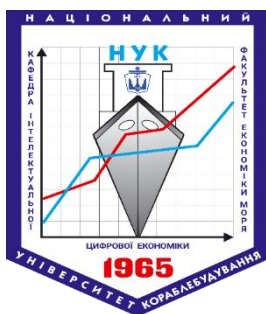


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ
ТА ЕКОЛОГІЇ МОРЯ
КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ



«Допустити до захисту»
В.о. завідувача кафедри
к.е.н., доцент
(наукова ступінь, вчене звання, П.І).
 О.П.КОРНИЄНКО

«10» ____ 06 ____ 2025р.

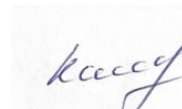
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: « *Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства в сфері обслуговування* »

Виконала: студентка IV курсу, групи
4412(з) Спеціальності 076
Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність
ОП Бізнес та приватне
підприємництво
(шифр і назва спеціальності)

Здобувач: Безроднова К.Ю.
(прізвище та ініціали)



Керівник к.е.н., доцент Рогов В.Г.
(прізвище та ініціали)



Миколаїв – 2025 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

Факультет економіки та екології моря
Кафедра інтелектуальної цифрової економіки
Освітній рівень – перший (бакалаврський)
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма – Бізнес та приватне підприємництво

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми



Олена ЖУКОВА

« 10 » 06 2025р

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студенту Безродновій К.Ю.

(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства в сфері обслуговування»
2. Керівник роботи к.е.н., доц. Рогов В.Г. Затверджені наказом ректора № 1 0 6 від «1 1» 03 2025 року
2. Термін подання роботи:
3. Вихідні дані по роботі: Законодавчі та нормативно-правові акти України, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, результати аналітичних досліджень ринку послуг громадського харчування, довідкова література, наукові праці вітчизняних та зарубіжних фахівців з економіки, підприємництва та бізнес-планування.
4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів):
 1. Роль підприємств у соціально-економічному розвитку
 2. Аналіз ринку та вибір організаційно-правової форми підприємства
 3. Розробка бізнес-плану кав'ярні
4. Перелік презентаційних матеріалів: 1. Титульний слайд. 2. Актуальність теми. Мета та завдання роботи. 3. Роль кав'ярні в економіці. Планування та інструменти. 4. Аналіз ринку кавових напоїв. Сегментація ринку. 5. Конкуренція. 6. SWOT- Аналіз. 7. Бізнес-план кав'ярні «CoffeeDream». 8. Маркетинг та організація. 9. Фінансовий план. Джерела фінансування. 10. Ризики та рішення. 11. Висновки

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	10.02.2025	
2.	Затвердження наукового керівника та теми кваліфікаційної роботи	20.02.2025	
3.	Збір статистичної інформації	15.03.2025	
4.	Вивчення методичних, наукових джерел та інтернет-ресурсів	20.03.2025	
5.	Розробка теоретичного розділу	10.04.2025	
6.	Розробка аналітичного розділу	20.04.2025	
7.	Розробка проєктного розділу (бізнес-плану)	10.05.2025	
8.	Написання вступу, висновків, додатків	12.05.2025	
9.	Ознайомлення наукового керівника з чернеткою роботи	15.05.2025	
10.	Усунення зауважень наукового керівника та повне завершення кваліфікаційної роботи	25.05.2025	
11.	Розробка презентації кваліфікаційної роботи	27.05.2025	
12.	Подання закінченої роботи на кафедральну комісію та її захист	09.06.2025	
13.	Подання кваліфікаційної роботи рецензенту та отримання рецензії	10.06.2025	
14.	Захист кваліфікаційної роботи перед ДЕК	16.06.2025	

Студент

(підпис)

Безроднова К.Ю.

(ПІБ)

Керівник роботи

(підпис)

Рогов В.Г.

(ПІБ)

АНОТАЦІЯ

Безроднова К. «Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства в сфері обслуговування (кав'ярня)» – кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 2025.

У роботі розкрито соціально-економічну роль підприємств, їх функції та значення планування у підприємницькій діяльності. Проведено аналіз ринку кавових напоїв в Україні, конкурентного середовища та поведінки цільової аудиторії. Розроблено бізнес-план створення кав'ярні, що включає концепцію закладу, маркетинговий і виробничий плани, організаційну структуру, фінансові розрахунки та оцінку ризиків.

Ключові слова: кав'ярня, бізнес-план, підприємництво, ринок кави, ефективність, стратегія.

ANNOTATION

Bezrodnova K. “Development and Justification of a Business Plan for the Creation of a New Enterprise in the Service Sector (Coffee Shop)” – Bachelor’s Qualification Thesis. Admiral Makarov National University of Shipbuilding, Mykolaiv, 2025.

The thesis reveals the socio-economic role and functions of enterprises and the importance of planning in business activities. It includes an analysis of the coffee beverage market in Ukraine, the competitive environment, and consumer behavior. A comprehensive business plan for launching a coffee shop has been developed, including the business concept, marketing and production strategies, organizational structure, financial calculations, and risk assessment.

Keywords: coffee shop, business plan, entrepreneurship, coffee market, efficiency, strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП6

РОЗДІЛ 1 РОЛЬ ПІДПРИЄМСТВ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ8

1.1. Соціально-економічне значення підприємств та їх функціональні напрямки8

1.2. Планування як інструмент забезпечення ефективної роботи підприємства16

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ТА ВИБІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ПІДПРИЄМСТВА24

2.1. Аналіз ринку кавових напоїв в Україні24

2.2. Аналіз конкурентного середовища та ринкової інфраструктури28

2.3. Вибір організаційно-правової форми підприємства34

2.4 Аналіз попиту та характеристика споживачів37

РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ КАВ'ЯРНІ44

3.1. Резюме бізнес-плану44

3.2. Опис бізнесу та концепція кав'ярні45

3.3. Маркетинговий план48

3.4. Виробничий план (організація роботи кав'ярні)51

3. 5. Організаційна структура та управлінська команда56

3.6. Фінансовий план60

3.7. Оцінка ризиків та план їх мінімізації68

ВИСНОВКИ72

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ74

ДОДАТКИ75

ВСТУП

Сучасні економічні умови в Україні, зокрема в умовах складної політичної ситуації та соціальних змін, вимагають від підприємців постійного вдосконалення методів управління та розробки нових бізнес-ідей. Одним із таких перспективних напрямів є розвиток сфери обслуговування, зокрема відкриття кав'ярень, оскільки попит на якісні послуги харчування стабільно зростає. В умовах високої конкуренції важливим є створення та обґрунтування бізнес-плану, який дозволяє підприємцям не тільки оцінити економічну доцільність проекту, але й сформулювати стратегію успішного ведення бізнесу.

Актуальність теми цієї дипломної роботи обумовлена необхідністю створення бізнес-плану для нового підприємства в галузі обслуговування — кав'ярні, що функціонуватиме в умовах конкурентного середовища. Створення такого підприємства вимагає детального аналізу ринку, вибору оптимальної організаційно-правової форми, розробки маркетингової та виробничої стратегії, а також прогнозування фінансових результатів.

Розробка бізнес-плану є важливим етапом у процесі відкриття нового підприємства, оскільки він допомагає не лише визначити необхідні ресурси, а й оцінити економічну доцільність та стратегію розвитку. Бізнес-план служить основою для залучення інвестицій, визначає стратегію маркетингу та продажів, а також допомагає у плануванні фінансових потоків, що важливо для досягнення стабільності на ринку. У цьому контексті, створення ефективного бізнес-плану для кав'ярні є необхідним кроком на шляху до успішного функціонування підприємства.

Метою цієї роботи є розробка бізнес-плану для створення кав'ярні, яка зможе ефективно працювати в умовах сучасного ринку, забезпечуючи високу якість послуг та стабільний прибуток. Для досягнення цієї мети будуть вирішені наступні завдання:

- оцінка соціально-економічного значення підприємств і ролі планування в забезпеченні ефективності бізнесу;

- аналіз ринку кавових напоїв в Україні та вибір оптимальної організаційно-правової форми для кав'ярні;
- розробка концепції кав'ярні, маркетингового та виробничого планів, а також організаційної структури;
- оцінка фінансових аспектів бізнесу, розрахунок витрат та доходів;
- ідентифікація потенційних ризиків і розробка плану їх мінімізації.

Об'єктом дослідження є ринок кав'ярень в Україні, а предметом — бізнес-план створення нового підприємства в цій сфері.

Робота складається з чотирьох основних розділів, кожен з яких охоплює ключові етапи створення та розвитку кав'ярні, включаючи аналіз ринку, розробку концепції, фінансове планування та оцінку ризиків.

РОЗДІЛ 1

РОЛЬ ПІДПРИЄМСТВ

У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ

1.1. Соціально-економічне значення підприємств та їх функціональні напрямки

Підприємство є основною ланкою економіки, яка забезпечує виробництво товарів, надання послуг та виконання робіт. Воно являє собою самостійний суб'єкт господарювання, що функціонує на основі поєднання матеріальних, фінансових та трудових ресурсів. Його діяльність спрямована як на отримання прибутку, так і на задоволення суспільних потреб.

Законодавче визначення підприємства міститься в Господарському кодексі України, де під цим поняттям розуміють організаційно відокремлену та економічно самостійну одиницю, створену відповідно до законодавства. Головна особливість підприємства полягає в його здатності самостійно приймати господарські рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

Однією з ключових характеристик підприємства є його майнова відокремленість, що передбачає наявність власних активів та можливість самостійного розпорядження ними. Це означає, що підприємство може укласти угоди, залучати фінансування, формувати виробничу стратегію та здійснювати інші дії в межах своєї компетенції.

Важливо зазначити, що підприємства можуть відрізнятися між собою за багатьма параметрами: розмірами, формою власності, напрямками діяльності та структурою управління. Однак усі вони об'єднані спільною метою — організацією ефективної діяльності в ринкових умовах.

Організації можна класифікувати за різними критеріями, що дозволяє визначити їхні масштаби, особливості функціонування та правовий статус. Кожен із цих критеріїв допомагає краще розуміти структуру та діяльність підприємства в ринкових умовах.

Одним із основних критеріїв є розмір підприємства. Залежно від кількості працівників та обсягів виробництва, підприємства поділяються на мікро-, малі, середні та великі. Мікропідприємства зазвичай мають менше 10 працівників і незначний річний дохід, тому вони здатні оперативно реагувати на зміни на ринку, але обмежені в своїх масштабах. Малі підприємства, що працюють з більшою кількістю персоналу та більшими обсягами виробництва, можуть діяти на регіональному рівні, маючи певні переваги в конкуренції. Середні підприємства вже можуть вийти на національний рівень, а великі підприємства, завдяки значним фінансовим і виробничим можливостям, мають здатність впливати на економіку на глобальному рівні.

Іншим важливим критерієм є форма власності підприємства. Вона визначає, хто є власником підприємства та як організовано управління. Підприємства можуть бути приватними, державними або комунальними. Приватні підприємства належать фізичним або юридичним особам, і їх діяльність часто має гнучкіший характер, оскільки рішення приймаються швидше. Державні підприємства, на відміну від приватних, належать державі і виконують важливі функції для забезпечення соціальних і економічних потреб. Комунальні підприємства зазвичай належать місцевим органам влади і сприяють розвитку місцевої інфраструктури.

Крім того, підприємства можна класифікувати за видом діяльності, що вказує на основну мету їх існування. Виробничі підприємства займаються створенням товарів та послуг, що є основою економіки, а торгові підприємства спеціалізуються на продажу готової продукції або послуг споживачам. Сервісні підприємства надають послуги в різних сферах, таких як обслуговування, транспорт чи освіта, а фінансові підприємства займаються кредитуванням, інвестиціями або страхуванням.

Ця класифікація дозволяє зрозуміти, як підприємства взаємодіють з ринком, які ресурси та стратегії вони використовують для досягнення своїх цілей. Крім того, вона надає чітке уявлення про різницю в управлінських підходах, стратегіях і можливостях для зростання кожного підприємства, враховуючи його розмір, власність та сферу діяльності.

Підприємства сфери обслуговування займають важливу роль в економіці, оскільки вони безпосередньо взаємодіють із споживачами і задовольняють їхні різноманітні потреби. Особливості таких підприємств, як кав'ярень, є важливими для розуміння специфіки управління і успішного функціонування в умовах конкурентного середовища.

Кав'ярні, як підприємства галузі послуг, мають кілька визначальних рис. Перша з них — це послуга як основний продукт. На відміну від виробничих підприємств, де основною метою є виготовлення товарів, кав'ярні орієнтуються на надання послуг. Ці послуги включають приготування та продаж кави, чаю, десертів і легких закусок, а також забезпечення комфортної атмосфери для відпочинку та спілкування. Успіх кав'ярні залежить від якості обслуговування, атмосфери закладу та ефективності персоналу.

Крім цього, важливою особливістю кав'ярень є невизначений характер попиту. Попит на кавові напої і послуги кав'ярні може бути дуже мінливим в залежності від часу доби, дня тижня, сезону та інших факторів. Так, уранці більшість людей прагне випити каву перед роботою, в той час як в обідній час кав'ярні можуть стати популярними для зустрічей або ланчів. Це означає, що кав'ярні повинні враховувати ці цикли і ефективно планувати свій графік роботи та ресурси.

Локація кав'ярні має велике значення для її успіху. Кав'ярні зазвичай відкриваються в місцях з високою прохідністю — це можуть бути центральні вулиці, торгові центри, бізнес-райони чи поруч з університетами. Позиціонування кав'ярні в популярному місці з високим потоком клієнтів збільшує ймовірність її успіху.

Ще однією важливою рисою підприємств цієї сфери є висока конкуренція. Кав'ярні часто працюють у конкурентному середовищі, де кожен заклад має пропонувати не тільки стандартні послуги, але й унікальні переваги — особливі рецепти, атмосферу, інтер'єр, програми лояльності для клієнтів. Конкуренція вимагає постійного вдосконалення обслуговування, оновлення асортименту та створення інноваційних ідей, які дозволяють виділятися серед інших.

Також важливим аспектом є задоволення потреб клієнтів. Індустрія послуг, в тому числі кав'ярні, повинні приділяти особливу увагу індивідуальним потребам кожного клієнта, надавати персоналізовані послуги, підтримувати комфортну атмосферу. Врахування таких дрібниць, як зручне розташування столиків, чистота приміщення, привітність персоналу, створює сприятливу атмосферу для відвідувачів, що в свою чергу збільшує лояльність та частоту візитів.

Економічна ефективність кав'ярень часто залежить від оптимізації витрат і правильного управління ресурсами. Для цього необхідно мати чітку стратегію закупівлі сировини, ефективно управляти запасами продуктів та контролювати витрати на утримання приміщення та персоналу. Висока якість обслуговування та продукції, поряд з правильним ціноутворенням, можуть значно підвищити прибутковість підприємства.

І наостанок, у сучасному світі цифровізація займає важливу роль в діяльності кав'ярень. Від онлайн-замовлень до соціальних мереж, сучасні кав'ярні активно використовують інтернет-технології для комунікації з клієнтами, просування своїх послуг і управління бізнесом. Зручні мобільні додатки, програми лояльності, а також можливість замовлення кави через онлайн-сервіси є важливими елементами, які допомагають кав'ярням залучати більше клієнтів та покращувати їхній досвід.

Заклади, що функціонують у сфері обслуговування, відіграють важливу роль у розвитку економіки і суспільства в цілому. Їх діяльність сприяє як економічному зростанню, так і соціальній стабільності, забезпечуючи належні умови для розвитку громади та національної економіки.

Створення робочих місць та забезпечення зайнятості населення Підприємства є основними джерелами робочих місць. Вони забезпечують населення стабільною зайнятістю, що є критично важливим для соціальної стабільності. Особливо в сферах обслуговування, таких як кафе та ресторани, створення робочих місць відбувається на всіх рівнях: від менеджерів до баристів і кухарів. Це дозволяє знизити рівень безробіття та підтримувати соціальну структуру.

Сприяння економічному зростанню та збільшенню ВВП Підприємства, що функціонують в різних секторах економіки, є основними двигунами економічного зростання. Вони сприяють збільшенню валового внутрішнього продукту (ВВП), адже кожен з них створює продукцію або послуги, що споживаються на внутрішньому або зовнішньому ринку. Наприклад, кав'ярні, як частина сервісної галузі, вносять свій внесок у загальний обсяг виробництва та споживання, забезпечуючи додану вартість у вигляді продуктів харчування, напоїв і обслуговування.

Забезпечення споживчого ринку товарами та послугами Підприємства забезпечують різноманітні потреби споживачів, постачаючи товари та послуги. Вони виступають не лише як постачальники, а й як важливі компоненти економічної екосистеми, забезпечуючи конкурентоспроможність на ринку. У випадку кав'ярень, підприємства забезпечують потребу в не лише каві, а й у комфорті, соціалізації, що має важливе значення для культурного та соціального життя.

Залучення інвестицій та розвиток інфраструктури Багато підприємств, особливо в великих містах або регіонах, що активно розвиваються, стають важливими центрами для залучення інвестицій. Інвестори вкладають кошти в розвиток бізнесу, що стимулює не лише економічний розвиток підприємства, а й інфраструктурні зміни в регіоні. Це може включати вдосконалення транспортних шляхів, будівництво нових об'єктів, покращення благоустрою та інші заходи, що підвищують загальну якість життя.

Сплата податків та формування державного бюджету Підприємства є одними з основних платників податків, що надходять до державного бюджету. Сплата податків забезпечує фінансування соціальних програм, інфраструктурних проєктів, а також підтримку державних ініціатив у різних сферах — від освіти до охорони здоров'я. Наприклад, прибутковий податок підприємств, ПДВ та акцизи з товарів і послуг, що надаються кав'ярнями, сприяють формуванню бюджету та розвитку суспільних благ.

Бізнес в сфері обслуговування відіграють важливу роль у соціальній сфері, впливаючи на різні аспекти життя громадян та розвитку суспільства в цілому. Вони не лише забезпечують економічні переваги, а й створюють умови для поліпшення якості життя, культурного розвитку та соціальної інтеграції. Розглянемо основні соціальні аспекти, які визначають значення підприємств у суспільстві.

Основною метою підприємств, особливо кав'ярень, є задоволення базових потреб населення в якісних послугах. Вони не лише продають каву, але й створюють атмосферу, де клієнти можуть отримати комфорт, відпочити, поспілкуватися чи працювати в затишному середовищі. Завдяки високому рівню обслуговування та увазі до деталей, кав'ярні задовольняють зростаючі вимоги споживачів до якості послуг у різних сферах життя.

Підприємства сфери обслуговування, є важливими елементами сучасного міського середовища. Вони не лише виконують функцію надання послуг, а й створюють естетичні, культурні та соціальні простори, які активно впливають на вигляд та атмосферу міста. Кав'ярні часто стають місцями для зустрічей, де люди можуть насолоджуватися не лише напоями, а й комфортною обстановкою, що сприяє розвитку міської культури та привабливості населених пунктів.

Сфери сервісу активно сприяють формуванню нових культурних і соціальних традицій. Кав'ярні стали важливою частиною повсякденного життя багатьох людей, причому культура споживання кави переросла з простої необхідності в стиль життя. Завдяки цьому виникають нові соціальні ритуали — зустрічі за чашкою кави, які є не лише можливістю насолодитися напоєм, а й провести час із друзями чи колегами. Відкриття нових форматів кав'ярень, таких як кав'ярні з органічними продуктами або тематичні заклади, дозволяє збагачувати культуру споживання.

Кав'ярні та інші сфери надання послуг відіграють важливу роль у соціальній інтеграції та спілкуванні людей. Вони створюють можливості для зустрічей між людьми з різних соціальних, культурних та вікових груп, що сприяє розвитку громадянського суспільства. У таких закладах люди можуть вільно спілкуватися, обговорювати ідеї, працювати або просто відпочивати, що допомагає формувати

соціальні зв'язки та підтримувати здорову соціальну атмосферу. Це важливо для розвитку міст і регіонів, адже соціальна інтеграція створює відчуття спільноти та є основою для соціальної стабільності.

Кав'ярні як елемент ринку послуг, мають кілька ключових напрямків діяльності, які забезпечують їх ефективне функціонування та задоволення потреб клієнтів. Розглянемо основні функціональні напрямки діяльності підприємств:

1. Виробнича функція: створення товарів та послуг. Виробнича функція є основою діяльності підприємства, оскільки вона охоплює процес створення товарів і послуг, які становлять основну частину бізнесу. У кав'ярнях цей напрямок включає приготування кави, чаю, десертів, легких закусок, а також підтримку високої якості обслуговування клієнтів. Це також передбачає контроль за якістю сировини, обладнанням та технологіями приготування, щоб забезпечити високий рівень задоволення потреб споживачів. Для успішного виконання виробничої функції важливими є ефективність використання ресурсів, якість продукції і відповідність стандартам.

2. Маркетингова функція: дослідження ринку, просування товарів та послуг. Маркетингова функція охоплює дослідження ринку та цільової аудиторії, розробку стратегії просування товарів і послуг, а також формування іміджу підприємства. Для кав'ярень маркетинг включає вивчення переваг споживачів, виявлення трендів у споживанні, розробку акцій та програм лояльності, організацію рекламних кампаній. Просування послуг кав'ярні може включати як традиційні способи реклами, так і використання сучасних технологій, таких як соцмережі, мобільні додатки для замовлення кави або системи онлайн-замовлень. Важливою частиною маркетингової діяльності є забезпечення зв'язку з клієнтами через канали зворотного зв'язку, що дозволяє коригувати стратегію та адаптувати бізнес до потреб ринку.

3. Фінансова функція: управління фінансовими ресурсами підприємства. Фінансова функція охоплює управління усіма фінансовими аспектами діяльності підприємства, включаючи планування бюджету, контроль витрат, оптимізацію доходів і витрат, а також пошук фінансування для розвитку бізнесу. Для кав'ярні

фінансове управління включає в себе планування вартості сировини, ціноутворення, аналіз рентабельності та прибутковості. Управління фінансами також включає контроль за рухом грошових коштів, сплату податків і забезпечення стійкої фінансової ситуації. Чітке фінансове управління дозволяє підприємству не тільки стабільно функціонувати, але й розвиватися в умовах конкуренції.

4. Управлінська функція: організація та координація діяльності підприємства.

Управлінська функція полягає в організації і координації всіх внутрішніх процесів на підприємстві. Вона включає визначення стратегічних цілей і завдань підприємства, розподіл обов'язків серед персоналу, контроль за виконанням поставлених завдань і оптимізацію робочих процесів. Для кав'ярні це включає управління персоналом (баристи, офіціанти, менеджери), організацію робочих змін, забезпечення належної взаємодії між різними відділами (постачання, обслуговування, фінанси). Також важливим аспектом є визначення і контроль стандартів обслуговування, що є критичним для підтримки високої якості послуг.

5. Соціальна функція: забезпечення гідних умов праці та соціальних гарантій працівникам.

Соціальна функція підприємства стосується забезпечення належних умов праці та соціальних гарантій для своїх працівників. Це включає в себе створення безпечних умов для праці, забезпечення соціальних виплат, медичного страхування, оплачуваних відпусток і інших пільг. У кав'ярнях це також передбачає організацію навчання і підвищення кваліфікації працівників, а також створення комфортного робочого середовища. Добробут і мотивація працівників є важливими чинниками для досягнення успіху підприємства, оскільки високий рівень задоволення працівників сприяє підвищенню ефективності роботи та якості обслуговування клієнтів.

Отже, підприємства у сфері обслуговування відіграють ключову роль не лише в економічному розвитку, але й у формуванні соціальної стабільності, задоволенні потреб населення та підвищенні якості життя.

Водночас, у межах сфери обслуговування функціонує велика кількість підприємств різного типу. Їх можна класифікувати за масштабами діяльності, формою організації, цільовим сегментом тощо.

Таблиця 1.1. Структура типів підприємств у сфері обслуговування

Тип підприємства	Приклади	Особливості
Індивідуальне	Приватна кав'ярня	Простота реєстрації, менші витрати
Мережева кав'ярня (франшиза)	Aroma Kava, Lviv Croissants	Підтримка бренду, жорсткі стандарти
Крафтова кав'ярня	Авторська кав'ярня з унікальним стилем	Оригінальність, гнучкість у формуванні пропозиції
Онлайн/мобільна	Кавомобіль, кавовий причеп	Мобільність, зручність, менші витрати

Таке розмаїття типів підприємств у сфері обслуговування свідчить про високий рівень адаптивності ринку до змін споживчих вподобань та тенденцій розвитку інновацій.

1.2. Планування як інструмент забезпечення ефективної роботи підприємства

Планування — це процес визначення цілей і розробки заходів для їх досягнення. Для підприємства розробка планів є необхідним інструментом, що дозволяє зосередитись на досягненні бажаних результатів. Це сприяє оптимізації ресурсів, контролю за витратами, а також дозволяє мінімізувати можливі ризики, що виникають у процесі діяльності. Успішне планування допомагає підприємствам працювати більш ефективно, досягати стабільних результатів і адаптуватися до змін у ринковому середовищі.

Планування поділяється на кілька видів, залежно від строків, рівня управління та обсягу завдань. Розглянемо три основних види планування, які використовуються на підприємствах:

1. Стратегічне планування

Це довгострокове планування, яке охоплює період від трьох до п'яти років і більше. Стратегічне планування допомагає визначити основні цілі підприємства, його місце на ринку, стратегію розвитку і конкурентні переваги. Для кав'ярні це може включати розширення мережі, відкриття нових філій або впровадження нових послуг, що відповідають запитам споживачів. Стратегічне планування має на меті забезпечити сталість підприємства на ринку та його поступальний розвиток.

2. Тактичне планування

Тактичне планування фокусується на середньострокових цілях, які реалізуються протягом одного року або півтора. Воно орієнтоване на досягнення конкретних завдань, які допомагають реалізувати стратегію. Для кав'ярні це може включати планування кампаній на основі сезонних змін попиту, організацію спеціальних заходів, оновлення асортименту або покращення якості обслуговування.

3. Оперативне планування

Оперативне планування стосується короткострокових завдань, які повинні бути виконані в межах одного дня, тижня або місяця. Це забезпечує ефективну організацію робочого процесу на поточний момент. Для кав'ярні це може включати планування робочих змін, моніторинг запасів інгредієнтів, розподіл завдань серед персоналу, організацію обслуговування клієнтів. Оперативне планування є важливим для підтримки високої якості послуг та забезпечення безперебійної роботи підприємства.

Планування є важливим інструментом для досягнення конкретних цілей і підвищення ефективності підприємства. Ось кілька ключових аспектів, як це працює:

1. Чітке визначення цілей

Планування дозволяє підприємству чітко визначити свої короткострокові та довгострокові цілі, а також кроки для їх досягнення. Це допомагає зосередитися на найбільш важливих аспектах бізнесу і не відволікатися на другорядні завдання.

2. Оптимізація ресурсів

Планування дає змогу ефективно розподіляти ресурси підприємства (фінансові, людські, матеріальні) для досягнення найкращих результатів. Це важливо для кав'ярні, де потрібно організувати роботу персоналу, правильно витратити кошти на закупівлю інгредієнтів і забезпечити якісне обслуговування.

3. Прогнозування і мінімізація ризиків

Завдяки плануванню підприємство може оцінити можливі ризики та розробити стратегії для їх мінімізації. Це дозволяє підприємству, навіть в умовах непередбачуваних ситуацій, залишатися стабільним і адаптуватися до змін.

4. Моніторинг і контроль

Планування дозволяє здійснювати моніторинг виконання запланованих заходів і своєчасно коригувати стратегію при необхідності. Це дає змогу оперативно реагувати на зміни в умовах ринку, запити споживачів або інші фактори, що впливають на бізнес.

Отже, процес планування є ключовим елементом управління, яке забезпечує структуровану і систематизовану діяльність підприємства, дозволяючи досягати поставлених цілей і підвищувати ефективність роботи.

Процес планування передбачає виконання кількох ключових функцій, які забезпечують структурованість і результативність діяльності підприємства.

1. Аналіз: Початковий етап планування базується на детальному аналізі внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Аналіз поточної ситуації дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони бізнесу, виявити можливості для розвитку та потенційні загрози. Для кав'ярні це означає вивчення попиту на різні види напоїв і послуг, оцінку рівня конкуренції на ринку, а також аналіз витрат і прибутковості. Тільки після глибокого аналізу можна коректно визначити стратегічні напрямки розвитку.

2. Прогнозування: є невід'ємною складовою планування, оскільки дає змогу підприємству передбачити можливі зміни на ринку та в бізнес-середовищі. Для кав'ярні прогнозування дозволяє точніше оцінити сезонні коливання попиту, зміну смаків споживачів, а також адаптацію до нових тенденцій у галузі (наприклад, тренди на здорове харчування або веганські альтернативи). У результаті

правильного прогнозування підприємство може розробити план дій, що відповідає майбутнім викликам.

3. Організація: це наступна функція, яка включає в себе чітке визначення завдань, розподіл ресурсів та координацію робочих процесів. Для кав'ярні це означає розробку графіків роботи, ефективний розподіл завдань серед персоналу, планування закупівель та організацію належної логістики постачання сировини. Система організації має бути побудована таким чином, щоб кожен елемент бізнесу працював злагоджено й ефективно.

4. Контроль: функція контролю полягає в регулярному моніторингу виконання планів та коригуванні діяльності в разі відхилень від запланованих результатів. Для кав'ярні це може означати оцінку фінансових показників (прибуток, витрати), моніторинг якості обслуговування та зворотного зв'язку з клієнтами. Використання цієї функції дозволяє оперативно виявляти невідповідності між запланованим і фактичним, а також здійснювати коригувальні заходи.

Успішне планування неможливе без дотримання певних принципів, які визначають його ефективність і відповідність реаліям підприємства.

Основною рисою будь-якого планування є чітке орієнтування на досягнення визначених цілей. У кав'ярні це може бути підвищення прибутковості, залучення нових клієнтів або підвищення рівня задоволення постійних гостей. Кожен етап планування має бути спрямований на досягнення конкретних, вимірюваних результатів, що безпосередньо сприяють реалізації стратегічних цілей.

Планування не може бути випадковим або фрагментарним процесом. Воно повинно мати системний характер, тобто бути складовою частиною загального процесу управління підприємством. Це означає, що стратегічне, тактичне і оперативне планування повинні бути взаємопов'язані і забезпечувати єдність дій, що дозволяє досягати комплексних результатів. Для кав'ярні, наприклад, успішна реалізація маркетингових заходів повинна поєднуватися з ефективним управлінням фінансами та організацією роботи персоналу.

Планування повинно мати достатній рівень гнучкості, щоб адаптуватися до змін на ринку та в бізнес-середовищі. У сфері обслуговування, де зовнішні фактори

можуть швидко змінюватися, гнучкість є надзвичайно важливою. Наприклад, якщо виявляється, що попит на певні продукти зменшується, планування повинно дозволити оперативно коригувати асортимент або розпочати нову рекламну кампанію.

Реалістичність — це принцип, який полягає в тому, що плани мають бути здійсненними з урахуванням наявних ресурсів. Це означає, що цілі та завдання повинні відповідати реальним можливостям підприємства, будь то фінансові ресурси, людські ресурси або інфраструктура. У контексті кав'ярні це означає, що будь-яке розширення асортименту чи відкриття нових філій має бути обґрунтоване реалістичними розрахунками.

Таким чином, ефективне планування є основою стабільної і результативної діяльності будь-якого підприємства, зокрема кав'ярні, оскільки воно дозволяє забезпечити не тільки досягнення поточних цілей, а й стратегічний розвиток на довгострокову перспективу.

Планування на підприємстві є ключовим етапом для досягнення стратегічних цілей, а застосування правильних методів та інструментів дозволяє забезпечити ефективне використання ресурсів і своєчасну адаптацію до змін у зовнішньому середовищі. Для кав'ярні важливо не тільки правильно планувати ресурси та стратегії, а й ефективно управляти взаємодією з клієнтами та організувати внутрішні процеси. Для цього використовуються як класичні методи планування, так і сучасні інструменти автоматизації бізнес-процесів.

Методи планування:

1. SWOT-аналіз

SWOT-аналіз є одним з основних методів стратегічного планування, який дозволяє оцінити внутрішні і зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємства. Метод базується на виявленні сильних і слабких сторін (Strengths, Weaknesses), можливостей (Opportunities) і загроз (Threats), які існують на ринку. Для кав'ярні SWOT-аналіз дозволяє оцінити такі аспекти, як:

- сильні сторони: унікальний асортимент, лояльність клієнтів, зручне розташування;

- слабкі сторони: висока конкуренція, залежність від постачальників;
- можливості: розвиток нових продуктів, організація тематичних заходів;
- загрози: економічні коливання, зміни у вподобаннях споживачів.

Цей метод дозволяє зрозуміти, де необхідно покращити бізнес-процеси і де є можливості для розвитку.

2. PEST-аналіз

PEST-аналіз є ще одним популярним методом стратегічного планування, який аналізує зовнішні фактори, що можуть вплинути на діяльність підприємства. PEST включає чотири основні категорії:

1. Політичні (P): законодавчі зміни, державна підтримка малого бізнесу.
2. Економічні (E): економічна ситуація, рівень безробіття, зміни у податковому законодавстві.
3. Соціальні (S): зміни у споживчих звичках, соціальні тенденції (наприклад, тренд на здорове харчування).
4. Технологічні (T): новітні технології у виробництві кави, автоматизація процесів.

Завдяки PEST-аналізу кав'ярня може прогнозувати, як зовнішні фактори будуть впливати на її діяльність, і своєчасно адаптувати стратегії.

3. Бізнес-планування

Бізнес-планування є фундаментальним методом для будь-якого підприємства, що дозволяє визначити основні напрямки діяльності та стратегії розвитку. Бізнес-план включає не лише стратегічні цілі, а й фінансові розрахунки, маркетингові стратегії, організаційну структуру та інші аспекти, що забезпечують сталий розвиток. Для кав'ярні бізнес-план передбачає:

- аналіз ринку та цільової аудиторії;
- оцінка витрат на відкриття і підтримку діяльності;
- планування маркетингових активностей (рекламні кампанії, лояльність клієнтів);
- прогнозування доходів та витрат.

Створення бізнес-плану допомагає чітко визначити, як досягти поставлених цілей і які ресурси для цього необхідні.

Для ефективного планування діяльності підприємства важливо використовувати різноманітні інструменти та методи, що дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, покращити взаємодію з клієнтами та забезпечити стабільний розвиток. Сучасні технології та програмне забезпечення значно спрощують управлінські функції, автоматизуючи багато процесів і дозволяючи зосередитися на стратегічних завданнях. Нижче представлено таблицю з основними інструментами планування, які можуть бути корисні для кав'ярні.

Таблиця 1.2. Основні інструменти планування

Інструмент планування	Опис	Переваги
CRM-системи (Customer Relationship Management)	Програмне забезпечення для управління взаєминами з клієнтами, збору та аналізу інформації про їх уподобання, персоналізація обслуговування.	- Покращення обслуговування клієнтів. - Персоналізація пропозицій. - Створення системи лояльності та знижок.
ERP-системи (Enterprise Resource Planning)	Комплексне управління всіма бізнес-процесами, інтеграція фінансів, постачання, виробництва та персоналу.	- Автоматизація процесів. - Оптимізація обліку та фінансів. - Покращення управління запасами та постачаннями.
Google Таблиці / Microsoft Excel	Використовуються для складання планів, фінансових розрахунків, аналізу даних.	- Простота використання. - Гнучкість для створення різних типів планів. - Можливість використовувати формули для фінансових розрахунків.
Trello / Asana / Monday.com	Інструменти для управління завданнями та проектами, організація робочих процесів, встановлення термінів.	- Легке планування та відстеження прогресу завдань. - Спільна робота над проектами. - Візуалізація процесів та дедлайнів.

Застосування сучасних методів та інструментів планування є ключовим фактором успішної діяльності підприємства. Сфери послуг можуть скористатися широким спектром інструментів для оптимізації бізнес-процесів, підвищення ефективності роботи та покращення взаємодії з клієнтами. Використання таких рішень, як CRM- і ERP-системи, допомагає забезпечити системність і гнучкість у плануванні, що є важливим для досягнення стратегічних цілей.

Підприємства є фундаментальними елементами економіки, які забезпечують створення робочих місць, виробництво товарів і послуг, а також сприяють економічному та соціальному розвитку. Особливу роль відіграють ринок сервісних послуг, який зосереджується на задоволенні потреб клієнтів, формуванні комфортного середовища та розвитку культурних традицій.

Планування, як ключова управлінська функція, дозволяє підприємствам ефективно організовувати діяльність, визначати цілі та раціонально використовувати ресурси. Окрім цього, використання сучасних методів і інструментів, таких як SWOT-аналіз, CRM- і ERP-системи, сприяє підвищенню конкурентоспроможності та адаптації до змін у ринковому середовищі. У поєднанні з чітким визначенням функцій і принципів планування це забезпечує стабільний розвиток і досягнення стратегічних цілей.

Таким чином, підприємства та планування взаємопов'язані, формуючи основу для ефективної діяльності, задоволення потреб клієнтів і сталого розвитку бізнесу. Слід звернути увагу, що успішне управління можливе лише за умови гнучкого підходу до планування та постійного аналізу змін у зовнішньому середовищі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РИНКУ ТА ВИБІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Аналіз ринку кавових напоїв в Україні

Кавовий ринок в Україні є одним із найбільш динамічно зростаючих сегментів харчової промисловості та сфери громадського харчування. Попит на кавові напої постійно зростає, що пояснюється зміною споживчих уподобань, урбанізацією, розвитком культури кавоспоживання та розширенням мереж кав'ярень. Важливими чинниками розвитку ринку є також глобальні тенденції, пов'язані зі зростанням попиту на якісний кавовий продукт, поширенням кави to-go та збільшенням кількості споживачів, які віддають перевагу спеціалізованим кавовим напоям.

Ринок кавових напоїв в Україні продовжує демонструвати динамічний розвиток у 2024 році. Нижче представлено детальний аналіз імпорту та експорту кави, а також структуру та сегментацію ринку на основі актуальних даних.

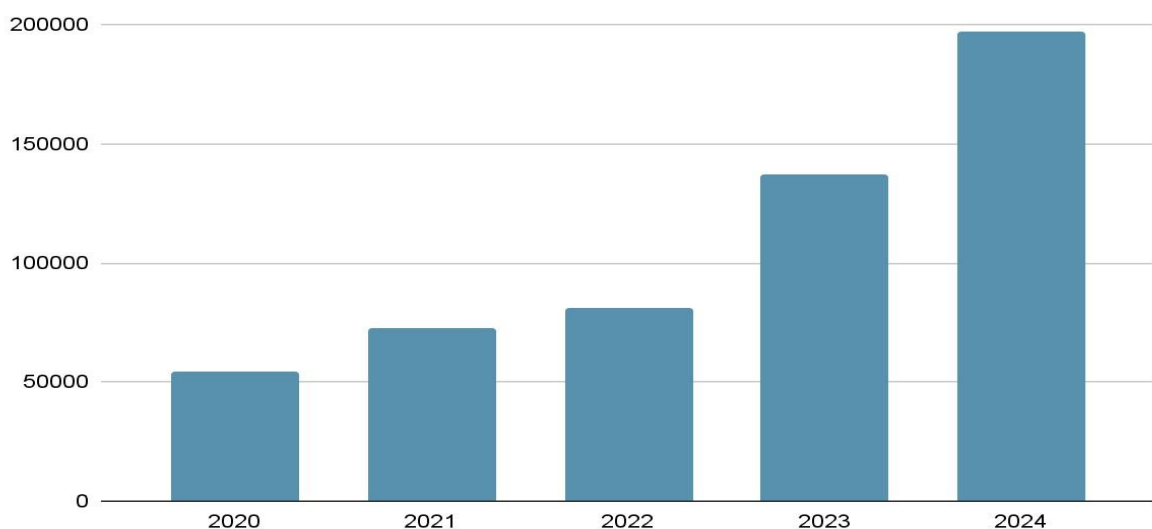


Рис. 2.1. Обсяги імпорту кави в Україну в період з 2020 до 2024 року

Згідно з даними Державної митної служби України, обсяги імпорту кави 2024 року значно зросли порівняно з попередніми періодами (рис.2.1). Експортні

показники залишаються незначними, що свідчить про високе внутрішнє споживання та залежність від імпортованої продукції. Оскільки в Україні природні умови не сприяють вирощуванню кавових зерен, країна значною мірою залежить від імпорту. Державна служба статистики України зафіксувала стабільне зростання імпорту кави протягом останніх років, тоді як експортні обсяги залишаються мінімальними. Водночас на внутрішньому ринку активно розвивається виробництво кавових напоїв із використанням імпортованої сировини. Ринок кавових напоїв в Україні представлений великою кількістю вітчизняних та міжнародних компаній. Серед найбільших імпортерів та виробників кави варто виділити такі компанії, як «Nestlé Україна», «JACOBS DOUWE EGBERTS», «Галка», «Своя Кава» та інші. Крім того, активно розвиваються мережі кав'ярень, такі як «Aroma Kava», «Lviv Croissants», «Takava Coffee-Bufferet» та багато інших.

Аналіз статистичних даних свідчить, що найбільшими виробниками кавових зерен є Бразилія, Колумбія, Індонезія та В'єтнам. Зокрема, Бразилія займає приблизно третину світового ринку, щорічно виробляючи близько 12 млн мішків зеленої кави. Колумбія постачає на ринок близько 10,5 млн мішків, тоді як Індонезія та В'єтнам забезпечують 6,7 млн та 5,8 млн мішків відповідно. Кліматичні умови у Південній Америці,

Азійсько-Тихоокеанському регіоні та Африці найбільш сприятливі для вирощування кавових зерен, що визначає географічну структуру світового ринку кави.

Крім аналізу експорту та імпорту кавових зерен, важливо проаналізувати розвиток кавової індустрії в світі та Україні. Розвиток кавової індустрії у світі відбувався хвилеподібно, і його можна поділити на три

основні хвилі, кожна з яких мала унікальні особливості та вплинула на сучасний стан ринку.

Перша хвиля розвитку кавової індустрії (середина XX століття – початок 1980-х років) була спрямована на масове виробництво кави та забезпечення її доступності для широких верств населення. У цей період на ринку домінувала

розчинна кава, яка виготовлялася шляхом висушування попередньо звареної кави для збереження її довготривалих властивостей.

Провідні бренди, такі як Nescafe та Jacobs, стали символами цього періоду.

Основні характеристики першої хвилі:

- масове споживання розчинної кави, яка була швидкою у приготуванні та доступною за ціною;
- відсутність значної уваги до походження кавових зерен та їх якості;
- використання технології сублімаційного висушування для отримання порошкоподібної або гранульованої кави;
- поява кавових напоїв 2-в-1 і 3-в-1, які містили значну кількість цукру, молока та стабілізаторів.

Друга хвиля (1980-2000-ті роки) знаменувала собою зміну підходу до споживання кави, коли основна увага почала приділятися її смаку, аромату та якості. З'явилися спеціалізовані кав'ярні, де споживачі могли насолоджуватися кавою на основі еспресо. Найвідомішою мережею кав'ярень, яка популяризувала цю хвилю, став Starbucks.

Основні характеристики другої хвилі: — Поява великих міжнародних мереж кав'ярень, що пропонують напої на основі еспресо.

- використання якісніших кавових зерен та імпорт свіжообсмаженої кави;
- запровадження нових напоїв, таких як лате, капучино, мокачино, що містять молоко, сиропи та інші добавки;
- формування культури споживання кави як частини повсякденного ритуалу.

В Україні друга хвиля почалася в 2000-х роках, коли розпочався активний імпорт кави від європейських виробників, таких як Lavazza, Movenpick, Dallmayr. У цей період почали з'являтися перші великі кав'ярні та спеціалізовані заклади, що пропонували якісні напої.

Третя хвиля (2000-ті – дотепер) кавової індустрії фокусується на якості кави та унікальності її походження. Споживачі почали цікавитися деталями виробництва: звідки походять зерна, на якій висоті вони вирощуються, які методи

обробки використовуються. Ринок перейшов від великих корпорацій до крафтових виробників, які прагнуть до вдосконалення смаку та натуральності кави.

Основні характеристики третьої хвилі:

- поява терміна *specialty coffee* – кави вищого ґатунку, яка має чітко визначене походження та унікальні смакові властивості;
- використання альтернативних методів заварювання: кемекс, аеропрес, пурвер;
- фокус на етичності виробництва: екологічні ферми, відповідальні постачальники, справедлива торгівля;
- популяризація малих обсмажувальних компаній, які надають пріоритет якості та індивідуальному підходу до клієнтів.

В Україні третя хвиля активно розвивається останні кілька років, що підтверджується ростом кількості спеціалізованих кав'ярень та інтересом до високоякісної кави. Завдяки поширенню культури *specialty coffee* українці все більше звертають увагу на якість кави, методи обсмажування та її походження.

Таблиця 2.1. Основні сегменти ринку кавових напоїв в Україні

Сегмент	Частка ринку (%)	Характеристика
Натуральна кава (зернова, мелена)	40%	Найпопулярніший продукт серед кавоманів, використовується в домашньому споживанні та кав'ярнях.
Розчинна кава	35%	Популярна завдяки зручності та швидкому приготуванню.
Кава в капсулах	15%	Зростаючий сегмент завдяки розвитку капсульних кавоварок.
Кава to-go	10%	Відображає сучасний ритм життя, особливо у великих містах.

Ринок кавових напоїв в Україні включає кілька основних сегментів, серед яких найбільший – натуральна кава (зернова, мелена), що займає 40% загального

обсягу. Це свідчить про підвищений інтерес до якісної кави, яку можна приготувати як вдома, так і в кав'ярнях. Попит на цей сегмент зростає завдяки поширенню культури specialty coffee та збільшенню кількості кав'ярень, що пропонують альтернативні методи заварювання. Розчинна кава, хоча і залишається популярною (35% ринку), поступово втрачає позиції через зміну вподобань споживачів на користь більш якісної та натуральної продукції. Основними її споживачами залишаються офісні працівники, мандрівники та люди, які цінують швидкість приготування. Капсульна кава займає 15% ринку та демонструє зростання завдяки розвитку технологій капсульних кавоварок, які забезпечують швидке приготування якісного напою. Найменший, але перспективний сегмент – кава to-go, що займає 10% ринку. Він стабільно зростає, особливо у великих містах, завдяки мобільним кав'ярням, кавовим острівцям та автоматизованим кавомашинам. Серед основних тенденцій ринку можна виділити популяризацію specialty coffee, зростання культури кав'ярень, розширення сегменту кави to-go та впровадження інноваційних методів заварювання, таких як кемекс, аеропрес та нові технології капсульної кави. Висока конкуренція сприяє підвищенню якості продукції та розширенню асортименту.

Отже, ринок кавових напоїв в Україні має значний потенціал для подальшого розвитку. Збільшення імпорту, розширення сегменту кав'ярень та зміна уподобань споживачів створюють сприятливі умови для підприємців, які орієнтуються на якість продукції, нові формати подачі кави та ефективні маркетингові стратегії.

2.2. Аналіз конкурентного середовища та ринкової інфраструктури

Конкурентне середовище відіграє ключову роль у визначенні життєздатності нового підприємства, оскільки рівень конкуренції впливає на стратегічні рішення, фінансову стійкість і можливість ефективного функціонування бізнесу. Для оцінки конкурентного середовища використовують

кілька методів, що дозволяють комплексно проаналізувати ситуацію на ринку, виявити потенційні загрози та знайти можливості для розвитку.

Ринок кав'ярень в Україні демонструє стабільне зростання, що зумовлено зміною споживчих уподобань, урбанізацією та зростаючою популярністю кавової культури. За останні роки кількість кав'ярень суттєво збільшилася, особливо у великих містах, де високий попит на якісну каву та комфортні заклади для відпочинку й роботи.

Станом на 2024 рік в Україні функціонує понад 25 000 закладів різного формату, пов'язаних із продажем кави, зокрема кав'ярень, мобільних точок, кавових островців у торгових центрах та франчайзингових мереж. Лідерами ринку є такі мережі, як Aroma Kava, Lviv Croissants, ONE LOVE coffee, Takava Coffee-Buffer, Idealist Coffee, Fresh Black. Ці компанії забезпечують значну частку ринку та задають високі стандарти обслуговування, якості кави та маркетингових стратегій.

Основні тренди на ринку кави в Україні включають: — Популяризацію specialty coffee та альтернативних методів заварювання

(кемекс, пурвер, аеропрес); — Розвиток сегменту кави to-go, який становить близько 40% продажів у кав'ярнях;

— Розширення франчайзингових мереж, що дозволяє швидко відкривати нові точки в перспективних локаціях;

— Зростання попиту на екологічні рішення – багато кав'ярень переходять на багаторазові чашки, еко-упаковку, локальні обсмажувальні компанії.

Одним із найпоширеніших підходів є SWOT-аналіз, який дозволяє визначити сильні (Strengths) та слабкі (Weaknesses) сторони підприємства, а також зовнішні можливості (Opportunities) та загрози (Threats), що можуть впливати на його діяльність. За допомогою цього методу можна виявити унікальні переваги компанії, які допоможуть їй зайняти конкурентну позицію, а також слабкі місця, що потребують вдосконалення. Наприклад, якщо підприємство має низьку

собівартість виробництва, це може бути його конкурентною перевагою. Водночас, якщо компанія має обмежені фінансові ресурси для маркетингових кампаній, це може стати слабкою стороною, яка потребує вирішення. Результати даного аналізу наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 SWOT-аналіз кавового бізнесу

Фактор	Опис
Сильні сторони (Strengths)	Висока якість продукції, сучасне обладнання, унікальна концепція закладу, професійний персонал, ефективна маркетингова стратегія, екологічні рішення (zero-waste).
Слабкі сторони (Weaknesses)	Висока конкуренція, потреба у великих початкових інвестиціях, необхідність постійного оновлення асортименту, сезонність бізнесу (менше споживання кави влітку).
Можливості (Opportunities)	Розвиток культури споживання кави, тренд на specialty coffee, потенціал франчайзингового розширення, партнерства з місцевими виробниками кави.
Загрози (Threats)	Економічна нестабільність, зростання вартості імпортованої сировини, ризик змін у законодавстві, збільшення кількості конкурентів, коливання купівельної спроможності споживачів.

Серед сильних сторін кав'ярень можна виділити якісну продукцію, професійний персонал, сучасне обладнання, унікальну концепцію закладу та ефективну маркетингову стратегію. До слабких сторін належать висока конкуренція, сезонність бізнесу (влітку споживання гарячої кави зменшується), потреба у великих початкових інвестиціях та необхідність постійного оновлення асортименту. Основними можливостями для розвитку є популяризація культури specialty coffee, партнерства з локальними виробниками кави, розширення бізнесу за рахунок франчайзингу та впровадження інноваційних методів обслуговування. Загрозами для кав'ярень є економічна нестабільність, підвищення цін на

імпортовані кавові зерна, можливі зміни у законодавстві, що регулює ресторанний бізнес, та збільшення кількості конкурентів.

Ще одним ефективним інструментом аналізу конкурентного середовища є модель п'яти сил Портера, яка дозволяє оцінити п'ять ключових факторів впливу на бізнес. Перший фактор – рівень конкуренції в галузі, який визначає інтенсивність боротьби між існуючими компаніями. Чим вищий рівень конкуренції, тим складніше новому підприємству вийти на ринок і зайняти вигідну позицію. Другий фактор – загроза з боку нових гравців, тобто можливість появи нових конкурентів, які можуть запропонувати більш вигідні умови для споживачів. Якщо ринок має високі бар'єри входу, такі як значні початкові інвестиції або складне ліцензування, ризик появи нових гравців буде нижчим. Третій фактор у моделі Портера – вплив постачальників. Якщо на ринку домінує невелика кількість постачальників, вони можуть диктувати ціни та умови співпраці, що впливатиме на собівартість продукції або послуг. Четвертий фактор – вплив споживачів, які можуть мати високий рівень переговорної сили, якщо на ринку є велика кількість альтернативних товарів. П'ятий фактор – загроза з боку товарів-замінників, що стосується можливості появи альтернативних продуктів або послуг, які можуть витіснити традиційні пропозиції компанії. Наприклад, розвиток цифрових сервісів може замінити традиційні способи надання послуг. Відповідно до нашого бізнесу, можна зробити такі висновки, щодо до цієї моделі аналізу конкурентного середовища:

По-перше, рівень конкуренції між існуючими гравцями є дуже високим, оскільки кав'ярні різних форматів змагаються між собою за увагу споживачів. Основними напрямками конкуренції є якість кави, рівень обслуговування, унікальність концепції закладу, локація, цінова політика та впровадження програм лояльності. Враховуючи активний розвиток ринку та зростання попиту на якісну каву, багато закладів розширюють свої послуги, пропонуючи нові варіанти напоїв, зокрема альтернативні методи заварювання (кемекс, пуровер, аеропрес) та безкофеїнові кавові напої.

По-друге, загроза появи нових учасників на ринку є досить високою. Відкриття кав'ярні не потребує надто великих інвестицій, що дозволяє навіть малим підприємцям входити в цей бізнес. Мінімальні інвестиції для відкриття невеликого закладу стартують від 10 000 доларів США, тоді як для повноцінної кав'ярні середнього рівня необхідно від 30 000 до 50 000 доларів США. Франчайзингові пропозиції від відомих мереж також сприяють збільшенню кількості нових кав'ярень, оскільки підприємці можуть отримати готову бізнес-модель, що значно знижує ризики.

По-третє, загроза товарів-замінників є середньою, оскільки споживачі можуть обирати інші альтернативи для отримання кофеїну. Основними замінниками кав'ярень є вендингові кавові автомати, кава, що продається в супермаркетах, енергетичні напої та чай. Проте якість кави, атмосфера кав'ярень, можливість спілкування та комфортного відпочинку роблять традиційні кав'ярні більш привабливими для клієнтів, особливо у великих містах.

По-четверте, вплив постачальників на ринок є середнім. В Україні працює велика кількість постачальників кавових зерен, що дає можливість кав'ярням обирати найбільш вигідні варіанти. Кав'ярні, які прагнуть виділитися на ринку, співпрацюють із локальними обсмажувальниками або безпосередньо з фермерами, що дозволяє їм отримувати зерна високої якості. Крім того, велике значення має постачання кавового обладнання, оскільки якість напоїв значною мірою залежить від рівня кавомашин, млинків та інших пристроїв для приготування кави.

Останнім фактором є вплив покупців, який є надзвичайно високим. Сучасні споживачі стають дедалі вибагливішими, адже вони не просто хочуть випити каву, а прагнуть отримати якісний продукт, створений з урахуванням їхніх смакових вподобань. Вони звертають увагу на походження кавових зерен, методи обсмажування, види альтернативного молока та рівень екологічної відповідальності бізнесу. Програми лояльності, які пропонують бонуси за покупки або знижки для постійних клієнтів, стають важливим фактором для залучення покупців та підтримки їхньої лояльності.

Ще одним важливим методом аналізу конкурентного середовища є аналіз ринку, який передбачає вивчення основних гравців, їхньої ринкової частки, стратегії ціноутворення, маркетингових кампаній та рівня сервісу. Дослідження ринку допомагає виявити сильних і слабких конкурентів, зрозуміти їхні бізнес-моделі та визначити можливості для диференціації нового підприємства. Аналіз конкурентного середовища є ключовим етапом при розробці бізнес-плану для нового підприємства, зокрема кав'ярні в місті Миколаїв.

Ринок кав'ярень в Україні демонструє стійке зростання, що обумовлено збільшенням споживання кави та розвитком культури кавування. Згідно з дослідженням Pro-Consulting, загальне споживання кави в Україні в період 2018-2024 роки зросло, що свідчить про підвищення попиту на кавові напої. У Миколаєві, як і в інших великих містах України, спостерігається активний розвиток кавового бізнесу. Основними гравцями на ринку є як мережеві, так і незалежні кав'ярні. Мережеві заклади, такі як Aroma Kava, Lviv Croissants та інші, мають значну присутність у місті, пропонуючи стандартизовані продукти та послуги. Незалежні кав'ярні, навпаки, намагаються виділитися унікальними пропозиціями, авторськими рецептами та індивідуальним підходом до клієнтів.

Ринкова частка між мережевими та незалежними кав'ярнями розподіляється нерівномірно. Мережеві заклади зазвичай займають більшу частку ринку завдяки впізнаваності бренду та масштабам діяльності. Проте незалежні кав'ярні можуть конкурувати, пропонуючи унікальний асортимент та атмосферу, що приваблює певний сегмент споживачів.

Стратегії ціноутворення на ринку кав'ярень залежать від цільової аудиторії та позиціонування закладу. Мережеві кав'ярні часто пропонують середній ціновий сегмент, забезпечуючи баланс між ціною та якістю. Незалежні кав'ярні можуть варіювати ціни залежно від унікальності продукту та рівня сервісу. Наприклад, заклади, що спеціалізуються на specialty coffee, можуть встановлювати вищі ціни, обґрунтовуючи це якістю зерен та майстерністю бариста.

Маркетингові кампанії кав'ярень у Миколаєві включають використання соціальних мереж, програм лояльності, участь у місцевих заходах та співпрацю з

іншими бізнесами. Ефективне використання Instagram та Facebook дозволяє залучати молодіжну аудиторію, демонструючи новинки меню та атмосферу закладу. Програми лояльності, такі як накопичувальні бонуси чи знижки для постійних клієнтів, сприяють утриманню клієнтської бази. Рівень обслуговування є критичним фактором успіху кав'ярні. Висококваліфікований персонал, швидке та дружнє обслуговування, чистота та комфорт у закладі формують позитивний досвід для клієнтів, що сприяє їх поверненню та рекомендаціям іншим.

Покупці мають значний вплив на розвиток кавового бізнесу, оскільки їхні вподобання змінюються під впливом глобальних трендів – зростання популярності specialty coffee, екологічних ініціатив, альтернативних методів заварювання. Це змушує кав'ярні адаптуватися та впроваджувати нові формати обслуговування (кав'ярні-книгарні, коворкінг-кав'ярні, мобільні кавові точки).

Для успішного входу на ринок потрібно вибрати правильну локацію, приділити увагу якості продукції, запропонувати унікальні послуги та побудувати ефективну маркетингову стратегію. Тому стратегія нової кав'ярні має базуватися на високій якості кави, відмінному сервісі та атмосфері, що сприятиме залученню та утриманню клієнтів.

2.3. Вибір організаційно-правової форми підприємства

Одним із ключових етапів створення кав'ярні є вибір організаційно-правової форми підприємства, яка визначає правовий статус бізнесу, обсяг відповідальності власників, податкове навантаження та порядок ведення фінансової звітності. В Україні існує кілька основних форм господарювання, які підходять для відкриття кав'ярні: фізична особа-підприємець (ФОП), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) та приватне підприємство (ПП).

Відповідно до інформації наведеної в таблиці «Порівняльний аналіз організаційно-правових форм для кав'ярні» (Додаток А), фізична особа-підприємець (ФОП) є найпростішою формою ведення бізнесу, яка підходить для невеликих кав'ярень, що працюють в одному приміщенні та мають обмежену

кількість працівників. Основною перевагою цієї форми є простота реєстрації та ведення бухгалтерського обліку. ФОП може працювати на спрощеній системі оподаткування, що дозволяє зменшити податкове навантаження. Водночас головним недоліком є те, що власник несе повну особисту відповідальність за всіма фінансовими зобов'язаннями бізнесу, що створює значні ризики у разі фінансових труднощів або боргових зобов'язань.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) є найкращим варіантом для середнього та великого бізнесу або підприємств, які планують залучати інвесторів чи партнерів. Основною перевагою цієї форми є обмежена відповідальність засновників, що означає, що кожен учасник ризикує лише сумою свого внеску в статутний капітал. ТОВ дозволяє гнучко обирати систему оподаткування, наймати необмежену кількість працівників та забезпечувати легальне працевлаштування. Водночас, у порівнянні з ФОП, реєстрація ТОВ є складнішою та потребує ведення фінансової звітності, бухгалтерського обліку та взаємодії з податковими органами.

Приватне підприємство (ПП) за своєю структурою схоже на ТОВ, проте власник має більшу відповідальність за зобов'язаннями підприємства. Ця форма підходить для невеликих сімейних бізнесів, однак поступово втрачає популярність через складніший облік та юридичні нюанси управління. ПП рідко обирають для ведення кавового бізнесу, оскільки воно має менше можливостей для залучення партнерів та інвесторів порівняно з ТОВ.

Таким чином, при відкритті кав'ярні в місті Миколаїв необхідно обрати найбільш ефективну організаційно-правову форму, яка дозволить оптимально вести бізнес, мінімізувати ризики та забезпечити стабільний розвиток підприємства. Враховуючи масштаби планованого бізнесу, кількість працівників, необхідність залучення партнерів та інвесторів, а також рівень податкового навантаження, найкращим вибором для нашого підприємства буде створення Товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ).

Основною перевагою є обмежена відповідальність засновників, що означає, що вони не несуть особистої відповідальності за борги підприємства. У разі

фінансових труднощів або банкрутства власники ризикують лише сумою свого внеску в статутний капітал, що значно знижує особисті фінансові ризики, це критично важливо для стабільного розвитку бізнесу, оскільки дозволяє зберегти особисті активи підприємців навіть у випадку невдачі.

Ще однією вагомою причиною вибору ТОВ є можливість залучення партнерів та інвесторів. Оскільки кав'ярня може мати перспективу масштабування, розширення або навіть запуску франчайзингової мережі, важливою є можливість залучення додаткового фінансування, також дозволяє мати кількох засновників, кожен з яких може зробити внесок у розвиток компанії та отримати частку бізнесу відповідно до свого вкладу, що значно спрощує процес пошуку фінансових партнерів та розширення діяльності.

Також значною перевагою є гнучкість у виборі системи оподаткування. ТОВ може працювати як на спрощеній системі оподаткування (5% від доходу або 2%+ПДВ), так і на загальній системі (18% податку на прибуток). Для невеликої кав'ярні найвигіднішою буде спрощена система оподаткування, що мінімізує податкові витрати. Якщо ж бізнес зросте і річний оборот перевищуватиме 7,8 млн грн, то перехід на загальну систему з ПДВ стане доцільним для розширення можливостей співпраці з юридичними особами та великими постачальниками.

Ще одним вагомим аргументом на користь ТОВ є можливість офіційного працевлаштування необмеженої кількості працівників. Для кав'ярні це важливо, оскільки бізнес потребує офіційного оформлення бариста, кухарів, менеджерів та іншого персоналу. Офіційне працевлаштування дозволяє уникнути штрафів, забезпечує соціальні гарантії для працівників і створює довіру як з боку співробітників, так і з боку клієнтів.

Крім того, юридичний статус Товариства з обмеженою відповідальністю сприяє підвищенню рівня довіри до компанії, що особливо важливо при роботі з бізнес-партнерами. Якщо кав'ярня планує співпрацювати з торговими центрами, бізнес-офісами або корпоративними клієнтами, наявність статусу ТОВ значно спростить процес укладання договорів. Юридичні особи набагато охочіше

працюють із підприємствами, оформленими як ТОВ, оскільки це свідчить про серйозність бізнесу та його відповідність законодавчим нормам.

Ще одним важливим фактором є можливість подальшого розширення бізнесу. Якщо власники кав'ярні захочуть збільшити масштаби діяльності та відкрити нові точки або навіть запустити франчайзингову мережу, ТОВ є найкращим варіантом, оскільки ця форма підприємництва дозволяє легко створювати нові підрозділи, залучати інвесторів, змінювати склад власників та продавати частки компанії без потреби ліквідації бізнесу.

Крім цього, у разі потреби продажу або передачі бізнесу іншим власникам процедура буде значно простішою у форматі ТОВ. Достатньо змінити склад засновників у реєстраційних документах, і компанія зможе продовжити свою діяльність без необхідності повної перереєстрації, що значно знижує адміністративні витрати та зусилля.

Таким чином, для відкриття кав'ярні в місті Миколаїв найкращим варіантом є реєстрація ТОВ, так як ця форма підприємництва забезпечує обмежену відповідальність засновників, можливість залучення партнерів та інвесторів, легальне працевлаштування персоналу, простоту розширення бізнесу та підвищений рівень довіри з боку клієнтів і контрагентів, а також для забезпечення стабільності, конкурентоспроможності та перспективного розвитку кав'ярні.

2.4 Аналіз попиту та характеристика споживачів

Успішний бізнес повинен орієнтуватися на потреби та очікування своєї цільової аудиторії. Оцінка споживачів дозволяє виявити їхні вподобання, мотиви купівельної поведінки, частоту покупок та ключові фактори вибору товарів чи послуг, вона допомагає не лише розробити ефективну маркетингову стратегію, а й оптимізувати бізнес-модель для максимального задоволення потреб клієнтів.

Цільова аудиторія кав'ярні – це група споживачів, для яких створюється продукт або послуга, а також які з найбільшою ймовірністю стануть постійними клієнтами. Визначення правильної цільової аудиторії є ключовим етапом у

розробці маркетингової стратегії, формуванні меню, цінової політики, вибору місця розташування кав'ярні та рівня обслуговування.

При відкритті кав'ярні в місті Миколаїв необхідно враховувати соціально-демографічні, економічні та поведінкові характеристики потенційних клієнтів. Розглянемо детальніше основні сегменти та основні потреби цільової аудиторії:

1. Молодь (18–30 років) – одна з найбільших груп споживачів кави, оскільки молодь активно відвідує кав'ярні, споживаючи як гарячі, так і холодні напої. У цю групу входять студенти, молоді працівники, фрилансери та активні користувачі соціальних мереж.

Характеристики:

- відкриті до нових смакових експериментів;
- часто обирають альтернативні методи заварювання (фільтр-кава, кемекс, аеропрес);
- висока активність у соціальних мережах (Instagram, TikTok), що робить їх основною аудиторією для цифрового маркетингу;
- цінують візуальну естетику закладу та продуктів (дизайн чашок, подача напоїв, фотогенічність інтер'єру);
- люблять кав'ярні з комфортними умовами для навчання або роботи.

Основні потреби:

- доступні ціни або система знижок;
- програми лояльності (накопичувальні бонуси, знижки для студентів);
- швидке обслуговування, Wi-Fi, зони для роботи;
- великий вибір нестандартних напоїв (кавові коктейлі, напої з альтернативним молоком, сезонні пропозиції).

2. Офісні працівники та бізнес-аудиторія (25–45 років) – група споживачів зазвичай включає працівників офісів, підприємців, топ-менеджерів, які мають обмежений час на каву, тому часто обирають формат «кава to-go».

Характеристики:

- орієнтуються на якість кави та швидкість обслуговування;
- часто купують каву вранці перед роботою або під час перерви;

- обирають класичні напої (еспресо, американо, капучино, лате).
- відвідують кав'ярню як місце для ділових зустрічей.
- важливий рівень комфорту, доступність кав'ярні поруч із роботою.

Основні потреби:

- висока якість кави, професійний сервіс;
- наявність ранкових знижок або бізнес-ланчів із кавою;
- програми лояльності для постійних клієнтів;
- швидке обслуговування, доступність кави «на виніс».

3. Туристи та гості міста (20–60 років) – оскільки Миколаїв є великим промисловим містом і має вихід до Чорного моря, тут періодично з'являється потік туристів, навіть незважаючи на війну. Вони можуть стати важливою аудиторією, особливо якщо кав'ярня буде розташована в центрі міста або біля відомих туристичних об'єктів.

Характеристики:

- шукають заклади з унікальною атмосферою та гарним сервісом;
- цікавляться авторськими напоями та ексклюзивними кавовими позиціями;
- оцінюють кав'ярню за рівнем обслуговування та інтер'єром.

Основні потреби:

- доступність англомовного меню та персоналу;
- наявність сувенірних позицій (упакована кава, фірмові чашки);
- унікальні напої, які відрізняють кав'ярню від конкурентів;
- місця для фото та затишний інтер'єр.

4. Місцеві мешканці та сім'ї (30–50 років) – люди, які живуть неподалік від кав'ярні та часто відвідують її у вихідні або після роботи, цінують стабільну якість, комфорт і наявність сімейної атмосфери.

Характеристики:

- часто приходять із сім'єю або друзями;
- шукають кав'ярні з дитячими зонами або десертами;
- віддають перевагу класичним кавовим напоям.

Основні потреби:

- затишна атмосфера, комфортне місце для відпочинку;
- вигідні акції на напої та десерти;
- дитяче меню або спеціальні пропозиції для сімей.

Вибір закладу громадського харчування споживачами обумовлюється низкою чинників, які формують їхні уподобання та впливають на рівень лояльності. Визначення ключових аспектів прийняття рішення дозволяє розробити ефективну стратегію залучення клієнтів, оптимізувати бізнес-процеси та забезпечити конкурентоспроможність. Серед основних критеріїв виділяють якість продукції, цінову політику, розташування, швидкість обслуговування, концептуальні особливості, зручність простору та ефективність маркетингових комунікацій.

Якість пропонованих напоїв є визначальним показником, який впливає на вибір закладу. Споживачі звертають увагу на походження зерен, способи обсмажування, технологію приготування та відповідність напоїв сучасним стандартам. Високі вимоги до якості пред'являють молодь і професійна аудиторія, які віддають перевагу стабільному смаку, відповідності світовим тенденціям кавової індустрії та авторським рецептурам. Туристи схильні до експериментів, обираючи унікальні позиції, які вирізняються серед загального асортименту.

Цінова складова відіграє важливу роль у прийнятті рішення. Для студентів, місцевих мешканців та сімейної аудиторії співвідношення вартості та якості є визначальним параметром, що впливає на регулярність відвідувань. Офісні працівники та підприємці менш чутливі до цінових коливань, надаючи перевагу якості сервісу, професіоналізму персоналу та розширеному спектру послуг. Туристи здебільшого орієнтуються на середній та преміальний сегмент, розглядаючи відвідування закладу як частину культурного досвіду.

Географічне розташування відіграє ключову роль у залученні відвідувачів. Офісні працівники обирають заклади, розташовані поблизу бізнес-центрів, студентська аудиторія віддає перевагу локаціям біля університетів і громадських просторів, а туристи шукають заклади у центральній частині міста або неподалік

визначних пам'яток. Для мешканців мікрорайонів важливим фактором є зручний доступ до закладу в межах житлової зони, можливість відвідування у вечірній час та вихідні дні.

Оперативність обслуговування має критичне значення для певних категорій споживачів. Офісні співробітники та ті, хто віддає перевагу напоям формату «to-go», очікують мінімального часу очікування. Молодіжна аудиторія, фрилансери та туристи більш гнучкі у виборі темпу обслуговування, однак цінують чіткість та злагодженість роботи персоналу.

Концептуальна складова закладу має значний вплив на формування переваг споживачів. Заклади з індивідуальним стилем, екологічною спрямованістю або авторським підходом до приготування напоїв привертають увагу молоді та туристів. Естетична складова простору, стиль подачі напоїв та можливість зробити візуально привабливий контент для соціальних мереж стають додатковими аргументами на користь вибору конкретного місця.

Комфортність середовища є вагомим критерієм для споживачів, які планують тривале перебування в закладі. Молодь та студенти надають перевагу наявності робочих місць із доступом до електромережі та швидкісного інтернету. Ділова аудиторія розглядає заклади з можливістю проведення переговорів або бізнес-зустрічей. Сімейні відвідувачі цінують затишок, зручні меблі та наявність меню, адаптованого для дітей.

Маркетингова стратегія суттєво впливає на формування попиту. Використання цифрових каналів комунікації, активність у соціальних мережах, програми лояльності, акційні пропозиції та співпраця з інфлюенсерами сприяють залученню аудиторії. Позитивні відгуки в онлайн-сервісах, таких як Google Maps та TripAdvisor, також відіграють важливу роль у прийнятті рішення про відвідування закладу.

Вибір кав'ярні споживачами залежить від багатьох факторів, кожен з яких має своє значення для різних груп клієнтів. Висока якість продукту, розумна цінова політика, правильна локація, швидке обслуговування, унікальна концепція,

комфортне середовище та ефективний маркетинг є ключовими елементами, які визначають успіх кав'ярні на конкурентному ринку.

У ході проведеного аналізу ринку кавових напоїв, конкурентного середовища, організаційно-правової форми підприємства та оцінки цільової аудиторії було сформовано комплексне розуміння перспектив відкриття кав'ярні в місті Миколаїв. Дослідження підтвердило, що ринок кав'ярень в

Україні є динамічним, демонструє стабільне зростання, а культура споживання кави поступово переходить до більш якісного рівня. Основні тенденції включають зростаючий попит на specialty coffee, розвиток кав'ярень із концепцією to-go, збільшення уваги до екологічних ініціатив та цифровізацію сервісу.

Конкурентний аналіз показав, що основними гравцями ринку є як великі мережі, так і незалежні заклади, які конкурують не лише ціною, але й якістю продукції, рівнем сервісу, унікальністю концепції та локацією. У місті Миколаїв конкуренція в сегменті кав'ярень є значною, проте існує можливість зайняти власну нішу завдяки правильному позиціонуванню. Найбільш ефективним підходом є створення закладу, який поєднуватиме якісний продукт, інноваційний сервіс, екологічну відповідальність та комфортний простір для роботи й відпочинку.

Аналіз можливих організаційно-правових форм засвідчив, що найоптимальнішим варіантом для відкриття кав'ярні є реєстрація Товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Ця форма забезпечує обмежену відповідальність засновників, можливість залучення інвесторів, гнучкий вибір системи оподаткування та сприятливі умови для подальшого масштабування бізнесу.

Визначення цільової аудиторії дозволило сегментувати потенційний споживачів за соціально-демографічними та поведінковими характеристиками. Основними групами клієнтів кав'ярні будуть молодь, офісні працівники, туристи та місцеві мешканці. Кожна з цих груп має власні пріоритети, які необхідно враховувати під час розробки меню, сервісу та маркетингової

стратегії. Молодь цінує естетику закладу, авторські рецепти та інноваційні формати подачі напоїв. Офісні працівники надають перевагу швидкому обслуговуванню та високій якості продукції. Туристи звертають увагу на атмосферу, унікальність меню та обслуговування англійською мовою. Місцеві жителі шукають комфортний простір для регулярного відпочинку, зустрічей або сімейного дозвілля.

Відповідно до проведеного аналізу буде створено унікальну конкурентну пропозицію у вигляді бізнес-плану, який детально описано в наступному розділі.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ КАВ'ЯРНІ

3.1. Резюме бізнес-плану

Бізнес-планом передбачається створення підприємства у формі товариства з обмеженою відповідальністю під назвою «Атмосфера Кави» (ТОВ «Атмосфера Кави»), юридично зареєстрованого за адресою: м. Миколаїв, вул. Соборна, 112. Засновником підприємства виступає фізична особа — Дендра К.О., яка здійснює повне фінансове та управлінське керівництво на початковому етапі.

Формування статутного фонду здійснюється за рахунок власних коштів у розмірі 200 000 гривень. Загальний обсяг одноразових інвестиційних витрат становить 417 000 гривень, з яких 217 000 гривень планується залучити у вигляді банківського кредиту на вигідних умовах. Кошти будуть спрямовані на капітальні роботи з облаштування приміщення, закупівлю нового обладнання, формування запасів сировини та початкову маркетингову кампанію.

Метою створення кав'ярні є задоволення зростаючого попиту жителів міста Миколаєва на якісну каву, авторські напої та комфортне середовище для відпочинку та роботи.

Продуктом підприємства є гарячі та холодні кавові напої (еспресо, капучино, латте, флет-вайт, авторські мікси), а також десерти партнерського виробництва. Подача здійснюється як у залі закладу, так і у форматі «to go». Особливістю є поєднання високої якості, оригінальності рецептур та доступної ціни.

На ринку м. Миколаєва вже працюють такі конкуренти, як Aroma Kava, Львівська Майстерня Шоколаду та Coffee Go. Проте нова кав'ярня має низку істотних переваг: авторське меню, атмосферний інтер'єр, програма лояльності, акції, дегустації, висока якість обслуговування та повернення напоїв у разі незадоволення клієнта.

Фінансові прогнози засвідчують стійку прибутковість проєкту. У другому році діяльності очікується дохід у розмірі 2 140 000 гривень, прибуток — понад 658 000 гривень, рентабельність продажів становитиме 38,5%. Середня собівартість продукції на рік — близько 1,27 млн грн, середня ціна — 115–130 гривень. Запланована чисельність персоналу — 5 осіб.

Термін окупності інвестицій становить приблизно 2,8 роки, що відповідає критеріям економічної доцільності для малого бізнесу. Основними ризиками проєкту є військові дії, нестабільність постачань, коливання вартості сировини, зниження попиту в умовах економічної кризи, проте розроблені стратегії мінімізації дозволяють знизити їх вплив до прийнятного рівня.

Проект кав'ярні є фінансово обґрунтованим, конкурентоспроможним і має високу інвестиційну привабливість. Його реалізація дозволить забезпечити стійкий розвиток бізнесу, стабільні доходи та формування лояльної клієнтської бази вже з першого року діяльності.

3.2. Опис бізнесу та концепція кав'ярні

Кав'ярня, що планується до відкриття у місті Миколаєві, є сучасним закладом формату «coffee spot» з авторським підходом до кавових напоїв та десертів. Основна ідея — створити атмосферний простір, який поєднує якісну продукцію, затишну атмосферу та високий рівень сервісу. Кав'ярня буде місцем зустрічі для молоді, офісних працівників, туристів і місцевих мешканців, які цінують смачну каву та комфорт.

1. Основні якості продукту, галузеве застосування, компоненти:

Продукт кав'ярні — це гарячі та холодні кавові напої, авторські напої, десерти (партнерського виробництва) в затишній атмосфері.

Галузь застосування: громадське харчування, індустрія гостинності, урбаністична кавова культура.

Основні компоненти продукції:

– Кавові напої (еспресо, капучино, латте, флет-вайт, авторські мікси тощо)

- Сиропи та добавки (ваніль, карамель, лісовий горіх тощо)
- Молочні продукти (молоко пастеризоване, рослинні альтернативи) – Десерти (торти, круасани, мафіни тощо)

- Одноразовий посуд, аксесуари (стаканчики, мішалки, серветки)

2. Привабливість і конкурентоспроможність:

Конкурентні переваги:

- Унікальні авторські рецепти напоїв, що не мають аналогів на локальному ринку.

- Стильний інтер'єр з комфортними зонами для роботи, дружніх зустрічей і відпочинку.

- Програма лояльності, акції, дегустації, живі заходи, які формують стале ком'юніті.

- Доступні ціни при високій якості обслуговування.

- Орієнтація на екологічність — використання біорозкладних матеріалів.

Це дозволить кав'ярні зайняти окрему нішу між «преміум»-форматами і fast-coffee брендами.

3. Можливість експорту або імпортозаміщення:

Експорт у класичному вигляді не планується через специфіку продукту (готова кава та випічка), однак можлива франшиза бренду у майбутньому. Постачальники продукції локальні (арабіка з України, десерти місцевого виробництва), що сприяє імпортозаміщенню.

4. Ліцензування, стандарти якості та сертифікація:

Для кав'ярні передбачено отримання дозволу на здійснення роздрібної торгівлі продуктами харчування, відповідність вимогам ДСанПіН та Держпродспоживслужби, використання сертифікованих постачальників (молоко, кава, десерти), ведення книги обліку санітарної обробки, контроль НАССР.

5. Безпека та економічні характеристики:

Безпека забезпечується:

- Високим рівнем гігієни та стандартами обслуговування.

- Використанням перевірених постачальників.
- Пожежною безпекою (наявність вогнегасників, план евакуації). Економічна ефективність:

- Рентабельність від 30% у першому році, зростаюча динаміка.
- Низькі змінні витрати на одиницю продукції (≈ 17 грн).
- Точка беззбитковості — 87 чашок кави на день.

6. Умови постачання, гарантії та сервісне обслуговування:

Умови постачання:

- Кава та продукти – локальні постачальники з Миколаєва та інтернет-магазини (Coffeeok, “Молочний рай”).

- Гарантії якості від постачальників (від 3 до 7 днів на продукти).

Сервіс:

- Можливість повернення напою або його заміна на місці.
- Оцінка клієнтського сервісу через онлайн-форми.
- Постійне оновлення меню та дегустації.

7. Технологічний процес, обладнання, нормування

Технологічний процес у кав’ярні починається з закупівлі сировини. Основні інгредієнти, такі як зернова кава, молочні продукти, сиропи, десерти та супутні матеріали, закупаються в перевірених постачальників. Після надходження продукції здійснюється її перевірка — контроль термінів придатності, зовнішнього вигляду та відповідності умовам зберігання. Уся сировина розміщується відповідно до норм: кавові зерна зберігаються в герметичних контейнерах, молочні продукти — у холодильниках, а випічка — у спеціальних вітринах.

Підготовчий етап включає змелювання зерен, охолодження або підігрів молока, приготування сиропів і викладку десертів у вітрину. У процесі приготування бариста використовує професійну кавомашину, кавомолку, блендери та інші інструменти для створення напоїв і десертів згідно з рецептурою. Увага приділяється якості приготування, температурному режиму та естетичній подачі.

Після приготування продукція подається клієнтам через барну стійку або видається у форматі “take away”. Бариста здійснює ввічливе обслуговування, приймає оплату через POS-термінал, консультує щодо меню. Завершальний етап включає прибирання робочої зони, очищення обладнання, миття посуду та сортування відходів згідно з екологічними вимогами.

Для реалізації технологічного процесу кав'ярня обладнана професійною кавомашиною, кавомолками, холодильниками, блендером для приготування холодних напоїв, POS-терміналом, посудомийною машиною, меблями та охолоджувальними вітринами. Додатково використовуються спеціальні барні інструменти — темпері для утрамбовування кави, пітчери для спінювання молока, таймери, шейкери для змішування напоїв, а також ваги для точного дозування інгредієнтів.

Нормування технологічних операцій є ключовим для стабільної якості обслуговування. Середній час приготування однієї чашки кави становить 2–4 хвилини залежно від виду напою. На розігрів або викладку десерту витрачається 1–3 хвилини. Загальний час обслуговування одного клієнта, включаючи прийом замовлення, приготування, подачу і розрахунок, становить не більше 5 хвилин.

3.3. Маркетинговий план

Кав'ярня буде орієнтована на такі сегменти споживачів:

- Молодь (студенти, активні користувачі соціальних мереж, які шукають атмосферне місце для роботи чи відпочинку);
- Офісні працівники (ранкова кава та обіди);
- Туристи та відвідувачі міста;
- Сім'ї та друзі, які шукають затишне місце для спілкування.

Ринок кав'ярень у Миколаєві активно розвивається, оскільки зростає популярність кави та попит на якісний сервіс. Кав'ярня планує зайняти близько 5% локального ринку протягом першого року роботи, з подальшим розширенням.

Основними конкурентами є популярні кав'ярні, які вже працюють у місті.

Таблиця 3.1. Порівняльна характеристика конкурентів

Показники	Aroma Kava	Львівська Майстерня Шоколаду	Coffee Go	Кав'ярня
Асортимент	Стандартний	Шоколадні вироби, десерти	Кава, чай	Унікальні авторські напої, десерти
Ціни	Доступні	Високі	Середні	Помірні, акції та знижки
Локація	Центр	Центральна частина міста	Центр	Центр міста, зручна локація
Гарантії	Мінімальні	Висока якість продукції	Базові	Гарантія якості, повернення напоїв
Атмосфера	Coffee-to-go	Затишна, стильна	Легка	Унікальний дизайн, комфортна зона відпочинку

Сильні та слабкі сторони конкурентів:

1. Aroma Kava:

Сильні сторони – впізнаваність бренду, доступні ціни.

Слабкі сторони – відсутність унікальних пропозицій.

2. Львівська Майстерня Шоколаду:

Сильні сторони – якість продукції, впізнаваність.

Слабкі сторони – високі ціни.

3. Coffee Go:

Сильні сторони – розташування, базова якість кави.

Слабкі сторони – відсутність ексклюзивних пропозицій.

1. Унікальні переваги нашої кав'ярні:

- Авторські рецепти кави та десертів;
- Атмосферний інтер'єр з комфортною зоною для роботи та відпочинку;
- Гнучка цінова політика та програми лояльності;
- Акції, дегустації та тематичні заходи для клієнтів.

2. Цілі та стратегії маркетингу

- Головна мета: залучення постійної аудиторії та створення впізнаваного бренду.

- Стратегія: використання якісної сировини, унікальних рецептів, професійного сервісу та активного маркетингу в соціальних мережах.

3. Ціноутворення

Метод формування цін:

- Аналіз витрат на сировину, оренду та персонал;
- Врахування конкурентного середовища;
- Встановлення гнучкої системи знижок для постійних клієнтів.

4. Канали збуту

- Продаж через власний заклад (основний канал);
- Доставка через партнерів (Glovo та інші);
- Співпраця з офісами та бізнес-центрами (корпоративні замовлення).

5. Методи стимулювання продажів

- Системи лояльності (картки постійного клієнта, бонуси, акції);
- Тематичні заходи (вечори живої музики, дегустації);
- Колаборації з блогерами та лідерами думок;
- Рекламні кампанії у соціальних мережах.

6. Організація післяпродажного обслуговування

- Програма лояльності;
- Можливість залишати відгуки та пропозиції (онлайн та офлайн);
- Гарантія якості продукції.

7. Реклама та формування громадської думки

Таблиця 3.2. Організація рекламної компанії кав'ярні

Цілі реклами	Спрямованість	Види реклами	Витрати
Підвищення впізнаваності	Молодь, туристи	Instagram, TikTok	16000/місяць
Привернення уваги офісних працівників	Офісні співробітники	Google Ads, реклама в бізнес-центрах	14000/місяць

Формування позитивного іміджу буде здійснюватися через соціальні мережі, співпрацю з локальними ЗМІ, організацію благодійних акцій та участь у міських заходах.

Маркетинговий план для нової кав'ярні в м. Миколаєві базується на глибокому аналізі цільової аудиторії, ринку та конкурентного середовища. У ньому передбачено конкретні дії для привернення уваги клієнтів — від чітко прописаної цінової політики до активної рекламної кампанії в соціальних мережах. Основною перевагою нашої кав'ярні є створення атмосфери, куди хочеться повертатися, і продукту, який залишає приємні враження. Ми не просто продаємо каву — ми створюємо емоції та комфорт. Це дозволить швидко завоювати довіру відвідувачів, сформувати постійну клієнтську базу та забезпечити стабільний розвиток бізнесу вже з перших місяців роботи.

3.4. Виробничий план (організація роботи кав'ярні)

Для забезпечення стабільної роботи кав'ярні та якісного обслуговування клієнтів необхідно придбати відповідне обладнання. Нижче наведено перелік машин та устаткування, які планується використовувати. В таблиці вказано найменування обладнання, форму його придбання або оренди, стан, вартість, строк служби та розраховані амортизаційні відрахування.

Таблиця 3.3. Машини та устаткування

Найменування обладнання	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Вартість	Строк служби	Амортизаційні відрахування (за місяць)
Кавомашина професійна (2 шт)	Купівля	Нове	45000	5	750
Кавомолка (2 шт)	Купівля	Нове	8000	5	133
Холодильник (2 шт)	Купівля	Нове	18000	5	300
Вітрина холодильна	Купівля	Нове	20000	5	333
Столи та стільці	Купівля	Нове	50000	7	595
Барна стійка	Купівля	Нове	3000	5	50
Мікрохвильова піч	Купівля	Нове	8000	5	133
Посуд	Купівля	Нове	10000	3	278

Продовження таблиці 3.13

Найменування обладнання	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Вартість	Строк служби	Амортизаційні відрахування (за місяць)
Каса (POS термінал)	Купівля	Нове	7000	4	146
Посудомийна машина	Купівля	Нове	25000	5	417
Блендер для напоїв	Купівля	Нове	6000	4	125

Кавомашина — основне обладнання для приготування еспreso та інших кавових напоїв.

Кавомолка — необхідна для подрібнення зерен безпосередньо перед заварюванням, що гарантує свіжість напоїв.

Посудомийна машина — забезпечить швидке миття посуду та дотримання санітарних норм.

Холодильник — потрібен для зберігання молока, десертів та інших продуктів, які вимагають охолодження.

Мікрохвильова піч — використовується для розігріву випічки, сендвічів, що підвищує якість обслуговування.

Блендер — для приготування смузі, фраппе та інших напоїв.

Посуд — включає стандартний набір чашок, тарілок і столових приборів для обслуговування клієнтів.

Підібране обладнання повністю відповідає технологічним вимогам кав'ярні та дає можливість ефективно обслуговувати клієнтів.

Завдяки використанню нового обладнання забезпечується висока якість продукції, довговічність устаткування та зниження витрат на ремонт і обслуговування. Амортизаційні відрахування враховані в загальній структурі собівартості продукції, що дозволяє планувати фінансові витрати та оновлення обладнання у майбутньому.

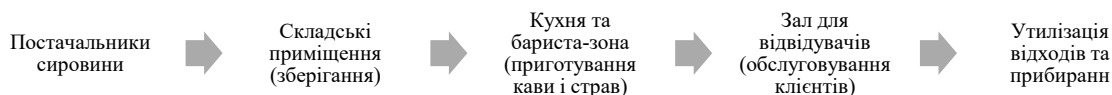


Рис. 1.1 Схема виробничого потоку

1. Закупівля сировини та матеріалів – сировина закуповується у постачальників: кава, молоко, сиропи, випічка тощо.

2. Приймання та контроль якості – вся продукція приймається на складі або баристою. Перевіряється якість: терміни придатності, зовнішній вигляд, температура зберігання. Зберігання – сировина розміщується на спеціалізованих складах і холодильниках, відповідно до норм харчової безпеки.

3. Підготовка продуктів – кавові зерна змелюються, готується молоко, сиропи, розставляється випічка на вітрині. Приготування кавових напоїв – замовлення клієнта передається баристі. Бариста використовує кавомашину, кавомолку, блендер тощо для приготування напоїв.

4. Подача готової продукції клієнту – готові напої та страви подаються клієнту через прилавок.

5. Утилізація відходів і прибирання – після завершення обслуговування: прибирання залу, миття обладнання, сортування відходів.

Для забезпечення безперервної роботи кав'ярні необхідно налагодити регулярні постачання якісної сировини та матеріалів. Нижче наведено основні види сировини, матеріалів та комплектуючих виробів, які планується використовувати у виробничому процесі. Також вказані постачальники, ціни та додаткова інформація про умови поставок.

Таблиця 3.4. Сировина, матеріали та комплектуючі вироби

Найменування сировини, матеріалів та комплектуючих виробів	Постачальники	Ціна за одиницю	Примітки (місцезнаходження, умови поставок тощо)
Кава в зернах арабіка	ТОВ "КаваСвіт"	400 грн/кг	Одеса, доставка 2 рази на місяць

Продовження таблиці 3.4

Найменування сировини, матеріалів та комплектуючих виробів	Постачальники	Ціна за одиницю	Примітки (місцезнаходження, умови поставок тощо)
Молоко пастеризоване	ФГ "Молочний рай"	30 грн/л	Миколаївська область, доставка 3 рази на тиждень
Одноразові стаканчики 250 мл	ТОВ "ПакТрейд"	1,20 грн/шт	Київ, доставка раз на місяць
Кришки до стаканчиків	ТОВ "ПакТрейд"	0,80 грн/шт	Київ, доставка раз на місяць
Десерти (торти, круасани) готові	Пекарня "Солодкий світ"	25 грн/шт	Миколаїв, доставка 5 разів на тиждень
Цукор білий	ТОВ "АгроТорг"	25 грн/кг	Миколаїв, доставка раз на тиждень
Шоколад для напоїв	ТОВ "ШокоБум"	350 грн/кг	Київ, доставка раз на два тиж
Сиропи для кави (ваніль, карамель, лісовий горіх)	ТОВ "СиропТорг"	120 грн/л	Київ, доставка раз на місяць

Для стабільної роботи кав'ярні укладені попередні домовленості з постачальниками, які забезпечують високу якість продукції та гнучкі умови поставок. Перевага надається місцевим виробникам (постачання молока, десертів, цукру) для скорочення витрат на логістику та забезпечення свіжості продукції. Окремі позиції, такі як кава в зернах, шоколад та сиропи, постачаються з інших регіонів України перевіреними партнерами.

Таким чином, забезпечується безперервність виробничого процесу, що дозволить гарантувати якість та своєчасність обслуговування клієнтів.

У заключній частині виробничого плану виконано прогнозування обсягів реалізації продукції на внутрішньому ринку (Ринок А). Зовнішній ринок (Ринок В) для кав'ярні у місті Миколаїв не планується, оскільки продукція (кава, десерти) є швидкопсувною і реалізовується локально.

Прогнозування обсягів продажу виконано виходячи з планового обсягу роботи кав'ярні, прогнозованої вартості продукції, а також з урахуванням середнього попиту в місті Миколаїв.

Метод визначення ціни — витратний, із коригуванням на середні ринкові ціни конкурентів.

Кав'ярня планує реалізовувати в середньому 70–90 чашок кави та 30–50 одиниць десертів на день. У розрахунках враховано поступове зростання попиту у наступні роки.

Таблиця 3.5. Прогнозування продажу

Показники	Роки							
	Перший рік				2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.				
Ринок А								
Одиниця продукції	5000	5500	6500	7000	30000	33000	36000	38000
Ціна продукції	65	65	65	65	70	70	75	75
Всього на ринок А	325000	357500	422500	455000	2100000	2310000	2700000	2850000
Ринок В								
Одиниця продукції	0	0	0	0	0	0	0	0
Ціна продукції	0	0	0	0	0	0	0	0
Всього на ринок В	0	0	0	0	0	0	0	0
Загалом:	325000	357500	422500	455000	2100000	2310000	2700000	2850000

Одиниця продукції: під одиницею маються на увазі чашка кави або одна порція десерту.

Ціна продукції: середня вартість одного замовлення, що включає каву та/або десерт.

Прогноз: передбачає поступове зростання кількості продажу та підвищення ціни відповідно до ринкових умов та інфляції.

Ринок В (зовнішній) не планується, оскільки реалізація кави та десертів здійснюватиметься тільки на внутрішньому ринку (місто Миколаїв).

Результати прогнозування обсягів продажу свідчать про реальність виходу кав'ярні на рівень стабільного прибутку вже з другого року роботи. Плановані обсяги продажу відповідають можливостям виробництва, очікуваному попиту на ринку м. Миколаєва та вимогам законодавства щодо обсягів реалізації малими підприємствами (обсяг продажу не перевищує встановлену межу 50 млн грн на рік).

Таким чином, кав'ярня має всі шанси на успішне функціонування та розвиток.

3. 5. Організаційна структура та управлінська команда

Для ефективної роботи кав'ярні, яка спеціалізується на продажу гарячих напоїв і кондитерських виробів, важливо обрати оптимальну організаційну структуру управління.

З огляду на масштаби діяльності доцільним є використання лінійної організаційної структури управління, що передбачає прямі підпорядкування без посередників, забезпечуючи гнучкість та оперативність прийняття рішень.

Функціональний розподіл обов'язків в межах організаційної структури:

- Власник (керівник підприємства) — здійснює стратегічне управління, визначає загальну політику закладу, організовує взаємодію з постачальниками та контролює фінансові показники.
- Адміністратор кав'ярні — організовує роботу персоналу, контролює якість обслуговування клієнтів, веде облік замовлень та вирішує поточні операційні питання.
- Бухгалтер — відповідає за ведення бухгалтерського обліку, складання фінансової звітності, нарахування заробітної плати, облік податків та фінансових операцій.
- Бариста — готують кавові напої та кондитерські вироби, здійснюють обслуговування клієнтів і підтримують чистоту робочої зони.
- Прибиральник — забезпечує санітарно-гігієнічний стан приміщення кав'ярні.

(Власник → Адміністратор / Бухгалтер → Бариста / Прибиральник)

Схема 3.1 Лінійна організаційна структура управління кав'ярнею

Введення посади бухгалтера дозволяє власнику зосередитися на розвитку бізнесу, водночас гарантуючи відповідність усім вимогам чинного законодавства у сфері бухгалтерського обліку та оподаткування.

Виходячи з планованого режиму роботи кав'ярні, складено оптимальну чисельність працівників.

Таблиця 3.6. Планова чисельність персоналу

Посада	Кількість працівників	Основні обов'язки
Власник	1	Стратегічне управління
Адміністратор	1	Оперативне керівництво, касові операції
Бухгалтер	0,5	Бухгалтерський облік, звітність
Бариста	2	Приготування напоїв, обслуговування клієнтів
Прибиральник	0,5	Прибирання приміщення

Бухгалтер працює за сумісництвом або частковою зайнятістю, наприклад, 2–3 дні на тиждень або віддалено. Баристи працюють позмінно, забезпечуючи постійну присутність у кав'ярні. Прибиральник працює 4 години на день.

Розрахунок фонду оплати праці базується на ринкових ставках.

Таблиця 3.7. Місячна заробітна плата за позиціями

Посада	Оклад, грн	Кількість працівників	Загальні витрати, грн
Власник	—	1	—
Адміністратор	18 000	1	18 000
Бухгалтер	18 000	0,5	9000
Бариста	15840	2	31680
Прибиральник	10080	0,5	5400

Основний фонд заробітної плати: 63720 грн на місяць.

Додаткові витрати на єдиний соціальний внесок (ЄСВ 22%): $63720 \times 0,22 = 14018,40$ грн.

Загальні витрати на оплату праці разом із ЄСВ: $63720 + 14018,40 = 77738,40$ грн на місяць.

Таким чином, плановий фонд оплати праці із урахуванням усіх обов'язкових нарахунків становитиме 77738,40 грн щомісячно.

На основі проведеного аналізу визначено, що для ефективної діяльності кав'ярні необхідно використовувати лінійну організаційну структуру управління з чітким розподілом функціональних обов'язків.

Введення посади бухгалтера навіть на умовах часткової зайнятості дозволяє підвищити рівень фінансової дисципліни та забезпечити своєчасне складання обов'язкової фінансової звітності.

Формування оптимального штату з урахуванням планового навантаження забезпечить безперебійну роботу кав'ярні та підвищить її конкурентоспроможність на ринку послуг громадського харчування.

Штатний розклад визначає кількість, склад та оплату праці персоналу підприємства. Для кав'ярні «Кавовий рай» був розроблений наступний штатний розклад для керівного складу та службовців.

Таблиця 3.8. Штатний розклад для керівного складу та службовців

„Затверджую”

Директор підприємства

_____ /

„_____” _____ 20__ р.

ШТАТНИЙ РОЗКЛАД

керівників, спеціалістів та службовців на _____ р.

(найменування підрозділу)

№ з/п	ПОСАДА	Кількість один.	Категорія	Доплата за шкідливі умови праці	Місячний оклад	Місячний фонд зарплати
1	Директор кав'ярні	1	1	0	20 000	20 000
2	Адміністратор	1	2	0	14 000	14 000
3	Бухгалтер	1	2	0	12 000	12 000
Всього						

Штатна чисельність керівного складу складає 3 особи. Оклади встановлені відповідно до середнього рівня зарплат у галузі.

Таблиця 3.9. Штатний розклад персоналу

„Затверджую”

Директор підприємства

_____ /
„_____” _____ 20__ р.

ШТАТНИЙ РОЗКЛАД

персоналу на _____ р.

(найменування підрозділу)

№ з/п	Посада	Кількість один.	Розряд	Годинна тарифна ставка	Середня тривалість місяця, год	Тариф на зарплата за місяць, грн	% премії	Сума премії, грн	Місячна заробітна плата
1	Бариста	2	4	80	168	13 440	20	2 688	16 128
2	Прибиральник	1	2	60	168	10080	0	0	10 080
Всього		3				36 960		5 376	42 336

Оплата праці розрахована за тарифними ставками та враховує преміювання баристів за якість обслуговування.

Плановий фонд заробітної плати визначено для всіх категорій персоналу

Таблиця 3.10. Плановий фонд заробітної плати працівників підприємства

Категорії робітників	Кількість робітників	Ф 3 П		Середня заробітна платна
		За місяць	За рік	
1. Керівники, спеціалісти та службовці	3	46 000	552 000	15 333
2. Основні робітники	3	48 384	580 608	16 128
3. Допоміжні робітники	1	10 080	120 960	10 080
Всього:	7	104 464	1 253 568	14 923

Річний плановий фонд заробітної плати становить 1 253 568 грн.

Таким чином, було розроблено оптимальну організаційну структуру для кав'ярні "Кавовий рай", яка включає:

- 3 керівники та службовці;
- 3 основні робітники (бариста);
- 1 допоміжний робітник (прибиральник).

Штатна чисельність підприємства — 7 осіб.

Середня заробітна плата становить 14 923 грн на місяць, що відповідає середньому рівню у сфері обслуговування.

Розроблений план дозволить забезпечити стабільну роботу кав'ярні з високим рівнем обслуговування клієнтів.

3.6. Фінансовий план

До капітальних вкладень включено витрати на ремонт орендованого приміщення, купівлю нового обладнання для кав'ярні та початкові маркетингові заходи. Ремонт забезпечить відповідність закладу санітарним та естетичним вимогам, а обладнання дозволить організувати якісний процес приготування кави та обслуговування клієнтів.

Таблиця 3.11. Потреба в капітальних вкладень згідно проектно-кошторисної документації (тис. грн.)

Найменування показників	Всього по проектно-кошторисної документації	Виконано		Підлягає виконанню до кінця будівництва
		На початок поточного року	На момент складання бізнес-плану	
Капітальні вкладення по затвердженому проекту, всього	417	0	0	417
В тому числі:				
Будівельно-монтажні роботи	116	0	0	116
Придбання обладнання	271	0	0	271

Інші затрати	30	0	0	30
--------------	----	---	---	----

Обсяг одноразових інвестицій становить 417 тис. грн, що є необхідним мінімумом для старту бізнесу.

Основні інвестиції зосереджені на першому році запуску (ремонт, обладнання, реклама). У наступні роки витрати пов'язані з поповненням запасів сировини та підтримкою маркетингової активності.

Таблиця 3.12. Інвестиції (в період будівництва та експлуатації) (тис. грн.)

Статті витрат	1-й рік					2-й рік	3-й рік
	Всього	По кварталам					
		I	II	III	IV		
Капітальні вкладення по затвердженому проекту, що підлягає до виконанню	227	180	47	0	0	0	0
2.Будівельни вкладення в об'єкти виробництва	150	120	30	0	0	0	
3.Придбання оборотних засобів	80	20	20	20	20	85	90
4. Інші інвестиції в період освоєння Експлуатації виробничих потужностей	360	90	90	90	90	300	300
Всього об'єм інвестицій	817	410	187	110	110	385	390

Після першого року великі капітальні вкладення не плануються. Бізнес переходить у фазу стабільного розвитку.

Проект передбачає фінансування за рахунок власних коштів власника та банківського кредиту. Це дозволяє мінімізувати фінансові ризики та забезпечити достатній обсяг стартових ресурсів.

Таблиця 3.13. Джерела коштів (а початок реалізації проекту (тис. грн.)

Найменування джерел	Засоби на початок реалізації проекту
Власні кошти: 1. Виручка від реалізації акцій (внесок в статутний капітал в грошовій формі)	200

2. Нерозподілений прибуток (фонд накопичення)	0
3. Невикористана амортизація основних засобів	0
4. Амортизація нематеріальних активів	0

Продовження таблиці 3.13

Найменування джерел	Засоби на початок реалізації проекту
5. Результат від продажу основних засобів	0
6. Власні кошти (стор. 1+ стор. 5)	200
Позикові і залучені кошти	
7 Кредити банків (за всіма видами кредитів)	217
8. Позикові кошти інших організацій	0
9. Пайова участь в будівництві	0
10. Інші	0
Позикові і залучені кошти, всього (стор. 7 + стор. 10)	217
Пропонована державна підтримка проекту	0
Разом: (сума показників стор. 6,11,12)	417

Фінансова структура проекту збалансована: власні кошти складають 48%, кредитні — 52% початкових витрат.

Основні постійні витрати пов'язані із закупкою сировини, заробітною платою працівників, орендною платою та активним маркетингом. Амортизаційні відрахування враховані для покриття поступового зносу обладнання.

Таблиця 3.14. Кошторис витрат на виробництва продукції на поточний рік (тис. грн.)

Однорідні елементи витрат	Вартість на рік (тис. грн.)
1. Матеріальні витрати (сировина, матеріали, покупні вироби)	320
2. Заробітна плата персоналу	480
3. Відрахування на соціальні потреби	105,6
4. Амортизаційні відрахування	39
5. Плата за землю	24
6. Орендна плата	300
Всього:	1508,6

Структура витрат оптимізована, причому найбільшу частку займають зарплатні витрати та реклама для підтримки стабільного потоку клієнтів.

Прогноз доходів і витрат є одним із ключових етапів фінансового планування відкриття кав'ярні. Він дозволяє оцінити обсяги реалізації продукції, динаміку доходів та витрат, розрахувати показники прибутковості та ефективності діяльності підприємства.

Далі буде представлено трирічний прогноз доходів і витрат кав'ярні, складений на основі планованих обсягів продажів, рівня цін, структури витрат на сировину, оплату праці, маркетинг та обслуговування обладнання. Окремо визначено змінні та умовно-постійні витрати, що забезпечує можливість аналізу операційної діяльності та рентабельності бізнесу.

Таблиця 3.15. Прогноз доходів і витрат на 3 роки

Найменування показників	Роки		
	1-й	2-й	3-й
1. Обсяг реалізації в натуральному виразі, одиниць	24000	33000	36000
2. Ціна, грн.	65	70	75
3. Обсяг продаж, тис. грн.	1560	2310	2700
4. П Д В, тис. грн.	260	385	450
5. Чистий дохід від продаж, тис. грн.	1300	1925	2250
6. Змінні витрати, тис. грн.			
6.1. Матеріали, тис. грн.	240	260	280
6.2. Покупні комплектуючі вироби, тис. грн.	40	45	50
6.3. Основна заробітна плата основних робітників, тис. грн.	100	120	130
6.4. Відрахування на основну заробітну плату, тис. грн.	22	26,4	28,6
Всього змінних витрат, тис. грн.	402	451,4	488,6
7. Умовно-постійні витрати, тис. грн.			
7.1. Заробітна плата допоміжних робітників, тис. грн.	180	190	200
	1-й	2-й	3-й
7.2. Відрахування від заробітної плати, тис. грн.	39,6	41,8	44
7.3. Ремонт і обслуговування обладнання, тис. грн.	20	25	30
Всього умовно-постійних затрат, тис. грн.	239,6	256,8	274
8. Загальна сума операційних витрат., тис. грн.	641,6	708,2	762,6
9. Операційний прибуток, тис. грн (стр.5-стр.8)	658,4	1216,8	1487,4
10. Заробітна плата керівників, спеціалістів та службовців, тис. грн.	120	130	140
11. Відрахування від заробітної плати, тис. грн.	26,4	28,6	30,8
12. Амортизаційні відрахування, тис. грн.	39	39	39
13. Прибуток до оподаткування, тис. грн.	473	1019,2	1277,6
14. Податок на прибуток, тис. грн.	85,1	183,5	229,9

Продовження таблиці 3.15

Найменування показників	Роки		
	1-й	2-й	3-й
15. Прибуток після оподаткування, тис. грн.	387,9	835,7	1047,7
16. Чистий грошовий потік від операційної діяльності, тис. грн. (стр. 12 + стр. 16)	426,9	874,7	1086,7
17. Рентабельність продаж, %	29,7	36,5	38,5

Аналіз прогнозованих фінансових показників свідчить про стабільне зростання обсягів реалізації продукції та доходів підприємства.

Чистий дохід від продажів збільшується щорічно завдяки розширенню клієнтської бази та коригуванню цінової політики.

Операційний прибуток демонструє позитивну динаміку: у першому році він становить 658,4 тис. грн, у третьому — зростає до 1 487,4 тис. грн.

Рентабельність продажів підвищується з 29,7% до 38,5%, що свідчить про ефективне управління витратами та доходами підприємства.

Чистий грошовий потік залишається стабільно позитивним протягом усього періоду, що забезпечує фінансову стійкість кав'ярні.

Отримані результати дозволяють зробити висновок про доцільність реалізації проекту відкриття кав'ярні в м. Миколаєві, з високим потенціалом розвитку і прибутковості.

Грошовий потік є одним із ключових індикаторів фінансового стану підприємства. Його аналіз дозволяє оцінити реальну здатність кав'ярні генерувати грошові надходження, покривати витрати, обслуговувати борги та забезпечувати стабільний розвиток.

Відповідно до інформації наведеної в таблиці «Грошовий потік від діяльності підприємства за 3 роки» (Додаток Б) представлено прогноз грошових потоків кав'ярні на три роки з урахуванням початкових інвестиційних витрат, доходів від реалізації продукції, операційних витрат і показників дисконтованого грошового потоку. Також розраховано чисту приведену вартість (NPV), термін окупності проекту та внутрішню норму дохідності (IRR).

Результати прогнозу грошових потоків свідчать про позитивну динаміку розвитку підприємства:

Чистий грошовий потік стає позитивним вже з першого року після впровадження проєкту.

Чиста приведена вартість (NPV) має позитивне значення, що вказує на прибутковість і доцільність проєкту.

Термін окупності інвестицій складає приблизно 2,8 роки, що є прийнятним для малих підприємств у сфері громадського харчування.

Внутрішня норма дохідності (IRR) перевищує вартість залученого капіталу, що підтверджує ефективність інвестування у відкриття кав'ярні.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок про доцільність реалізації проєкту відкриття кав'ярні в м. Миколаєві.

У 0-му році здійснюються капітальні вкладення — 417 тис. грн (з них 217 тис. грн за рахунок кредиту).

Починаючи з 1-го року, генерується чистий грошовий потік.

Дисконтований грошовий потік враховує приведення майбутніх надходжень до теперішньої вартості за ставкою дисконту 10%.

$NPV = +751$ тис. грн свідчить про прибутковість проєкту.

Термін окупності = 2,8 роки, що є дуже добрим результатом для кав'ярні.

$IRR = 21\%$ показує високу ефективність інвестицій.

Щоб зробити графік точки беззбитковості, мені потрібно знати або уточнити:

Змінні витрати на одиницю продукції (у нас в таблицях є матеріали, заробітна плата, комплектуючі).

Постійні витрати на місяць/рік (оренда, зарплата, реклама).

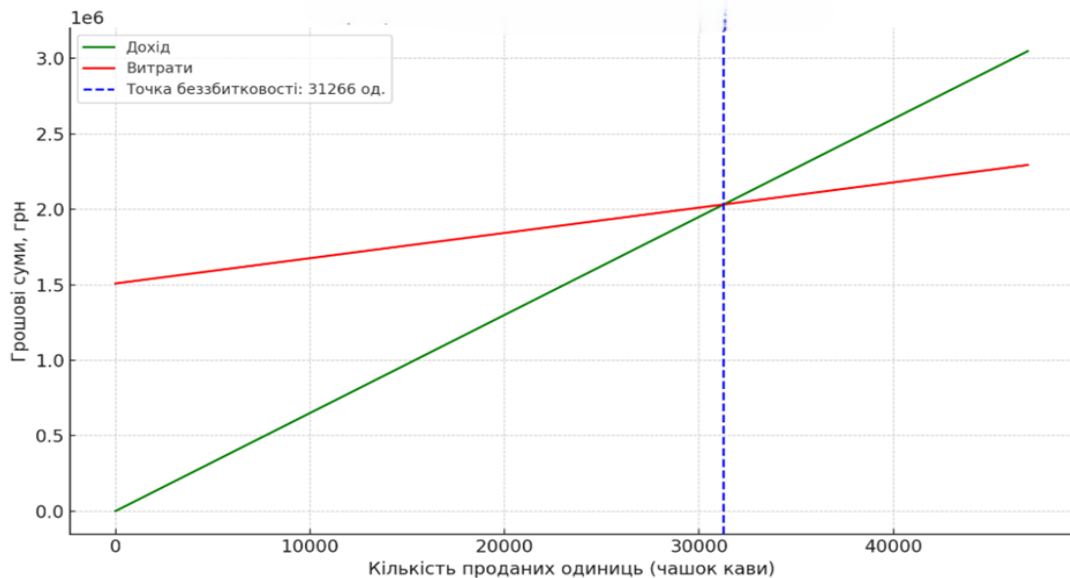
Середню ціну продажу однієї чашки кави (у тебе — 65 грн у перший рік).

За твоїми попередніми даними:

Середня ціна чашки = 65 грн

Постійні витрати $\approx 1\,508\,600$ грн на рік

Змінні витрати $\approx 16,75$ грн на одиницю продукції



Графік 3.1 Точки беззбитковості кав'ярні

Точка беззбитковості знаходиться на рівні 31 266 проданих чашок кави на рік.

Тобто, щоб покрити всі витрати і почати працювати в плюс, потрібно продавати приблизно 2600 чашок на місяць або близько 87 чашок на день.

Якщо продавати менше 87 чашок кави на день — підприємство працюватиме у збиток.

Якщо продавати більше 87 чашок на день — бізнес буде прибутковим.

Фінансовий план відкриття кав'ярні в м. Миколаєві свідчить про високу інвестиційну привабливість та економічну ефективність проєкту.

На підставі проведених розрахунків встановлено:

Загальний обсяг капітальних вкладень на відкриття кав'ярні становить 377 тис. грн, з яких 53% фінансуються за рахунок власних коштів, а 47% — за рахунок банківського кредиту.

Інвестиції у перший рік зосереджені на будівельно-ремонтних роботах, придбанні обладнання та активній рекламній кампанії для залучення клієнтів.

Прогноз доходів і витрат на три роки показує стабільне зростання обсягів продажів, чистого доходу та прибутку.

Рентабельність продажів збільшується з 29,7% у першому році до 38,5% у третьому році, що свідчить про ефективне управління витратами та прибутковість бізнесу.

Грошовий потік залишається позитивним з першого року діяльності, що забезпечує фінансову стійкість підприємства.

Проведений аналіз грошового потоку продемонстрував:

Чисту приведену вартість (NPV) на рівні +751 тис. грн, що підтверджує вигідність інвестицій.

Термін окупності проєкту складає 2,8 роки, що є прийнятним для малого бізнесу в сфері громадського харчування.

Внутрішня норма дохідності (IRR) досягає 21%, що перевищує середній ринковий рівень прибутковості вкладень.

Розрахунок точки беззбитковості показав, що для виходу на беззбитковий рівень необхідно продавати близько 31 266 чашок кави на рік або 87 чашок на день, що є реалістичною планкою для закладу із середньою пропускнуою спроможністю в центрі міста.

Проєкт створення кав'ярні є фінансово обґрунтованим та перспективним. Його реалізація дозволить забезпечити стійкий розвиток бізнесу, стабільний дохід, а також має високий потенціал розширення у майбутньому.

3.7. Оцінка ризиків та план їх мінімізації

В процесі створення та функціонування кав'ярні в м. Миколаєві можуть виникати різноманітні ризики, які негативно впливають на фінансові показники підприємства, його стабільність та розвиток. Ризики поділяються на зовнішні (економічні, політичні, соціальні) та внутрішні (організаційні, технічні, кадрові).

До основних ризиків, пов'язаних з діяльністю кав'ярні, належать:

1. Фінансові ризики – коливання курсу валют, інфляція, нестача обігових коштів;

2. Маркетингові ризики – зниження попиту, невдале позиціонування, конкуренція;

3. Операційні ризики – несправність обладнання, проблеми з постачанням;

4. Кадрові ризики – плинність кадрів, низька кваліфікація персоналу;

5. Юридичні ризики – зміни у законодавстві, перевірки органів контролю;

6. Форс-мажорні обставини – стихійні лиха, пандемії;

7. Військові дії – у зв'язку з геополітичною ситуацією в Україні.

Для ефективного управління ризиками проведено їх оцінку за двома критеріями:

- Ймовірність виникнення (низька, середня, висока);
- Ступінь впливу на бізнес (низький, середній, високий).

Таблиця 3.16. Оцінка основних ризиків кав'ярні

Ризик	Ймовірність виникнення	Ступінь впливу	Загальна оцінка ризику
Зниження попиту на продукцію	Середня	Високий	Високий
Зростання цін на сировину	Висока	Середній	Високий
Вихід з ладу обладнання	Середня	Середній	Середній
Відтік кваліфікованого персоналу	Середня	Середній	Середній
Проблеми з постачанням сировини	Низька	Середній	Низький
Зміни в законодавстві	Низька	Високий	Середній
Стихійні лиха, пандемії	Низька	Високий	Середній
Військові дії у регіоні	Середня/висока	Високий	Критичний

Для зменшення впливу кожного ризику розроблено план заходів, який також подано у вигляді таблиці.

Таблиця 3.17. План мінімізації ризиків

Ризик	Заходи щодо мінімізації
Зниження попиту на продукцію	Розширення асортименту (десерти, напої), регулярні маркетингові акції, участь у місцевих фестивалях, гнучка система лояльності
Зростання цін на сировину	Укладання довгострокових контрактів із постачальниками, пошук альтернативних джерел постачання, оптимізація використання сировини

Продовження таблиці 3.17

Ризик	Заходи щодо мінімізації
Вихід з ладу обладнання	Регулярне технічне обслуговування, наявність резервного обладнання або угод про швидкий ремонт
Відтік кваліфікованого персоналу	Мотиваційна програма для співробітників, навчання персоналу, створення комфортних умов праці
Проблеми з постачанням сировини	Формування запасу сировини на 1-2 тижні, співпраця з кількома постачальниками
Зміни в законодавстві	Регулярний моніторинг змін законодавства, консультації з юристами
Стихійні лиха, пандемії	Страхування бізнесу, розробка плану дій у надзвичайних ситуаціях, можливість переходу на доставку та онлайн-продаж
Військові дії у регіоні	План евакуації персоналу, тимчасова консервація бізнесу, страхування майна, вибір приміщення з укриттям, можливість працювати онлайн

Карта ризиків дозволяє візуалізувати рівень загрози для підприємства за ймовірністю та впливом.

Таблиця 3.18. Карта ризиків

	Низька ймовірність	Середня ймовірність	Висока ймовірність
Високий вплив	Пандемії, зміни в законодавстві	Зниження попиту, Військові дії	Військові дії
Середній вплив	Проблеми з постачанням сировини	Поломка обладнання, відтік персоналу	Зростання цін
Низький вплив	-	-	-

Проведений аналіз ризиків показує, що найбільшу загрозу для реалізації проекту кав'ярні становлять:

- Зростання вартості сировини;
- Зниження попиту через економічну нестабільність;
- Військові дії у регіоні, які можуть повністю зупинити роботу бізнесу.

Втім, впровадження комплексу профілактичних заходів дозволяє зменшити ймовірність втрат. Бізнес-план передбачає:

- Запасний фінансовий резерв;
- Можливість гнучко змінювати бізнес-модель (перехід на доставку, онлайн-продажі);
- Диверсифікацію постачальників;
- Страхування приміщення та обладнання;

- План дій у разі загострення військових подій.

Отже, проєкт кав'ярні в м. Миколаєві, попри зовнішні ризики, може бути реалізованим та стійким за умови постійного управління ризиками та гнучкої стратегії розвитку.

ВИСНОВКИ

У процесі написання кваліфікаційної роботи було здійснено всебічне дослідження особливостей створення нового підприємства у сфері обслуговування, а саме кав'ярні CoffeeDream. Результати аналізу показали, що підприємства такого типу відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку країни, сприяючи створенню робочих місць, підвищенню якості життя населення, розвитку малого бізнесу та активізації місцевих ініціатив.

Проведене дослідження підтвердило значущість планування як інструменту ефективного управління підприємством. Саме завдяки якісному стратегічному та тактичному плануванню можна досягти чіткої організації бізнес-процесів, раціонального використання ресурсів та своєчасного реагування на зміни зовнішнього середовища.

Аналіз ринку кавових напоїв в Україні дав змогу виявити стійку тенденцію до зростання попиту, формування культури споживання кави та зацікавленість споживачів у якісному сервісі. Конкурентне середовище виявилось доволі насиченим, однак водночас відкритим до нових ідей і концепцій, особливо якщо вони мають унікальні характеристики. Ретельний підбір місця розташування, врахування інфраструктури та споживчої активності стали основою для обґрунтованого вибору локації кав'ярні.

У ході дослідження цільової аудиторії були виявлені ключові споживчі сегменти, на які доцільно орієнтувати маркетингову діяльність. Це переважно молоді активні люди, студенти, працівники офісів і фрилансери, які цінують не лише якість продукції, але й атмосферу, зручність, швидкість обслуговування та естетичну складову простору.

Розробка бізнес-плану кав'ярні включала обґрунтування концепції, структури, маркетингових заходів і організації виробничих процесів. Усі елементи були розроблені з урахуванням ринкових реалій, особливостей споживчого попиту та фінансових можливостей. Проведені фінансові розрахунки підтвердили економічну доцільність створення такого підприємства. Проєкт виявився

рентабельним, з потенціалом виходу на точку беззбитковості вже протягом перших місяців роботи.

Особливу увагу було приділено оцінці можливих ризиків, які можуть виникати в процесі реалізації проєкту. Розроблено заходи щодо їх попередження та мінімізації, що свідчить про ґрунтовний підхід до забезпечення стабільності функціонування підприємства в умовах невизначеності.

Загалом, запропонована бізнес-модель кав'ярні є реалістичною, обґрунтованою, конкурентоспроможною та відповідає актуальним запитам сучасного споживача. Вона поєднує економічну ефективність, екологічну відповідальність та соціальну орієнтованість, що є передумовою сталого розвитку підприємства у сфері послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18. – Ст. 144.
2. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав. 1991 р. № 1023-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 30. – Ст. 379.
3. Економічна статистика / зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Вітюк А, Залієвська А. Аналіз ринку кавових напоїв в Україні / Вінницький національний технічний університет. – Режим доступу: <https://doi.org/10.31649/ins.2023.4.72.80>
5. Аналітична компанія “Pro-Consulting” – Режим доступу: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-kofe-osnovnye-pokazateli-i-tendencii-potrebleniya-pro-consulting-vystupila-na-ezhegodnoj-konferencii-napitki-ukrainy-chaj-i-kofe-2024>;
6. Інститут інноваційних досліджень – Режим доступу: <https://inns.com.ua/web/uploads/pdf/Vitiuk%20Zalievska.pdf>
7. Аналіз ринку кав’ярень. – Режим доступу: https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-kofeen-v-ukraine-2021-god?utm_source=ch_atgpt.com)
8. Грішнова О.А. Економіка підприємства : підручник. – К. : Знання, 2021. – 672 с.
9. Ільєнко А.І. Маркетинг: теорія і практика : навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2020. – 416 с.
10. Міністерство економіки України. Аналітичні матеріали – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/>
11. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент : підручник. – К. : КНЕУ, 2021. – 544 с.
12. Шевчук Д.А. Бізнес-планування : навчальний посібник. – Львів : Магнолія 2006, 2020. – 352 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Порівняльний аналіз організаційно-правових форм для кав'ярні

Критерій	Фізична особа-підприємець	Товариство з обмеженою відповідальністю	Приватне підприємство
Рівень відповідальності	Власник несе повну особисту відповідальність	Засновники відповідають лише в межах внеску в статутний капітал	Власник несе розширену відповідальність
Система оподаткування	Спрощена система (5% від доходу або 2%+ПДВ), загальна система	Спрощена система (5% або 2%+ПДВ), загальна система (18% податку на прибуток)	Загальна система (18% податку на прибуток)
Процедура реєстрації	Проста, можна зареєструвати онлайн через «Дію»	Складніша, потребує установчих документів та статутного капіталу	Схожа на ТОВ, але вимагає додаткових зобов'язань
Можливість залучення партнерів	Обмежена, працює тільки один власник	Можливо, кількість засновників не обмежена	Можливо, але менш популярний варіант для партнерства
Легальне працевлаштування персоналу	Обмежене (можна найняти до 10 працівників на спрощеній системі)	Необмежене, офіційне працевлаштування персоналу	Можливо, але облік складніший, ніж у ТОВ

Рівень бюрократії та звітності	Мінімальний (раз на квартал подання звітності)	Високий (фінансова звітність, бухоблік, податкова документація)	Середній (більше, ніж у ФОП, менше, ніж у ТОВ)
Доступ до кредитування та інвесторів	Обмежений	Високий, оскільки бізнес має юридичну особу	Середній, але менш привабливий для інвесторів
Оптимальна сфера застосування	Невеликі кав'ярні, мобільні точки, кавові кіоски	Середні та великі кав'ярні, мережеві заклади	Сімейні бізнеси, кафе середнього розміру

Грошовий потік від діяльності підприємства за 3 роки

Найменування показників	Одиниця виміру	Роки			
		Рік впровадження 0-й	1-й	2-й	3-й
1. Чистий дохід від продаж	тис. грн.	-	1300	1925	2250
2. Витрати	тис. грн.	-	1508,6	1270	1350
3. Прибуток до оподаткування	тис. грн.	-	100	655	900
4. Капітальні вкладення (інвестиції)	тис. грн.	417	-	-	-
5. У тому числі кредити	тис. грн.	217	-	-	-
6. Грошовий потік	тис. грн.	-417	121	576	577
7. Коефіцієнт дисконтування	коєф.	1	0,909	0,826	0,751
8. Дисконтований грошовий потік	тис. грн.	-417	110	476	582
9. Чистий приведений дохід (NPV)	тис. грн.	751			
10. Грошові притоки	тис. грн	0	121	576	777
11. Дисконтовані грошові притоки	тис. грн.	0	110	476	582
12. Грошові відтоки	тис. грн.	417	0	0	0
13. Дисконтовані грошові відтоки	тис. грн.	417	0	0	0
14. Термін окупності	Роки	-	2,8		
15. Внутрішня норма дохідності	%	-	21		