	4268,7
5. Грошовий потік від реалізації проєкту, тис. грн	1012,33	1346,28	1663,47	2021,6	2425,27
6. Дисконтований грошовий потік від реалізації проєкту, тис. грн	815,93	875,08	871,65	855,14	827,3

Джерело: розраховано автором.

На основі обраної ставки дисконтування у розмірі 24%, в таблиці 3.5 розрахований дисконтований грошовий потік за роками функціонування.

У першому році дисконтований грошовий потік становить 815,93 тис. грн, при фактичному грошовому потоці 1012,33 тис. грн.

У п'ятому році фактичний грошовий потік складає 2425,27 тис. грн, а дисконтований розрахований у сумі 827,3 тис. грн.

Сумарний дисконтований потік за 5 років планується у розмірі 4246,43 тис. грн, що на 3523,43 тис. грн перевищує стартові інвестиції.

На основі отриманих даних про чистий дохід, фінансовий результат, грошовий потік та дисконтований грошовий потік за весь період реалізації проєкту, було здійснено розрахунок узагальнених показників економічної (комерційної) ефективності. Ці показники дозволяють комплексно оцінити інвестиційну привабливість проєкту, визначити його прибутковість, строк окупності, а також порівняти отримані результати з альтернативними варіантами вкладення коштів. Відповідні розрахунки винесено в таблицю 3.6.

Таблиця 3.6

Показники економічної (комерційної) ефективності проєкту

Показник	Значення
Ставка дисконтування, %	24%
Період окупності (РВ) (місяців, років)	6 місяців
Період окупності з дисконтом (РВР) (місяців, років)	11 місяців
Чистий приведений дохід (NPV) тис. грн	3522,0
Середня норма рентабельності (ARR) %	487,13
Індекс прибутковості (PI) %	5,87
Внутрішня норма рентабельності (IRR) %	63,58

Джерело: розраховано автором

Проведемо аналіз розрахованих показників доцільності проєкту створення кав'ярні-кондитерської в таблиці 3.6.

Період окупності (РВ) показує, за який час інвестиції повністю повернуться за рахунок чистого грошового потоку. Розрахунок проведений за формулою 3.3 [30, с. 177]:

$$PB = I_0 / \text{ГПсер}, \quad (3.3)$$

де I_0 – початкові інвестиції;

ГПсер – середній річний грошовий потік.

У нашому випадку період окупності становить 6 місяців, що свідчить про надзвичайно швидке повернення вкладених коштів, що є позитивним сигналом для потенційних інвесторів.

Період окупності з дисконтом (PBP) враховує зміну вартості грошей у часі. У нашому випадку цей показник становить 11 місяців, що свідчить про подовження періоду окупності на 50% після врахування ставки дисконту. Формула розрахунку 3.4 [30, с. 180]:

$$PBP = I_0 / \text{ДГПсер}, \quad (3.4)$$

де I_0 – початкові інвестиції;

ДГПсер – середньорічний дисконтований грошовий потік.

Чистий приведений дохід (NPV) – ключовий показник, який відображає загальну вигоду від проєкту з урахуванням вартості грошей у часі. NPV показує загальну економічну вигоду проєкту з урахуванням часу та вартості грошей. Якщо NPV більший за нуль, це означає, що проєкт приносить прибуток і перевищує початкові витрати. Якщо NPV дорівнює нулю, проєкт лише окупається – інвестиції повертаються, але додаткового прибутку немає. Якщо ж NPV від’ємне, проєкт є збитковим і не дозволяє повністю відшкодувати вкладені кошти. Отже, позитивне значення NPV свідчить про фінансову привабливість проєкту.

Значення NPV дорівнює 3522,0 тис. грн свідчить про суттєвий фінансовий прибуток, який очікується в результаті реалізації проєкту. Показник розрахований за формулою 3.6 [30, с. 158]:

$$NPV = \Sigma (ГП^t / (1 + r)^t) - I_0, \quad (3.6)$$

де I_0 – початкові інвестиції;

$ГП^t$ – грошовий потік за відповідний період;

r – ставка дисконтування (24%).

Середня норма рентабельності (ARR) демонструє, наскільки ефективно проєкт генерує прибуток від вкладених коштів. У нашому випадку ARR становить 487,13%, що є надзвичайно високим показником і свідчить про високу прибутковість. Розраховується середня норма рентабельності за формулою 3.5 [30, с. 167]:

$$ARR = (NPV / \text{Інвестиції}) * 100, \quad (3.5)$$

де NPV – чистий приведений дохід;

Інвестиції – початкові витрати на проєкт.

Індекс прибутковості (PI) показує, скільки прибутку генерується на кожну вкладену одиницю інвестицій. У таблиці 3.6 PI дорівнює 5,87, тобто кожна вкладена гривня приносить майже 6 гривень доходу. Це свідчить про дуже високу рентабельність проєкту. Формула розрахунку 3.7 [30, с.170]:

$$PI = ДГП_5 / I_0, \quad (3.7)$$

де I_0 – початкові інвестиції;

$ДГП_5$ – дисконтований грошовий потік за 5 років.

Внутрішня норма рентабельності (IRR) – це ставка дисконтування, за якої NPV стає рівним нулю. В нашому випадку IRR дорівнює 63,58%, що перевищує встановлену ставку дисконтування. Це означає, що проєкт є прибутковим і має фінансовий потенціал.

Узагальнюючи проведені розрахунки, можна зробити висновок, що всі основні показники ефективності проєкту створення кав'ярні-кондитерської

свідчать про високу інвестиційну привабливість проєкту. Короткий період окупності, високі значення NPV, PI, ARR та IRR підтверджують доцільність вкладення коштів у реалізацію даного бізнесу.

3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

У сучасних умовах ведення бізнесу, особливо в галузі громадського харчування, передбачає не лише планування прибутку та розвитку, а й системну роботу з потенційними ризиками. Кав'ярня-кондитерська, як і будь-який інший проєкт, стикається з низкою викликів — від економічних коливань до технічних збоїв чи змін у поведінці споживачів. З огляду на нестабільну ситуацію в країні, зокрема через воєнний стан, важливо завчасно ідентифікувати ризики, оцінити їхній можливий вплив і розробити чіткий план дій для їхнього мінімізації або запобігання.

З цією метою було складено реєстр ризиків проєкту, який включає опис потенційних загроз, їхню ймовірність, рівень впливу на бізнес, інтегральну оцінку, а також відповідні стратегії реагування. Такий підхід дозволяє не лише уникнути серйозних фінансових або операційних втрат, але й підвищити загальну стійкість та адаптивність кав'ярні-кондитерської до змін зовнішнього середовища.

В таблиці 3.7 представлено ключові ризики, їхню оцінку та запропоновані заходи реагування.

Таблиця 3.7 демонструє структурований підхід до виявлення, оцінки й управління потенційними загрозами, які можуть вплинути на стабільність і розвиток бізнесу.

Ризики проаналізовано за двома основними критеріями — ймовірністю настання та впливом на діяльність підприємства, на основі яких розраховано інтегральну оцінку. Відповідно до цієї оцінки можемо визначити найбільш критичні ризики та окреслено стратегії для їх запобігання або мінімізації.

Таблиця 3.7

Реєстр ризиків проєкту

№	Опис	Оцінка ймовірності	Оцінка впливу	Інтегральна оцінка	Стратегія	Дії	Власник ризику
1	Зниження кількості клієнтів через воєнний стан	8	9	72	Адаптація ринку	Орієнтація на локальну аудиторію, доставка, патріотичний маркетинг	Власник бізнесу
2	Перебої з електроенергією або водою	7	8	56	Технічна готовність	Генератор, акумулятори, запаси води, LED-освітлення	Технічний менеджер
3	Підвищення вартості сировини або комунальних послуг	8	7	56	Контроль витрат	Пошук локальних постачальників, енергоефективність, аналіз цін	Бухгалтер
4	Дефіцит персоналу (міграція, мобілізація)	6	7	42	Утримання і мотивація	Бонуси, соціальний пакет, адаптивні графіки, навчання	HR-менеджер
5	Негативні онлайн-відгуки / погана репутація	3	8	24	Управління якістю	Моніторинг відгуків, опитування клієнтів, стандарти сервісу	Адміністратор залу
6	Поломка обладнання (печі, холодильники тощо)	3	7	21	Профілактика і ремонт	Регулярне ТО, технічні перевірки, резервні рішення	Технічний менеджер
7	Зміни у фіскальній або санітарній політиці	5	3	15	Юридичний супровід	Консультації з юристами, оновлення дозволів	Власник бізнесу
8	Зниження попиту на солодке через зміни споживчих вподобань	2	7	14	Адаптація продуктового ряду	Додавання веганських, дієтичних позицій, сезонні оновлення	Пекар / маркетолог
9	Крадіжки або шахрайство	3	6	18	Безпека і контроль	Камери, касовий облік, обмежений доступ до складу	Адміністратор/власник
10	Проблеми з постачанням імпортованих інгредієнтів	4	4	16	Диверсифікація постачання	Пошук локальних аналогів, зміна рецептур	Менеджер із закупівель
11	Блокування соцмереж / онлайн-платформ	3	6	18	Багато-канальний маркетинг	Сайт, Telegram, e-mail-розсилки, Google My Business	SMM-менеджер

Джерело: складено автором.

Найбільш критичним ризиком є зниження кількості клієнтів через воєнний стан (інтегральна оцінка складає 72). Це загроза, яка безпосередньо впливає на дохід підприємства та його здатність функціонувати. У зв'язку з бойовими діями значна частина населення змушена змінити місце проживання або скоротити витрати, що суттєво зменшує попит на послуги харчування. Для

зниження впливу цього ризику запропоновано орієнтуватися на локальну аудиторію, розвивати доставку, а також використовувати патріотичні меседжі в маркетингових кампаніях для підтримки лояльності клієнтів. Ці дії покладено на власника бізнесу як особу, що відповідає за загальну стратегію розвитку.

Другим за критичністю є ризик перебоїв з електроенергією або водопостачанням (інтегральна оцінка – 56). В умовах енергетичної нестабільності це може призвести до зупинки виробничих процесів, псування продуктів і незадоволення клієнтів. Для його мінімізації пропонується технічне оснащення закладу генератором, акумуляторами, LED-освітленням та запасами води. Відповідальність за реалізацію цих дій покладена на технічного менеджера.

Третім важливим ризиком є підвищення вартості сировини та комунальних послуг (інтегральна оцінка – 56), що безпосередньо впливає на собівартість продукції та прибутковість підприємства. У відповідь на це передбачено заходи з контролю витрат: налагодження співпраці з локальними постачальниками, впровадження енергоефективних технологій та постійний моніторинг цін. За цей напрям відповідає бухгалтер.

Також варто звернути увагу на ризик дефіциту персоналу (42 бали), який може виникнути через міграцію або мобілізацію. Для його зниження пропонуються заходи з утримання працівників, зокрема гнучкі графіки роботи, бонуси, навчання та соціальний пакет. Робота в цьому напрямі координується HR-менеджером.

Серед ризиків середньої значущості вирізняється загроза погіршення репутації через негативні онлайн-відгуки (24 бали). В умовах активного використання соціальних мереж навіть один негативний коментар може знизити довіру до бренду. Для цього передбачено систему моніторингу відгуків, опитування клієнтів, а також дотримання стандартів сервісу. Відповідальною особою визначено адміністратора залу.

Загалом реєстр включає як зовнішні, так і внутрішні ризики, надаючи комплексну картину потенційних загроз. Визначення інтегральних оцінок

дозволяє встановити пріоритети, а конкретні дії та стратегії сприяють проактивному підходу до управління ризиками. Такий системний підхід забезпечує гнучкість, адаптивність і стійкість бізнесу навіть в умовах невизначеності, що є особливо важливим у сучасному економічному та соціальному контексті України.

Висновки до розділу 3.

1. Оцінка прибутковості кав'ярні-кондитерської підтверджує фінансову доцільність проєкту, адже річний дохід становитиме понад 4,3 млн грн. Заплановані обсяги реалізації враховують сезонні коливання попиту. Основний внесок у загальний дохід роблять традиційні українські кондитерські вироби, загальний річний дохід від яких перевищує 1,5 млн грн. Структура асортименту та реалістичне планування обсягів забезпечують баланс між стабільністю і зростанням прибутків упродовж року. Отже, проєкт має всі передумови для сталого розвитку та розширення клієнтської бази.

Прогноз виручки за п'ять років демонструє стабільне зростання доходів від реалізації напоїв і кондитерських виробів, що зростуть із 4,85 млн грн у першому році до 7,1 млн грн у п'ятому. Щорічне збільшення виручки на 10% зумовлене як інфляцією, так і помірним зростанням обсягів продажів. Рівномірне зростання доходів обох категорій продукції свідчить про збалансований асортимент і стійкий попит. Отже, фінансові показники підтверджують перспективність та надійність бізнес-моделі.

2. Життєвий цикл проєкту кав'ярні-кондитерської включає послідовні етапи від підготовки і запуску до стабільної роботи та подальшого розвитку або масштабування бізнесу. Кожен етап передбачає планування ресурсів, контроль строків і управління ризиками, що забезпечує ефективність реалізації проєкту та адаптацію до змін ринку. Після відкриття закладу відбувається період становлення, стабілізації, розвитку та зрілості, на кожному з яких формуються внутрішні процеси, оптимізуються операції та зміцнюється позиція на ринку. З часом кав'ярня проходить модернізацію для підтримки

актуальності бренду та збереження конкурентоспроможності. Такий поетапний підхід гарантує довгострокову стійкість і успішність підприємства.

Для успішної реалізації проєкту кав'ярні важливо враховувати інтереси ключових стейкхолдерів, що мають різний рівень впливу та залучення. Особливу увагу слід приділяти власнику, персоналу та постачальникам, оскільки їхня підтримка є критичною для безперебійної роботи бізнесу. Чітка комунікація та розуміння потреб цих груп допомагають мінімізувати ризики і забезпечують ефективне управління проєктом.

3. Проведений фінансовий аналіз свідчить про високу інвестиційну привабливість проєкту створення кав'ярні-кондитерської та його здатність генерувати стабільний прибуток і грошові потоки. Використання ставки дисконтування 24% дозволило врахувати ризики та вартість грошей у часі, підтверджуючи економічну доцільність реалізації проєкту. Загальний позитивний дисконтований грошовий потік значно перевищує початкові інвестиції, що свідчить про швидку окупність і фінансову стабільність підприємства.

Швидкий період окупності проєкту (лише 6–11 місяців) вказує на швидке повернення вкладених коштів, що є важливим для інвесторів. Високі значення чистого приведенного доходу (NPV) у розмірі 3522,0 тис. грн та індексу прибутковості (PI) – 5,87, підтверджують значну економічну вигоду та ефективність реалізації проєкту. Надзвичайно висока середня норма рентабельності (ARR) у розмірі 487,13% і внутрішня норма рентабельності (IRR) 63,58% свідчать про великий потенціал прибутковості бізнесу. Таким чином, вкладання інвестицій у створення кав'ярні-кондитерської є доцільними та перспективними з фінансової точки зору.

4. Реєстр ризиків проєкту демонструє комплексний і системний підхід до ідентифікації та управління ключовими загрозами для кав'ярні-кондитерської в умовах нестабільності. Найбільш критичні ризики пов'язані з воєнним станом, перебоями з ресурсами та підвищенням вартості сировини, що потребують чітких стратегій мінімізації. Запропоновані заходи забезпечують адаптивність і

стійкість бізнесу, дозволяючи своєчасно реагувати на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища. Такий підхід підвищує шанси на успішну реалізацію проєкту та довгостроковий розвиток.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері ресторанного бізнесу та зроблено наступні висновки.

1. Актуальність створення закладу ресторанного господарства пов'язано з тим, що проведений аналіз ресторанного бізнесу в Україні показав, що ринок кав'ярень–кондитерських у м. Одеса має значний потенціал для новоствореного закладу. В місті Одесі кількість закладів на 1000 жителів свідчить про активний розвиток туристичного та гастрономічного бізнесу, що створює передумови для успішного виходу нового закладу.

Аналіз кількості відвідувачів закладів ресторанного господарства показує, що кав'ярні залучають найбільшу кількість гостей. У 2023 році кількість відвідувачів кав'ярень становила 669,2 млн осіб, що свідчить про поступове відновлення попиту на цей тип закладів після падіння у 2022 році.

Заклад буде оформлений у стилі традиційної української хатки, що підкреслюватиме його концепцію та створюватиме атмосферу національного колориту, привабливу для туристів та місцевих жителів.

2. Для здійснення підприємницької діяльності новостворена кав'ярня–кондитерська буде зареєстрована за КВЕД 56.10: Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. Це передбачає можливість надання послуг харчування як у закладі, так і з доставкою.

Новостворений заклад буде відповідати основним умовам ведення бізнесу і планує отримати всі необхідні дозвільні документи, зокрема реєстрація у Держпродспоживслужбі. Планується забезпечити відповідність приміщення вимогам протипожежної безпеки та нормативам для громадських закладів харчування. Важливими аспектами є також офіційне оформлення персоналу, дотримання трудового законодавства та впровадження сучасних систем контролю якості продукції.

3. Організаційно–правовою формою діяльності новоствореної кав'ярні–кондитерської обрано реєстрацію фізичної особи–підприємця (ФОП), що дозволяє оптимізувати податкове навантаження, спростити процедури бухгалтерського обліку та швидко реагувати на зміни ринку. ФОП є зручним варіантом для малого бізнесу, оскільки забезпечує мінімальні витрати на адміністрування та звітність.

Заклад працюватиме за спрощеною системою оподаткування (третя група), що передбачає сплату єдиного податку у розмірі 5% від отриманого доходу без реєстрації платником ПДВ. Це дозволить забезпечити стабільний фінансовий потік та ефективне управління грошовими ресурсами.

4. Проведений аналіз поточного стану та перспектив подальшого розвитку ринку ресторанного господарства міста Одеса, дозволив виявити наявність значного потенціалу для успішної реалізації та ефективного функціонування кав'ярні–кондитерської. Цей потенціал зумовлений, з одного боку, стійким зростанням інтересу з боку споживачів до високоякісної кави, вишуканих кондитерських виробів, а також до створення особливої атмосфери затишку та комфорту, що сприяє проведенню зустрічей, відпочинку та роботі поза домом. З іншого боку, аналіз виявив недостатню представленість на ринку міста Одеса закладів, що пропонують унікальну концепцію, яка б гармонійно поєднувала в собі глибокі гастрономічні традиції з інноваційним підходом до організації обслуговування та створення споживчого досвіду.

5. Визначено, що основними внутрішніми конкурентними перевагами запропонованої концепції кав'ярні–кондитерської є її унікальність, яка полягає в поєднанні елементів традиційної української культури з сучасними тенденціями в гастрономії та дизайні, що забезпечує відмінність від існуючих на ринку пропозицій. Важливим фактором конкурентоспроможності є також зручне розташування закладу в центральній частині міста, що забезпечує високу прохідність та легку доступність для цільової аудиторії. Крім того, акцент на власному виробництві десертів дозволяє гарантувати їх високу

якість, свіжість та ексклюзивність, що є важливою перевагою в умовах зростаючих вимог споживачів до якості харчових продуктів.

Сильними сторонами новоствореної кав'ярні-кондитерської є, передусім, унікальна концепція закладу, оформлена в українському стилі, що вирізняє її серед конкурентів і привертає увагу цільової аудиторії. Також важливою перевагою є зручне розташування в центрі міста, що забезпечує стабільний потік потенційних клієнтів. Десерти власного виробництва дозволяють контролювати якість продукції та формувати оригінальне меню, яке неможливо знайти в інших закладах. Окрім того, проведення майстер-класів, дегустацій та інших тематичних заходів створює додаткову цінність для споживача, підвищує впізнаваність бренду та сприяє формуванню лояльної аудиторії.

6. Сформований стартовий капітал на відкриття кав'ярні-кондитерської складає 723 тис. грн. Власні кошти складають 473 тис. грн (64,61%) Решта необхідних коштів для відкриття кав'ярні-кондитерської у сумі 250 тис. грн.(35,41%) планується взяти в АТ «Приват Банку» під 11 % річних на 2 роки.

Поточні витрати на функціонування кав'ярні-кондитерської плануються у сумі 3 565 466 грн. Найвищу питому вагу в загальній сумі витрат займають витрати на заробітну плату, а саме 57,05 % (2 033 940 грн).

7. Оцінка прибутковості кав'ярні-кондитерської підтверджує фінансову доцільність проєкту, адже річний дохід становитиме понад 4,3 млн грн. Заплановані обсяги реалізації враховують сезонні коливання попиту. Основний внесок у загальний дохід роблять традиційні українські кондитерські вироби, загальний річний дохід від яких перевищує 1,5 млн грн. Структура асортименту та реалістичне планування обсягів забезпечують баланс між стабільністю і зростанням прибутків упродовж року. Отже, проєкт має всі передумови для сталого розвитку та розширення клієнтської бази.

Прогноз виручки за п'ять років демонструє стабільне зростання доходів від реалізації напоїв і кондитерських виробів, що зростуть із 4,85 млн грн у першому році до 7,1 млн грн у п'ятому. Щорічне збільшення виручки на 10%

зумовлене як інфляцією, так і помірним зростанням обсягів продажів. Рівномірне зростання доходів обох категорій продукції свідчить про збалансований асортимент і стійкий попит. Отже, фінансові показники підтверджують перспективність та надійність бізнес-моделі.

8. Життєвий цикл проекту кав'ярні-кондитерської включає послідовні етапи від підготовки і запуску до стабільної роботи та подальшого розвитку або масштабування бізнесу. Кожен етап передбачає планування ресурсів, контроль строків і управління ризиками, що забезпечує ефективність реалізації проекту та адаптацію до змін ринку. Після відкриття закладу відбувається період становлення, стабілізації, розвитку та зрілості, на кожному з яких формуються внутрішні процеси, оптимізуються операції та зміцнюється позиція на ринку. З часом кав'ярня проходить модернізацію для підтримки актуальності бренду та збереження конкурентоспроможності. Такий поетапний підхід гарантує довгострокову стійкість і успішність підприємства.

Для успішної реалізації проекту кав'ярні важливо враховувати інтереси ключових стейкхолдерів, що мають різний рівень впливу та залучення. Особливу увагу слід приділяти власнику, персоналу та постачальникам, оскільки їхня підтримка є критичною для безперебійної роботи бізнесу. Чітка комунікація та розуміння потреб цих груп допомагають мінімізувати ризики і забезпечують ефективне управління проектом.

9. Проведений фінансовий аналіз свідчить про високу інвестиційну привабливість проекту створення кав'ярні-кондитерської та його здатність генерувати стабільний прибуток і грошові потоки. Використання ставки дисконтування 24% дозволило врахувати ризики та вартість грошей у часі, підтверджуючи економічну доцільність реалізації проекту. Загальний позитивний дисконтований грошовий потік значно перевищує початкові інвестиції, що свідчить про швидку окупність і фінансову стабільність підприємства.

Швидкий період окупності проекту (лише 6–11 місяців) вказує на швидке повернення вкладених коштів, що є важливим для інвесторів. Високі значення

чистого приведенного доходу (NPV) у розмірі 3522,0 тис. грн та індексу прибутковості (PI) – 5,87, підтверджують значну економічну вигоду та ефективність реалізації проєкту. Надзвичайно висока середня норма рентабельності (ARR) у розмірі 487,13% і внутрішня норма рентабельності (IRR) 63,58% свідчать про великий потенціал прибутковості бізнесу. Таким чином, вкладання інвестицій у створення кав'ярні-кондитерської є доцільними та перспективними з фінансової точки зору.

10. Реєстр ризиків проєкту демонструє комплексний і системний підхід до ідентифікації та управління ключовими загрозами для кав'ярні-кондитерської в умовах нестабільності. Найбільш критичні ризики пов'язані з воєнним станом, перебоями з ресурсами та підвищенням вартості сировини, що потребують чітких стратегій мінімізації. Запропоновані заходи забезпечують адаптивність і стійкість бізнесу, дозволяючи своєчасно реагувати на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища. Такий підхід підвищує шанси на успішну реалізацію проєкту та довгостроковий розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text> (дата звернення: 30.01.2025).
2. Антошкова Н.А. Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні. *Трансформаційна економіка*. 2023. №5(05). DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-5-1> URL: <https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/download/55/53/> (дата звернення: 30.01.2025).
3. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280/1234> (дата звернення: 30.01.2025).
4. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2023). Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/ksg_ek_2010_2021_ue.xlsx (дата звернення: 30.01.2025).
5. Долубовська О. Р. Тенденції в ресторанній індустрії: сучасні тренди і перспективи. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни*: збірник праць Міжнародного науково-практичного форуму (19–21 квітня 2023 р.). Львів: НУ «Львівська політехніка» 2023. С. 355–361. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2023/pages/22752/03luschik-mariyaindustriya-gostinnosti-zbirnik-tez.pdf#page=196> (дата звернення: 30.01.2025).

6. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2010-2023). Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/fin/pdsg/kdsg_ved_15-20.xlsx (дата звернення: 30.01.2025).

7. Івасишина Н. В. Розвиток ресторанного господарства в Україні. *Вісник КНЛУ. Серія Історія, економіка, філософія*. 2023. Вип. 28. С. 60-65. DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280604> URL: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/280604/275461> (дата звернення: 30.01.2025).

8. Ринок кафе та ресторанів в Україні: зафіксовано зростання середнього чека на 18%. Pro-consulting. Аналітика: веб-сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rinok-kafe-ta-restoraniv-v-ukrayini-zafiksovano-zrostannya-serednogo-cheka-na-18> (дата звернення: 30.01.2025).

9. Процак К., Передрій М. Ресторанний бізнес в умовах кризи: проблеми та напрямки розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-49> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1821/1757> (дата звернення: 30.01.2025).

10. Подолян М. І. Державне регулювання ресторанного бізнесу в Україні: Регіональна специфіка. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6 (12). С. 225-233. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-225-233](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-225-233) URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sn/article/view/5093/5122> (дата звернення 30.01.2025)

11. Чернишова Л.О. Особливості державного регулювання ресторанного бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми розвитку ресторанного, готельного та туристичного бізнесу в умовах світової інтеграції: досягнення та перспективи* : тези II Міжнародної наук.-прак. конф. (19–20 вересня 2019 р.) Харків : ХДУХТ, 2019. С. 265-268. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22583/1/Чернишова%20Л.%20>

[О.%20Особливості%20державного%20регулювання%20р.pdf](#) (дата звернення: 30.01.2025).

12. Гранти на власну справу. Міністерство економіки України : офіційний веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=c2cc60bf-62d9-427c-8eff-37dd99f73727&title=MinekonomikiZapustiloSait> (дата звернення: 30.01.2025).

13. Сиантович О. О. Сучасні тенденції та проблеми організації обслуговування споживачів у кав'ярнях. *Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд* : матеріали міжнародної науковопрактичної конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів 2023. С.203-205. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/6656/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F%2003.11%20%20%D0%A2%D0%9E%D0%9C%203.pdf#page=204> (дата звернення: 30.01.2025).

14. Прокопишин О. С., Ковальчук М. С., Коновал М. О. Ринок кави в Україні. Головні тенденції розвитку. *Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції*: зб. тез V Міжнар.наук.-практ.конф. Дубляни: ЛНАУ. 2021. С. 82–86 URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/8669/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97%202021%20%D1%80..pdf#page=82> (дата звернення: 30.01.2025).

15. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 . Наказ Держспоживстандарту України від 11 жовтня 2010 р. № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення: 30.01.2025).

16. КВЕД 56.10 : Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. Kved.com.ua : веб-сайт. URL: <https://kved.com.ua/kved/56.10/> (дата звернення: 30.01.2025).

17. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15 травня 2003 р. №755-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15> (дата звернення: 30.01.2025).

18. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 р. № 771/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30.01.2025).

19. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10004> (дата звернення: 20.04.2025).

20. Доброва Н.В., Райлян О.Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*. 2021. № 10 (16). С. 303–315. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10\(16\)](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10(16)) (дата звернення 21.04.2025).

21. Основи бізнесу: навч. посіб. за ред. Н.В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 424 с. URL: https://drive.google.com/file/d/17K_2WKy2T1quZfGQ-47N-aNPJf7IMknR/view (дата звернення: 20.04.2025).

22. Костюк М. Інформаційно-інноваційні технології в маркетинговій комунікації підприємств харчової промисловості: вектор підвищення конкурентоспроможності. *Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє* : тези доповідей I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 жовтня 2024 р.). Хмельницький : ХНУ, 2024. С. 412–417. URL: <https://elar.khmnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/923eb177-4143-42ec-85f1-22df14415d12/content#page=263> (дата звернення: 22.04.2025).

23. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. HoReCa:веб-сайт. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/> (дата звернення: 20.04.2025).
24. MakeMyCake:веб-сайт. URL: <https://www.makemycake.com.ua/> (дата звернення: 20.04.2025).
25. Кав'ярня Atelier. Tomato.ua : веб-сайт. URL: <https://tomato.ua/ua/odessa/restaurants/atelierod> (дата звернення: 20.04.2025).
26. Кафе Bize. Tomato.ua : веб-сайт. URL: <https://tomato.ua/odessa/restaurants/bize> (дата звернення: 20.04.2025).
27. Кав'ярня Pierre la Sweet Boutique. Tomato.ua: веб-сайт. URL: <https://tomato.ua/odessa/restaurants/pierre-la-sweet-boutique> (дата звернення: 20.04.2025).
28. Кафе Vanil. Tomato.ua: веб-сайт. URL: <https://tomato.ua/odessa/restaurants/vanil-od> (дата звернення: 20.04.2025).
29. Онлайн-кредитування для бізнесу. ПриватБанк: веб-сайт. URL: <https://privatbank.ua/business/online-credit> (дата звернення: 20.04.2025).
30. Проектний аналіз: навчальний посібник/ за ред. проф. Карпова В. А. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.

ДОДАТКИ

**Анкета для мешканців району щодо відкриття
кав'ярні – кондитерської**

Шановні мешканці! Ми плануємо відкрити кав'ярню-кондитерську у центрі Одеси з українськими десертами, ароматною кавою, сніданками та затишною атмосферою. Кав'ярня буде оформлена в затишному, домашньому українському стилі. Нам дуже важлива ваша думка щодо нашої ідеї, тому просимо відповісти на кілька запитань.

1. Як часто ви відвідуєте кав'ярні?

- ☐ Щодня
- ☐ Кілька разів на тиждень
- ☐ Раз на тиждень
- ☐ Рідше
- ☐ Майже ніколи

2. Що для вас важливо при виборі кав'ярні (можна обрати кілька варіантів)?

- ☐ Якість кави
- ☐ Атмосфера
- ☐ Наявність десертів
- ☐ Ввічливий персонал
- ☐ Зручне розташування
- ☐ Ціни

3. Наскільки вам цікаво було б відвідувати кав'ярню-кондитерську в українському стилі?

- ☐ Дуже цікаво
- ☐ Можливо
- ☐ Байдуже
- ☐ Нецікаво

4. Що хотіли б ви бачити у кав'ярні: (можна обрати декілька варіантів)

- ☐ Домашні напої (узвар, лимонад тощо)
- ☐ Традиційні українські десерти
- ☐ Сніданки
- ☐ Безглютенові/веганські позиції
- ☐ Страви на виніс

Додаток Б

Витрати на витратні матеріали

Найменування	Кількість, одиниць	Вартість, грн	Сума, тис. грн
1	2	3	4
Кухня			
Кондитерські мішки (пакування 100 шт)	1	80	0,08
Рукавички одноразові (пакування 100 шт)	1	200	0,2
Шапочки одноразові (пакування 100 шт)	1	150	0,15
Вінчик	2	200	0,4
Борошно (3 кг)	10	200	2
Цукор (3 кг)	15	80	2,25
Ягідне пюре (1 кг)	6	250	1,5
Горіхи (1 кг)	5	200	1
Вершки (л)	10	200	2
Масло (кг)	7	150	1,05
Яйця (шт)	100	4	0,4
Шоколад (5 кг)	1	1000	1
Бар			
Кава (1 кг)	20	800	16
Молоко (л)	50	30	1,5
Молоко рослинне (л)	30	90	2,7
Молоко пряжене (л)	40	35	1,4
Сиропи (л)	10	70	0,7
Чай (кг)	5	80	0,4
Цукор стіки (1 кг)	7	60	0,42
Фрукти (шт)	20	15	0,3
Спеції (0,5 кг)	5	17	0,085
Стакани одноразові (100 шт)	2	200	0,4
Серветки (500 шт)	2	100	0,2
Коробки для пакування (100 шт)	2	400	0,8
Пакети (100 шт)	2	350	0,7
Кришечки (100 шт)	2	150	0,3
Трубочки (100 шт)	2	130	0,26

Додаток Б (продовження)

1	2	3	4
Спільні матеріали			
Швабра	2	100	0,2
Насадки на швабру	4	20	0,08
Туалетний папір (4 шт)	10	50	0,5
Мило (л)	5	40	0,2
Капсули для посудомийки (50 шт)	2	170	0,34
Серветки ворсисті (10 шт)	5	30	0,15
Усього:	-	-	39,265

Джерело: складено автором.