

**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 СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ)»**

Виконавець:

студентка ФЕУП

Шанікевич Вікторія Іванівна

Науковий керівник:

д.е.н, професор

Захарченко Наталя Вячеславівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері ресторанного бізнесу.....	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу.....	16
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ.....	31
2.1. Аналіз ринку ресторанного господарства в Україні та м. Одеса	31
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу.....	41
2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування кав'ярні.....	51
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ	67
3.1. Оцінка прибутковості проєкту.....	67
3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту.....	70
3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту.....	74
3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання	78
ВИСНОВКИ.....	85
Список використаних джерел	88

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Актуальність теми зумовлена зростаючим значенням малого та середнього бізнесу в сучасній економіці України, особливо в умовах трансформаційних змін, діджиталізації та активного розвитку сфери послуг. Ресторанний бізнес, зокрема сегмент кав'ярень, демонструє стабільний попит, що зумовлено зміною споживчих вподобань, пошуком нових форматів дозвілля та зростанням культури споживання кави серед різних вікових груп. У сучасних умовах, коли підприємництво розглядається не лише як джерело доходу, але й як важливий інструмент для відновлення економіки та створення робочих місць, ініціювання власного бізнесу у сфері ресторанного господарства є актуальним і соціально значущим. Розробка економічного обґрунтування такого проєкту дозволяє оцінити фінансову доцільність, ризики, перспективи розвитку та конкурентні переваги майбутнього закладу, що є необхідною умовою для прийняття обґрунтованого рішення щодо старту бізнесу. Крім того, обґрунтування ефективності створення кав'ярні сприяє формуванню практичних навичок управління підприємницькою діяльністю, планування бюджету, аналізу ринку та визначення стратегії позиціонування, що має важливе значення для підготовки фахівців з економіки в умовах високої конкуренції та нестабільності зовнішнього середовища.

Методологічною основою дослідження проєкту новоствореного бізнесу стали наукові праці провідних українських учених, зокрема А. В. Андрейченка [2; 70], Н. В. Захарченко [19; 20; 69; 70; 71], Н. В. Добрової [15; 16; 66], Н. В. Кічук [27; 28], Е. А. Каражії [23; 24], М. В. Півторака [40], О. Подмазко [41; 66], у яких ґрунтовно розкрито питання стратегічного управління малим бізнесом, прогнозування прибутковості, вибору оптимальних організаційно-правових форм, оцінювання ризиків і впровадження інноваційних рішень у підприємницькій діяльності. У процесі дослідження було проаналізовано значний обсяг нормативно-правових актів, аналітичних джерел, статистичних

матеріалів та профільних електронних ресурсів, що дозволило комплексно обґрунтувати актуальність, доцільність і економічну ефективність реалізації зазначеної бізнес-ініціативи.

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

Для досягнення мети було поставлено наступні завдання:

- 1) надати характеристику бізнес-ідеї започаткування власної справи на у сфері ресторанного бізнесу;
- 2) розглянути умови реєстрації для ведення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу;
- 3) обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування кав'ярні;
- 4) здійснити аналіз ринку ресторанного господарства в Україні та м. Одеса;
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги кав'ярні;
- 6) сформулювати витрати на відкриття та функціонування кав'ярні;
- 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 в у сфері ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – бізнес-проектування започаткування власної справи у сфері ресторанного бізнесу.

Методи дослідження. У процесі написання кваліфікаційної роботи було використано комплекс методів дослідження, що забезпечили повноту та послідовність аналізу. Діалектичний метод – для збору й систематизації матеріалів; аналіз – для структурування об'єкта й визначення ключових

чинників; порівняння – для оцінки конкурентного середовища; табличні, графічні та маркетингові методи – для візуалізації результатів і вивчення попиту. Фінансові розрахунки у Microsoft Excel підвищили точність обробки даних. Це дозволило сформулювати обґрунтовані висновки й практичні рекомендації щодо реалізації проєкту кав'ярні.

Інформаційна база дослідження. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи були використані нормативно-правові акти, наукові праці та статистичні джерела, що забезпечили достовірність і повноту дослідження. Основу джерельної бази склали закони України, матеріали профільних міністерств щодо ведення бізнесу та оподаткування, а також публікації, присвячені розвитку малого підприємництва. Дані Державної служби статистики України дозволили проаналізувати ринкові тенденції у сфері ресторанного бізнесу, зокрема кав'ярень, що сприяло практичному обґрунтуванню проєкту.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (73 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 88 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 3 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження опубліковано тези у X Міжнародній науково–практичній конференції (2025 р.): Шанікевич В. І., Деньгуб В. В. Управління специфічними фінансовими ризиками в контексті сучасних економічних трансформацій. *Сучасні виклики економіки: матеріали V підсумкової науково-практичної студентської конференції* (Одеса, 17 квітня 2025 р.). Одеса, 2025. С. 34-36.

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

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері ресторанного бізнесу

Сучасна кавова культура активно розвивається в Україні, особливо у великих і середніх містах, де зростає попит на атмосферні заклади, що поєднують якісний продукт, комфортний сервіс та приємну атмосферу для спілкування, роботи або відпочинку. Кав'ярня як формат ресторанного бізнесу не потребує надмірно великих інвестицій на старті, має гнучку модель масштабування, а також дозволяє формувати унікальну концепцію бренду через інтер'єр, авторські напої, десерти, культурні події чи елементи локального позиціонування.

Бізнес-ідея створення кав'ярні передбачає орієнтацію на чітко визначену цільову аудиторію – молодь, фрілансерів, туристів, офісних працівників, які цінують якісну каву, доступну ціну та атмосферу закладу. При правильному маркетинговому позиціонуванні та ефективному управлінні проєкт має високий потенціал окупності, подальшого розвитку та адаптації до змін ринку. Таким чином, відкриття кав'ярні – це не лише економічно доцільна ідея, а й перспективний напрям для самореалізації підприємця в креативному та соціально активному бізнес-середовищі [61].

Сутність відмінної риси обраної бізнес-ідеї полягає у створенні кав'ярні з акцентом на еко-свідомий формат та локальні продукти, яка поєднує сучасну кавову культуру з цінностями сталого розвитку. Унікальність закладу полягає у використанні екологічно чистої сировини, натуральних інгредієнтів, багаторазового посуду або біорозкладної упаковки, а також у співпраці з локальними фермерами та обсмажчиками кави.

Кав'ярня стане не лише місцем для споживання кави, а й простором для свідомого вибору, підтримки українських виробників і формування культури відповідального споживання. Інтер'єр буде оформлений у стилі "еко-лофт", з використанням натуральних матеріалів і зелених зон, що створює атмосферу затишку та гармонії з природою.

Крім того, планується проведення тематичних зустрічей, лекцій, майстер-класів, що перетворює кав'ярню на мікроплатформу для активної спільноти. Такий підхід дозволяє не лише задовольнити попит на якісний продукт, а й формувати довгострокову емоційну прив'язаність клієнтів до бренду, вирізняючи кав'ярню серед численних конкурентів на ринку.

Однією з причин високої зацікавленості у відкритті такого типу кав'ярні є зростання попиту на заклади з чіткою ціннісною позицією, які не лише надають якісний продукт, а й відповідають сучасним трендам відповідального споживання, екологічної свідомості та підтримки локального виробника. Сьогодні споживачі дедалі більше звертають увагу не лише на смак і ціну, а й на філософію бренду, його вплив на довкілля, прозорість бізнесу та внесок у розвиток місцевої громади. Таким чином, еко-орієнтована кав'ярня, що об'єднує гастрономічну якість з соціальною та екологічною відповідальністю, має високу привабливість як для клієнтів, так і для потенційних інвесторів.

Для обґрунтування доцільності відкриття саме такого типу кав'ярні доцільно проаналізувати існуючі формати організації бізнесу у сфері ресторанного господарства, зокрема класичні кав'ярні, кавові кіоски, мобільні кав'ярні, кав'ярні з коворкінг-зонами або креативними просторами. Такий аналіз дозволить оцінити конкурентні переваги, особливості цільової аудиторії, рівень інвестицій та операційні витрати для кожного формату, а також визначити, які саме елементи концепції забезпечують високу рентабельність і сталий розвиток бізнесу.

У сучасних умовах спостерігається значне розширення класифікації кав'ярень, зокрема їх диференціація за низкою ознак, які суттєво впливають на характер діяльності закладу, його формат та особливості обслуговування.

По-перше, за форматом обслуговування кав'ярні поділяються на заклади із самообслуговуванням та заклади з обслуговуванням офіціантами.

По-друге, за наявністю посадкових місць розрізняють кав'ярні формату «to go», що не передбачають можливості перебування клієнтів на місці, та стаціонарні кав'ярні з облаштованими зонами для розміщення відвідувачів.

Третьою ознакою є асортимент: деякі заклади спеціалізуються виключно на різновидах кави, інші пропонують розширене меню напоїв або додатковий вибір страв.

Четверта класифікаційна ознака стосується формату розміщення: класичні кав'ярні, мобільні кав'ярні (кавомобілі), а також кав'ярні-«острівці», що функціонують у межах торговельних центрів.

П'ятою є належність до певної хвилі розвитку кавової культури: кав'ярні першої хвилі (масовий доступ до кави), другої хвилі (вдосконалення якості та сервісу) та третьої хвилі (фокус на походженні зерна, індивідуальному обсмажуванні та авторських рецептах) [57].

Такий багатовимірний підхід до класифікації дозволяє глибше зрозуміти специфіку кожного формату кав'ярень, що, у свою чергу, сприяє точнішому визначенню цільової аудиторії, ефективнішому стратегічному плануванню та розробці релевантних маркетингових інструментів для забезпечення успішного функціонування бізнесу в цій динамічній галузі.

Кожен формат кав'ярні має свої особливості, які визначають рівень стартових інвестицій, операційні витрати, формат обслуговування та потенціал розвитку. Класична кав'ярня забезпечує стабільний потік клієнтів і можливість формування бренду, але потребує значних витрат на старті. Кавові кіоски та мобільні кав'ярні приваблюють своєю мобільністю й відносно низькими витратами, проте мають обмеження у меню та сезонну залежність. Кав'ярні-коворкінги стають популярними серед молоді та фрілансерів, але вимагають складнішого зонування та вищих витрат на облаштування.

З цією метою у даному дослідженні буде здійснено порівняльний аналіз основних моделей функціонування кав'ярні (табл. 1.1).

Порівняльний аналіз найпоширеніших форм бізнесу у сфері ресторанного
бізнесу

Формат кав'ярень	Характеристика	Переваги	Недоліки
Класична кав'ярня	Стаціонарний заклад з повним спектром кавових напоїв і десертів, інтер'єр, обслуговування за столиками	Стабільний потік клієнтів, можливість формування лояльної аудиторії, розвиток бренду	Високі стартові інвестиції, орендна плата, витрати на персонал
Кавовий кіоск	Малий павільйон або стенд для швидкого обслуговування з собою (take-away)	Низькі витрати на відкриття, швидка окупність, зручність для клієнтів у русі	Обмежене меню, залежність від погодних умов, менший середній чек
Мобільна кав'ярня	Кава з автомобіля або фудтрака, мобільність і гнучкість розташування	Невеликі витрати на оренду, можливість участі в заходах, мінімальні витрати на інтер'єр	Логістичні складнощі, сезонність, потреба в техобслуговуванні транспорту
Кав'ярня-коворкінг	Комбінація кав'ярні та робочого простору з Wi-Fi, розетками, зручними меблями	Залучення постійної аудиторії, більший середній чек, багатофункціональність	Вищі витрати на облаштування, потреба в зонуванні простору, вища конкуренція у містах
Еко-орієнтована кав'ярня з локальними продуктами	Стаціонарна кав'ярня з акцентом на екологічність, натуральні інгредієнти, локальних постачальників, еко-інтер'єр та соціальні ініціативи	Сучасний тренд на еко, лояльність свідомих споживачів, підтримка українських виробників, формування сильного бренду	Вищі закупівельні ціни, потреба у ретельному підборі постачальників, складніше масштабування без втрати ідентичності

Джерело: складено автором за матеріалами [21; 58; 62].

Обраний формат – еко-орієнтована кав'ярня з локальними продуктами – вирізняється своєю актуальністю та ціннісною привабливістю для сучасного споживача. Такий формат поєднує сильну ідею відповідального споживання, підтримки українських виробників і створення комфортного середовища, що формує емоційну прив'язаність клієнтів. Попри дещо вищі закупівельні витрати та складніший процес масштабування, саме ця концепція має потенціал до формування унікального бренду й стійкої лояльності цільової аудиторії.

Відповідно до положень ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Терміни та визначення понять», до закладів ресторанного господарства належать: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, кафетерій, закусошна, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, фабрика-кухня, домашня кухня та ресторан за спеціальними замовленнями. Згідно з цим стандартом, кав'ярня визначається як різновид кафе, що спеціалізується на пропонуванні різноманітного асортименту кавових напоїв і супутніх страв, переважно десертного типу.

Такий заклад зазвичай має менший формат, камерну атмосферу та орієнтований на невеликі групи відвідувачів або індивідуальних клієнтів, які цінують якість напоїв, зручність та естетику простору. Кав'ярня може мати як посадкові місця для тривалого перебування, так і зону «take-away». Таким чином, згідно з ДСТУ, кав'ярня є повноцінним об'єктом ресторанного господарства з власною специфікою та функціональними особливостями, що дозволяє її розглядати як перспективний формат малого бізнесу у сфері громадського харчування.

Для обраного формату кав'ярні – еко-орієнтованої кав'ярні з локальними продуктами характерне поєднання традиційних послуг у сфері громадського харчування з елементами ціннісного сервісу, орієнтованого на сучасного свідомого споживача. Структура послуг поділяється на основні та додаткові.

Основні послуги:

1. Приготування та продаж кавових напоїв. Основний фокус кав'ярні – широкий асортимент кави високої якості з зерен локального обсмаження, включаючи: еспreso, американо, капучино, латте, флет-вайт, раф-кава; альтернативні методи заварювання (аеропрес, пурвер, кемекс, сифон); сезонні авторські кавові напої з використанням локальних інгредієнтів (мед, спеції, рослинне молоко, натуральні сиропи).

2. Продаж чаю та інших гарячих напоїв. Пропонуються екологічно чисті чаї трав'яні та листові, ферментовані напої (матча, комбуча), гарячий шоколад та какао.

3. Продаж холодних напоїв, а саме, натуральні лимонади, холодна кава (cold brew, nitro), смузі, свіжовичавлені соки.

4. Десертне та легке меню. Пропонуються: випічка з локальних пекарень або власного виробництва (печиво, кекси, круасани); веганські та безглютенові десерти; легкі страви: сендвічі, салати, боули, сніданки.

5. Обслуговування в залі та на виніс. Клієнтам кав'ярні доступно як перебування в комфортному інтер'єрі, так і замовлення напоїв "з собою" з використанням біорозкладної тари.

Додаткові послуги:

1. Продаж кави в зернах та аксесуарів для заварювання, а також подарункові набори.

2. Еко-ініціативи для клієнтів включають:

- знижки за власне горнятко;
- програма «0 відходів»: повторна переробка кавової гущі, компостування;
- освітні матеріали про еко-звички та локальні ініціативи.

3. Проведення подій та майстер-класів, зокрема:

- кавові майстер-класи, дегустації;
- лекції про сталий розвиток, zero waste;
- творчі зустрічі, book-club, вечори музики.

4. Коворкінг-зона включає окрему частину закладу обладнана для роботи – столи з розетками, Wi-Fi, спокійну атмосферу, напої з попереднім замовленням.

5. Онлайн-замовлення та доставка через мобільний додаток або сайт: попереднє замовлення кави, доставка наборів із кавою та десертами, абонементи на каву тижня.

6. Підтримка соціальних і благодійних ініціатив. Частина прибутку може спрямовуватись на підтримку локальних соціальних проєктів, що підвищує лояльність клієнтів і соціальну цінність бренду.

Такий формат поєднує гастрономічну якість із соціальною відповідальністю, створюючи не лише точку споживання, а й культурний простір взаємодії, що відповідає запитам сучасного українського суспільства.

У межах обраного проєкту слід зазначити, що кав'ярні як формат підприємницької діяльності найінтенсивніше розвиваються у великих містах України, де сформувався сталий попит на кавові напої та відповідну культуру споживання. Традиційна модель кав'ярень є особливо поширеною в західних регіонах країни, де історично склалася міцна кавова традиція, на відміну від східних областей, де переважає чайна культура. Однак, у контексті загальнонаціонального урбанізаційного тренду та зміни споживчих вподобань, кавовий бізнес поступово розширюється і в інших регіонах, зокрема завдяки впливу сучасних глобальних тенденцій.

Сьогодні ринок кав'ярень в Україні активно інтегрується у концепцію так званої «третьої кавової хвилі», яка суттєво змінює як формат закладів, так і очікування споживачів. Для розуміння цієї трансформації доцільно звернутися до еволюції кавової культури. Першу хвилю характеризувала масовість споживання та орієнтація на доступність продукту (зокрема розчинної кави), що знайшло своє втілення у діяльності компаній на кшталт Folgers. Друга хвиля, започаткована такими брендами, як Peet's Coffee & Tea і Starbucks, акцентувала увагу на покращенні якості обсмаження, обслуговування, дизайну кав'ярень та створенні емоційного досвіду для клієнта.

Третя хвиля, в межах якої й реалізується обрана бізнес-ідея, передбачає принципово новий підхід до кави як до ремісничого продукту: з індивідуальним ставленням до походження зерна, методів обробки, точності приготування та особистісної взаємодії між бариста і клієнтом. У таких кав'ярнях, як пропонується у цьому проєкті, поєднується висока якість напою, професійність персоналу та ціннісна ідентичність бренду, зокрема, еко-свідомість, підтримка локальних виробників та створення затишного креативного простору для спілкування, відпочинку та розвитку міської культури.

В умовах реалізації обраного проєкту еко-орієнтованої кав'ярні у форматі «третьої кавової хвилі» ключова відмінність від попередніх етапів розвитку кавової культури полягає у переосмисленні самої сутності кави – її почали сприймати як унікальний продукт з індивідуальним "теруаром", подібно до вина. Якщо «друга хвиля» популяризувала використання кавових машин і стандартизованих рецептів у побутовому та комерційному середовищі, то «третя хвиля» зробила акцент на якості, прозорості походження та глибокій повазі до кожного етапу виробництва кави – від ферми до чашки.

Обрана концепція кав'ярні передбачає використання виключно свіжообсмажених зерен арабіки категорії *speciality*, які проходять усі етапи обробки відповідно до найвищих стандартів: ручний збір, контрольований процес ферментації, дбайливе сушіння, правильне зберігання та обсмаження в регіональних ростернях. Особливістю нашої кав'ярні є повна відкритість щодо походження зерна – клієнтам надається інформація про країну, регіон, фермерське господарство та особливості смакового профілю.

Високий рівень обслуговування забезпечується професійно підготовленими бариста, які не лише володіють технікою приготування різних способів заварювання, а й здатні провести дегустацію, розповісти про каву, порадити відповідний напій відповідно до смакових уподобань клієнта. У таких кав'ярнях бариста часто є учасниками національних або міжнародних чемпіонатів, що свідчить про високу майстерність і відданість кавовій культурі.

Таким чином, наша кав'ярня є не просто закладом громадського харчування, а культурним простором нового покоління, де кава стає об'єктом гастрономічного досвіду, а кожен гість є частиною відповідального та усвідомленого споживання.

Для новоствореного бізнесу обрано назву «Живе зерно», яка символізує природність, прозорість походження продукту та ідею свідомого споживання. Назва відображає основну концепцію кав'ярні – використання свіжообсмажених зерен арабіки категорії *speciality*, підтримку локальних

постачальників та формування культури відповідального ставлення до кави як до ремісничого продукту з «живим» характером і смаком.

Для вивіски, упаковки та соцмереж нашим слоганом є: «Кава, що дихає життям». Місія бренду: Ми створили "Живе зерно", щоб кава повернулася до свого джерела – землі, смаку й турботи. Ми обираємо зерна, що ростуть із любов'ю, підтримуємо українських фермерів і варимо каву з душею. У нашій кав'ярні кава – це більше, ніж напій. Це ритуал. Це зв'язок. Це живе життя.

З метою обґрунтованого вибору оптимального місця розташування кав'ярні «Живе зерно» у межах бізнес-проєкту, у дослідженні було складено порівняльну таблицю потенційних локацій в місті Одеса. Такий підхід дозволяє здійснити системний аналіз кожного варіанта з урахуванням цільової аудиторії, конкурентного середовища, економічної доцільності, рівня орендної плати, трафіку та відповідності концепції кав'ярні формату «третьої хвилі» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльний аналіз потенційних локацій для відкриття кав'ярні «Живе зерно» в м. Одеса

Локація	Цільова аудиторія	Переваги	Недоліки	Рекомендація
Центр (Дерибасівська / Грецька площа / Катерининська)	Туристи, креативний клас, офісні працівники	Атмосфера, висока прохідність, іміджеве розташування	Висока вартість оренди, конкуренція	Розглядати як головну локацію для флагманської кав'ярні
Французький бульвар / Аркадія	Молодь, мешканці новобудов, активна аудиторія	Сучасна забудова, платоспроможна аудиторія, попит на еко-теми	Менш туристичний потік, залежність від житлового ритму	Підходить для запуску як другої локації або формату slow-space
Район університетів (Преображенська / Політех / Пушкінська)	Студенти, викладачі, фрілансери	Активна молода аудиторія, лояльність, потенціал розвитку бренду	Менший середній чек, орієнтація на навчальний рік	Оптимально для формування стабільного потоку
ТЦ (Gagarinn Plaza, інші торгові центри)	Широке охоплення, випадкові клієнти	Висока прохідність, нижчі стартові витрати (формат острівця)	Обмежена атмосфера, складно передати філософію бренду	Підійде для тестування франшизної моделі або розширення

Джерело: створено автором.

Таблиця 1.2 дає можливість не лише виявити сильні та слабкі сторони кожної локації, а й сформуванати стратегію поетапного розвитку бізнесу – від відкриття флагманського закладу в центральній частині міста до потенційного масштабування в інші райони. Таким чином, представлений аналітичний інструмент сприяє прийняттю виваженого управлінського рішення на етапі запуску підприємницької діяльності та підвищує рівень обґрунтованості й ефективності реалізації проєкту.

Для реалізації бізнес-проєкту з відкриття кав'ярні «Живе зерно» було обрано комерційне приміщення за адресою: м. Одеса, вул. Троїцька, 45. Дане приміщення має загальну площу 150 м², що є достатнім для організації обслуговування клієнтів, технологічної зони приготування кави, санітарних приміщень, міні-складу та зони коворкінгу, передбаченої концепцією закладу.

Локація на вулиці Троїцькій – це центр міста з активним пішохідним і транспортним трафіком, поблизу розташовані офісні центри, навчальні заклади, заклади сфери послуг та житлова забудова, що формує змішану та постійну аудиторію потенційних клієнтів. Вулиця має зручну логістику та пішохідну доступність з прилеглих районів, що робить її привабливою для розміщення об'єктів ресторанного господарства.

Обране приміщення відповідає всім вимогам для організації кав'ярні у форматі «третьої хвилі» – воно має достатню площу, фасадний вхід, простір для зонування, а також потенціал для створення унікального інтер'єру, що підкреслює еко-орієнтовану концепцію. Оренда даного об'єкта є економічно доцільною та стратегічно виправданою з огляду на місцезосташування і відповідність цільовій аудиторії проєкту.

Таким чином, концепція бізнесу по відкриттю кав'ярні «Живе зерно» полягає в наступному.

Основною ідеєю є створення еко-орієнтованої кав'ярні у форматі «третьої кавової хвилі», яка поєднує високу якість кави, прозоре походження продукту, підтримку локальних виробників та відповідальне ставлення до навколишнього середовища. Кав'ярня «Живе зерно» функціонуватиме як простір свідомого

споживання, де кожна чашка кави має свою історію – від фермерського господарства до рук бариста.

У центрі концепції – використання зерен арабіки категорії *speciality*, що проходять ретельний контроль якості на всіх етапах: збір, обробка, обсмаження, приготування. Усі напої та страви готуються з використанням натуральних, сезонних і локальних інгредієнтів, що дозволяє підтримувати українських постачальників і формувати сталі бізнес-зв'язки. Екологічна складова втілюється у використанні багаторазового посуду, біорозкладної тари, програмі знижок за власну чашку та переробці кавової гущі.

Кав'ярня матиме зону комфортного перебування з елементами коворкінгу, де гості зможуть не лише випити кави, а й працювати, спілкуватися або відвідати події – майстер-класи, дегустації, тематичні вечори.

Таким чином, «Живе зерно» – це не лише заклад громадського харчування, а місце з філософією, де цінують якість, свідомість, локальність і теплі людські зв'язки.

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

Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері ресторанного бізнесу регулюються низкою нормативно-правових актів і передбачають виконання певних адміністративних, правових, санітарних та фінансових вимог, які забезпечують легальне та ефективне функціонування закладу громадського харчування.

1. Організаційно-правові умови. Підприємець має обрати організаційно-правову форму ведення діяльності – фізична особа-підприємець (ФОП) або юридична особа (ТОВ). Для малого бізнесу у сфері ресторанного господарства найчастіше обирають ФОП на спрощеній системі оподаткування (2 або 3 група), що дає змогу зменшити облік і звітність та сплачувати фіксовані податки [56].

2. Державна реєстрація. Для започаткування бізнесу необхідно: пройти реєстрацію у Єдиному державному реєстрі; обрати КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності), зокрема 56.10 – Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування, 56.30 – Обслуговування напоями; зареєструватися у податкових органах.

3. Дозвільна документація. Сфера ресторанного бізнесу передбачає обов'язкове отримання:

- дозволу від Держпродспоживслужби на початок роботи із продуктами харчування (реєстрація потужностей);
- висновку ДСНС про дотримання вимог пожежної безпеки;
- санітарного паспорту або проходження перевірки згідно з гігієнічними нормами;
- договорів на утилізацію відходів, вивезення сміття, дезінфекцію тощо.

Продаж алкоголю чи тютюну, на що обов'язково отримується ліцензія в новоствореному бізнесі не планується.

4. Вимоги до приміщення кав'ярні регламентуються ДБН та санітарно-епідеміологічними правилами. Приміщення має:

- мати чітке зонування (виробнича, обслуговування, складська зона);
- бути забезпечене водопостачанням, каналізацією, вентиляцією;
- відповідати нормам пожежної безпеки;
- мати доступ для осіб з інвалідністю (згідно з оновленими ДБН).

5. Кадрове забезпечення

Підприємець зобов'язаний:

- офіційно працевлаштувати персонал;
- забезпечити проходження медичних оглядів;
- дотримуватися трудового законодавства;
- організувати навчання з охорони праці та техніки безпеки.

6. Фінансово-економічна складова. Ресторанний бізнес зобов'язаний:

- вести фінансовий облік (через ПРРО або РРО — реєстратори розрахункових операцій);

- подавати податкову звітність;
 - формувати систему ціноутворення, калькуляцій, контролю залишків.
7. Маркетинг та легалізація бренду. Законодавство дозволяє:
- реєструвати торгову марку;
 - вести рекламу згідно із законом «Про рекламу» (зокрема з обмеженнями щодо алкоголю та дітей);
 - користуватись інструментами онлайн-просування (соцмережі, сайти, доставка) (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

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

Сфера регулювання	Зміст вимог	Примітки
Організаційно-правова форма	ФОП або ТОВ. Часто обирають ФОП на 2 або 3 групі спрощеної системи оподаткування.	Важливо для визначення податкового навантаження та звітності
Державна реєстрація	Реєстрація в ЄДР, вибір КВЕДів (56.10, 56.30), податкова реєстрація.	Необхідний перший крок для легального ведення бізнесу
Дозвільна документація	Реєстрація в Держпродспоживслужбі, дозвіл ДСНС, санітарний висновок, договори на відходи.	Обов'язково перед відкриттям
Приміщення	Відповідність ДБН, наявність вентиляції, води, каналізації, зонування.	Має відповідати санітарно-епідеміологічним нормам
Кадрове забезпечення	Офіційне працевлаштування, медогляди, охорона праці.	Обов'язкові вимоги трудового законодавства
Фінансова звітність	Ведення обліку, використання РРО/ПРРО, подання звітності.	Залежить від форми оподаткування
Маркетинг і реклама	Реєстрація ТМ, дотримання закону про рекламу, просування в мережі.	Особливо важливо для нових брендів

Джерело: створено автором за матеріалами: [36; 37].

Таким чином, підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства в Україні здійснюється в умовах чіткого нормативно-правового регулювання, яке охоплює реєстраційні, дозвільні, санітарні, трудові та фінансові аспекти. Дотримання цих умов забезпечує легітимність, безпечність та конкурентоспроможність бізнесу, зокрема при відкритті кав'ярні з сучасною концепцією, як-от «Живе зерно».

Важливою складовою функціонування кав'ярні відповідно до чинного законодавства є наявність так званого «куточка споживача». Його облаштування є обов'язковим для кожного закладу ресторанного господарства та передбачене Законом України «Про захист прав споживачів». Основна мета – забезпечити клієнтів відкритою, актуальною та доступною інформацією про підприємницьку діяльність закладу та їхні права як споживачів.

«Куточок споживача» повинен містити таку інформацію:

1. Повне найменування суб'єкта господарювання (ФОП або ТОВ), а також його місцезнаходження, код ЄДРПОУ, контактні дані.
2. Свідоцтво або витяг про державну реєстрацію (копія), що підтверджує легальну діяльність закладу.
3. Інформація про режим роботи кав'ярні, що має відповідати фактичному графіку обслуговування клієнтів.
4. Книга відгуків і пропозицій – має бути прошнурована, пронумерована та скріплена печаткою (у разі її наявності). Споживач має право залишити запис або звернення.
5. Правила надання послуг громадського харчування, розроблені згідно з вимогами чинного законодавства.
6. Контактна інформація контролюючих органів — адреси, телефони територіальних підрозділів Держпродспоживслужби, органів місцевого самоврядування, ДПСС, а також уповноважених органів у сфері захисту прав споживачів.

7. Ліцензії та дозволи (у разі реалізації алкоголю, тютюнових виробів, діяльності у сфері обслуговування тощо) – копії документів, що підтверджують право на таку діяльність.

8. Витяг або наказ про призначення відповідальної особи за роботу з клієнтами, яка має право надавати відповіді на звернення споживачів.

9. Санітарно-епідеміологічні документи (за потреби): дозвіл на роботу з продуктами харчування або документ про реєстрацію потужності в Держпродспоживслужбі.

Наявність та належне оформлення «куточка споживача» не лише відповідає вимогам законодавства, а й формує довіру з боку відвідувачів, демонструє відкритість закладу, а також може стати аргументом на користь вашого бренду в разі перевірки або спірних ситуацій.

У межах реалізації бізнес-проєкту кав'ярні «Живе зерно» важливу увагу слід приділити дотриманню вимог Податкового кодексу України щодо використання реєстраторів розрахункових операцій. Згідно з чинним законодавством, починаючи з 1 січня 2022 року, усі суб'єкти господарювання – платники єдиного податку II, III та IV груп зобов'язані застосовувати реєстратори розрахункових операцій (РРО) або програмні РРО (ПРРО) при здійсненні будь-яких розрахункових операцій, незалежно від виду діяльності чи обсягу доходу.

У зв'язку з цим, для законного приймання платежів у кав'ярні необхідно або придбати класичний касовий апарат (РРО), або встановити програмне забезпечення ПРРО, що функціонує як онлайн-каса. З урахуванням практики сучасних підприємств у сфері HoReCa та малого бізнесу, найбільш доцільним є впровадження саме програмного РРО, оскільки це зручно, економічно вигідно й відповідає формату мобільного обслуговування та цифрової звітності.

Переваги використання ПРРО: можливість формувати електронні чеки і надсилати їх клієнтам у режимі реального часу; інтеграція з мобільними пристроями (на базі Android) або ПК (на базі Windows); простота налаштування, автоматичне оновлення, економія на обладнанні.

Для систем на Android використовується архів із такими компонентами: PRRO.Check.apk – модуль для генерації електронних чеків; PRRO.Pos.apk – основний додаток «ПРРО Каса» для ведення операцій; Version – файл із технічною інформацією; ПРРО Каса – Керівництво користувача.doc – інструкція для налаштування.

Для Windows-систем доступна аналогічна програма, яка встановлюється за допомогою інсталяційного пакета setup.exe та містить відповідну документацію з версіями.

Таким чином, використання програмного РРО у кав'ярні «Живе зерно» є оптимальним рішенням, що забезпечує відповідність законодавству, комфорт для клієнтів і зручність для ведення обліку в цифровому форматі [52].

Для реалізації бізнес-ідеї у сфері ресторанного господарства на території України, зокрема для відкриття кав'ярні «Живе зерно», необхідно дотриматися комплексу обов'язкових організаційно-правових та технічних процедур. По-перше, слід пройти державну реєстрацію суб'єкта господарювання (ФОП або ТОВ), обравши відповідну систему оподаткування. По-друге, необхідно зареєструвати відповідні КВЕДи, які охоплюють діяльність у сфері приготування та реалізації напоїв (зокрема 56.10, 56.30).

Одним із ключових етапів є визначення та оформлення приміщення – оренда або купівля з обов'язковим дотриманням вимог до санітарного стану, пожежної безпеки та інженерних мереж. У разі планування вивіски чи іншого типу зовнішнього брендування обов'язково потрібно отримати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами від відповідного органу місцевого самоврядування.

Крім того, з метою здійснення розрахункових операцій згідно з вимогами Податкового кодексу України, необхідно встановити програмний реєстратор розрахункових операцій (ПРРО) або РРО, що забезпечить фіскалізацію продажів та легітимність обліку. Для оптимізації фінансового контролю також доцільно впровадити програмне забезпечення для ведення бухгалтерського й податкового обліку.

Отже, дотримання усіх законодавчо встановлених вимог є передумовою для законного, прозорого та ефективного функціонування кав'ярні «Живе зерно» та її подальшого сталого розвитку.

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

Відповідно до чинного законодавства України, здійснення підприємницької діяльності можливе лише після проходження процедури державної реєстрації суб'єкта господарювання – фізичної або юридичної особи. У межах реалізації бізнес-проєкту з відкриття кав'ярні «Живе зерно» доцільним і практично обґрунтованим є обрання організаційно-правової форми фізичної особи-підприємця (ФОП). Такий формат дозволяє максимально швидко розпочати господарську діяльність, скористатися перевагами спрощеної системи оподаткування, зменшити обсяг фінансової та податкової звітності, а також спростити процедури ведення бухгалтерського обліку, що є особливо важливим для малого бізнесу у сфері громадського харчування.

Процедура реєстрації ФОП регулюється Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань». Станом на сьогодні підприємець має змогу зареєструвати свою діяльність як онлайн – через державний портал «Дія», так і офлайн – у Центрі надання адміністративних послуг (ЦНАП). За сприятливих умов та правильно підготовлених документів, реєстрація відбувається протягом одного робочого дня, що дозволяє швидко перейти до наступних етапів організації бізнесу, включаючи укладення договору оренди, отримання дозволів і закупівлю обладнання.

Таким чином, вибір ФОП як форми підприємницької діяльності для реалізації проєкту кав'ярні «Живе зерно» є раціональним і адаптованим до

потреб малого бізнесу, що дозволяє швидко, законно та з мінімальними адміністративними витратами розпочати власну справу [54].

Організаційно-правова форма фізичної особи-підприємця (ФОП) є найбільш гнучким, зручним та економічно доцільним варіантом для відкриття кав'ярні «Живе зерно», що функціонуватиме у форматі малого підприємництва. Ця форма дозволяє власнику самостійно приймати управлінські рішення, оперативно реагувати на зміни в ринковому середовищі, змінювати асортимент, ціни, стратегію обслуговування клієнтів, а також зменшити витрати на адміністрування бізнесу.

В умовах нестабільного економічного середовища та високої конкуренції у сфері ресторанного господарства, саме ФОП забезпечує швидкий старт діяльності, мінімальне податкове навантаження (за умови використання спрощеної системи оподаткування) і спрощену звітність. Це особливо важливо для кав'ярні, яка на етапі запуску фокусується на локальному ринку, персоналізованому обслуговуванні та поступовому нарощуванні клієнтської бази.

ФОП дозволяє:

- офіційно працевлаштовувати персонал, укладати договори оренди, постачання та співпраці;
- вести діяльність з використанням ПРРО (програмного реєстратора розрахункових операцій);
- працювати з фізичними та юридичними особами на прозорих умовах;
- швидко масштабуватися в межах чинного законодавства, зберігаючи адміністративну простоту управління.

У разі подальшого розширення бізнесу – відкриття нових точок, залучення партнерів, інвесторів або реалізації франшизної моделі – доцільно буде розглянути перехід до організаційно-правової форми ТОВ (товариства з обмеженою відповідальністю), яка дозволяє розподіляти частки між співзасновниками, підвищити рівень корпоративного управління та брати участь у масштабніших проєктах.

Таким чином, для старту кав'ярні «Живе зерно» реєстрація ФОП є оптимальним інструментом для ефективного входження на ринок, забезпечення легальної діяльності та формування гнучкої основи для подальшого розвитку.

У процесі державної реєстрації кав'ярні «Живе зерно» важливим етапом є вибір відповідних видів економічної діяльності згідно з класифікацією КВЕД, що визначає офіційно дозволені напрями господарської діяльності підприємця. Правильно обрані КВЕДи не лише забезпечують легальність та прозорість бізнесу, але й дають змогу у подальшому працювати з контрагентами, брати участь у тендерах, оформлювати працівників та застосовувати відповідну систему оподаткування.

Для реалізації бізнес-проєкту з відкриття кав'ярні у форматі ресторанного господарства рекомендовано зареєструвати наступні КВЕДи:

56.10 – Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (основний КВЕД, що охоплює надання послуг із приготування та продажу страв і напоїв у кав'ярнях, кафе, бістро та інших подібних закладах);

56.30 – Обслуговування напоями (додатковий КВЕД, який дає змогу спеціалізуватися на реалізації гарячих і холодних напоїв, зокрема кави, чаю, соків, смузі, тощо);

47.99 – Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами (актуальний у разі реалізації кави в зернах, аксесуарів або товарів з доставкою/онлайн);

82.30 – Організування конгресів і торговельних виставок (як додатковий напрямок – на випадок організації кавових майстер-класів, подій чи дегустацій).

Обрані КВЕДи повністю відповідають концепції кав'ярні «Живе зерно», забезпечують легальну, гнучку та багатофункціональну діяльність, відкриваючи можливості як для класичного кавового обслуговування, так і для онлайн-продажів, подієвого маркетингу та розвитку партнерських ініціатив. Це дозволяє не лише дотримуватись вимог чинного законодавства, а й закласти основу для довгострокового й масштабованого бізнесу. (табл.1.4).

Обґрунтування обраних видів економічної діяльності (КВЕД) для кав'ярні
«Живе зерно»

КВЕД	Назва	Обґрунтування вибору
56.10	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	Основний вид діяльності кав'ярні. Передбачає приготування та реалізацію страв і напоїв у закладі громадського харчування, у тому числі обслуговування із собою.
56.30	Обслуговування напоями	Актуальний для кав'ярень, що спеціалізуються на приготуванні кави, чаю, какао, соків, смузі та інших напоїв. Відповідає формату кав'ярні третьої хвилі.
47.99	Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами	Дозволяє продавати каву в зернах, аксесуари, подарункові набори через інтернет або доставку. Розширює комерційні можливості бізнесу.
82.30	Організування конгресів і торговельних виставок	Забезпечує правові підстави для проведення майстер-класів, дегустацій, подій для клієнтів і просвітницьких заходів у кав'ярні.

Джерело: розробка автора за матеріалами: [25].

Таким чином, вибір КВЕДів для кав'ярні «Живе зерно» повинен бути стратегічно продуманим з урахуванням не лише основної діяльності, але й потенційних напрямів розвитку, що дасть змогу максимально ефективно використовувати можливості українського законодавства для масштабування бізнесу.

Після реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) у межах реалізації бізнес-проєкту з відкриття кав'ярні «Живе зерно», наступним обов'язковим кроком є постановка на облік у податкових органах, а також вибір системи оподаткування, що відповідає обсягам запланованої діяльності, чисельності персоналу та формату роботи закладу.

Для кав'ярні, яка на початковому етапі функціонуватиме як невелике підприємство у сфері громадського харчування, найбільш оптимальною є спрощена система оподаткування (єдиний податок) – III група. Ця система дозволяє працювати без застосування ПДВ, за фіксованою ставкою з обороту

(3% або 5% залежно від статусу платника ПДВ), що значно спрощує ведення фінансового обліку та зменшує адміністративне навантаження.

Важливим аспектом функціонування закладу є також здійснення фіскалізації готівкових та безготівкових розрахунків з покупцями, яка відповідно до вимог Податкового кодексу України, є обов'язковою для всіх ФОП II–IV групи, незалежно від обсягу доходу чи виду діяльності. З цією метою необхідно зареєструвати реєстратор розрахункових операцій (РРО) або програмний РРО (ПРРО).

З огляду на формат кав'ярні «Живе зерно», який передбачає гнучкість, мобільність та цифровізацію процесів, найбільш доцільним є використання ПРРО – програмного забезпечення, яке виконує функції фіскального касового апарата, проте не потребує придбання окремого фізичного обладнання. ПРРО можна встановити на смартфон, планшет або ноутбук, що дозволяє:

- фіксувати продажі у режимі реального часу;
- формувати та надсилати електронні чеки клієнтам;
- автоматично передавати звітність до податкової;
- мінімізувати витрати на придбання касових апаратів та обслуговування.

Крім того, ПРРО – це гнучке рішення для кав'ярні третьої хвилі, яка цінує мобільність, швидкість обслуговування та цифрову інтеграцію з обліковими програмами.

Після державної реєстрації ФОП для кав'ярні «Живе зерно» необхідно оперативно стати на облік у податковій службі, обрати відповідну систему оподаткування (оптимально – спрощену) та впровадити ПРРО як сучасний, зручний та економічно ефективний інструмент фіскального обліку. Це забезпечить відповідність чинному законодавству, прозору фінансову звітність і комфорт для клієнтів закладу.

У межах бізнес-проекту з відкриття кав'ярні «Живе зерно» особливу увагу слід приділити доцільності вибору системи оподаткування, оскільки саме вона визначає розмір податкового навантаження, рівень фінансової звітності та ступінь адміністративної складності ведення бізнесу.

З огляду на те, що кав'ярня на стартовому етапі буде функціонувати як малий бізнес, орієнтований на місцеву аудиторію, без великої кількості найманих працівників і з контрольованими обсягами виторгу, оптимальним варіантом є спрощена система оподаткування – III група єдиного податку. Цей формат підходить для фізичних осіб-підприємців, які:

- не перевищують доходу в 9 336 000 грн на рік, тобто 1167 розмірів мінімальної заробітної плати, яка становить станом на 2025 рік 8 000 грн.;
- не мають потреби бути платниками ПДВ (або навпаки — мають вибір між 5% без ПДВ і 3% з ПДВ);
- не займаються забороненими для спрощенців видами діяльності;
- прагнуть мінімізувати обсяг обов'язкової бухгалтерської та податкової звітності (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Обґрунтування переваг вибору ФОП 3-ї групи для кав'ярні «Живе зерно»

Критерій	Характеристика та обґрунтування
Швидкість запуску бізнесу	ФОП можна зареєструвати онлайн через портал «Дія» або офлайн за 1 день, що дозволяє швидко розпочати діяльність кав'ярні.
Простота адміністрування	Спрощена система оподаткування 3-ї групи передбачає фіксовану ставку (5% без ПДВ або 3% з ПДВ), мінімальний обсяг бухгалтерської звітності.
Фінансові витрати	ФОП 3-ї групи не потребує ведення повного бухгалтерського обліку або аудиту, що знижує витрати на адміністративне супроводження бізнесу.
Можливість працювати з юрособами	ФОП 3-ї групи може укладати договори з юридичними особами, що є актуальним у разі співпраці з постачальниками, орендодавцями, сервісами доставки тощо.
Зручність фіскалізації	Можливість використовувати програмний РРО (ПРРО) без купівлі касового апарату — економічне та гнучке рішення для роздрібного бізнесу.
Гнучкість масштабування	ФОП можна адаптувати до зростання бізнесу, а в разі потреби — безперешкодно перейти на іншу форму господарювання (наприклад, ТОВ).

Джерело: створено автором за матеріалами: [18].

Для кав'ярні такого типу, де передбачено продаж кавових напоїв, супутніх товарів, проведення подій, III група дає змогу:

- вести прозорий бізнес без складного бухгалтерського обліку;
- працювати з юридичними особами й фізичними клієнтами;
- легко масштабуватись, зберігаючи стабільний податковий режим;
- зосередитись на розвитку бренду та сервісу, а не на адміністративних процедурах.

Вибір спрощеної системи оподаткування (єдиний податок, III група) для кав'ярні «Живе зерно» є найбільш доцільним та ефективним рішенням на етапі запуску бізнесу. Він забезпечує гнучкість, зручність у веденні справ, податкову передбачуваність і адаптивність до змін ринкової ситуації, що особливо важливо для малого підприємництва у сфері ресторанного господарства. У разі подальшого масштабування, правова форма та система оподаткування можуть бути адаптовані до нових потреб бізнесу.

Наступним етапом у процесі організації діяльності кав'ярні «Живе зерно» є укладення договору оренди комерційного приміщення, яке слугуватиме основною локацією для обслуговування клієнтів. Вибране приміщення має відповідати санітарно-гігієнічним, протипожежним та технічним нормам, що висуваються до закладів громадського харчування.

Зокрема, об'єкт оренди повинен забезпечувати:

- наявність водопостачання, каналізації, вентиляції, електропостачання з відповідною потужністю;
- умови для організації технологічних зон: приготування кави, мийки посуду, зберігання сировини, санітарних приміщень;
- відповідність вимогам державних будівельних норм (ДБН) та рекомендаціям Держпродспоживслужби;
- можливість зонування простору для зали обслуговування, кавової станції та потенційної коворкінг-зони.

Правильний вибір приміщення й юридично грамотно оформлений договір оренди є фундаментальними умовами легального функціонування кав'ярні, а

також гарантією безпеки, зручності для клієнтів і відповідності нормам контролюючих органів.

У контексті реалізації бізнес-проекту з відкриття кав'ярні «Живе зерно» доцільно окремо розглянути питання необхідності ліцензування обраного виду підприємницької діяльності. Згідно з чинним законодавством України, зокрема Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності», лише окремі напрями підприємництва підлягають обов'язковому ліцензуванню, серед яких визначальне місце займає реалізація підакцизних товарів, таких як алкогольні напої та тютюнові вироби.

Водночас, відповідно до концепції кав'ярні «Живе зерно», що базується на ідеї еко-свідомого споживання, високої якості кави, локальних інгредієнтів та відмови від підакцизної продукції, передбачене виключно надання послуг з приготування та реалізації безалкогольних напоїв, кави, чаю, десертів і легких закусок. Таким чином, діяльність кав'ярні відноситься до сфери громадського харчування у межах КВЕД 56.10 та 56.30 і не потребує отримання ліцензії.

Варто зазначити, що відсутність обов'язку ліцензування суттєво спрощує процес відкриття закладу, знижує адміністративне навантаження на підприємця та дозволяє зосередитись на ключових аспектах запуску бізнесу – пошуку приміщення, формуванні асортименту, підборі персоналу, оформленні дозвільної документації та реалізації маркетингової стратегії.

Крім того, з позиції філософії бренду «Живе зерно», відмова від алкогольної складової підкреслює ідейну цілісність проекту, орієнтованого на здоровий спосіб життя, культурне споживання кави та створення простору для свідомого відпочинку. Це відповідає актуальним суспільним тенденціям, зокрема популяризації кав'ярень третьої хвилі як місць, що поєднують гастрономічну якість, естетику простору та соціальну відкритість.

Отже, відсутність потреби у ліцензії на діяльність кав'ярні «Живе зерно» є не лише юридично обґрунтованою, але й функціонально виправданою в контексті загальної концепції закладу, дозволяючи ефективно реалізувати бізнес-ідею без додаткових процедурних обмежень.

Таким чином, для новоствореної кав'ярні «Живе зерно» найбільш доцільним рішенням є обрання третьої групи спрощеної системи оподаткування, оскільки вона дозволяє оптимізувати податкові зобов'язання, мінімізувати адміністративні витрати, а також забезпечити зручну та прозору організацію фінансово-господарської діяльності. Такий підхід є особливо ефективним для малого бізнесу у сфері громадського харчування, який прагне швидкого запуску, простоти обліку та гнучкості у прийнятті управлінських рішень.

Висновки до розділу 1

1. У результаті аналізу було визначено, що концепція еко-орієнтованої кав'ярні з локальними інгредієнтами, сталими постачаннями та підтримкою свідомого споживання є актуальною та конкурентоспроможною нішею. Обраний формат кав'ярні третьої хвилі відрізняється якістю, сервісом та ідейною цілісністю. Аналіз існуючих форматів кав'ярень дозволив обірвати найбільш адекватну концепцію щодо цільової аудиторії та сучасних трендів.

2. Правові та санітарні умови ведення бізнесу у сфері ресторанного господарства регламентуються чітко законодавчо. Суттєвими етапами є відповідна реєстрація, оформлення КВЕД, отримання дозволів, використання ПРРО/РРО та налаштування податкової системи. Важливим фактором є забезпечення контролю за якістю обслуговування, правової інформацією та забезпечення прозорості діяльності.

3. Обрання організаційно-правової форми ФОП та спрощеної системи оподаткування (ІІІ група) є оптимальним варіантом для малого бізнесу у сфері кавової діяльності. Це дає змогу швидко розпочати діяльність, забезпечує мінімальне податкове навантаження та спрощує ведення обліку. Обрані КВЕДи (основний 56.10, додаткові 56.30, 47.99, 82.30) дозволяють широкий спектр діяльності та масштабування закладу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ

2.1. Аналіз ринку ресторанного господарства в Україні та м. Одеса

Сфера ресторанного господарства в Україні є одним із динамічних сегментів сфери послуг, що чутливо реагує на соціально-економічні зміни, вподобання споживачів і глобальні тренди. Станом на 2024 рік ринок демонструє поступове відновлення після кризових явищ, спричинених пандемією COVID-19 та повномасштабною війною, при цьому відбувається трансформація структури попиту, зміна споживчої поведінки, а також зростає інтерес до концептуальних і тематичних закладів.

За даними Державної служби статистики України, на початку 2024 року в країні функціонувало близько 14,8 тис. закладів ресторанного господарства, серед яких домінують кафе, кав'ярні та закусочні, що складають понад 60% від загальної кількості. Водночас за останні роки спостерігається зниження частки класичних ресторанів на користь демократичніших форматів – fast casual, eco-friendly, take-away та mobile coffee.

Однією з ключових тенденцій є зростання популярності закладів з екологічною філософією, прозорим походженням продуктів, локальними постачальниками та стійкими підходами до споживання. Формується нова культура відвідування кав'ярень як місць не лише харчування, а й комунікації, співпраці, культурного обміну. Це відповідає світовим трендам «третьої хвилі» кавової культури, які активно поширюються в українських містах.

Щодо регіональної специфіки, Одеса традиційно залишається одним із найбільш перспективних ринків ресторанного господарства. За оцінками галузевих оглядів, у місті діє понад 1 500 закладів громадського харчування, включно з мережевими, авторськими та локальними закладами. Серед них суттєву частку займають кафе і кав'ярні, що обслуговують щоденний попит

мешканців, туристів, студентів та офісних працівників. Туристична привабливість міста також підтримує сезонну активність ринку, особливо в центральній частині та прибережних районах.

На ринку кав'ярень Одеси виділяються три основні сегменти:

- мас-маркет (to-go) – точкові кавові кіоски та франшизні формати з базовим асортиментом;
- середній сегмент (кав'ярні + десерти) – заклади зі сталою локацією, дизайном, розширеним меню;
- преміальний сегмент (кава третьої хвилі) – авторські кав'ярні з зерном speciality, альтернативними методами приготування, еко-концепцією.

Станом на 2024 рік найбільшу динаміку розвитку демонструє середній і преміальний сегмент, що зумовлено зростанням запиту на якісний сервіс, естетику простору та гастрономічну складову. У цьому контексті особливо актуальною стає кафе-орієнтація на локальні продукти, еко-підхід та освітню функцію, що дозволяє диференціюватися на конкурентному ринку.

Таким чином, ринок ресторанного господарства в Україні та місті Одеса характеризується позитивною динамікою розвитку, зростаючою культурою споживання кави, попитом на інноваційні формати та високим потенціалом для впровадження концептуальних проєктів, як-от еко-орієнтована кав'ярня «Живе зерно». Це відкриває сприятливі можливості для входження на ринок із унікальною пропозицією, орієнтованою на сучасного споживача.

Упродовж 2022–2024 років ринок кав'ярень в Україні, зокрема в місті Одеса, демонстрував позитивну динаміку розвитку, незважаючи на складні соціально-економічні обставини, спричинені повномасштабною війною. За даними галузевих джерел, станом на квітень 2024 року кількість кав'ярень в Україні зросла на 35% у порівнянні з груднем 2021 року, що свідчить про стійке відновлення та адаптивність цього сегмента до кризових умов. Такий приріст пояснюється підвищеним попитом на каву як на щоденний і доступний продукт, а також збільшенням інтересу споживачів до закладів з унікальною атмосферою, якістю напоїв і зручним форматом обслуговування [8].

Особливої популярності набули формати take away та мобільні кав'ярні, які дозволяють швидко масштабуватись, бути ближчими до споживача та оперативно змінювати локацію відповідно до потоку клієнтів. Ці формати забезпечують гнучкість ведення бізнесу, що стало ключовою конкурентною перевагою в умовах нестабільності.

У місті Одеса, як одному з провідних туристичних і культурних центрів України, ринок кав'ярень також демонструє високі темпи зростання. За статистикою 2021 року, Одеса займала 7,4% від загальної кількості кав'ярень по країні, поступаючись лише Києву та Харкову. Упродовж 2022–2024 років тут активно розвивались кафе-мережі та франшизні проєкти. Зокрема, мережа CoffeeOcean відкрила кілька нових закладів у різних районах міста, включаючи Аркадію, Італійський бульвар та ТЦ «Афіни», що підтверджує інвестиційну привабливість регіону та високу платоспроможність місцевої аудиторії.

Серед ключових ринкових тенденцій можна виокремити:

- стабільно високий попит на каву, що залишається одним з найулюбленіших щоденних напоїв українців;
- активне впровадження інновацій – від нових форматів обслуговування до розширення меню з урахуванням трендів на здорове харчування та локальні продукти;
- зростання попиту на франшизи, що забезпечують швидке входження на ринок завдяки впізнаваності бренду та готовій бізнес-моделі.

Таким чином, ринок кав'ярень в Україні загалом та в місті Одеса зокрема характеризується позитивною динамікою, високою адаптивністю та готовністю до впровадження інновацій. Це створює сприятливі умови для реалізації нових проєктів, зокрема еко-орієнтованої кав'ярні «Живе зерно», яка поєднує гастрономічну якість, соціальну відповідальність і актуальні тренди в харчуванні.

Поглиблений аналіз обсягів зовнішньої торгівлі кавою в Україні у 2023–2022 роках, згідно з офіційними даними Державної служби статистики України, засвідчує суттєве переважання імпорту над експортом. Так, у 2023 році обсяг

експорту кави становив 15,0 млн дол. США, а вже у 2022 році зріс до 15,9 млн дол. США, демонструючи незначну, але позитивну динаміку. Водночас показники імпорту були значно вищими: у 2023 році він складав 251,3 млн дол. США, а у 2022 році збільшився до 266,7 млн дол. США, що вказує на зростання внутрішнього попиту на кавову продукцію [9].

Частка експорту у загальній структурі зовнішньоторговельного обороту залишалась низькою – 0,03% у 2023 році та 0,02% у 2022 році, тоді як частка імпорту у ці роки становила відповідно 0,46% та 0,37%. Ці дані свідчать про те, що ринок кави в Україні орієнтований переважно на імпорт, і ввезення кавових зерен здійснюється насамперед з метою задоволення внутрішніх споживчих потреб, зокрема у закладах ресторанного господарства, кав'ярнях і роздрібній торгівлі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Структура експорту-імпорту кави в Україні у 2023–2022 роках

Назва показника	Експорт				Імпорт			
	2023 млн дол. США	2022 млн дол. США	2023 р у % до 2022 р	у % до загального обсягу	2023 млн дол. США	2022 млн дол. США	2023 р. у % до 2022 р.	у % до загального обсягу
Усього	49 191,8	68 072,3	138,4	100,0	54 336,1	72 843,1	134,1	100,0
Кава	15,0	15,9	105,9	0,0	251,3	266,7	106,1	0,4
Частка, %	0,03	0,02	-	-	0,46	0,37	-	-

Джерело: сформовано автором за матеріалами [58; 62].

На початку аналізу території залежкави доцільно підкреслити, що Україна є повністю від імпорту цієї продукції, вирощування кави на її території неможливо через несприятливі природно-кліматичні умови. Повноцінний виробничий цикл, який включає вирощування кавових дерев, нехарактерний для України, оскільки ця культура потребує тропічного клімату. Таким чином, вітчизняні підприємства працюють переважно з імпортованими зеленими зернами, які далі підлягають сепарації, обсмажуванню в ростерах, помолу та фасуванню. Частина кави готується у вигляді купажів. Тому в Україні

виробниками кави вважаються ті компанії, які спеціалізуються саме на переробці імпортової сировини та виготовленої продукції кавової групи.

В Україні спостерігається стабільна тенденція до зростання переробки кавових зерен та популяризації споживання натуральної кави. Цей сегмент ринку активно розвивається, насамперед завдяки великій кількості невеликих підприємств, які відкривають мобільні кав'ярні в локаціях з високим пішохідним трафіком. Найдинамічніше зростає формат кавових островців – невеликих точок продажу в торговельних центрах, на ринках, у транспортних вузлах. Така модель приваблює підприємців завдяки низьким стартовим інвестиціям, швидкій окупності та простоті організації.

У 2020–2021 роках рівень споживання кави в Україні демонстрував стрімке зростання. Однак у 2022 році цей показник знизився на 4,6 тис. тонн порівняно з попереднім роком через російське вторгнення, що зумовило зменшення імпортованих поставок і тимчасове падіння попиту. Водночас у 2023 році, за оцінками міжнародних джерел, Україна спожила 3,97% світового обсягу кави, що становило близько 6,57 млн кавових мішків

Сучасні кав'ярні в Україні вже давно вийшли за межі просто точок продажу напоїв. Це повноцінні заклади ресторанного господарства, де процес приготування кави ґрунтується на індивідуальному підході до клієнта, знаннях бариста та естетиці обслуговування. Вони стали важливим елементом культури гостинності та демонстрацією гастрономічної ідентичності міста й країни. Кав'ярні формату take away, а також кафе-кондитерські залишаються серед найпопулярніших серед споживачів завдяки швидкому обслуговуванню та зручному формату.

Аналіз ринку кав'ярень у м. Одеса засвідчив, що найпоширенішими є кавові островці, за ними йдуть мобільні кав'ярні (на колесах), тоді як великі стаціонарні кав'ярні займають відносно меншу частку. Це підтверджує тенденцію до мініатюризації бізнес-моделей у сфері кавового обслуговування, які орієнтуються на швидкий сервіс і мобільність. У такому контексті створення національного бренду кав'ярні може стати не лише прибутковою

справою, а й потужним інструментом формування позитивного іміджу країни через гастрономічну культуру (рис. 2.1).

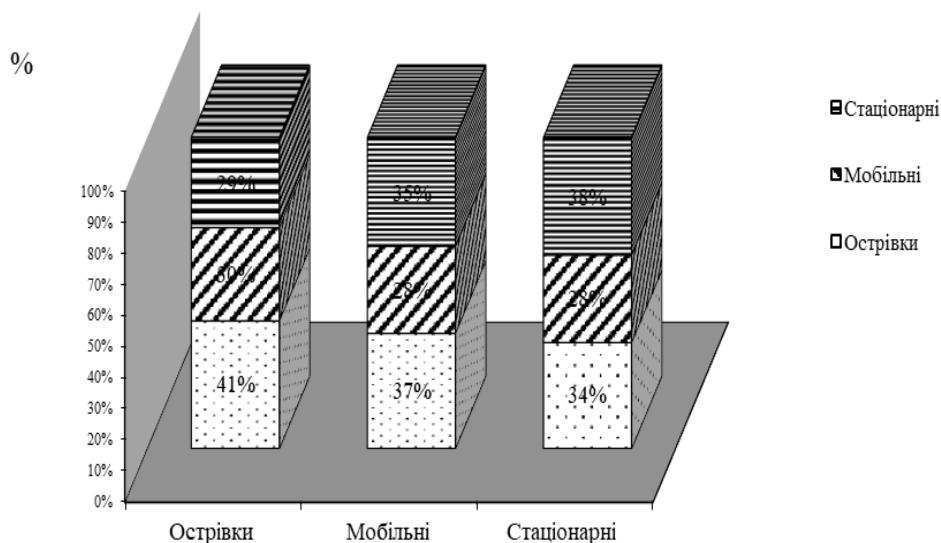


Рис. 2.1. Структура кав'ярень за форматами в Україні у 2020–2022 рр.
(Джерело: розроблено автором за матеріалами: [57; 58])

На основі аналізу аналітичних джерел [57; 58] можна виокремити низку характерних тенденцій, які визначають сучасний стан кавової індустрії в Україні. З початком повномасштабної війни відбулася географічна релокація частини кавового бізнесу: значна кількість виробників, обсмажувальників і дистриб'юторів перемістили свої потужності до Західної України, де ситуація є відносно стабільнішою. Водночас через блокування морських портів у Чорному морі суттєво змінилися логістичні шляхи імпорту кавових зерен. Постачання кави стало можливим завдяки співпраці з 51 країною, з яких велика частка припадає на реімпортні канали. Основними країнами-постачальниками є Польща (18%) та Італія (16%).

Близько 40% обсягів внутрішнього споживання кави було забезпечено через так звані «сухопутні коридори», що пролягають через західні пункти пропуску. У той же час експорт до низки країн, зокрема Білорусі, Молдови, РФ, Грузії та Німеччини, було припинено, що призвело до втрати близько 0,2 млн дол. США щороку. За даними Державної служби статистики України, роздрібний товарообіг кави у 2021 році становив 7,88 млрд грн, однак у 2022

році він скоротився на 160,3 млн дол. США внаслідок воєнних дій та зменшення ділової активності.

Найбільших втрат кавовий сектор зазнав у таких регіонах, як Донецька, Київська, Одеська, Харківська, Херсонська та Чернігівська області, де були частково або повністю знищені заклади ресторанного господарства, кавові автомати, точки роздрібної торгівлі та логістичні об'єкти.

Попри складну ситуацію, ринок має значний потенціал до розвитку, особливо в столиці. Згідно з аналітикою Pro-Consulting, основна частина споживання кави в Україні припадає на домашнє використання – 54%, тоді як кафе й кав'ярні займають 26%, ще 16% – це споживання в офісах, і 4% – в інших місцях. У структурі зовнішньоекономічної діяльності м. Одеса у 2021 році експорт кавових зерен становив 1,4 млн дол. США, що дорівнює 0,01%, у той час як імпорт перевищив 12,4 млн дол. США (0,4%). Така статистика підтверджує переважну імпорتنу залежність та формування сталого попиту на каву як з боку споживачів, так і бізнесу.

Ринок кави в Україні, зокрема в місті Одеса, має значний потенціал для зростання, однак функціонує в умовах низки структурних, економічних та логістичних проблем, що стримують його повноцінний розвиток. Сучасні виклики, пов'язані з повномасштабною війною, трансформацією споживчого попиту, зростанням цін на імпорتنу сировину та змінами логістичних ланцюгів, потребують комплексного аналізу та пошуку ефективних шляхів подолання.

Серед ключових проблем, що впливають на розвиток кавового сектору, слід виділити:

1. Імпортозалежність та нестабільність логістики. Україна повністю залежить від імпорту кавових зерен через відсутність можливостей вирощування кави в природно-кліматичних умовах країни. Після блокування морських портів Чорного моря імпорт відбувається переважно через сухопутні коридори, що підвищує логістичні витрати та ускладнює постачання сировини.

2. Висока чутливість до валютних коливань. Імпортна складова формує значну частку собівартості кави, тому коливання курсу гривні безпосередньо впливають на роздрібну ціну продукції та маржинальність бізнесу.

3. Зменшення платоспроможного попиту. Економічна нестабільність, міграція населення, закриття частини бізнесів у прифронтових регіонах призводять до зниження обсягу внутрішнього ринку, особливо в південних та східних областях.

4. Нерівномірний розвиток інфраструктури. У той час як Київ, Львів, Одеса демонструють позитивну динаміку у сфері кавового бізнесу, у малих містах і сільській місцевості спостерігається низький рівень проникнення сучасних кав'ярень, обмеженість франшизних моделей та нестача професійних бариста.

5. Брак кваліфікованих кадрів. Недостатній рівень підготовки персоналу в сфері кавової культури (обсмажування, сервірування, приготування альтернативної кави) обмежує можливості формування повноцінного досвіду споживання, характерного для кав'ярень третьої хвилі.

Для подолання наявних бар'єрів та забезпечення сталого розвитку ринку кави в Україні та в місті Одеса зокрема, доцільно реалізувати наступні напрямки (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Шляхи розвитку ринку кави в Україні

Напрямок розвитку	Характеристика та обґрунтування
Розвиток внутрішньої переробки кави	Інвестування у малі та середні ростерні дозволяє зменшити залежність від імпорту обсмаженої кави, підвищити якість продукту та сформувати локальні бренди.
Диверсифікація логістики	Розширення наземних транспортних маршрутів і міжнародних партнерств дозволяє мінімізувати ризики поставок через заблоковані морські порти.
Підтримка малого бізнесу та франчайзингу	Розвиток мікроформатів кав'ярень, таких як мобільні кав'ярні й острівці, сприяє зайнятості, зниженню бар'єру входу та розвитку підприємництва.

Освітні ініціативи	Підвищення кваліфікації бариста, створення навчальних програм і кавових академій покращують якість обслуговування та споживчого досвіду.
Екоорієнтований розвиток	Запровадження сталих практик – використання біорозкладної упаковки, співпраця з локальними постачальниками – підвищує лояльність клієнтів і відповідає світовим трендам.

Джерело: розроблено автором за матеріалами: [57; 58; 61; 62].

Таким чином, ринок кави в Україні перебуває у фазі структурних змін, які створюють як виклики, так і нові можливості. Місто Одеса, з огляду на сформовану кавову культуру, активне туристичне життя та підприємницький потенціал, є перспективною платформою для впровадження інноваційних форматів кав'ярень, зокрема таких, що орієнтовані на якість, локальність та екологічність. Це відкриває нові горизонти для реалізації концептуальних бізнесів на кшталт кав'ярні «Живе зерно», що поєднує гастрономічну якість із соціальною відповідальністю.

Ринок кавового бізнесу в Україні охоплює декілька ключових сегментів, які формуються залежно від формату закладу, способу обслуговування, цільової аудиторії та концептуальної спеціалізації. Кожен із цих сегментів має свої особливості функціонування, рівень стартових інвестицій, темпи розвитку та попит з боку споживачів. Умовно ринок кав'ярень можна поділити на основні напрями, кожен з яких відіграє важливу роль у задоволенні потреб різних груп клієнтів та формуванні загальної динаміки галузі (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні сегменти ринку кавового бізнесу в Україні

Сегмент	Основні характеристики	Цільова аудиторія	Приклади/особливості
Кав'ярні стаціонарні	Заклади з повним спектром послуг, включаючи обслуговування, посадкові місця, розширене меню	Міські жителі, туристи, фрілансери, молодь	Класичні кав'ярні, кав'ярні третьої хвилі

Мобільні кав'ярні	Формат на колесах або стендах, зручний для масових заходів і вуличної торгівлі	Перехожі, учасники подій, офісні працівники	Фудтраки, кавові велосипеди, тимчасові точки
Кавові острівці	Компактні точки в торгових центрах, вокзалах, бізнес-центрах	Покупці, співробітники офісів, пасажери	Формат take-away, швидке обслуговування
Франчайзингові мережі	Формати з уніфікованим брендом, підтримкою й стандартами якості	Підприємці, що бажають готове рішення	Lviv Croissants Coffee, Aroma Kava, CoffeeOcean
Спеціалізовані кавові бутики	Заклади, що спеціалізуються на продажу зерен, аксесуарів, дегустаціях	Кавові ентузіасти, гурмани	Обсмажування на місці, альтернативні методи заварювання

Джерело: створено автором на основі [69].

Узагальнення зібраної інформації дозволяє зробити висновок, що ринок кавового бізнесу в Україні, зокрема у місті Одеса, демонструє позитивну динаміку розвитку, незважаючи на зовнішні економічні та соціальні виклики. Високий попит на якісний кавовий продукт, зростання культури споживання, популярність мобільних форматів та поява кав'ярень «третьої хвилі» створюють сприятливе середовище для реалізації підприємницьких ініціатив. Водночас, адаптація до нових умов – через впровадження екологічних практик, розширення асортименту, цифровізацію обслуговування та розвиток локальних партнерств – виступає ключовим чинником успіху сучасних кавових проєктів. Це підтверджує перспективність обраної бізнес-ідеї створення еко-орієнтованої кав'ярні «Живе зерно», яка поєднує гастрономічну якість, цінності сталого розвитку та сучасний формат взаємодії з клієнтом.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу

В умовах високої насиченості ринку та постійної зміни споживчих вподобань оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу стає ключовим елементом стратегічного планування та забезпечення довгострокової життєздатності підприємства. Для новоствореної кав'ярні, яка функціонуватиме у середовищі з великою кількістю гравців, особливо актуальним є виявлення та чітке позиціонування своїх сильних сторін, що дозволяють не лише ефективно конкурувати, а й формувати унікальну ринкову пропозицію.

Необхідність такого аналізу зумовлена потребою адаптації бізнес-моделі до сучасних умов, швидкого реагування на зовнішні виклики, а також побудови бренду з високою емоційною цінністю для клієнтів. Визначення внутрішніх переваг дає змогу сфокусуватися на тих аспектах, які створюють додану вартість – таких як якість продукції, формат обслуговування, концепція закладу, рівень сервісу, унікальний асортимент, екологічні підходи та партнерство з локальними виробниками.

Таким чином, проведення всебічної оцінки внутрішніх конкурентних переваг є необхідною передумовою для ефективного позиціонування кав'ярні «Живе зерно» на ринку, реалізації її потенціалу та забезпечення сталої конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

Згідно з проведеним дослідженням, основну цільову аудиторію кав'ярні «Живе зерно» становлять активні мешканці міста Одеса віком від 20 до 40 років, які цінують якісну каву, комфортну атмосферу та відповідальний підхід до споживання. Це переважно студенти, фрілансери, молоді спеціалісти, працівники офісів, представники креативних індустрій, а також свідомі споживачі, що підтримують локальні ініціативи та надають перевагу екологічному стилю життя.

Окрему групу також складають туристи, які шукають автентичний досвід, місцеві жителі, що віддають перевагу затишним кав'ярням з авторськими

напоями, а також молоді родини, які обирають простори з комфортним інтер'єром і безпечним середовищем для відпочинку.

Цільова аудиторія демонструє високий рівень зацікавленості в продуктах категорії *speciality*, відкритість до нових смакових рішень, позитивно сприймає еко-формати, цінує естетику інтер'єру, сервіс і соціальну відповідальність бізнесу. Це дає підстави для формування орієнтованої маркетингової стратегії, що поєднує емоційний брендинг, етичну комунікацію та створення спільноти навколо кав'ярні.

Реалізація кавового проєкту значною мірою визначається здатністю сформувати унікальну ціннісну пропозицію, яка дозволить закладу вигідно вирізнятися серед численних конкурентів на ринку ресторанного бізнесу. Для цього необхідно комплексно враховувати низку ключових чинників, які безпосередньо впливають на формування внутрішніх конкурентних переваг кав'ярні «Живе зерно». Зокрема, до таких чинників належать: якість і походження кавових зерен, професійний рівень персоналу, атмосфера закладу, інноваційність сервісу, екологічність концепції, гнучкість бізнес-моделі та ефективність взаємодії з клієнтами. Врахування цих аспектів дозволяє створити сильний бренд із високою емоційною цінністю, що сприятиме стабільному розвитку бізнесу та формуванню лояльної аудиторії.

Саме зазначені чинники доцільно враховувати при формуванні стратегічної моделі розвитку кав'ярні «Живе зерно» та під час оцінювання її потенційної конкурентоспроможності на локальному ринку ресторанного бізнесу м. Одеса. Для об'єктивної оцінки внутрішніх конкурентних переваг новоствореної кав'ярні необхідно провести детальний аналіз конкурентного середовища в сегменті кавових закладів, зокрема закладів у центральній частині міста або поруч із обраною локацією на вул. Троїцькій.

Конкурентне середовище кавового ринку Одеси охоплює як авторські кав'ярні з унікальними концепціями, так і франчайзингові мережі та мобільні формати закладів, що працюють у форматі «to go». Особливу увагу слід звернути на безпосередніх конкурентів, розташованих у пішій доступності до

майбутньої кав'ярні «Живе зерно», оскільки саме вони можуть формувати первинне споживче порівняння серед потенційної аудиторії.

Серед основних конкурентів у межах центральної частини Одеси, які потенційно можуть впливати на позиціонування та трафік, можна виокремити:

- «Black Honey» (вул. Грецька) – стильна кав'ярня з акцентом на авторські напої та десерти. Основна перевага – сучасний інтер'єр і присутність в Instagram-середовищі. Недолік – обмежена кількість місць для тривалого перебування⁴

- «Foundation Coffee Roasters» (вул. Катерининська) – кав'ярня обсмажчика зі спеціалізованими сортами. Сильна сторона – глибока кавова експертиза, проте формат і ціни орієнтовані на вузьку аудиторію гурманів;

- «Lviv Croissants + Coffee» – франшизна мережа із популярним фаст-меню. Основна перевага – популярність серед туристів. Водночас спостерігається брак індивідуального сервісу та атмосфери локального бренду;

- «Coffeeat» (біля вул. Пушкінської) – формат «to go», орієнтований на швидкий ритм. Зручно для офісних працівників, однак відсутній простір для комунікації чи подій;

- «Skvorets Coffee» (вул. Жуковського) – нішевий заклад із нестандартними смаковими рішеннями. Працює з локальними обсмажчиками, проте має обмежений маркетинговий охоплення та візуально непомітну вивіску.

На відміну від них, кав'ярня «Живе зерно» позиціонується як екологічно орієнтований простір третьої кавової хвилі, що поєднує:

- використання speciality зерен з прозорим походженням;
- підтримку локальних фермерів і постачальників;
- інклюзивну філософію slow-space з елементами коворкінгу та культурних подій.

Таким чином, врахування конкурентного профілю дозволяє виявити вільні ніші для позиціонування кав'ярні, підкреслити її унікальні переваги та

сформуванати стратегію диференціації, яка забезпечить сталість клієнтототоу та підвищити впізнаваність бренду на місцевому ринку (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Порівняльний аналіз основних конкурентів магазину «Живе зерно» у м. Одеса

Назва конкурента	Асортимент кавових напоїв та супутніх товарів	Сервіс та консультації	Цінова політика	Локація / Впізнаваність бренду
Black Honey	Авторська кава, десерти, класичне меню	Сучасний формат обслуговування, фокус на візуальному контенті	Середній+ сегмент	Центр міста, активна Instagram-присутність
Foundation Coffee Roasters	Speciality зерна, альтернативне заварювання	Професійні бариста, глибока експертиза	Високий ціновий сегмент	Центр, вузька аудиторія кавових гурманів
Lviv Croissants + Coffee	Класична кава, фаст-фуд формат	Швидке обслуговування, мінімальний контакт	Доступні ціни	Туристичні локації, відомий франшизний бренд
Coffeeat	Класичні напої «to go»	Орієнтація на швидкість, базова якість	Низький / середній сегмент	Офісні райони, висока прохідність
Skvorets Coffee	Нестандартне меню, локальні обсмажчики	Авторський підхід, персоналізоване спілкування	Середній сегмент	Менш центральне розташування, локальна впізнаваність

Джерело: створено автором.

З таблиці 2.4 видно, що конкурентне середовище кавового ринку в місті Одеса є достатньо насиченим і представлено як локальними авторськими кав'ярнями, так і загальнонаціональними мережами у форматі «to go». Основні конкуренти мають різну спеціалізацію, рівень сервісу та цінову політику, що дозволяє говорити про сегментованість ринку та потребу в чіткій стратегії позиціонування. Зокрема, заклади на кшталт «Black Honey» та «Foundation Coffee Roasters» орієнтовані на кавових гурманів та створюють конкуренцію в преміальному сегменті, тоді як «Coffeeat» та «Lviv Croissants» фокусуються на швидкому обслуговуванні та масовому споживачеві.

Водночас жоден із конкурентів не поєднує в собі таких складових, як екологічність концепції, використання зерен категорії speciality, елементи сталого розвитку та культурно-соціальна складова, які закладені в ідеї кав'ярні «Живе зерно». Саме тому обраний формат має потенціал для успішного диференціювання на ринку, формування лояльної аудиторії та побудови

емоційного зв'язку з клієнтом. Сильними сторонами нової кав'ярні стане не лише якісний продукт і сервіс, а й створення простору зі змістом – місця, що транслює сучасні цінності та сприяє розвитку кавової культури нового рівня.

Унікальність бізнес-проекту кав'ярні «Живе зерно» полягає у поєднанні кавової культури третьої хвилі з цінностями еко-свідомості, локальності та соціальної взаємодії, що формує концептуально новий формат кав'ярні в українському міському просторі.

1. Філософія свідомого споживання. «Живе зерно» – це не просто місце, де продають каву, а простір, який переосмислює саму суть кав'ярні. У центрі стоїть людина – її цінності, вибір і досвід. Проект орієнтується на споживача, який: обирає якість замість масовості, підтримує українських постачальників і локальні ростерні, цікавиться екологією та впливом щоденних рішень на довкілля.

2. Еко-орієнтований формат. У кав'ярні впроваджено систему zero waste: напої у багаторазовому посуді або біорозкладній тарі; знижки за власне горнятко; повторне використання кавової гущі (компост, добриво, косметика); вторинне використання матеріалів у дизайні інтер'єру; мінімізація упаковки.

3. Локальна економіка і прозоре походження продукту. Уся кава – speciality-сегмент, з чітким зазначенням ферми, регіону та обробки. Підтримка українських обсмажчиків, використання сезонних локальних інгредієнтів (мед, сиропи, випічка). Така прозорість будує довіру до бренду та дає змогу клієнту бути частиною етичного ланцюга.

4. Гнучкий простір нового покоління. Заклад виконує подвійну функцію: як кав'ярня з авторськими напоями; як культурно-коворкінговий простір, де проходять лекції, дегустації, музичні вечори, майстер-класи, арт-події, книжкові зустрічі.

5. Інклюзивний бренд і соціальна місія. Частина прибутку спрямовується на підтримку локальних ініціатив або благодійних програм. Це створює емоційну залученість клієнта до спільної справи – споживання не лише як акт купівлі, а як участь у культурному русі.

6. Сильна назва і візуальна ідентичність. Назва «Живе зерно» уособлює природність, енергію, правдивість. Слоган «Кава, що дихає життям» підтримує концепцію автентичності та руху до джерела – землі, фермерства, душевного сервісу.

Отже, унікальність кав'ярні «Живе зерно» – у її здатності бути більше, ніж закладом харчування. Це простір нової культури кави, де якість, екологічність, локальність та людські цінності об'єднані в цілісний досвід. Такий підхід не лише відповідає сучасним трендам, а й формує стійку бізнес-модель, що може масштабуватись і транслювати українську ідентичність на європейському рівні (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Основні відмінності кав'ярні «Живе зерно» від конкурентів

Аспект відмінності	Обґрунтування
Еко-орієнтованість	Повна відмова від пластику, використання біорозкладної упаковки, компостування гуці, програма знижок за власне горнятко.
Підтримка локальних постачальників	Уся кава обсмажена в Україні; сезонні інгредієнти закупаються у фермерів; підтримується регіональна економіка.
Прозорість походження кави	Кожне зерно має історію: країна, ферма, обробка. Це створює довіру та підвищує цінність продукту.
Культурний простір	Заклад функціонує як кав'ярня та платформа для подій: майстер-класи, дегустації, зустрічі з митцями.
Коворкінг-зона	Окремий простір для роботи з розетками, Wi-Fi та комфортною атмосферою — приваблює фрілансерів і студентів.
Speciality-кава	Використання лише зерен категорії speciality, альтернатива класичному обсмаженню і масовому кавовому сегменту.
Соціальна відповідальність	Частина прибутку спрямовується на підтримку екологічних і соціальних ініціатив, що формує емоційну залученість клієнтів.

Джерело: створено автором.

У результаті проведеного дослідження ринку кавового бізнесу, аналізу конкурентного середовища в місті Одеса та вивчення особливостей запропонованої концепції, встановлено, що проєкт відкриття кав'ярні «Живе зерно» має вагомі підстави розглядатися як перспективний у соціально-економічному вимірі.

По-перше, дослідження підтвердили наявність стійкого попиту на каву як продукт щоденного споживання, при цьому простежується тенденція зростання популярності закладів нового формату – мобільних кав'ярень, take-away, та особливо кав'ярень третьої хвилі, що орієнтуються на якість та автентичність.

По-друге, визначена цільова аудиторія проєкту – представники молоді, креативного середовища, фрілансери, туристи та свідомі споживачі – є активною та схильною до формування довготривалої лояльності, що створює підґрунтя для сталого попиту.

По-третє, унікальність концепції «Живого зерна» полягає у комплексному поєднанні екологічної відповідальності, підтримки локального виробника, високої якості продукту, соціальної взаємодії та створення культурного простору, що не має аналогів у поточному конкурентному полі регіону. Відповідно, запропонований формат дозволяє не лише ефективно зайняти ринкову нішу, а й закласти потенціал для масштабування через гнучку бізнес-модель, яка передбачає можливість адаптації до цифрових інструментів, розвиток франшизного напрямку та комбінування онлайн- і офлайн-продажів.

Узагальнені результати порівняльного аналізу свідчать про наявність низки конкурентних переваг, які забезпечують високі шанси на успішну реалізацію проєкту. Таким чином, відкриття кав'ярні «Живе зерно» слід розглядати як стратегічно доцільний, економічно виправданий та суспільно релевантний крок у сфері сучасного ресторанного бізнесу України.

Проведення SWOT-аналізу у межах дослідження проєкту створення кав'ярні «Живе зерно» є важливим аналітичним інструментом, який дозволяє комплексно оцінити потенціал бізнес-ідеї в умовах реального ринкового середовища. Основною метою використання цього методу є виявлення

внутрішніх сильних і слабких сторін проєкту, а також зовнішніх можливостей і загроз, що можуть впливати на ефективність реалізації підприємницької діяльності.

SWOT-аналіз дозволяє:

- систематизувати стратегічні характеристики проєкту та виявити ключові чинники, що формують його конкурентоспроможність;

- усвідомити внутрішній потенціал бізнесу: що саме є його унікальною перевагою (наприклад, концепція еко-орієнтованої кав'ярні, підтримка локальних виробників, культурна місія закладу);

- заздалегідь ідентифікувати обмеження та внутрішні слабкості, що можуть уповільнювати розвиток (наприклад, високі закупівельні витрати або залежність від стабільності поставок);

- оцінити зовнішні ринкові можливості, які можуть бути використані на користь проєкту (тенденція до зростання кавової культури, розвиток коворкінг-просторів, соціальний запит на еко-свідоме споживання);

- спрогнозувати зовнішні ризики, які можуть негативно вплинути на проєкт (економічна нестабільність, коливання курсу валют, зростання конкуренції або зміна регуляторних норм).

Таким чином, SWOT-аналіз виконує функцію стратегічної діагностики, яка допомагає розробити більш точний і гнучкий план дій, забезпечує усвідомлене управлінське прийняття рішень і слугує підґрунтям для побудови життєздатної бізнес-моделі з урахуванням реальних викликів і ресурсів. Він є ключовим етапом для визначення конкурентної стратегії та підвищення ефективності реалізації проєкту кав'ярні «Живе зерно».

Для формування SWOT-аналізу проєкту кав'ярні «Живе зерно» слід визначити чотири ключові складові, кожна з яких дозволяє структурувати стратегічну інформацію про внутрішнє середовище бізнесу та зовнішні ринкові умови:

1. Сильні сторони (Strengths) – це внутрішні характеристики бізнесу, які створюють його конкурентні переваги. Сюди можуть входити: унікальна

концепція закладу (еко-філософія, локальні продукти), якість продукту (speciality-кава), професійна команда бариста, вдале розташування, сильний бренд або лояльна цільова аудиторія.

2. Слабкі сторони (Weaknesses) – це внутрішні чинники, які можуть стримувати розвиток проєкту або знижувати його ефективність. До них належать: обмежені стартові ресурси, недостатній досвід в управлінні ресторанним бізнесом, потреба у масштабних інвестиціях на початковому етапі, складнощі з логістикою постачання кавових зерен тощо.

3. Можливості (Opportunities) – це зовнішні фактори, які створюють додаткові шанси для розвитку бізнесу. Серед них: зростаюча популярність кав'ярень третьої хвилі, попит на етичне споживання, підтримка локальних ініціатив, розвиток культури кавових подій, цифрові інструменти просування (Instagram, онлайн-доставка), потенціал для франшизного розвитку.

4. Загрози (Threats) – це зовнішні виклики, які можуть негативно вплинути на реалізацію бізнес-ідеї. Наприклад: економічна нестабільність в країні, зростання цін на імпортовану сировину, конкуренція з боку великих мереж або мобільних кав'ярень, зміни у споживчих звичках, перебої з електропостачанням, вплив військових дій на споживчу активність.

Визначення та аналіз кожної з цих категорій дозволяє сформулювати всебічне уявлення про перспективи проєкту, розробити дієву стратегічну модель, адаптовану до реальних умов, та мінімізувати ризики в процесі запуску та функціонування кав'ярні (табл. 2.6).

На основі проведеного SWOT-аналізу проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно» можна зробити низку важливих висновків, що дозволяють оцінити як внутрішній потенціал бізнесу, так і зовнішні умови його функціонування:

1. Сильні сторони проєкту свідчать про високу диференціацію бренду та його здатність виділитися на фоні конкурентів. Еко-філософія, акцент на якості зерен категорії speciality, співпраця з локальними постачальниками та поєднання кав'ярні з коворкінг-простором забезпечують не лише унікальність продукту, а й формують додану цінність для клієнтів.

2. Слабкі сторони демонструють ризики, пов'язані зі стартовим етапом розвитку бізнесу: обмеженість ресурсів, новизна бренду, нестабільність логістичних каналів імпорту та потреба у висококваліфікованому персоналі. Їх необхідно враховувати при розробці маркетингової стратегії та плануванні операційних процесів.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно»

S – Сильні сторони Еко-філософія та використання зерен speciality Висока якість обслуговування Вигідне розташування у центрі Одеси Культурна місія та освітні ініціативи Інтеграція з локальними постачальниками Наявність коворкінг-зони	W – Слабкі сторони Новий бренд без сформованої клієнтської бази Високі стартові витрати на якісну сировину Обмежений маркетинговий бюджет Залежність від стабільності імпорту кави Потреба у навчанні персоналу
О – Можливості Зростаючий попит на кав'ярні третьої хвилі Підвищення еко-свідомості населення Можливість участі у грантових програмах підтримки малого бізнесу Розвиток доставки та цифрових сервісів Перспектива франшизного розвитку	T – Загрози Висока конкуренція на ринку кав'ярень Економічна нестабільність і зниження купівельної спроможності Ризики енергетичних перебоїв Підвищення орендної плати в центрі міста

Джерело: розробка автора.

3. Можливості ринку дають змогу активно масштабувати бізнес за рахунок зростаючого інтересу до еко-продуктів, кави третьої хвилі, онлайн-замовлень і розвитку культури усвідомленого споживання. Грантові програми підтримки малого бізнесу відкривають перспективи залучення зовнішнього фінансування.

4. Загрози зовнішнього середовища пов'язані з високим рівнем конкуренції, економічною нестабільністю, ризиками енергетичних обмежень та змінами у

споживчій поведінці. Успішна реалізація проєкту потребує адаптивності до цих умов та гнучкості бізнес-моделі.

Таким чином, SWOT-аналіз засвідчує, що кав'ярня «Живе зерно» має значний потенціал до розвитку завдяки унікальній концепції, сучасному формату і високій відповідності трендам споживчого ринку. Проте для ефективного старту й масштабування необхідно активно управляти ризиками, стратегічно використовувати наявні можливості та будувати бренд через якість, сервіс і соціальну взаємодію.

2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування кав'ярні

Започаткування кав'ярні «Живе зерно», як і будь-якого підприємницького проєкту, потребує наявності стартового капіталу – сукупності фінансових ресурсів, які необхідні для покриття базових витрат на етапі організації та запуску бізнесу. Стартовий капітал включає витрати на оренду та облаштування приміщення, придбання обладнання, оформлення дозвільної документації, закупівлю сировини, розробку бренду, маркетингове просування та інші заходи, пов'язані з введенням проєкту на ринок.

Для реалізації концепції еко-орієнтованої кав'ярні третьої хвилі доцільно здійснити комплекс підготовчих заходів, серед яких ключовими є:

- пошук та облаштування приміщення, яке відповідає санітарним, протипожежним та архітектурним нормам, із можливістю зручного зонування для кавової станції, зали обслуговування, міні-складу, санвузлів та коворкінг-зони;
- ремонтні роботи та оформлення інтер'єру згідно з еко-філософією бренду: використання натуральних матеріалів, енергоефективного освітлення, озеленення, меблів із переробленої сировини;
- придбання професійного кавового обладнання (еспресо-машина, кавомолка, фільтр-станція, система фільтрації води), яке забезпечить високу якість напоїв;

- формування стартового запасу кавових зерен та супутніх товарів, з урахуванням концепції використання зерен *speciality*, а також локальних інгредієнтів для приготування авторських напоїв і десертів;
- комплектація закладу необхідними меблями та аксесуарами (столи, стільці, посуд, декор), які відповідатимуть стилю «еко-лофт» та створюватимуть затишну атмосферу;
- маркетингове позиціонування, зокрема розробка логотипу, візуального стилю, запуск сторінок у соціальних мережах, створення сайту та налаштування каналів комунікації з клієнтами;
- придбання та налаштування ПРРО, що відповідає законодавчим вимогам, а також впровадження цифрових сервісів для управління продажами, замовленнями та лояльністю клієнтів;
- реєстрація бізнесу, підключення охоронної системи, інтернету, проведення інструктажів персоналу та оформлення договорів з постачальниками.

Наявність чітко сформованого переліку підготовчих дій дозволяє не лише раціонально розподілити стартові ресурси, а й створити міцну основу для ефективного функціонування кав'ярні «Живе зерно» з перших днів її роботи. Стартовий капітал у цьому контексті виступає не лише як фінансове підґрунтя, а як інструмент реалізації брендової філософії та конкурентної переваги на ринку кавового бізнесу.

Складові стартового капіталу та джерела його формування представлені в таблиці 2.7.

На основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що загальна сума стартового капіталу для відкриття кав'ярні становить 415 000 грн. Найбільш витратною статтею є придбання кавового обладнання – 120 000 грн, що становить 28,92% усіх витрат. На ремонт та оформлення інтер'єру передбачається 80 000 грн (19,28%), а на оренду приміщення – 60 000 грн (14,46%). Інші суттєві витрати включають закупівлю меблів (12,05%) та формування початкового запасу кави та інгредієнтів (7,23%).

Загальна сума стартового капіталу та джерела його покриття

№	Статті витрат (елементи стартового капіталу)	Сума, грн	Питома вага, %
1	Оренда приміщення (за 2 місяці)	60 000	14.46
2	Ремонт та оформлення інтер'єру	80 000	19.28
3	Придбання кавового обладнання (еспресо-машина, млинок тощо)	120 000	28.92
4	Закупівля меблів та декору	50 000	12.05
5	Початковий запас кави, інгредієнтів та посуду	30 000	7.23
6	Маркетинг та реклама (соцмережі, зовнішня вивіска, запуск)	20 000	4.82
7	Придбання ПРРО та налаштування облікової системи	15 000	3.61
8	Реєстрація бізнесу та оформлення дозвільної документації	5 000	1.2
9	Витрати на підключення інтернету, сигналізації, охорони	10 000	2.41
10	Резервний фонд на перші 1–2 місяці роботи	25 000	6.02
	У С Ь О Г О	415 000	100
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
	Власні засоби	83 000	20
	Кредити комерційних банків (запозичені)	332 000	80

Джерело: складено автором.

Найменшу частку займають витрати на реєстрацію бізнесу (1,2%) і підключення інфраструктури (2,41%). Така структура витрат свідчить про капіталомісткий характер проєкту на етапі запуску, при цьому найбільший фінансовий акцент робиться на якість обладнання та створення привабливого інтер'єру. Розподіл витрат є збалансованим і відповідає сучасним вимогам до відкриття кав'ярні у форматі "третьої хвилі".

Першим кроком у реалізації бізнес-проєкту з відкриття кав'ярні «Живе зерно» є державна реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) із включенням до реєстру платників єдиного податку третьої групи. Для зручності та економії часу послуги реєстрації планується замовити у профільній компанії, що надає сервісний супровід запуску малого бізнесу. Вартість реєстраційного пакета оцінюється у 5 000 грн.

Враховуючи обмеження стартового бюджету та недоцільність придбання нерухомості на етапі старту, було прийнято рішення про оренду комерційного приміщення. Для відкриття кав'ярні обрано локацію в центральній частині м. Одеса – вул. Троїцька, 45, площею 150 м². Вартість оренди становить 25 000 грн на місяць, а в межах формування стартового капіталу передбачено витрати на перший місяць та гарантійний внесок – 60 000 грн.

Важливою складовою запуску кав'ярні є ремонт та оформлення інтер'єру відповідно до концепції «еко-лофт». Дизайнерські роботи включають оздоблення стін, встановлення освітлення, оформлення вітрини, створення затишної атмосфери з елементами еко-декору, монтаж зовнішньої вивіски та інформаційного «куточка споживача». Загальний кошторис дизайнерських робіт і матеріалів становить 80 000 грн.

Крім того, ключовим елементом підготовки до відкриття є закупівля професійного кавового обладнання, зокрема еспресо-машини, кавомолки, фільтр-станції, холодильника та супутнього оснащення для забезпечення якісного приготування кавових напоїв. Це забезпечить відповідність стандартам «третьої кавової хвилі» та високий рівень обслуговування клієнтів (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Придбання кавового обладнання

№	Найменування устаткування	Кількість, од.	Вартість одиниці, грн	Загальна вартість, грн
1	Еспресо-машина професійна	1	65 000	65 000
2	Кавомолка для еспресо	1	18 000	18 000
3	Кавомолка для альтернативи	1	10 000	10 000
4	Фільтр-станція / пуровер-набір	1	7 000	7 000
5	Холодильник для молока та інгредієнтів	1	20 000	20 000
	Всього:	5	120 000	120 000

Джерело: складено автором.

Аналітико-описові висновки щодо обраного кавового обладнання свідчать про його обґрунтованість як з точки зору технологічної доцільності, так і економічної ефективності для реалізації концепції кав'ярні «Живе зерно».

По-перше, ключовою позицією у структурі витрат є еспreso-машина професійного класу, вартістю 65 000 грн. Її вибір зумовлений необхідністю забезпечити стабільну якість напою при високій прохідності кав'ярні. Такий тип обладнання гарантує точне дотримання параметрів екстракції, контроль температури й тиску, що є критичними для приготування *speciality* кави.

По-друге, кавомолка з регулюванням помолу (18 000 грн) – це необхідний інструмент для забезпечення свіжості помелу, яка безпосередньо впливає на смакові характеристики кави. Зерна арабіки категорії *speciality*, що використовуватимуться у закладі, вимагають точно підібраного ступеня помолу залежно від методу заварювання.

По-третє, фільтр-система для очищення води (10 000 грн) є важливою інвестицією у смак і довговічність обладнання. Якість води суттєво впливає на фінальний смак кави, а також на знос еспreso-машини.

Окремо виділяється бойлер (7 000 грн) як автономне джерело гарячої води, що забезпечить безперебійність роботи на випадок технічних перебоїв у водопостачанні, а також додаткову зручність для приготування альтернативних напоїв (чай, авторські заварювання).

Нарешті, набір аксесуарів бариста (20 000 грн) – включає темпер, ваги, джаги, таймери, станції чистки, тощо. Це забезпечує бариста повний інструментарій для контролю процесу приготування, що є частиною естетики та філософії кав'ярні третьої хвилі.

Таким чином, сформований перелік кавового обладнання відповідає концепції бренду, технологічним стандартам галузі та очікуванням цільової аудиторії. Раціональний розподіл інвестицій дозволяє не лише забезпечити стабільну якість продукції, але й підкреслює ціннісну орієнтацію проекту на професійність, екологічність та клієнтоорієнтованість. На закупівлю меблів та декору для кав'ярні потрібно буде 60 000 грн (таблиця 2.9).

Закупівля меблів та декору для кав'ярні

№	Найменування меблів / декору	Кількість, од.	Вартість одиниці, грн	Загальна вартість, грн
1	Барна стійка з еко-матеріалів	1	12 000	12 000
2	Стільці для гостей (дерево + текстиль)	10	2 000	20 000
3	Столи кавові (на 2–4 особи)	5	3 000	15 000
4	Декоративні елементи (зелені зони, полиці, постери)	1	8 000	8 000
5	Меню-дошки, таблички, освітлення	1	5 000	5 000
	Всього	18	30 000	60 000

Джерело: складено автором.

Доцільність придбання зазначених меблів та елементів декору для кав'ярні «Живе зерно», представлена в таблиці 2.9 зумовлена необхідністю створення функціонального, естетично привабливого та комфортного простору, що відповідає концепції закладу у форматі «третьої кавової хвили» з еко-орієнтацією.

По-перше, меблі для зони обслуговування клієнтів (столи, стільці, дивани) обрано з урахуванням потреб цільової аудиторії – молоді, фрілансерів, туристів, які цінують зручність, атмосферу і стиль. Ергономічні та екологічні матеріали сприяють формуванню позитивного досвіду перебування в кав'ярні, що підвищує ймовірність повторного візиту й лояльності до бренду.

По-друге, барна стійка, полиці, стелажі для продукції дозволяють раціонально організувати простір для обслуговування та демонстрації асортименту кави й аксесуарів, що є важливим з точки зору мерчендайзингу та ефективності обслуговування.

По-третє, декор та озеленення (рослини, елементи еко-дизайну) є не лише естетичним доповненням, а й підкреслюють ідентичність бренду «Живе зерно» як простору для свідомого споживання, релаксу й натхнення. Атмосфера закладу відіграє ключову роль у формуванні емоційного зв'язку з клієнтом.

Таким чином, обрані меблі та декор повністю відповідають концепції кав'ярні, сприяють комфортному перебуванню гостей, візуальній ідентичності бренду та ефективній організації внутрішнього простору, що є критично важливим для успішної реалізації бізнес-моделі.

Для запуску кав'ярні необхідний початковий запас кави, інгредієнтів та посуду (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Початковий запас кави, інгредієнтів та посуду

№	Найменування	Кількість, од.	Вартість одиниці, грн	Загальна вартість, грн
1	Кава арабіка speciality (зерно, 5 кг)	4	1200	4800
2	Рослинне молоко (вівсяне/мигдальне), упаковка	20	100	2000
3	Сиропи натуральні (карамель, лавандовий, ванільний)	10	250	2500
4	Чай листовий та трав'яні збори	10	250	2500
5	Цукор, спеції, інші інгредієнти	1	1500	1500
6	Одноразові стаканчики та кришки (біорозкладні)	600	5	3000
7	Багаторазовий посуд (чашки, тарілки, ложки)	40	120	4800
8	Серветки, трубочки, підставки	1	1000	1000
9	Скатертини, декор для викладки	1	1200	1200
10	Початковий запас десертів (печиво, круасани тощо)	1	6700	6700
	Всього:		12 325	30 000

Джерело: складено автором.

Таблиця 2.10 показує ефективне та збалансоване використання статті стартових витрат, які охоплюють усі ключові категорії, необхідні для повноцінного запуску кав'ярні: від основного продукту (кави арабіки speciality) до супутніх інгредієнтів (рослинне молоко, сиропи, спеції), одноразового та багаторазового посуду, а також стартового запасу десертів. Раціональний розподіл коштів свідчить про виважене планування закупівель та готовність кав'ярні «Живе зерно» до обслуговування клієнтів з перших днів роботи без

додаткових витрат. Це також демонструє прагнення підтримувати якість і еко-орієнтованість бізнесу.

У ході розробки бізнес-проекту кав'ярні «Живе зерно» особливу увагу приділено обґрунтуванню витрат, пов'язаних із впровадженням програмного реєстратора розрахункових операцій (ПРРО) та налаштуванням облікової системи. Цей етап є ключовим для забезпечення легальності, прозорості та ефективності фінансово-господарської діяльності закладу в умовах чинного податкового законодавства України.

З урахуванням змін до Податкового кодексу України, що передбачають обов'язкове застосування РРО або ПРРО усіма суб'єктами господарювання – платниками єдиного податку II–IV груп, інтеграція ПРРО є необхідною умовою для легітимного здійснення готівкових і безготівкових розрахунків. При цьому саме програмний реєстратор, на відміну від класичного касового апарата, забезпечує більшу мобільність, зниження витрат на придбання та обслуговування фізичного обладнання, а також можливість інтеграції з цифровими сервісами обліку, аналітики та управління бізнесом.

У межах закладеного бюджету стаття «Придбання ПРРО та налаштування облікової системи» становить 15 000 грн, що включає:

- придбання планшета або POS-терміналу для роботи бариста;
- підключення до ліцензійного програмного забезпечення для ПРРО (Checkbox, Сота, SmartTouch тощо);
- встановлення облікової системи (наприклад, Poster або аналогічної), яка дозволяє автоматизувати управління замовленнями, складським обліком, персоналом;
- первинне налаштування, інтеграцію та навчання персоналу.

Таким чином, зазначена інвестиція є не лише вимогою законодавства, але й економічно доцільною з огляду на довгострокові вигоди: зручність у роботі, контроль за грошовими потоками, формування аналітичної бази для управлінських рішень та підвищення якості обслуговування клієнтів. Це

підтверджує необхідність передбачених витрат у структурі стартового капіталу для забезпечення системного та ефективного запуску кав'ярні.

У структурі стартового капіталу новоствореної кав'ярні «Живе зерно» обґрунтовано виділено 20 000 грн на маркетинг та рекламну кампанію, що є критично важливою складовою успішного старту бізнесу в умовах високої конкуренції на ринку закладів ресторанного господарства.

Ця стаття витрат передбачає комплексне забезпечення впізнаваності бренду, формування лояльної аудиторії та стимулювання первинного попиту ще до офіційного відкриття кав'ярні. До бюджету входять:

1. Розробка та виготовлення зовнішньої вивіски (орієнтовно 8 000 грн) – фасадна вивіска є важливим елементом візуальної ідентифікації закладу, що впливає на перше враження потенційних клієнтів і сприяє приверненню уваги перехожих.

2. Розробка логотипу, брендового стилю та оформлення профілів у соцмережах (до 4 000 грн) – якісний візуальний контент забезпечує єдину комунікаційну лінію в онлайн- і офлайн-просторі та створює професійний образ бренду.

3. Запуск таргетованої реклами в Instagram та Facebook (приблизно 6 000 грн) – охоплення локальної цільової аудиторії (молодь, фрілансери, поціновувачі кави, туристи) дозволить сформувати попит та викликати інтерес до відкриття кав'ярні.

4. Виготовлення промо-матеріалів для офлайн-реклами (флаєри, банери, наліпки – близько 2 000 грн) – для промоцій у найближчих районах або партнерських локаціях (наприклад, бізнес-центрах чи салонах краси поблизу).

Таким чином, витрати на маркетинг у розмірі 20 000 грн є економічно обґрунтованими та стратегічно необхідними для формування впізнаваності бренду «Живе зерно», ефективного залучення цільової аудиторії й забезпечення швидкого виходу на точку беззбитковості в перші місяці роботи.

У межах формування стартового капіталу кав'ярні «Живе зерно» обґрунтованими є витрати у розмірі 10 000 грн на забезпечення інженерно-

технічної інфраструктури, а саме – підключення інтернету, встановлення охоронної сигналізації та забезпечення базових послуг безпеки.

Ця стаття витрат охоплює:

1. Підключення та налаштування високошвидкісного інтернету (орієнтовно 2500–3000 грн): стабільне інтернет-з'єднання є обов'язковим для функціонування програмного РРО (ПРРО), облікової системи, терміналів для безготівкової оплати, онлайн-замовлень, роботи кав'ярні у соцмережах та підтримки зв'язку з клієнтами; забезпечує комфорт для гостей, які працюють у коворкінг-зоні закладу.

2. Установка сигналізаційного обладнання та відеоспостереження (приблизно 5 000–6 000 грн): базова охоронна система – датчики руху, відеокамери, тривожна кнопка або GSM-модуль – необхідна для захисту закладу від крадіжок і несанкціонованого доступу в неробочий час; ураховуючи нічне зберігання обладнання та інгредієнтів, це є вимогою відповідального управління ризиками.

3. Підключення до служби охорони / технічне обслуговування (приблизно 1000 грн – авансовий платіж або пакет на перші місяці).

Таким чином, забезпечення безпечного, технічно стабільного та цифрово готового середовища для кав'ярні є не лише функціонально необхідним, а й репутаційно значущим. Витрати на інтернет і охоронні системи у розмірі 10 000 грн дозволяють створити технічну основу для безперебійної роботи, захисту майна, надання якісного сервісу та побудови довіри з боку клієнтів. Це особливо актуально для кав'ярні формату «третьої хвилі», яка декларує відповідальність, прозорість і технологічність.

Таким чином, загальна сума необхідного стартового капіталу на започаткування кав'ярні складе 415 000 грн.

Для започаткування підприємницької діяльності доцільно скористатися можливостями державної підтримки, зокрема програмами сприяння відкриттю власної справи [56]. Окрім цього, ефективним підходом до формування джерел фінансування проєкту є дотримання «золотого правила капіталу» у пропорції

80/20, згідно з яким 80% капіталу має формуватися за рахунок залучених (кредитних) коштів, а 20% - за рахунок власних ресурсів підприємця [49].

У межах реалізації бізнес-ідеї щодо відкриття манікюрного салону передбачається залучення фінансування за державною програмою підтримки малого підприємництва «Доступні кредити 5-7-9%». Планується оформлення кредиту в банку «ПриватБанк» на суму 332 000 грн, що становить 80% від загального обсягу необхідного стартового капіталу.

Умовами вказаної програми передбачено надання фінансування строком до 5 років на суму до 80% вартості проєкту за пільговою ставкою. Відповідно, власні кошти підприємця становитимуть 83 000 грн (20% від загальної суми бюджету проєкту), тоді як кредитне фінансування – 332 000 грн (80%) під річну ставку 9%. Деталізований розрахунок кредитного навантаження наведено у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Розрахунок суми кредиту

Роки	Сума кредиту, грн	Річна сума погашення кредиту, грн	Відсотки по кредиту, грн	Залишок по кредиту, грн
1 рік	332 000	66 400	29 880	265 600
2 рік	265 600	66 400	23 904	199 200
3 рік	199 200	66 400	17 928	132 800
4 рік	132 800	66 400	11 952	66 400
5 рік	66 400	66 400	5 976	30 834
Всього	-	332 000	89 640	-

Джерело: розраховано автором.

Таким чином, з таблиці 2.11 можна зрозуміти та зробити висновки про те, що для започаткування кав'ярні слід взяти кредит у банку “Приват” на суму 280 320 грн, який може бути повернений за 5 років, а за користування кредитом буде сплачено 89 640 грн.

Середній розрахунок матеріальних витрат наведено у таблиці 2.12. Водночас варто враховувати, що їх обсяг може змінюватися залежно від попиту, зміни асортименту або розширення спектру послуг.

Таблиця 2.12

Матеріальні витрати кав'ярні

№	Вид продукції	Ціна одиниці (грн)	Обсяг витрат в місяць (одиниць)	Обсяг витрат в місяць (грн)	Обсяг витрат в рік (грн)
1	Кава арабіка	500	30	15000	180000
2	Рослинне молоко	90	50	4500	54000
3	Цукор та спеції	100	15	1500	18000
4	Одноразовий посуд	4	800	3200	38400
5	Молоко тваринне	40	60	2400	28800
6	Чай	150	20	3000	36000
7	Сиропи	250	15	3750	45000
8	Десерти	50	200	10000	120000
	Всього	1184	1190	43 350	520 200

Джерело: розраховано автором.

З метою забезпечення безперервної діяльності кав'ярні та ефективного розподілу обов'язків передбачено формування штатного розкладу, представлений у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Штатний розклад кав'ярні

Посада	Кількість штатних одиниць	Заробітна плата за місяць, Грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн	Фонд заробітної плати за рік, грн
Баріста	2	15 000x2=30 000	18 300x2=36 600	439 200
Адміністратор- бухгалтер	1	12 000	14 640	175 680
Прибиральниця	1	8 000	9 760	96 000
СММ-менеджер	1	15 000	18 300	219 600
Разом:	5	65 000	79 300	930 480

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.13 можна зробити висновки про те, що загальний фонд заробітної плати працівників кав'ярні становить 930 480 грн на рік, що є вагомою частиною поточних витрат підприємства. Це свідчить про значні витрати на забезпечення якісного персоналу та належного рівня обслуговування клієнтів.

Таким чином, затверджена штатна структура та рівень оплати праці демонструють прагнення кав'ярні до професійного надання послуг, якісної комунікації з клієнтами та належного функціонування бізнесу.

Згідно з п. 4 розд. I Податкового кодексу України (ПКУ) та НП(С)БО 7 «Основні засоби», амортизація нараховується на об'єкти основних засобів, які:

- перевищують вартісний критерій для визнання основним засобом (в податковому обліку – 20 000 грн, з 2021 року; в бухгалтерському – підприємство може самостійно встановити ліміт);
- мають строк корисного використання більше 1 року (або операційного циклу);
- використовуються в господарській діяльності.
- і не підлягають амортизації як основні засоби у податковому обліку (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Розрахунок амортизаційних витрат

№	Найменування устаткування	Вартість одиниці, грн	Термін служби, рік	Кількість, шт	Амортизаційні відрахування за рік, грн
1	Еспресо-машина	65000	5	1	13 000
2	Холодильник для молока і десертів	20000	5	1	4 000
	Разом				17 000

Джерело: розробка автора.

Вагома стаття поточних витрат – це комунальні послуги (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Витрати на комунальні послуги кав'ярні

Найменування послуги	Середня вартість за місяць, грн	Вартість за рік, грн
Теплопостачання	2 000	12 000 (6 міс.)
Водопостачання	2 000	24 000
Електроенергія	2 500	30 000
Вивіз сміття	700	8 400
Послуги Інтернет	400	4 800
Послуги охорони	650	7 800
Усього	8 250	87 000

Джерело: складено автором.

Таким чином, як показують розрахунки табл. 2.15 витрати на комунальні послуги кав'ярні в місяць становлять 8 250 грн., а на рік – 87 000 грн.

Проаналізуємо усі разом поточні витрати на функціонування новостворюваного бізнесу (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Зведені поточні витрати на функціонування новостворюваного бізнесу

№	Стаття витрат	Витрати на місяць, грн	Витрати на рік, грн
1	Матеріальні витрати	43 350	520 200
2	Оренда приміщення	25 000	250 000
3	Заробітна плата з ЄСВ	79 300	930 480
4	Комунальні послуги	8 250	87 000
5	Витрати на рекламу	20 000	240 000
6	Виплата за кредитом	7 027	84 324
7	Інші витрати	18 000	216 000
	Усього	200 927	2 328 004

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.16 видно, що поточні витрати на функціонування новостворюваного бізнесу за місяць складають 200 927 грн, а за перший рік функціонування складають 2 328 004 грн.

Аналіз зведених поточних витрат на функціонування кав'ярні «Живе зерно» (табл. 2.16) дозволяє зробити висновок про домінування окремих статей витрат, що суттєво впливають на фінансову модель діяльності бізнесу впродовж першого року. Загальний обсяг витрат становить 2 328 004 грн, з яких: найбільшу частку займають витрати на заробітну плату з ЄСВ – 930 480 грн, або 39,96% загальної суми. Це свідчить про важливість висококваліфікованого персоналу в обслуговуванні клієнтів та підтриманні стандартів якості сервісу; матеріальні витрати (закупівля кави, інгредієнтів, посуду) становлять 520 200 грн, що складає 22,34%. Вони формують операційне ядро діяльності кав'ярні, безпосередньо впливаючи на якість та смакову цінність продукції.

Третє місце займає витратна стаття з оплати реклами та просування – 240 000 грн, або 10,31%, що свідчить про стратегічну роль маркетингових заходів у побудові впізнаваності бренду на етапі становлення. Оренда приміщення (250 000 грн, або 10,74%) та інші витрати (216 000 грн, або 9,28%) мають значний вплив на щомісячне навантаження бізнесу. Комунальні платежі (87 000 грн – 3,74%) та виплати за кредитом (84 324 грн – 3,62%) займають меншу, але стабільну частку в загальній структурі, що вказує на контрольованість цих витрат.

Таким чином, найбільшу фінансову вагу мають заробітна плата, матеріальні витрати та маркетингові заходи, що цілком відповідає особливостям ресторанного бізнесу в сегменті кав'ярень третьої хвилі. Така структура витрат є логічною, збалансованою і підтверджує реалістичність запланованої бізнес-моделі.

Висновки до розділу 2

1. Ринок кав'ярень в Україні, зокрема в Одесі, демонструє позитивну динаміку відновлення і розвитку, незважаючи на зовнішні виклики. Зростає популярність концептуальних закладів, таких як есо-friendly кав'ярні третьої хвилі, орієнтовані на якість, атмосферу, локальність і етичне споживання.

Одеса є одним із найпривабливіших ринків для реалізації таких проєктів завдяки культурній насиченості, туристичному потенціалу та активній міській молоді. Імпортна залежність ринку кави формує виклики, однак не нівелює можливостей, особливо для форматів з локальною обсмажкою, мобільністю та еко-цінностями. Унікальна концепція кав'ярні «Живе зерно» добре інтегрується в актуальні тренди ринку.

2. Кав'ярня «Живе зерно» має чітко сформовану конкурентну ідентичність: еко-орієнтований бренд, використання speciality-кави, підтримка локальних фермерів, естетичний інтер'єр та культурна місія. Основні конкуренти в Одесі не пропонують комплексного підходу з поєднанням еко-філософії, культурної платформи та коворкінгу, що дозволяє проєкту зайняти унікальну нішу. Цільова аудиторія (молодь, фрілансери, свідомі споживачі) високо цінує якість, прозорість і соціальну відповідальність. Це створює передумови для лояльності клієнтів та сталого попиту. SWOT-аналіз підтверджує, що внутрішні переваги бізнесу здатні забезпечити йому стабільність навіть в умовах високої конкуренції та зовнішньої нестабільності.

3. Проєкт кав'ярні «Живе зерно» є фінансово обґрунтованим і структурно продуманим. Загальна сума стартового капіталу становить 415 000 грн, з яких 80% передбачається покрити за рахунок пільгового кредиту, а 20% - власними коштами. Основні інвестиції сконцентровані на якісному обладнанні, оформленні інтер'єру та маркетинговому просуванні, що відповідає стратегії бренду третьої кавової хвилі. Поточні витрати на перший рік складають 2 328 004 грн, де основними статтями є зарплата персоналу (39,96%), матеріальні витрати (22,34%) та маркетинг (10,31%). Така структура демонструє реалістичний підхід до планування, орієнтацію на якісний сервіс та ефективну взаємодію з клієнтами.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ

3.1. Оцінка прибутковості проєкту

Для обґрунтування економічної доцільності відкриття кав'ярні та оцінки її прибутковості важливою складовою є складання детального плану реалізації продукції. Такий підхід дозволяє кількісно оцінити потенційний дохід закладу, виходячи з прогнозованого попиту, асортименту кавових напоїв і супутньої продукції, середньої ціни та очікуваного обсягу продажів у місячному й річному розрізі.

План реалізації продукції дає змогу:

- спрогнозувати обсяги виручки по кожному виду напоїв і десертів;
- визначити найбільш прибуткові позиції в меню;
- оцінити рентабельність діяльності;
- проаналізувати структуру попиту за сегментами (напр., take-away, споживання в залі, продаж десертів);
- обґрунтувати фінансові показники та забезпечити основу для управлінських рішень.

Окремо важливо враховувати сезонність, час доби, святкові періоди, зміну поведінки споживачів та можливість запуску додаткових сервісів (брекфаст-меню, авторські напої, тематичні дегустації), що впливають на обсяг реалізації. План реалізації також дозволяє виявити оптимальні точки продажів і сформулювати фінансову модель із урахуванням динаміки попиту.

Таким чином, складання плану реалізації продукції є важливим етапом у фінансовому плануванні діяльності кав'ярні «Живе зерно», що дозволяє не лише прогнозувати дохід, а й забезпечити стабільність, прибутковість та ефективний розвиток бізнесу з урахуванням ринкових умов та цільових орієнтирів проєкту. На основі цього плану формуються подальші розрахунки

операційних витрат, прибутку та грошового потоку, що є ключовими елементами економічного обґрунтування доцільності проєкту (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

План реалізації продукції кав'ярні

№	Вид продукції	Ціна одиниці продукції, грн	Обсяг в місяць (одиниць)	Обсяг в місяць (грн)	Обсяг в рік (одиниць)	Обсяг в рік (грн)
	Класичне еспресо	45	500	22500	6000	270000
2	Капучино	60	450	27000	5400	324000
3	Лате	65	400	26000	4800	312000
4	Флет-вайт	70	300	21000	3600	252000
5	Матча-лате	75	250	18750	3000	225000
6	Какао	55	200	11000	2400	132000
7	Чай чорний/зелений	50	200	10000	2400	120000
8	Трав'яний чай	55	180	9900	2160	118800
9	Фільтр кава	50	300	15000	3600	180000
10	Авторський напій (сезонний)	80	150	12000	1800	144000
11	Сирник	70	200	14000	2400	168000
12	Круасан	60	300	18000	3600	216000
13	Печиво	40	400	16000	4800	192000
14	Тост з авокадо	95	150	14250	1800	171000
15	Боул сніданковий	110	120	13200	1440	158400
16	Смузі	85	180	15300	2160	183600
	Всього	-	4 280	278 900	46 860	3 276 800

Джерело: розраховано автором.

З таблиці 3.1 слідує, що кав'ярня планує за місяць отримати виручку в сумі 278 900 грн, а за рік – виручку в сумі 3 276 800 грн.

Розрахуємо суму грошового потоку за роками життєвого циклу проєкту за умови, що виручка від реалізації зростатиме на 10 %, ЄСВ «за себе» залишиться незмінним, а поточні витрати зростуть на 5% (табл. 3.2).

Розрахунок чистого прибутку та грошового потоку за 5 років

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Виручка від реалізації	3 276 800	3 604 480	3 964 928	4 361 420	4 797 562
Єдиний податок (5%)	163 840	180 224	198 246	218 071	239 878
ЄСВ «за себе»	21 120	21 120	21 120	21 120	21 120
Поточні витрати	2 328 004	2 444 404	2 566 624	2 694 955	2 829 703
Чистий прибуток	763 836	958 731	1 178 937	1 427 274	1 706 861
Амортизаційні відрахування	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000
Грошовий потік	780 836	975 731	1 195 937	1 444 274	1 723 861

Джерело: складено автором.

За результатами п'ятирічного фінансового моделювання проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно» дають підстави для ґрунтовної оцінки його економічної доцільності, ефективності та життєздатності в умовах динамічного ринку ресторанного господарства.

Упродовж усього прогнозованого періоду (5 років) кав'ярня демонструє зростання як чистого прибутку, так і грошового потоку. Це свідчить про ефективну бізнес-модель, яка дозволяє швидко досягти операційної окупності, забезпечуючи позитивну маржу вже з першого року функціонування.

Прогнозована виручка зростає пропорційно до розширення попиту, з урахуванням інфляційного тренду та активного позиціонування бренду на ринку. Збільшення обсягів реалізації продукції на 10% щороку є цілком обґрунтованим, враховуючи ринкову тенденцію до популяризації кав'ярень третьої хвилі, зокрема у містах із високою туристичною та діловою активністю, як-от Одеса.

Контрольоване зростання витрат (поточні витрати збільшуються на 5% щороку) демонструє здатність підприємства ефективно управляти собівартістю, не допускаючи інфляційного або нераціонального розширення витратної частини. Такий підхід створює передумови для довгострокового прибуткового функціонування.

Сталість податкового навантаження (єдиний податок і ЄСВ) на тлі зростання доходів свідчить про раціонально обрану систему оподаткування (спрощена система, 3-тя група), яка дозволяє оптимізувати фіскальне навантаження без шкоди для легальності та прозорості бізнесу.

Наявність амортизаційного ресурсу щороку додатково підсилює грошовий потік, забезпечуючи резерв для майбутнього оновлення обладнання або розвитку матеріально-технічної бази.

Зростаючий грошовий потік (від 780 836 грн до 1 723 861 грн за 5 років) є позитивним сигналом для інвесторів та підтвердженням здатності бізнесу генерувати ліквідні активи, необхідні для реінвестування, розширення або обслуговування боргового капіталу.

Таким чином, проєкт кав'ярні «Живе зерно» є економічно обґрунтованим, прибутковим і стійким до зовнішніх впливів. Він демонструє високий рівень адаптивності, ефективності використання ресурсів та стратегії сталого розвитку, що дозволяє розглядати його як перспективну підприємницьку ініціативу у сфері ресторанного бізнесу нового покоління.

3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту

Для фізичної особи-підприємця, який реалізує проєкт відкриття кав'ярні «Живе зерно» на третій групі спрощеної системи оподаткування, типовий життєвий цикл бізнесу становить близько п'яти років. Для забезпечення успішного запуску та стабільної роботи кав'ярні важливо визначити основне коло стейкхолдерів – осіб, організацій чи груп, які мають безпосередній або опосередкований вплив на реалізацію проєкту або зацікавлені в його результатах.

Проведення ідентифікації ключових учасників – таких як постачальники кави, орендодавці, місцева громада, працівники, клієнти, банківські установи та органи місцевого самоврядування – дає змогу чітко окреслити їхні очікування, інтереси й рівень залученості. Це, у свою чергу, сприяє своєчасному

прогнозуванню можливих викликів, виявленню ризиків і побудові ефективної системи комунікації з кожною із залучених сторін.

Такий стратегічний підхід дозволяє знизити ймовірність конфліктів, зміцнити підтримку з боку зацікавлених учасників і підвищити шанси на успішну реалізацію бізнес-проєкту у межах визначених ресурсів, термінів і ринкових умов (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Список стейкхолдерів проєкту з відкриття кав'ярні

Стейк-холдер	Внутрішній / зовнішній	Ранг	Цілі стейкхолдера	Цілі СПД	Результат незацікавленості
Власник кав'ярні (підприємець)	Внутрішній	Ключовий	Отримання прибутку, розвиток бренду	Успішне функціонування бізнесу	Ризик закриття бізнесу
Бариста та персонал	Внутрішній	Ключовий	Стабільна зарплата, комфортні умови праці	Залучення та утримання персоналу	Текучість кадрів, погіршення сервісу
Постачальники кавових зерен та інгредієнтів	Зовнішній	Високий	Стабільне замовлення та вчасна оплата	Надійні та вигідні партнерства	Збої в постачанні, падіння якості
Орендодавець приміщення	Зовнішній	Високий	Своєчасна оплата оренди	Безперебійна робота у локації	Втрати приміщення
Банківська установа	Зовнішній	Середній	Повернення кредиту з відсотками	Залучення фінансування	Фінансові санкції, зниження ліквідності
Податкова служба	Зовнішній	Середній	Своєчасна сплата податків	Законна діяльність	Штрафи, блокування діяльності
Клієнти кав'ярні	Зовнішній	Ключовий	Якісна кава та сервіс, затишна атмосфера	Формування лояльної аудиторії	Втрати клієнтів, зниження прибутку
Місцева громада / сусіди	Зовнішній	Середній	Спокій, чистота, уникнення шуму	Гармонійне співіснування	Скарги, конфлікти
Міська влада / регуляторні органи	Зовнішній	Середній	Дотримання вимог і норм	Легальне функціонування	Штрафи, призупинення діяльності
Конкуренти	Зовнішній	Низький	Утримання позицій на ринку	Моніторинг ринку	Загострення конкуренції

Джерело: складено автором.

Узагальнені висновки з аналізу життєвого циклу проєкту створення кав'ярні «Живе зерно» дають змогу зробити низку важливих управлінських висновків. По-перше, реалізація проєкту передбачає проходження кількох

ключових етапів, кожен з яких є взаємопов'язаним та послідовним: від підготовчих організаційно-правових дій до виходу на стабільну операційну діяльність. По-друге, в межах кожного етапу задіяно різні ресурси – фінансові, часові, людські – що вимагає чіткого планування їх розподілу.

Аналіз етапів засвідчив, що для досягнення цільових показників та ефективного контролю за реалізацією проєкту важливо забезпечити синхронізацію завдань і уникнути затримок, особливо під час ремонтних робіт, закупівель та запуску рекламної кампанії. Водночас, строки виконання окремих дій можуть частково перекриватися, що дає змогу оптимізувати часові витрати та скоротити загальний період реалізації проєкту. З огляду на це, доцільним та необхідним є побудова діаграми Ганта, яка дозволяє наочно відобразити тривалість, послідовність та взаємозалежність усіх ключових етапів створення кав'ярні. Такий інструмент стане основою для ефективного управління проєктом, допоможе своєчасно ідентифікувати відхилення від графіка та приймати обґрунтовані рішення щодо ресурсного забезпечення, що вкрай важливо в умовах обмеженого бюджету та високої конкуренції на ринку. Діаграма Ганта дозволяє візуально відобразити етапи реалізації проєкту в часовому розрізі, визначити послідовність завдань, їхню тривалість та взаємозв'язки між ними, що забезпечує своєчасний контроль за виконанням робіт, ефективний розподіл ресурсів та мінімізацію ризиків (рис. 3.1).

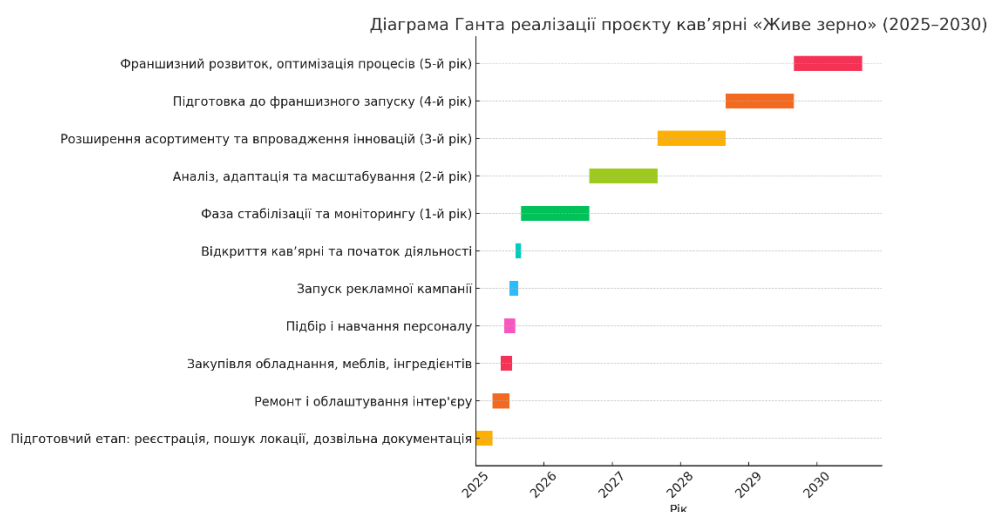


Рис. 3.1. Діаграма Ганта (умовно за роками)

Джерело: створено автором.

На основі рис. 3.1 представимо характеристику основних етапів життєвого циклу проєкту відкриття кав'ярні, поданих у вигляді діаграми Ганта, з описово-аналітичним розкриттям кожного з них:

1. Підготовчий етап (перші 3 місяці). Цей етап закладає юридичну та організаційну основу проєкту. Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності, вибір оподаткування, розробка концепції кав'ярні, пошук приміщення та формування команди – це ті дії, які формують стартові умови для реалізації ідеї. Саме на цьому етапі визначається унікальна ідентичність кав'ярні, що дозволяє створити сильний бренд.

2. Інвестиційний етап (3–6 місяць). Наступний крок передбачає забезпечення матеріально-технічної бази. Відбувається ремонт приміщення, облаштування інтер'єру згідно з еко-філософією проєкту, закупівля професійного обладнання та меблів. Усі дії спрямовані на створення комфортного, естетичного і функціонального простору для майбутніх відвідувачів.

3. Передстартовий етап (6–7 місяць). Цей етап слугує фінальним тестуванням готовності проєкту до запуску. Проводиться маркетингова підготовка, рекламна кампанія, набір стартового товарного запасу та навчання персоналу. Головне завдання – підготувати команду, техніку та ринок до моменту відкриття кав'ярні, що дозволяє з перших днів працювати без збоїв і створити позитивне перше враження у клієнтів.

4. Операційний етап (з 8 місяця до 3 року). Це період активного функціонування закладу, коли бізнес переходить у фазу стабільного доходу. Відбувається постійна робота над якістю продукції та сервісу, управління запасами, впровадження нових позицій у меню. У цей час формується лояльна база клієнтів, підвищується впізнаваність бренду та забезпечується фінансова стабільність.

5. Розширення (3–4 рік). Після досягнення операційної стійкості виникає можливість масштабування. Аналізуються нові локації, формати (наприклад, мобільна кав'ярня), готується база для подальшого зростання, оцінюється

потенціал регіональної експансії. Це етап стратегічного розвитку, що відкриває нові горизонти для проєкту.

6. Масштабування та франчайзинг (4–5 рік). На завершальному етапі реалізується потенціал масштабування: створення франчайзингової моделі, залучення партнерів, розробка стандартів якості та розширення мережі. Такий підхід забезпечує мультиплікацію бізнес-моделі та трансформацію «Живого зерна» у національний бренд з соціальною місією.

Таким чином, життєвий цикл кав'ярні «Живе зерно» демонструє логічну, поетапну динаміку розвитку – від формування ідеї до стійкого масштабування. Така структуризація процесу дозволяє не лише ефективно управляти ресурсами, а й своєчасно реагувати на виклики, що постають перед малим бізнесом у сучасних умовах. Побудова діаграми Ганта є важливим інструментом візуального планування, який дозволяє контролювати строки, визначити пріоритети та досягати цілей проєкту в межах встановлених часових рамок.

3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту

Одним із ключових етапів фінансово-економічного обґрунтування створення кав'ярні «Живе зерно» є оцінка грошових потоків за роками життєвого циклу проєкту, а також розрахунок основних показників економічної ефективності. Ці фінансові індикатори дозволяють зробити виважений висновок щодо доцільності інвестування коштів у запуск закладу та визначити перспективність і стабільність бізнес-ідеї в умовах динамічного ринку.

Оцінка грошового потоку ґрунтується на визначенні чистого прибутку підприємства за кожен рік реалізації проєкту, з урахуванням таких допущень: щорічне зростання виручки на 10%, стабільний розмір ЄСВ для підприємця (21 120 грн щороку), щорічне збільшення поточних витрат на 5%, а також застосування єдиного податку в розмірі 5%.

Відповідно до розрахунків (табл. 3.2), грошовий потік кав'ярні «Живе зерно» за п'ять років реалізації проєкту становить:

1-й рік – 780 836 грн

2-й рік – 975 731 грн

3-й рік – 1 195 937 грн

4-й рік – 1 444 274 грн

5-й рік – 1 723 861 грн

Загальний сумарний грошовий потік за 5 років становить 6 120 639 грн, що свідчить про високий рівень інвестиційної привабливості проєкту та підтверджує його здатність генерувати стабільний дохід. Такі результати засвідчують перспективність запуску еко-орієнтованої кав'ярні в місті Одеса та дозволяють рекомендувати реалізацію проєкту як економічно виправдану та стійку бізнес-ініціативу.

Далі можна переходити до DCF-аналізу (дисконтованих грошових потоків), а також розрахунків показників:

NPV (Net Present Value) – чиста приведена вартість,

PI (Profitability Index) – індекс прибутковості,

IRR (Internal Rate of Return) – внутрішня норма прибутковості,

Payback Period (PP) – строк окупності.

Розрахуємо дисконтований грошовий потік (DCF) для кожного року:

$$DCF_t = CF_t / (1 + r)^t$$

де:

DCF_t – дисконтований грошовий потік у t-му році

CF_t – грошовий потік (Cash Flow) у t-му році

r – ставка дисконтування (у нашому випадку 24% або 0.24)

t – номер року (1, 2, 3, 4, 5).

Внесемо дані в таблицю 3.4.

Розрахунок дисконтованого грошового потоку за 5 років (ставка 24%)

Роки	Грошовий потік, грн	Дисконтований грошовий потік, грн
1-й	780 836	629 703
2-й	975 731	635 407
3-й	1 195 937	627 671
4-й	1 444 274	616 625
5-й	1 723 861	581 047
Разом	6 120 639	3 090 453

Джерело: розрахунок автора.

На основі розрахунків дисконтованого грошового потоку за 5 років реалізації проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно» за ставкою дисконту 24% можна зробити такі узагальнені висновки.

Загальний обсяг грошового потоку, що генерується проєктом протягом 5 років, становить 6 120 639 грн, що підтверджує його високу прибутковість у номінальному значенні. Дисконтований грошовий потік, який враховує зміну вартості грошей у часі, складає 3 090 453 грн, що є більш об'єктивним показником ефективності інвестицій з урахуванням альтернативної вартості капіталу.

Найбільша частка дисконтованого грошового потоку припадає на перші три роки, що свідчить про відносно швидке повернення інвестованих коштів і зменшення вартості прибутків у наступні роки через ефект дисконтування.

Незважаючи на щорічне зростання фактичного грошового потоку, дисконтоване значення зменшується, що типово для довгострокових проєктів з високою ставкою дисконту. Це ще раз підкреслює важливість оперативного досягнення рентабельності. Отримане значення сумарного дисконтованого потоку (3,09 млн грн) свідчить про фінансову доцільність проєкту, адже при правильно розрахованих початкових інвестиціях цей дохід може забезпечити позитивну чисту приведену вартість (NPV).

Таким чином, результати дисконтованого аналізу демонструють, що проєкт має потенціал не лише забезпечити повернення інвестицій, а й створити додану вартість для власника при дотриманні прогнозованих умов реалізації.

Розрахунок з урахуванням дисконтування дозволяє врахувати зміну вартості грошей у часі, що є надзвичайно важливим для оцінки реальної прибутковості інвестиційного проєкту. Завдяки цьому методу можна об'єктивно порівняти очікувані грошові надходження упродовж найближчих років із поточними витратами на відкриття кав'ярні, а також оцінити доцільність реалізації підприємницької ініціативи.

У випадку створення кав'ярні «Живе зерно» розрахований дисконтований грошовий потік свідчить про стабільну позитивну динаміку, що підтверджує ефективність обраної бізнес-моделі. Якщо порівняти загальну суму дисконтованих надходжень за 5 років (3 090 453 грн) із початковими інвестиціями (415 000 грн), можна зробити висновок, що проєкт має високий потенціал рентабельності та швидкої окупності вже в перший рік діяльності.

Таким чином, врахування дисконтування є невід'ємною частиною комплексної фінансової оцінки бізнес-проєкту, що забезпечує більш точне розуміння економічної доцільності відкриття кав'ярні «Живе зерно» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Показники економічної ефективності проєкту з відкриття кав'ярні

№	Показник	Формула	Розрахунок	Результат
1	Чиста приведена вартість (NPV)	$\sum DCF - I$	3 090 453 – 415 000	2 675 453 грн
2	Індекс прибутковості (PI)	$\sum DCF / I$	3 090 453 / 415 000	7,44
3	Середня рентабельність інвестицій (ARR)	$CF_{cp} / I \times 100\%$	(1 207 128 / 415 000) $\times 100\%$	2,9 %
4	Строк окупності (PB)	I / CF_{cp}	415 000 / 1 207 128	0,34 року (~4,1 місяці)
5	Внутрішня норма рентабельності – IRR, %	IRR знаходиться як значення ставки доходності, при якому поточна вартість всіх очікуваних доходів = початкові витрати на проєкт		285,81%.
5	Дисконтований строк окупності (DPP)	період до $\sum DCF \geq I$	$\sum DCF > 415 000$ уже в 1-й рік	< 1 року

Джерело: розраховано автором.

Результати таблиці 3.5 щодо економічної ефективності проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно» наступні. Чиста приведена вартість (NPV) становить 2 675 453 грн, що свідчить про істотний перевищення доходів над початковими інвестиціями. Це означає, що проєкт є економічно вигідним і має значний фінансовий потенціал. Індекс прибутковості (PI) дорівнює 7,44, що значно перевищує порогове значення 1. Такий показник демонструє високий рівень ефективності інвестованого капіталу: на кожную вкладену гривню очікується понад 7 гривень дисконтованого прибутку.

Середня рентабельність інвестицій (ARR) становить 2,9%, що свідчить про надзвичайно високий рівень прибутковості вкладень. Це підтверджує, що капіталовкладення в кав'ярню мають швидкий і вагомий фінансовий зиск. Строк окупності (PB) дорівнює 0,34 року, або приблизно 4,1 місяці, що є дуже коротким періодом для підприємницького проєкту. Це вказує на швидке повернення вкладених коштів. Дисконтований строк окупності (DPP) становить менше одного року, адже вже у перший рік сума дисконтованих надходжень перевищує початкові інвестиції. Це підтверджує високу фінансову життєздатність і низький ризик невдачі. Внутрішня норма рентабельності (IRR) для вашого проєкту становить приблизно 285,81%. Це свідчить про високу інвестиційну привабливість проєкту, оскільки IRR значно перевищує стандартні ставки дисконту. Таким чином, за всіма ключовими показниками проєкт відкриття кав'ярні демонструє високу інвестиційну привабливість, швидку окупність та довгострокову рентабельність. Це дозволяє стверджувати, що реалізація бізнес-ідеї є доцільною як економічно, так і стратегічно.

3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Успішна реалізація підприємницького проєкту у сфері ресторанного господарства, зокрема відкриття кав'ярні, потребує не лише якісного фінансового й маркетингового планування, а й детального аналізу можливих

ризиків, що можуть виникнути на різних етапах життєвого циклу бізнесу. Проведення ризик-аналізу є важливою складовою стратегічного управління, оскільки дозволяє завчасно ідентифікувати потенційні загрози, оцінити ймовірність їх появи, визначити рівень впливу на стабільність бізнесу та сформувати дієву систему превентивних дій.

Актуальність такого підходу зумовлена нестабільною економічною ситуацією, зміною поведінки споживачів, впливом війни на бізнес-середовище, коливанням вартості оренди та комунальних послуг, а також високою конкуренцією в кавовому сегменті. У контексті відкриття кав'ярні «Живе зерно» в місті Одеса ризики можуть бути пов'язані як з внутрішніми факторами (кадрові труднощі, порушення стандартів якості, неефективна логістика), так і з зовнішніми обставинами (зміна споживчого попиту, зростання цін на імпортовану каву, перебої з електроенергією або регуляторні обмеження).

Мета ризик-аналізу полягає у виявленні ризиків, що можуть загрожувати безперебійному функціонуванню кав'ярні; їх оцінці за рівнем імовірності виникнення та ступенем впливу на діяльність бізнесу; розробці комплексу заходів реагування: уникнення, мінімізація, передача чи прийняття ризику; формуванні системи моніторингу ризиків та їх адаптивного контролю в умовах змінного зовнішнього середовища.

Планування та управління ризиками в межах проєкту «Живе зерно» має на меті підвищення стійкості бізнесу, захист інвестицій і забезпечення сталого прибутку у довгостроковій перспективі. З цією метою нижче буде представлено реєстр ризиків проєкту, який охоплює опис потенційних загроз, їхню оцінку, стратегії реагування та конкретні дії щодо зниження негативних наслідків (табл. 3.6). На основі аналізу таблиці 3.6 можна зробити такі узагальнені висновки. Найбільшу загрозу для бізнесу становлять ризики, пов'язані з війною, зокрема перебої з електропостачанням та руйнування інфраструктури (інтегральна оцінка – 9). У зв'язку з цим, важливо закласти у модель витрати на генератор, страхування та кризові сценарії для забезпечення безперебійної роботи.

Реєстр ризиків проекту відкриття кав'ярні «Живе зерно»

№	Опис ризику	Оцінка ймовірності (1–3)	Оцінка впливу (1–3)	Інтегральна оцінка (1–9)	Стратегія	Дії
1	Зниження купівельної спроможності населення	2	3	6	Мінімізація	Запровадити акційні пропозиції, лояльність, формувати середній чек
2	Зростання вартості оренди приміщення	2	2	4	Мінімізація	Укласти довгостроковий договір з фіксованими умовами
3	Перебої з електропостачанням унаслідок воєнних дій	3	3	9	Прийняття	Інвестувати в генератор, резервне живлення
4	Подорожчання імпортованої кави через валютні коливання	3	2	6	Мінімізація	Переходити на локальні зерна за потреби
5	Недостатній потік клієнтів на старті діяльності	2	2	4	Запобігання	Активна реклама, співпраця з локальними партнерами
6	Нестабільність логістичних каналів постачання кави	2	3	6	Диверсифікація	Залучати декількох постачальників, мати резерви
7	Кадровий дефіцит або висока плинність персоналу	2	2	4	Уникнення	Забезпечити належні умови праці, навчання, мотивацію
8	Поява сильного конкурента поруч	2	2	4	Моніторинг	Відстежувати конкурентів, зміцнювати бренд
9	Посилення державного регулювання у сфері громадського харчування	1	2	2	Адаптація	Стежити за нормативними змінами, дотримання законодавства
10	Руйнування інфраструктури або небезпека для бізнесу через війну	3	3	9	Прийняття	Мати страхування, тримати запаси, гнучка модель

Джерело: розробка автора.

Фінансові ризики (зниження купівельної спроможності, валютні коливання, зростання вартості оренди) мають середню інтегральну оцінку (4–6) і потребують своєчасної мінімізації. Серед дієвих заходів – укладання довгострокових контрактів, цінова політика, підтримка лояльності клієнтів і гнучкість в асортименті.

Операційні та маркетингові ризики (нестабільний попит, недостатній трафік, кадрові проблеми, конкуренція) оцінено як середні за рівнем впливу, однак вони можуть значно вплинути на прибутковість у короткостроковій перспективі. Тут варто застосовувати проактивні заходи: якісний рекрутинг, навчання персоналу, впізнаваність бренду, локальне партнерство.

Регуляторні ризики наразі мають низьку ймовірність і вплив, але залишаються у полі моніторингу для вчасної адаптації бізнесу до змін у законодавстві.

Загалом структура ризиків є збалансованою, більшість з них піддається управлінню через стратегії мінімізації, запобігання та адаптації. Ключовим є розробка гнучкої операційної моделі, резервного плану та активна робота з клієнтською базою.

Отже, реєстр ризиків дозволяє системно оцінити можливі загрози та сформувати дієвий план реагування, що зміцнює стійкість проєкту «Живе зерно» в умовах нестабільного середовища та підвищеної невизначеності.

Для наочної візуалізації рівня критичності ризиків, ідентифікованих у межах проєкту відкриття кав'ярні «Живе зерно», доцільно використати пелюсткову діаграму. Цей графічний інструмент дозволяє чітко зіставити інтегральні оцінки окремих ризиків, виявити найбільш загрозливі фактори, а також окреслити ті сфери, що потребують посиленої уваги з боку менеджменту.

Пелюсткова діаграма допомагає оцінити баланс ризикового профілю бізнесу, що має особливе значення для закладу у сфері громадського харчування, чутливого до впливу зовнішнього середовища. Її побудова дозволяє:

- узагальнити та структуровано представити основні загрози для проєкту;

- порівняти рівень їх впливу на бізнес-процеси;
- забезпечити зручну подачу результатів ризик-аналізу для комунікації з інвесторами, банками чи партнерами.

На основі проведеного аналізу побудовано пелюсткову діаграму, що відображає інтегральну оцінку ключових ризиків, які супроводжують запуск кав'ярні «Живе зерно».

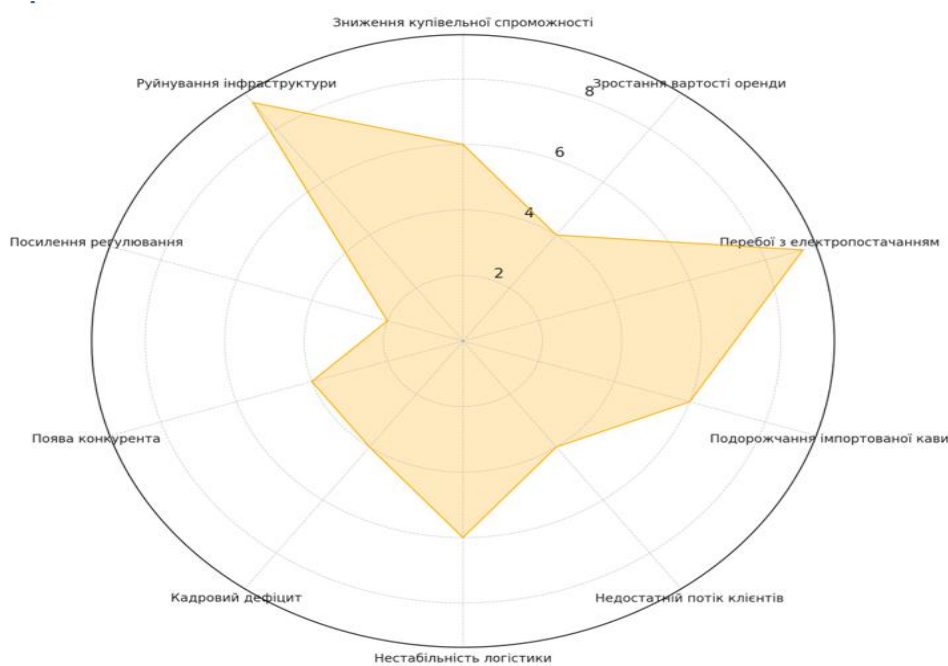


Рис. 3.2. Пелюсткова діаграма ризиків проекту з відкриття кав'ярні

Джерело: розроблено автором.

Аналіз можливих ризиків, пов'язаних з відкриттям кав'ярні «Живе зерно», дозволив сформувати обґрунтований реєстр загроз, які можуть виникати на різних етапах реалізації проекту. У межах дослідження ризики було класифіковано за рівнем імовірності та силою впливу, що дозволило виявити найбільш критичні чинники, зокрема, перебої електропостачання, загрози безпеці через воєнні дії, нестабільність постачання імпортової кави та валютні коливання. Визначення стратегій реагування (мінімізація, прийняття, адаптація, диверсифікація) забезпечує основу для гнучкого антикризового управління та оперативного реагування на зміни у зовнішньому середовищі.

Побудова пелюсткової діаграми стала ефективним візуалізаційним інструментом для системного представлення ризиків і виявлення зон

підвищеної управлінської уваги. Вона ілюструє наявний дисбаланс ризикового профілю, вказуючи на ті напрямки, які потребують додаткового резервування ресурсів або стратегічного посилення. Зокрема, проєкт демонструє високу адаптивність до внутрішніх організаційних загроз, проте залишається вразливим до зовнішніх макроекономічних та воєнних впливів.

Таким чином, реалізація проєкту кав'ярні «Живе зерно» супроводжується низкою ризиків, однак їх своєчасна ідентифікація, кількісна оцінка та чітке стратегічне планування дій дозволяють суттєво знизити рівень невизначеності та зміцнити стійкість бізнесу. Запропоновані заходи спрямовані на збереження фінансової стабільності, підтримку безперервної діяльності та формування довгострокової конкурентоспроможності на ринку послуг.

Висновки до розділу 3

1. У цьому підрозділі було здійснено докладне планування реалізації продукції кав'ярні, що дозволило визначити прогнозовані обсяги продажів, виручку та структуру найбільш прибуткових позицій у меню. На основі аналітичних розрахунків встановлено, що вже з першого місяця функціонування проєкт може генерувати понад 278 тис. грн доходу, а річна виручка може сягнути понад 3,27 млн грн. Така модель формує основу для стабільної рентабельності та ефективного управління запасами.

Таким чином, складання плану реалізації продукції є ключовим етапом фінансового обґрунтування, що дозволяє прогнозувати дохід, оптимізувати асортимент, адаптуватися до сезонності попиту й забезпечити сталий розвиток бізнесу відповідно до ринкових умов і споживчих переваг.

2. Аналіз життєвого циклу проєкту показав, що відкриття кав'ярні передбачає шість основних етапів: підготовчий, інвестиційний, передстартовий, операційний, розширення та масштабування. Кожен із них має чітко окреслені завдання, часові межі та ресурси. Для ефективного контролю над реалізацією бізнес-ідеї було побудовано діаграму Ганта, що візуалізує всі етапи та допомагає запобігти затримкам. Узагальнено, що комплексне управління

етапами життєвого циклу забезпечує структуровану реалізацію проєкту, адаптацію до ринку та готовність до масштабування в майбутньому. Використання діаграми Ганта дозволяє контролювати динаміку, уникати дублювання зусиль і підвищувати ефективність командної роботи.

3. Фінансове моделювання грошових потоків на 5 років виявило високу прибутковість проєкту: сумарний грошовий потік становить понад 6,1 млн грн, а дисконтований – понад 3 млн грн. Це свідчить про реальну здатність бізнесу не лише повертати вкладення, а й створювати суттєву додану вартість.

Ключові фінансові показники підтверджують інвестиційну привабливість: $NPV = 2\,675\,453$ грн; $PI = 7,44$; $ARR = 290,13\%$; $PB = 0,34$ року; $DPP < 1$ року. Це свідчить про надзвичайно швидку окупність проєкту, високий рівень рентабельності та фінансову стійкість, що робить проєкт «Живе зерно» економічно доцільним і придатним до реалізації в сучасних умовах.

4. Ризик-аналіз показав, що найбільшу загрозу для кав'ярні становлять зовнішні чинники, зокрема наслідки війни: перебої з електроенергією та руйнування інфраструктури. Також було виявлено фінансові, маркетингові та організаційні ризики, які можна мінімізувати за допомогою стратегічного управління, диверсифікації постачальників, резервного живлення, гнучкості в меню та роботи з персоналом.

Побудована пелюсткова діаграма дозволила візуально ідентифікувати критичні зони ризику. Це дає змогу сформувану обґрунтовану систему превентивних дій та зміцнити адаптивну здатність бізнесу до змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, проєкт «Живе зерно» є підготовленим до можливих викликів, а його ризиковий профіль піддається ефективному управлінню.

ВИСНОВКИ

1. У результаті дослідження було визначено, що концепція еко-орієнтованої кав'ярні з локальними інгредієнтами, сталими постачаннями та підтримкою свідомого споживання є актуальною та конкурентоспроможною нішею. Обраний формат – еко-орієнтована кав'ярня з локальними продуктами – вирізняється своєю актуальністю та ціннісною привабливістю для сучасного споживача. Такий формат поєднує сильну ідею відповідального споживання, підтримки українських виробників і створення комфортного середовища, що формує емоційну прив'язаність клієнтів.

2. Правові та санітарні умови ведення бізнесу у сфері ресторанного господарства регламентуються чітко законодавчо. Суттєвими етапами є відповідна реєстрація, оформлення КВЕД, отримання дозволів, використання ПРРО/РРО та налаштування податкової системи. Важливим фактором є забезпечення контролю за якістю обслуговування, правової інформацією та забезпечення прозорості діяльності.

3. Обрання організаційно-правової форми ФОП та спрощеної системи оподаткування (ІІІ група) є оптимальним варіантом для малого бізнесу у сфері кавової діяльності. Це дає змогу швидко розпочати діяльність, забезпечує мінімальне податкове навантаження та спрощує ведення обліку. Обрані КВЕДи (основний 56.10, додаткові 56.30, 47.99, 82.30) дозволяють широкий спектр діяльності та масштабування закладу.

4. Ринок кав'ярень в Україні, зокрема в Одесі, демонструє позитивну динаміку відновлення і розвитку, незважаючи на зовнішні виклики. Зростає популярність концептуальних закладів, таких як есо-friendly кав'ярні третьої хвилі, орієнтовані на якість, атмосферу, локальність і етичне споживання. Одеса є одним із найпривабливіших ринків для реалізації таких проєктів завдяки культурній насиченості, туристичному потенціалу та активній міській молоді. Імпортна залежність ринку кави формує виклики, однак не нівелює можливостей, особливо для форматів з локальною обсмажкою, мобільністю та

еко-цінностями. Унікальна концепція кав'ярні добре інтегрується в актуальні тренди ринку.

5. Кав'ярня «Живе зерно» має чітко сформовану конкурентну ідентичність: еко-орієнтований бренд, використання speciality-кави, підтримка локальних фермерів, естетичний інтер'єр та культурна місія. Основні конкуренти в Одесі не пропонують комплексного підходу з поєднанням еко-філософії, культурної платформи та коворкінгу, що дозволяє проєкту зайняти унікальну нішу. Цільова аудиторія (молодь, фрілансери, свідомі споживачі) високо цінує якість, прозорість і соціальну відповідальність. Це створює передумови для лояльності клієнтів та сталого попиту. SWOT-аналіз підтверджує, що внутрішні переваги бізнесу здатні забезпечити йому стабільність навіть в умовах високої конкуренції та зовнішньої нестабільності.

6. Проєкт кав'ярні «Живе зерно» є фінансово обґрунтованим і структурно продуманим. Загальна сума стартового капіталу становить 415 000 грн, з яких 80% передбачається покрити за рахунок пільгового кредиту, а 20% - власними коштами. Основні інвестиції сконцентровані на якісному обладнанні, оформленні інтер'єру та маркетинговому просуванні, що відповідає стратегії кав'ярні. Поточні витрати на перший рік складають 2 328 004 грн, де основними статтями є зарплата персоналу (39,96%), матеріальні витрати (22,34%) та маркетинг (10,31%). Така структура демонструє реалістичний підхід до планування, орієнтацію на якісний сервіс та ефективну взаємодію з клієнтами.

7. Оцінка прибутковості проєкту свідчить про стійке зростання доходів, чистого прибутку та грошового потоку протягом 5 років, що підтверджує ефективність та доцільність реалізації проєкту. Виручка збільшується з 3 276 800 грн у 1-му році до 4 797 562 грн у 5-му році, тобто на 46,4% за період, що свідчить про позитивну динаміку попиту. Зростання чистого прибутку протягом 5 років більше ніж удвічі – з 763 836 грн до 1 706 861 грн (+123%) вказує на зниження відносних витрат або ефективне управління операційною

діяльністю. Нарощення грошового потоку з 780 836 грн до 1 723 861 грн (+120,7%) забезпечує стійку ліквідність проєкту.

8. Аналіз життєвого циклу проєкту показав, що відкриття кав'ярні передбачає шість основних етапів: підготовчий, інвестиційний, передстартовий, операційний, розширення та масштабування. Кожен із них має чітко окреслені завдання, часові межі та ресурси. Для ефективного контролю над реалізацією бізнес-ідеї було побудовано діаграму Ганта, що візуалізує всі етапи та допомагає запобігти затримкам. Узагальнено, що комплексне управління етапами життєвого циклу забезпечує структуровану реалізацію проєкту, адаптацію до ринку та готовність до масштабування в майбутньому.

9. Фінансове моделювання грошових потоків на 5 років виявило високу прибутковість проєкту: сумарний грошовий потік становить понад 6,1 млн грн, а дисконтований – понад 3 млн грн. Це свідчить про реальну здатність бізнесу не лише повертати вкладення, а й створювати суттєву додану вартість. Ключові фінансові показники підтверджують інвестиційну привабливість: $NPV = 2\,675\,453$ грн; $PI = 7,44$; $ARR = 2,9\%$; $PB = 0,34$ року; $IRR = 285,81\%$; $DPP < 1$ року, які показують надзвичайно швидку окупність проєкту, високий рівень рентабельності та фінансову стійкість, що робить проєкт «Живе зерно» економічно доцільним і придатним до реалізації в сучасних умовах.

10. Ризик-аналіз показав, що найбільшу загрозу для кав'ярні становлять зовнішні чинники, зокрема наслідки війни: перебої з електроенергією та руйнування інфраструктури. Також було виявлено фінансові, маркетингові та організаційні ризики, які можна мінімізувати за допомогою стратегічного управління, диверсифікації постачальників, резервного живлення, гнучкості в меню та роботи з персоналом. Побудована пелюсткова діаграма дозволила візуально ідентифікувати критичні зони ризику. Це дає змогу сформулювати обґрунтовану систему превентивних дій та зміцнити адаптивну здатність бізнесу до змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, проєкт «Живе зерно» є підготовленим до можливих викликів, а його ризиковий профіль піддається ефективному управлінню.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку кав'ярень в Україні. 2021 рік. Pro-consulting : веб-сайт. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-kofeen-v-ukraine-2021-god?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 21.03.2025).
2. Андрейченко А. В. Забезпечення розвитку безвідходного виробництва в аграрному секторі економіки: теоретико-методологічне обґрунтування. *Академічний огляд*. 2020. № 1 (52). С. 38-49. DOI: 10.32342/2074-5354-2020-1-52-4.
3. Бізнес в Україні під час війни: як не боятися запустити новий чи масштабувати наявний. Fondy: веб-сайт. URL : <https://fondy.ua/uk/blog/business-in-ukraine-during-the-war/> (дата звернення 07.03.2025).
4. Богдан О. В. В Україні змінюється культура споживання кави: названо прибуткові ніші. Agronews.ua : веб-сайт. URL : <https://agronews.ua/news/v-ukraini-zminiuiet-sia-kul-tura-spozhyvannia-kavy-nazvano-prybutkovi-nishi/> (дата звернення 12.04.2025).
5. Відкрий кав'ярню і будь з нами на одній хвили. Coffeeocean : веб-сайт. URL: https://coffeeocean.od.ua/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 07.03.2025).
6. Вибір системи оподаткування : поради юриста. Yankiv : веб-сайт. URL: <https://yankiv.com/ua/vybir-systemy-opodatkuvannya-porady-yurysta/> (дата звернення 24.02.2025).
7. Види і сорти кави – посібник для початківців кавоманів. Papigutto : веб-сайт. URL : <https://papigutto.com.ua/ua/populyarnye-retsepty/vidy-i-sorta-kofe> (дата звернення 14.04.2025).
8. Воробйов К., Гуржій Н. Ринок кави в Україні: тенденції та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. С. 50-57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-67>.
9. Вплив російської війни в Україні на кавовий ринок України та світу. Coffeestory : веб-сайт. URL:

https://coffeestory.in.ua/uk/articles/industriya/vliyanie-rossiiskoi-voiny-v-ukraine-na-kofeinyi-rynok-ukrainy-i-mira/?srsltid=AfmBOooKSi_SL1GcaY5oo3X9Qt1VREYa-GYIAFNfDia3GLUb1UYLTTOW (дата звернення 07.03.2025).

10. В Україні закриваються ресторани. Найбільше – в середньому ціновому сегменті. Inshe.tv: веб-сайт. URL: https://inshe.tv/economics/2024-12-11/890836/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 07.03.2025).

11. Грант на власну справу. Дія-бізнес : офіційний веб сайт. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnu-spravu> (дата звернення 07.03.2025).

12. Громик О. Аналіз сучасного стану кавової індустрії в Україні. *Актуальні проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу*. 2022. Т. 5. № 2. С. 250 – 266. DOI: 10.31866/2616-7468.5.2.2022.270105.

13. Господарський кодекс України від 19 лютого 2016 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 24.04.2025).

14. Державна служба статистики України : офіційний веб сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 16.01.2025).

15. Доброва Н.В., Райлян О.Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи: журнал*. 2021. № 10 (16) 447 с. С. 303-315. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10\(16\)-303-315](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10(16)-303-315).

16. Доброва Н. В., Каражия Е. А. Інноваційні технології в агробізнесі: роль у підвищенні ефективності та конкурентоспроможності. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2024. № 5-6. С. 123-128. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-5-6-318-319-123-128>.

17. Духницький, Б. В. Основи функціонування ринку кави та чаю в Україні. *Економіка АПК*. 2016. С. 59–62.

18. Єдиний податок 2025: яку групу обрати ФОПу, ліміти, строки сплати : веб-сайт. URL : <https://7eminar.ua/news/1067-jedinii-podatok-2024-2025-yaku-grupu-obrati-foru-ta-limiti> (дата звернення 07.03.2025).

19. Захарченко Н. В. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.
20. Захарченко Н. В. Перспективи розвитку дизайн-мислення в управлінні бізнесом та інноваціями. *Академічний огляд*. 2022. № 1 (56). С. 53-60. DOI: 10.32342/2074-5354-2022-1-56-6.
21. Зибарева О. В., Воронюк Т. А. Ринок кави в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 25–30.
22. Індекс цін на продукти : офіційний веб-сайт Мінфіну. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/> (дата звернення 07.03.2025).
23. Каражия Е. А. Проблеми та передумови формування ефективної системи комунікаційного забезпечення підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.80.
24. Каражия Е. А. Процесно-орієнтоване управління інноваційною діяльністю підприємств України. *Агросвіт*. 2021. №16. С. 69-76. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.16.69
25. Карнаушенко А. С. Кавова індустрія в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник*, 2020. 2(19), С. 103–109. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-18>.
26. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457 : офіційний веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10> (дата звернення 08.03.2025).
27. Кічук Н. В. Сучасний стан та шляхи покращення інвестиційної привабливості Одеського регіону. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. 11-12. С. 97-103. DOI:10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-97-103.
28. Кічук Н. В. Основні проблеми розвитку малого і середнього підприємництва в Одеському регіоні. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. №1-2. С.53-64.

29. Ковальов А. І., Кічук Н. В., Клевцєвич Н. А., Захарченко Н. В., Горбаченко С. А. Антикризове управління бізнесом : навч. посіб. Одеса. ОНЕУ. 2022. 182 с.
30. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. 23(1). С. 126–130.
31. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Відомості Верховної Ради України. 1971. № 50. Ст. 375.
32. Колесник О.О. Борисова Л.С., Шрамко О.О. Фінансова екосистема як інноваційна бізнес-модель сучасного банкінгу. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Випуск 68. С. 77-83. URL : <https://doi.org/10.32843/bses.68-11>.
33. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 року. №254к/96-ВР : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 20.04.2023)
34. Кузьменко О. В. Стратегічне управління розвитком роздрібної торгівлі в Україні. *Бізнес Інформ*. 2022. № 4. С. 45–50.
35. Колесник О. О., Дружкова І. С. Інтелектуальна власність як стратегічна основа функціонування економіки знань. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2024. №1. С. 109-117. URL: http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2024/1/1_2024.pdf DOI <https://doi.org/10.32850/sulj.2024.1.17>. (дата звернення: 11.04.2025).
36. Особливості ФОП як організаційно-правової форми. LIGA 360 : веб сайт. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/situation-doc/SX170060> (дата звернення 20.03.2025).
37. Організаційно-правові форми підприємств. PROSTOPRAVO.ua : веб-сайт. URL: https://ua.prostopravo.com.ua/prava_biznesu/stvorenniya_biznesu/statti/organizatsiyn_o_ppravovi_formi_pidpriemstv (дата звернення: 24.04.2025).

38. Пилипенко І. В. Фінансовий аналіз у підприємстві: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 328 с.
39. Податковий Кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення 20.04.2025).
40. Півторак М. В., Музиченко О. М. Методи прогнозування чистого прибутку підприємства. *Економіка та держава*. 2021. С. 124-129. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2021/21.pdf DOI: 10.32702/2306-6806.2021.1.124. (дата звернення 21.04.2025).
41. Подмазко О. М. Потенційні інвестиційні ресурси інноваційного оновлення виробництва. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-84>. (дата звернення 21.04.2025).
42. Про внесення змін до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» та інших законів України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг: Закон України 20 вересня 2019 р. № 128-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text> (дата звернення 20.04.2025)
43. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 8 липня 2010 р. № 2464 – VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>. (дата звернення 20.04.2025).
44. 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#Text>. (дата звернення 20.04.2025).
45. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 2 березня 2015 № 222–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення 20.04.2025).
46. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012р. № 4618-VI.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>. (дата звернення 20.04.2025).

47. Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 та скасування нормативних документів: Наказ Державного Комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28 травня 2004 р. № 97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0097609-04#Text> (дата звернення 20.04.2025).

48. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 6 липня 1995 року №265/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 20.04.2025).

49. Програмний реєстратор розрахункових операцій. Tax.gov.ua : офіційний веб-сайт. URL: <https://tax.gov.ua/baneryi/programni-rro/programniy-reestrator-rozrahunkovih-operatsiy/programniy-reestrator-rozrahunkovih-operatsiy/> (дата звернення: 21.04.2025).

50. Про підприємництво : Закон України від 7 лют. 1991 р. № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. 1991. № 14. Ст. 168.

51. Проектний аналіз: навч. посібник; за ред. Карпов В.А., Н.Й. Басюркіна, С.А. Горбаченко, Р.І. Шевченко-Перепьолкіна. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

52. Переваги та недоліки ФОП на 3-й групі. A4 Company : веб-сайт. URL: <https://a4.com.ua/perevagi-nedoliki-fop-na-3-grupi/> (дата звернення: 24.02.2025).

53. Пилипенко І. В. Фінансовий аналіз у підприємництві: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 328 с.

54. Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи в органі державної реєстрації. Черкаська обласна державна адміністрація : офіційний веб-сайт URL: <https://ck-oda.gov.ua/rejestratsiya-subjekta->

[pidpryjemnytskoji-diyalnosti-fizychnoji-osoby-v-orhani-derzhavnoji-rejestratsiji/](#)

(дата звернення: 21.03.2025).

55. Рейтинг найбільших країн у світі з виробництва кави у 2022 році. Сильна країна : веб-сайт. URL: <https://sylnaukraina.com.ua/nerukhomist/rejtynh-najbilshykh-krain-u-sviti-z-vyrobnytstva-kavy-u-2022-rotsi.html> (дата звернення: 21.03.2025).

56. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. Horeca : веб-сайт. URL: https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 07.03.2025).

57. Россоха В. В. Потенціал ринку кави в Україні та світі. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. С. 45-51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-44> (дата звернення 21.04.2025).

58. Скільки потрібно грошей, щоб відкрити бізнес в Україні. Коротко та по суті. Checkpoint : веб-сайт. URL: <https://ckp.in.ua/business/18806> (дата звернення: 27.04.2025).

59. Савчук В. С. Бізнес-планування: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2020. 296 с.

60. У Дії знову доступна автоматична реєстрація ФОП : офіційний веб-сайт. URL : <https://diia.gov.ua/news/u-dii-znovu-dostupna-avtomatychna-reiestratsiia-for> (дата звернення: 26.03.2025).

61. У квітні 2024 року кількість кав'ярень в Україні зросла на 35%. Delo.ua : веб-сайт. URL : <https://delo.ua/business/u-kvitni-2024-roku-kilkist-kavyaren-v-ukrayini-zrosla-na-35-432103/> (дата звернення: 26.03.2025).

62. Час працювати: як отримати допомогу від держави на відкриття власної справи. UNIAN: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/dopomoga-na-vidkrittya-biznesu-yak-otrimati-dopomogu-vid-derzhavi-na-vidkrittya-vlasnoji-spravi-novini-ukrajina-11901714.html> (дата звернення: 29.04.2025).

63. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 20.02.2025).

64. Ярмолюк І. І. Стратегічний менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. К.: Університет «Україна», 2021. 192 с.
65. Яценко Ю. В. Аналіз конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 2. С. 78–84.
66. Dobrova N., Kolesnik O., Podmazko O. Intellectualization as a key factor of sustainability in Ukraine. *Journal of European Economy*. 2023. Vol. 22. № 4 (87). P. 571- 589. DOI: <https://doi.org/10.35774/jee2023.04.571>. (дата звернення 21.04.2025).
67. Dengub V. Investment and infrastructure development projects in public-private partnerships in Ukraine. Lozynska T., Birchenko N., Piskun A., Dengub V. *Economics. Ecology. Socium*. 2024. № 8. P. 53–65. DOI: [10.61954/2616-7107/2024.8.4-5](https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.4-5) (дата звернення 21.04.2025).
68. Dengub V. Foreign economic activities of Ukrainian ferrous metallurgy enterprises in the conditions of crisis. G. Duginets, T. Busarieva, Iu. Samoilyk, O. Batrak, V. Dengub, *Naukovyi visnyk natsionalnoho hirnychoho universytetu*. 2025. № 1. P. 164–171. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2025-1/164> (дата звернення 21.04.2025).
69. Zakharchenko N.V. Karazhiya Ed., Railian O. State regulation of high-tech business: economic and law aspect. *Науковий вісник ОНУ: зб.наук.праць*. 2021. № 9-10 (286-287). С. 132-139. DOI: [10.32680/2409-9260-2021-9-10-286-287-132-138](https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-9-10-286-287-132-138).
70. Zakharchenko N. V., Andreichenko A. V., Zhadanova Y. O., Korolova O. G., Navolska N. V. Conceptual model of macro-regulation of social- economic relations in the conditions of innovative-investment development of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. 1(36). С. 272-280. DOI: [10.18371/fcaptp.v1i36.227879](https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i36.227879).
71. Zakharchenko N.V. Priority directions and opportunities for restoration of ukraine's economy infrastructure. *Economic Innovation*. 2024. Volume 26, Issue 4 (93). PP. 67-78. DOI: [10.31520/ei.2024.26.4\(93\).67-78](https://doi.org/10.31520/ei.2024.26.4(93).67-78).