

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ І БІЗНЕС ПРОЕКТУ ВЛАСНОЇ КАВ'ЯРНІ

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконав: здобувач 2 курсу 221М групи
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна
справа
Освітньо-професійної програми Готельно-
ресторанна справа
Руптанов Андрій Юрійович

Керівник: д.е.н., професор Орленко О. В.

Рецензент: Лиманець Л. М.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНІВ	5
1.1.Цілі, функції бізнес-проектів та зміст і структура бізнес-проекту.....	5
1.2.Методи розробки бізнес-плану.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. ОГЛЯД ПРОДУКТУ	15
2.1. Огляд ринку та перспективи розвитку.....	15
2.2. Огляд продукту	22
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ	24
3.1. Розробка бізнес проекту.....	24
3.2. Розробка техніки безпеки та санітарних умов праці.....	37
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні кав'ярні стали невід'ємною частиною нашого життя. Щодня багато людей ідуть у заклади з ароматною кавою, щоб випити чашечку американо або еспресо для бадьорості щоб гарно провести свій час в компанії друзів або провести швидку ділову зустріч.

Ті люди, хто ще кілька років тому вважали зайвими витратами оплату в п'ять грн. за чашку кави, сьогодні із задоволенням платять двадцять або тридцять грн. за еспресо або американо, популярні кавові напої такі як лате, капучіно, раф та інші.

Останнім часом кавовий бізнес розвивається в дуже швидкому темпі. Протягом останнього часу кожен рік продажі кави ростуть. Багато мереж кав'ярень, які реалізують якісний продукт, не закрилась в цей час хоча в інших галузях було безліч закритих компаній.

Більшість кав'ярень це заклади середнього класу з відповідною якістю сервісу та продуктів, але багато споживачів очікують іншого.

Наразі в Україні складається сприятлива ринкова ситуація для проектів у сфері готельно ресторанного бізнесу.

Метою роботи є аналіз організації та створення кав'ярні та аналіз ринку громадського харчування для обґрунтування доцільності створення власної справи. Щоб досягти мети кваліфікаційної роботи треба вирішити такі завдання:

- розкрити характеристику, сутність, роль та значення створення бізнес плану кав'ярні;
- сформулювати основні теоретичні поняття, що виникають при відкритті власної кав'ярні;
- проаналізувати особливості ринку та функціонування індустрії кав'ярень в ресторанному бізнесі;
- зробити аналіз діяльності кав'ярні;
- проаналізувати основні показники економічної діяльності за проектом і зробити висновки щодо ефективності його функціонування.

- визначити ризики та шляхи їх вирішення

Об'єктом дослідження є створення бізнес плану кав'ярні та його складові розділи

Предмет дослідження – теоретичні та прикладні аспекти створення бізнес проекту кав'ярні .

Методами дослідження. У кваліфікаційній роботі основними методами даного дослідження є методи спостереження, метод якісної і кількісної обробки даних, методи аналізу і синтезу, методи порівняння і узагальнення, аналіз, методи аналогії.

Наукова новизна одержаних результатів. Новизна полягає у отриманні результатів в ході проведених досліджень створення та розвитку підприємства громадського харчування;

Практичне значення одержаних результатів полягає в застосуванні запропонованих заходів щодо створення власного бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень були опубліковані:

1. Руптанов А.Ю. Використання роботів та штучного інтелекту на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу / Руптанов А.Ю. // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Сучасні тенденції та перспективи розвитку індустрії гостинності. С 77-79
2. Руптанов А.Ю. Стан сфери обслуговування в Україні. Перспективи стратегічного розвитку/ Руптанов А.Ю. // Матеріали науково-практичної конференції. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів С.203-205

РОЗДІЛ 1

ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНІВ КАВ'ЯРНІ

1.1. Цілі, функції бізнес-проектів та зміст і структура бізнес-проекту

Кав'ярня – це один з найбільш рентабельних бізнесів в сфері ресторанних послуг, дуже висока рентабельність. Особливо в період кризи, коли великі ресторани зазнають великих втрат прибутку, на плаву залишаються закладу з кавою на винос і невеликі кав'ярні з парою столиків.

При створенні власної кав'ярню насамперед почати варто з створення бізнес-проекту – це основа для всього, бізнес-проект по відкриттю кав'ярні покаже наскільки доцільно з економічної точки зору відкривати кав'ярню в тому чи іншому районі, який потрібен бюджет на відкриття і перший час роботи.

У цій роботі я проаналізую як розробити бізнес-проект кав'ярні, і як правильно скласти його розділи.

Резюме бізнес плану кав'ярні складається з наступних розділів, перший з них - резюме. В цьому розділі коротко описуються всі пункти бізнес-плану, тому скласти резюме краще після того, як бізнес план написаний. З чого складається резюме бізнес плану:

- концепція бізнесу;
- аналіз конкурентного ринку;
- список співробітників для праці в кав'ярні;
- мета окупності;
- аналіз ризиків;
- витрати на відкриття.

Переважає більшість бізнес-проектів носить інвестиційний (витратний) характер. Величина інвестицій, необхідних для здійснення бізнес-проекту, залежить від усіх перерахованих підстав їх класифікації та, перш за все, від масштабу, тривалості і складності проекту.

До інвестиційних проектів звичайно відносять проекти, в яких головною метою є вкладення коштів в різні види бізнесів з метою отримання прибутку. У цій групі бізнес-проектів виділяють інноваційні проекти, до яких відносять систему різних нововведень, що забезпечують безперервний розвиток компанії.

Інвестиційний бізнес-проект – це обмежений за часом, цілеспрямована зміна системи з чіткими вимогами до якості результатів, можливими рамками витрати засобів і ресурсів і специфічною організацією з розробки законопроекту і реалізації.

Включення в визначенні «системи» вказує не тільки на цілісність проекту і його розмежована з іншими видами бізнесу, а й підкреслює унікальність проекту (на відміну від серійного виробництва), а значить, його неповторність і ознаки новизни.

В умовах ринкової економіки бізнес-план - необхідний інструмент технічного, економічного, фінансового та управлінського обґрунтування справи, включаючи взаємини з банками, інвестиційними, страховими, збутовими та іншими організаціями, посередниками, споживачами

Якщо залучати партнерів або інвесторів для відкриття кав'ярні слід писати резюме просто і лаконічно, але з користю - потрібно використовувати цифри окупності, давати докладний опис концепції, щоб зацікавити партнерів.

Мета відкриття кав'ярні в бізнес-проекті теж варто написати в резюме, так підприємець зможе коротко дати зрозуміти себе і тим, хто буде читати його, який заклад відкрити.

Резюме - це свого роду коротка презентація бізнес плану кав'ярні. Необхідно зробити короткий опис кав'ярні в бізнес плані, слід вказати яку організаційно-правову форму вибрати, який тип бізнесу впроваджувати.

Перше, з чим варто визначитися і вказати це в бізнес-плані - чи буде це відкрита кав'ярню з нуля або куплена готова франшиза. Наприклад, можна отримати вже готову концепцію і план дій на перших порах при відкритті кав'ярні по франшизі. У випадку з відкриттям кав'ярні з нуля, є можливість втілити свої бажання і зробити концепцію такої, як її бачить сам підприємець і

працювати за своїм планом. При відкритті кав'ярні за франшизою наявні такі переваги:

- Можливість працювати під відомим брендом. .
- Відсутність необхідності в пошуку постачальників.
- Відсутність необхідності в обмірковуванні того, де знайти сировину і обладнанні, як облаштувати торгову точку і так далі.
- Можливість у будь-який час отримати інформаційну підтримку.
- Мінімальні витрати на проведення рекламних кампаній.
- Низький рівень конкуренції.

У будь-якому випадку знадобиться вказати:

- Товариство з обмеженою відповідальністю або фізична особа підприємця

- Коди за КОАТУУ(6500000000 для Херсонської області) та КВЕД для кав'ярень в залежності від типу обслуговування. в Україні: 56.10, 56.21, 56.29.

Потрібно підготувати список документів, які необхідно отримати для створення кав'ярні. Стандартний набір документів для відкриття кав'ярні:

- Документ в реєстрації бізнесу в податковій. Декларація від Державної інспекції України з питань захисту прав і пожежна декларація.
- Договір оренди або купівлі приміщення.
- Санітарні книжки персоналу.

Для вдалої конкурентоспроможності потрібно розробити концепцію. Концепція кав'ярні більше залежить від формату закладу. Можливо придумати власний унікальний формат або вибрати готові і перевірені:

- Кав'ярня американського типу - в таких кавових можна придбати десерти і каву, тут немає страв і алкогольних напоїв. Обслуговування відбувається на барі, а випити кави можна за столиком в залі. За такою концепцією працює популярна мережа кав'ярень «Starbucks».

- Кава to go - невелика мобільна кав'ярня або кіоск з кавою і гарячими напоями на винос.

- Модульна кав'ярня – невеликий участок з кавою в торговому або бізнес-центрі, зазвичай без посадочних місць, можна взяти кави з собою. Цільова аудиторія такої кав'ярні - працівники офісів і відвідувачі торгівельного центру.

Формат і концепція дуже сильно впливають на окупність бізнесу - обов'язково слід продумати цей етап одним з перших тому, що репутація закладу дуже залежить від концепції.

Важливо визначитися з цільовою аудиторією майбутньої кав'ярні і описати портрет потенційного клієнта. Наприклад якщо відкривати кав'ярню третьої хвилі з затишним простором, основною цільовою аудиторією будуть молоді люди, фрілансери, які шукають альтернативні смаки кави.

Маючи в своєму розпорядженні біля бізнес-центру, ви привернете офісних співробітників, який будуть заглядати до вас перед роботою або в обідню пору. У будь-якому випадку, перед відкриттям слід вивчити, яка аудиторія чекає вас в цьому районі і на що робити упор в маркетингу.

Так, наприклад можливо зрозуміти, що цільова аудиторія майбутньої кав'ярні - це студенти і фрілансери, які проводять час у кав'ярні за ноутбуком або в компанії друзів.

При аналізі ринку і конкурентів слід описати своїх головних конкурентів і переваги над ними. Також, необхідно представити загальний опис ринку, на якому кав'ярня працюватиме, а саме які тенденції зараз в кавовому бізнесі.

Відносно ринку щороку кав'ярні стають дедалі популярнішими, особливо в період пандемії, тому що окупність його вище, ніж у великих закладів. Популярність кав'ярень також пов'язана з тим, що люди стали більше експериментувати, пробувати нестандартний каву і кавові напої, і активно стежать за тенденціями в кавовій індустрії. Зараз недостатньо готувати тільки американо і капучино, потрібно слідувати тенденціям: пропонувати альтернативне молоко, готувати матчу-лате, раф та інше.

Відкрити кав'ярню не складно, але щоб бути успішним в цьому бізнесі, слід орієнтуватися в ринку, проводити грамотну сегментацію. Для цього необхідно вивчити сервіс в кав'ярнях, які вже відкриті поруч з майбутнім закладом.

Досить просто ознайомтеся з асортиментом кави, які пропонують інші кав'ярні, дізнатися чи є у них сезонні десерти або інші напої та інше.

Ретельне вивчення ринку посприє визначитися в якому напрямку рухатися, на що звертати увагу в сервісі і що додати в свою кав'ярню, щоб залучити більше відвідувачів.

Особливу увагу слід звернути на організаційний план

Насамперед треба вибрати визначити структуру управління. На мою думку лінійний тип організаційної структури управління у закладі відображає лінійні форми зв'язку між ланками управління; весь комплекс функцій управління та вироблення управлінських рішень зосереджується у лінійного менеджера.

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки лінійної організаційної структури управління

Переваги	Недоліки
1. Чіткі і прості зв'язки між підрозділами (один канал зв'язків);	1. Високі вимоги до керівника, який повинен мати різнобічні знання і досвід з усіх функцій управління та сфер діяльності, що водночас обмежує можливості керівника ефективно управляти організацією;
2. Єдність і чіткість розпоряджень;	2. Перевантаження інформацією, великий потік документації, безліч контактів з підлеглими, вищими та суміжними організаціями;
3. Чітка відповідальність керівника за результати діяльності очолюваного підрозділу;	3. Відсутність спеціалістів з окремих функцій управління і планування;
4. Оперативність у прийнятті рішень;	4. Невідповідність до зростаючих вимог сучасного виробництва.

Потрібно вирішити скільки працівників знадобиться для повноцінної роботи кав'ярні.

Для роботи кав'ярні потрібно:

- Бариста, який готує напої, розраховує гостей.
- Офіціант, який обслуговує гостей біля столика.

- Прибиральниця потрібен для підтримки чистоти в кав'ярні, туалеті і службових приміщеннях.

- Бухгалтер веде документообіг і здає звітність.

Перед відкриттям кафе доцільно обрати організаційно-правову форму ведення діяльності та системи оподаткування. Оскільки розрахунки з відвідувачами кафе здійснюють за готівку або в безготівковій формі, то відповідно до ст. 1 Закону про РРО такі розрахунки потрібно проводити через касовий апарат. При цьому в компанію до касового апарата має йти і платіжний термінал (п. 1 постанови номер 878).

Слід мати на увазі, що може виникнути необхідність у сплаті ще й інших податків

- Рентна плата за воду.
- Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин.
- Екологічний податок.
- Податок на нерухоме майно.
- Плата за землю.
- Акцизний податок.

Одним з блоків, на якому базується так звана витратна частина бізнес-плану, є кошторисна планування. Розробка бізнес-плану припускають в першу чергу складання кошторису.

Кошторис витрат, або кошторисна вартість - це повна зведення витрат на виробництво продукції, виконання робіт, послуг (кошторисна вартість).

Для складання кошторисів використовується так звана кошторисна документація.

Основними мети складання кошторисів:

- ув'язка поточних і планів на перспективу;
- контроль дій підрозділів підприємства;
- визначення загальних цілей виробництва;

- управління та контроль за підприємством;
- стимулювання роботи керівників і персоналу;
- визначення майбутніх параметрів господарської діяльності;
- порівняння результатів діяльності з планом,
- виявлення відхилень і причин незадовільної роботи.

При складанні кошторисів можуть бути використані різні методи: нормативний, розрахунково-аналітичний, балансовий, оптимізації, моделювання.

Нормативний метод заснований на розрахунку обсягів витрат і потреби в ресурсах шляхом множення норм витрати ресурсів на планований обсяг економічного показника (наприклад, реалізація, випуск продукції, обсяг послуг).

Розрахунково-аналітичний метод - це розрахунок об'ємів витрат і потреби в ресурсах шляхом множення середніх витрат на індекс їх зміни в плановому періоді.

Балансовий метод - ув'язка обсягу витрат і джерел розширення ресурсів (доходів).

Сутністю методу оптимізації є багата варіативність: з кількох кошторисів, складених за однієї концепції, вибирається кошторис з мінімумом витрат або максимумом одержуваного ефекту .

В основі методу моделювання лежить факторний аналіз функціональних зв'язків між різними елементами процесу виробництва. Наприклад, моделюється залежність витрат від виробничого процесу, прибутку - від рівня витрат або обсягів реалізації продукції.

Виробничий план кав'ярні в бізнес проекті містить інформацію про приміщенні кав'ярні, меню, персоналі, виборі обладнання для кав'ярні та процесах приготування кави. Простіше кажучи потрібно розписати по пунктах як буде працювати кав'ярня, хто буде варити каву, з якими постачальниками буде працювати кав'ярня і як буде організовано продаж кави.

Виходячи з вищесказаного наступним кроком слід скласти список обладнання для приготування кави та інших напоїв. З основного, що знадобиться:

- професійна, напівавтоматична або автоматична кавоварка
- кавомолка,
- водяні фільтри,
- холодильники для продукції.

На сьогоднішній день переважна кількість закладів підключає системи автоматизації обслуговування. Для того, щоб налагодити процеси в кав'ярні і вести облік, потрібно систему автоматизації. Таким чином кав'ярня зможе працювати ефективніше, буде наявна аналітика продажів та є можливість вести фінансовий і складський облік.

1.2. Методика розробки бізнес-плану

Відомо, що підприємство в ринковій системі господарювання схильне постійним, багато в чому суперечливим змін і впливів. Такі умови зовнішнього середовища існування компанії наводять на роздуми, що не варто витратити час на складання бізнес плану, а краще чітко реагувати на зміни.

Фахівці вважають, що чим більше ринку, тим важливіше план. При цьому план треба розуміти як збалансований з ресурсами комплекс заходів, що враховує виникнення у нових умовах ризик втрати коштів.

Розробка бізнес-плану вимагає професійних знань в галузі управління, фінансах, маркетингу. Тому навіть невеликі фірми на звертаються до експертів за консультацією або до фахівців, що пропонують послуги зі складання бізнес-плану.

Однак складання бізнес проекту вимагає особистої участі керівника або підприємця, що відкриває свою справу. Керівник в процесі бізнес-планування обумовлює необхідність його участі в моделюванні майбутньої діяльності,

порівнюючи з нею свої сили, ресурси підприємства, можливості залучення додаткових коштів та їх ефективне використання.

Включаючись до цієї роботи особисто, керівник як би створює свою майбутню діяльність, перевіряючи і сам бізнес проект, і себе - чи вистачить сил довести його до успіху.

Основними причинами невдач, як роблять дослідження, найчастіше є:

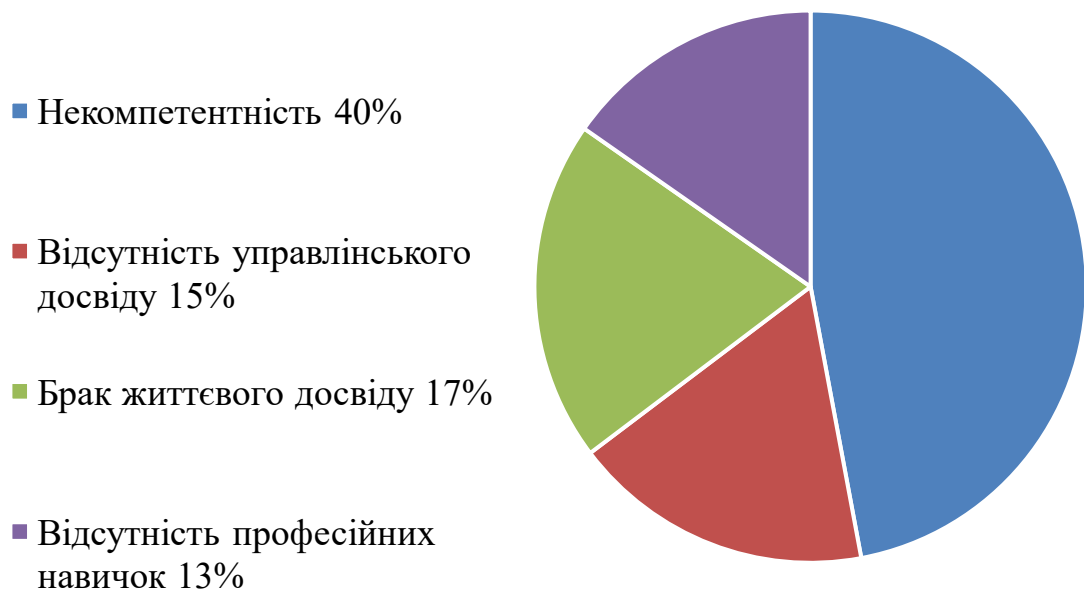


Рисунок 1.1 «Основні причини невдалого бізнес проекту кав'ярні»

Необхідність розробки бізнес-плану пояснюється ще й тим, що ризик банкрутства для знову створених підприємств, особливо в перші 3-5 років, дуже великий. Про це свідчить і міжнародна практика.

Бізнес-план являє собою всебічний опис бізнесу і середовища, в якому він діє, а також системи управління, в якій він потребує для досягнення поставлених цілей.

Не існує стандарту на розробку бізнес-плану через відмінності цілей бізнесу та нескінченної кількості варіацій середовища, в якому він діє.

Отже, потрібні навички та терпіння, щоб описати три-або п'ятирічну перспективу розвитку бізнесу, особливо у швидко мінливих економічних

умовах. Тому значною частиною будь-якого бізнес-плану будуть розділи планомірного контролю та регулювання бізнесу. Хоча бізнес-план в цілому вважається інструментом для отримання кредиту, він служить і іншим цілям. Додаткові цілі можна навести такі:

- постановка цілей бізнесу;
- виробленню стратегії
- надання інструментарію управління бізнесом;
- надання коштів оцінки сильних і слабких сторін бізнесу, а також

виявлення альтернативних стратегій виживання.

Оволодіння методами розробки бізнес-плану дозволить підприємцям виробити (у своєму характері і манері вести справи) ті основні риси, які притаманні успішним бізнесменам:

- Прагнення до нововведень;
- Готовність йти на розумний ризик;
- Впевненість у власних силах;
- Здатність трудитися;
- Вміння ставити перед собою високі, але досяжні цілі;
- Вміння вести ретельний облік своїх витрат і результатів.

Таким чином, узагальнюючи сказане, можна дати таке визначення.

Бізнес-проект - це аналітичний документ для планування підприємницької діяльності, у ньому описуються всі основні аспекти майбутнього комерційного підприємства, аналізуються всі проблеми

Правильно складений бізнес-план, в кінцевому рахунку вирішує проблему чи є сенс вкладати гроші в цю справу і чи може воно принесе прибуток. Дуже важливо створити бізнес-план відповідно до певних вимог і виконати спеціальні розрахунки - це допоможе передбачити майбутні проблеми та зрозуміти як їх вирішити.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. ОГЛЯД ПРОДУКТУ.

2.1. Огляд ринку та перспективи розвитку

При дослідженні ринку кофейного бізнесу потрібно розуміти яка капіталізація на цьому ринку, потрібно розуміти куди люди несуть гроші, а капіталізація на цьому ринку величезна. Для кращого розуміння як відкрити власну кав'ярню слід подивитися на топ кавових мереж.

Інтернет – це головний інструмент в дослідженні цих мереж, тому достатньо подивитися на найвідоміші мережи кав'ярень, у м. Херсоні наявні такі кавові мережі: McCafé, Fee de cafe, Scorini, Aroma kava, Робін бобін, Львівська майстерня шоколаду, Verde espresso bar, Prostir coffee, Франсуа, Черчиль.

Щоб успішно вести кавовий бізнес потрібно розуміти які в цих мережах конкурентні переваги, тому насамперед слід відвідати ці кав'ярні для кращого розуміння як відкрити свою кав'ярню. Зробивши аналіз конкурентів можна зробити висновок – в цьому сегменті є гроші. Всі ці заклади мають свої переваги та недоліки, в одній кав'ярні смачна кава але погане обслуговування, та навпаки.

Наразі працює сайт «Дія Бізнес» який створений для того, щоб допомагати середньому та малому бізнесу. Він існує для того щоб навчити основам бізнесу, проконсультувати, словом, зробити так, щоб підприємство розвивалося. На цьому ресурсі пропонується: знайти ідею, отримати консультацію, онлайн школу, фінансування, кейси та новини.

Існує безкоштовна консультація, якщо не майбутній підприємець не знає, який ФОП відкривати, як сплачувати податки та інше. Усі консультанти мають практичний досвід більше трьох років у сферах, які консультують. Це може бути штатний працівник служби підтримки та представники українських компаній.

Онлайн школа пропонує 13 освітніх курсів. Все це безкоштовно в форматі освітніх серіалів.

На ресурсі майбутньому підприємцю пропонується фінансова допомога. Можна обрати необхідну фінансову програму, детальні умови фінансування та звернутися до банківських установ.

Також на сайті є розділ з цікавими новинами та корисними бізнес кейсами, наприклад чийсь історії успіху або нові можливості розвитку у певній сфері розвитку.

У розділі де пропонуються бізнес ідеї також є розробка кав'ярні. Там майбутній підприємець може побачити корисну інформацію, таку як: орієнтована сума інвестицій для старту, на сайті вказано від 3 000 у.о.-750 000 грн. Шаблони та документи у форматі таблиць та презентацій

Дослідивши всі плюси та мінуси вже наявний готовий бізнес проект є кращим розумінням який заклад відкривати та на що витратити зусилля. На етапі відкриття бізнесу найкращі друзі – це конкуренти.

Непоганою стратегією є побудова дружніх відносин з власниками кав'ярень в сусідніх містах, тому що вони не конкуренти, але з ними можна ділитися фішками. Наприклад поділитися своєю думкою про конкурентні переваги кав'ярень конкурентів свого міста в замін на цінну інформацію від людини яка вже відкрила успішний кавовий бізнес. Наприклад такі питання:

- Скільки коштує відкриття
- Скільки приносить грошей

Таким чином отримуємо готовий фінансовий аналіз всіх конкурентів в сусідньому місті. Беремо всі ці цифри і в місті в якому збираємося відкрити кав'ярню збираємо гроші, тому що тепер є чітке розуміння скільки потрібно грошей і скільки це принесе.

Дуже важливо підібрати локацію, тому що якщо відкрити кав'ярню де мала прохідність, вона не окупиться. У дослідженні прохідності локацій можна придбати електронний лічильник людей. Кошують вони не сильно багато, в межах 150-400 доларів, різних типів. Вони так само можуть стати в нагоді не тільки до створення кав'ярні а й під час її функціонування, тому такий пристрій буде дуже корисним для подальших досліджень при удосконаленні вже робочого

підприємства. Дивимось де найбільший трафік і на основі цієї інформації можна відкривати мінімально життєздатний продукт.

Перш ніж вкладати гроші можна провести дегустацію. Тому перш ніж відкрити повноцінну кав'ярню треба спиратися на локацію і концепцію. Після вдалих випробувань отримуємо виручку, готовий продукт, партнерів з іншого міста та отримуємо готовий успішний бізнес проект.



Рисунок 2.1 «Структура первинних інвестицій»

В цілому для організації роботи мінімально життєздатної кав'ярні будуть необхідні капіталовкладення в розмірі від 3500-7000 доларів. На мою думку, зазначені суми інвестицій справедливі для м. Херсону. Що ж стосується їх розміру в інших містах, то вони залежать від безлічі перерахованих вище факторів. Нижче наведені діаграми з приблизним використанням капіталу.

Кав'ярні дуже прибутковий бізнес та не менш конкурентний. Тому дуже важливо проводити сегментацію. Дослідження ринку показують що основними споживачами кави є:

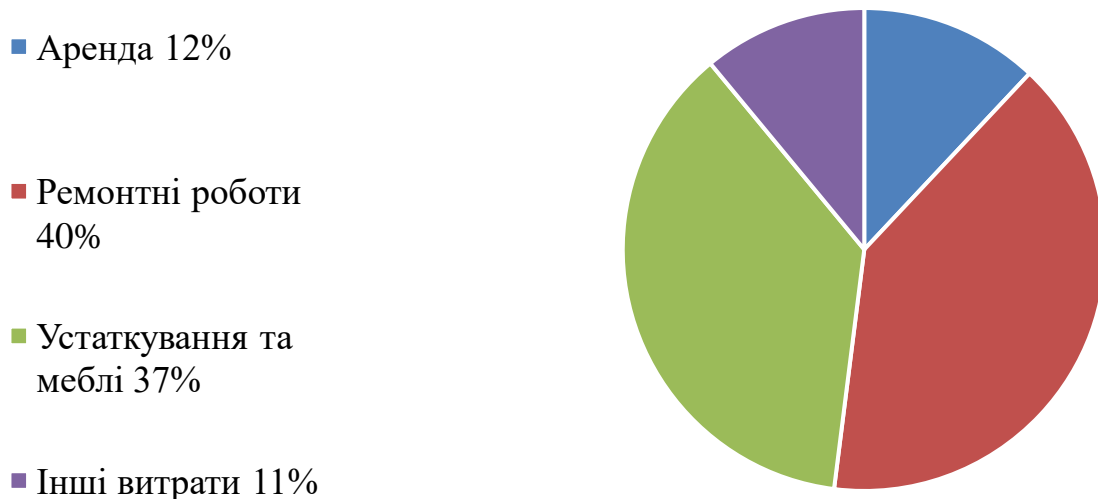


Рисунок 2.2 «Структура операційних витрат»

- Чоловіки, за статистикою вони вживають каву більше ніж жінки
- За віком 15-55 років. Найчастіше – 20-35 років
- Постійні відвідувачі – студенти, офісні працівники, представники робочих професій
- За доходами немає сенсу робити сегментацію. Кава доступний напій для всіх.

Не можна не відзначити той факт, що на ринку ресторанних послуг з'являється все більше кав'ярень, люди почали більше цікавитися кавовою культурою, все більше з'являється нових трендів. Кава починають все більше вживати в закладах ніж удома. З'являється все більше форматів кав'ярень.

Компанія «Кантар Україна» спільно з компанією McDondalds провела дослідження в ході якого було виявлено: де і яку каву п'ють українці. З 77% людей яку п'ють каву – 79% п'ють каву щодня, 65% купують каву поза домом. Найпопулярніші кавові напої – кава з молоком 55% та чорна кава 45%, топ 3 кави з молоком, які п'ють українці – лате, капучіно, американо. З десертом чи без?

61%: випивається без смаколиків, до 19% обирають солодощі, 16% кави купують з топінгом або сиропом

Тепер це не просто традиційні кав'ярні з чаєм і кавою, а й інший формат, не тільки в асортименті але і в обслуговуванні. Статистика стверджує що на сході України переважає більше чайна традиція, та на заході навпаки, при цьому кав'ярні не стають менш популярнішим.

Також набирають обертів фестивалі, змагання барист та інші заходи. Це значно підвищує інтерес людей до кавовій індустрії.

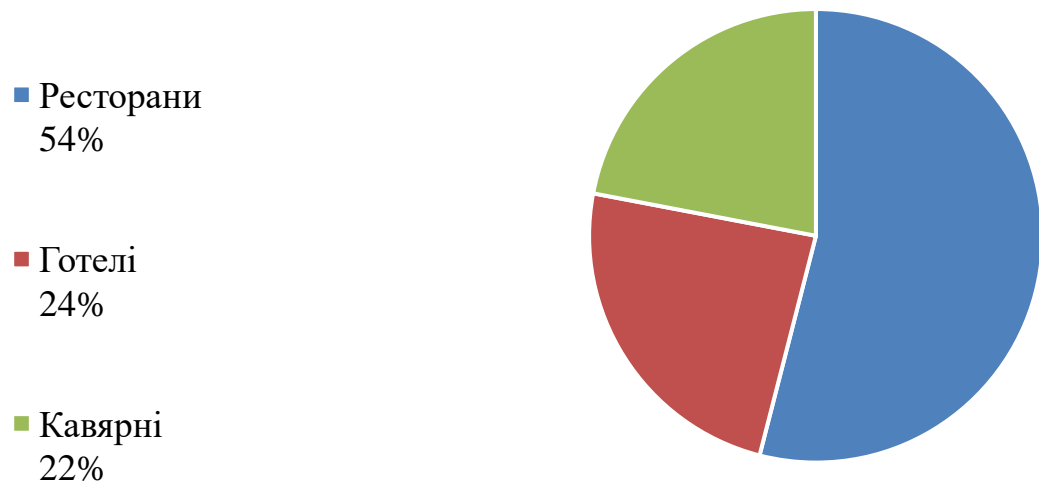


Рисунок 2.3 «Розподіл ринку за напрямками ХоРеКа»

Кавовий бізнес високоприбутковий. Асортимент величезний, а оптові ціни на каву низькі. В середньому за кілограм арабіки складає 380-400 гривень. Для однієї порції кави необхідно 9 грам, що дорівнює приблизно 3 гривні.

Такий рівень рентабельності досягається за рахунок рентабельності кави:

- середня ціна гарної зернової кави (100% Арабіки) в середньому складає 380 грн/кг.
- для однієї чашки необхідно 9 г кави.
- з кілограма кави виходить $1000\text{гр} / 9\text{гр} = 111$ чашок кави.

- приблизна собівартість 1 чашки = 380 грн / 111 чашок = 3.49 грн за чашку.
- при цьому середня ціна одного еспресо в кав'ярнях коливається від 25 до 30 грн.
- отже, середня рентабельність = 25 грн / 3.49 грн * 100% = 700% рентабельності.

Також варто звернути увагу на питання чи купувати кавомашину чи взяти в оренду.

Компанія здає вам в оренду кавомашину вартістю 15-20 тисяч гривень за 300 грн / місяць. Але буває умова зобов'язання купувати у них каву мінімум від 5 кг / місяць по ціні 400 грн / кг

Тоді витрати приблизно складають:

$400 \text{ грн} * 5 \text{ кг кави} + 300 \text{ грн оренда кавоварки} = 2300 \text{ грн в місяць}$

$2300 \text{ грн / міс} * 12 \text{ міс-в} = 27600 \text{ грн в рік}$

Враховуючи те, що не вистачить 5 кг в місяць і доведеться закуповувати більше, витрати теж істотно збільшаться. При цьому не буде доцільним докупати іншу каву іншої якості.

У іншому випадку при відкритті кав'ярні можна купити б\у машину вартістю приблизно 15000 гривень, а каву купувати оптом 350-380 гривень за кілограм.

У цьому випадку витрати приблизно складають: 15000 грн вартість кавомашини. $350 \text{ грн} * 5 \text{ кг} = 1750 \text{ грн}$ вартість кави в місяць. $1750 \text{ грн} * 12 \text{ місяців} = 21000 \text{ грн}$ вартість кави (100% Арабіка) в рік.

Порівнявши отримуємо економію у 6000 гривень, при цьому залишається власна кавомашинка.

Між першими кав'ярнями, які почали з'являтися в середині XVII століття, і нинішніми не так вже й багато відмінностей. Так, місце жаровні з піском зайняли блискучі хромом кава-машини.

Так, відвідувачам пропонують тепер не один тільки зварений в джезві чорну каву, а велике меню напоїв із зерен різних сортів з додаванням різних

інгредієнтів: від вершків і морозива до апельсинового соку і мигдалевого молочка. Але суть залишилася колишньою: по одну сторону стійки - відвідувач, по іншу - бариста; між ними - таїнство приготування ідеальної порції кави.

Здавалося б, де тут місце для високих технологій? Може бути, обійтися простий автоматизацією, тим більше що вже є робот-бариста: забезпечений парою веб-камер стандартний промисловий маніпулятор-автомат. Він «працює» в мережі робокав'ярень «В: eat» в Південній Кореї. Але це рішення підходить лише тоді, коли ви хочете отримати стандартний стаканчик з не менш стандартним вмістом.

Нова цифрова платформа Trace Coffee Beans із застосуванням блокчейна дозволяє відстежувати ланцюжки поставок преміальної кави по всьому світу - від моменту дозрівання ягід на кущі до пропонованої відвідувачеві кав'ярні чашки..

Кінцевого споживача доступ до цієї платформи надає смартфонів додаток. Додаток отримує відомості від розумних датчиків, розміщених на кавових плантаціях: про стан погоди, ґрунту (включаючи обсяги внесених в неї добрив), умовах зростання (висоті над рівнем моря, кількості сонячних днів, вологості, температури і т. П.).

До цих даних у міру проходження кави по ланцюжку поставок додаються інші: про маршрути і терміни доставки в країну споживання, про умови зберігання, про ступінь і тривалості обсмаження. І всю цю інформацію споживач може отримати миттєво - досить відскакувати за допомогою смартфона надрукований в чеку або нанесений прямо на паперовий стаканчик з кавою QR-код.

Використання роботів або штучного інтелекту виявилось дуже необхідною мірою для оптимізації роботи підприємств у час пандемії коронавірусу та для оптимізації роботи персоналу.

2.2. Огляд продукту

Для того щоб побудувати успішний кавовий бізнес недостатньо вивчити локацію і своїх конкурентів. Обов'язково потрібно орієнтуватися в продукті, а також сучасних трендах в кавовій сфері.

Дуже багато людей, приходячи в кав'ярню губляться у великому асортименті напоїв, які представлені, і не розуміють що їм можна спробувати або купити. Найчастіше це відбувається через відсутність знання що є в тому чи іншому напої. З цієї причини потрібно ретельно ознайомитися зі складом, з технологією приготування, щоб знати чим відрізняється лате від капучино.

Основа основ - це еспресо, дуже яскраво виражений, концентрований напій, а головне, як я вважаю, самодостатній. Готується він з 9 грамів меленої кави за допомогою холдер фільтрів в напівавтоматичного кавомашині. Це те без чого не можуть існувати велика кількість кавових напоїв. Добре зварений еспресо має велику кількість смаків, солодкість, кислотність. Еспресо робиться з меленої кави, мелену каву коли то був в зернах, а зерна, в свою чергу - ягодами. Це абсолютно нормально коли еспресо має різні смаки.

Тому дуже важливо розбиратися в технології приготування, щоб на останньому етапі не зіпсувати каву, зваривши його неправильно що дасть зайву гіркоту. Даний напій не відразу сподобається, тому що вперше якщо людина спробує еспресо, для нього це буде сильно концентровано і він відчує багато непотрібного. Це слід розуміти і таким чином навчати персонал. Найпоширеніший напій - це капучино, простіше кажучи суміш еспресо і молока. Стандартний об'єм напою приблизно 175 мл., так як немає загальної технологічної карти, тому обсяги у всіх різні, де 18 грам це еспресо, а час, що залишився - молоко. Готується він дуже просто: береться готовий еспресо, збивається порція молока капучинатором, вливається в еспресо спіраллю

Нормальна температура капучино 65-75 градусів. Важливо не перегріти молоко і недогріти, в першому випадку кава буде гіркою а піна в'язкою, а в другому нікому не до вподоби пити холодну каву. Хороший капучино буде

солодким за рахунок хорошого молока і хорошого еспресо, еспресо повинен бути щільним. Простіше кажучи повинна бути структура - при вживанні капучино не повинно бути роздільного смаку молока і кави. Повинен бути баланс смаків - не повинно бути зайвої кислотності або надлишку зайвого смаку в еспресо. На мою думку, цей напій найкраще підходить для повсякденного вживання.

Менш популярний, але при цьому не менш цікавий напій - флет уайт. Це приголомшлива річ, для тих хто хоче міцніше, але при цьому щоб було молоко. У смаку не втрачає баланс, але міцніше, це не означає що він гірчить. Вариться він таким же чином як капучино, тільки порція еспресо подвійна. Відповідно міцніше смак і менше молока.

Лате – річ досить дивна, за фактом це той самий капучино, тільки змінюється спосіб приготування. У лате спочатку в кружку вливається молоко і тільки потім еспресо. Який в цьому сенс і як змінюється смак? Сказати насправді складно, на мій особистий погляд, різниці великої немає.

Американо досить спірне напій. Останнім часом досвідчені бариста віддають перевагу еспресо і не додавати гарячу воду. Чому варто пропонувати альтернативу? Саме в цій каві втрачається смакові якості. Але є альтернативний спосіб приготування - френчпрес. Саме в ньому можна відчутти чого немає в американо. Але вибір залишається за гостем.

Варто звернути увагу також на раф каву. Більшість людей, які не сильно цікавляться в різновидах кавових напоїв скажуть що основна особливість раф - це додавання вершків та ванільного цукру. Насправді особливість цього напою криється в тому, щоб перекрити зайву кислоту робусти ванільним цукром, але в більшості кав'ярень раф роблять на основі чистої арабіки або суміші 70 на 30, тому в цьому немає особливого сенсу.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ СТВОРЕННЯ КАВ'ЯРНІ

3.1.Розробка бізнес-проекту кав'ярні

Для відкриття кав'ярні можна виділити наступні етапи:1. Заключення договору оренди приміщення; 2. Обрання форми оподаткування. Реєстрація касового апарату ;3. Реєстрація підприємницької діяльності; 4-6. Отримання декларацій; 7. Закупівля устаткування ; 8. Закупівля продукції; 9.Розробка реклами.

Таблиця 3.1.

Розрахунок бізнес-проекту

1.	Заключення договору приміщення Приміщення буде взято в аренду		Приміщення можна як купити так і взяти в оренду. Договір закладається у письмовій формі та належить нотаріальному затвердженню. Передача приміщення орендарю здійснюється на підставі акту, який підписується сторонами договору
2.	Обрання форми оподаткування та реєстрація касового апарат Буде обрана загальна система оподаткування для юридичних осіб		Юридичні особи на загальній системі оподаткування є платниками податків на доходи. Ставка – 18%. Основною перевагою є те що податок сплачується не з усіх доходів, а с доходів зменшених на суму витрат, які були в звітному періоді, займатися будь-якою діяльністю(за наявністю документів), мати необмежену кількість працівників та доходи. Як мінус можна віднести великий обсяг податкового та бухгалтерського обліку

Продовження таблиці 3.1

4.	Отримання декларації відповідності матеріально- технічної бази		<p>Це документ, яким суб'єкт господарювання повідомляє представника відповідного дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам законодавства.</p> <p>Ця декларація не потрібна, якщо орендодавець вже оформив необхідну документацію на орендоване приміщення</p> <p>Також є вимоги до санітарного стану самого приміщення</p>
5.	Закупівля устаткування	69 139 грн	
6.	Закупівля продукції Розрахунки були проведені опираючись на термін 1 неділі-1 місяць	1 500 грн 8 000 грн	<p>Орієнтована сума грошей на продукцію з малим терміном зберігання</p> <p>Орієнтована сума грошей на продукцію з великим терміном зберігання</p>
7.	Оплата оренда за перший та наступний місяць	39 200 грн	

Продовження таблиці 3.1

8	На виплату заробітної плати	42 000 грн	Буде доцільним одразу залишити гроші на виплату заробітної плати працівникам. Розрахунки були проведені на 2 барист, 2 офіціантів та 2 прибиральниць.
9.	На оплату реклами у соціальних мережах	3500 грн	Як налаштувача реклами було прийнято рішення вибрати компанію «IPM GROUP». Реклама FaceBook + Instagram (вартість одноразового налаштування та першого місяця ведення) складає 3500 грн
10	Загальна сума первинних інвестицій	157 388 грн	Орієнтована сума інвестицій для відкриття кав'ярні .

В цілому для організації роботи мінімально життєздатної кав'ярні будуть необхідні капіталовкладення в розмірі від 100 000-250 000 гривень. На мою думку, зазначені суми інвестицій справедливі для м. Херсону.

Потрібно чітко розуміти які завдання можна зробити власноруч, а які віддати на аутсорс, наприклад оформлення юридичної документації або створення рекламної компанії, тому, що від цього залежить розмір інвестицій та якість роботи кав'ярні.

Також велику роль в розмірі бюджету відіграє якість та кількість необхідного для роботи устаткування. Деяке устаткування таке як кавомашина або кавомолка можна взяти в оренду, купити нове чи раніше викростовуване, але це на стосується посуду.

Що ж стосується їх розміру в інших містах, то вони залежать від безлічі перерахованих вище факторів.

Таблиця 3.2

«Розробка меню»

Меню	Вихід порції гр.	Ціна
Амерікано	80	24 грн
Лунго	60	24 грн
Рістретто	12	24 грн
Еспресо	40	24 грн
Лате	190	24 грн
Капучіно	240	33 грн
Кава по-віденські	100	31 грн
Кава для закоханих	150	33 грн
Лате з шоколадом	190	40 грн
Айс лате з шоколадом	190	40 грн
Айс лате	190	30 грн
Раф-кава	190	35 грн
Подвійний еспресо	150	48 грн
Флет вайт	190	48 грн
Какао	290	29 грн
Молоко	50	7 грн
Вершки	50	8 грн
Наполеон	150	49 грн
Чізкейк	150	49 грн
Брауні	290	49 грн
Чай з жасміном	300	39 грн
Чай з бергамотом	300	39 грн
Класичні чаї	300	39 грн
Трав'яний чай	300	33 грн
Чай з м'ятою	300	33 грн
Чай з шоколадом	300	42 грн
Чай-латте	300	42 грн
Чай з корицею	300	39 грн
Імбирний чай	300	49 грн

Меню було складено спираючись на швидке обслуговування, тому прийнято рішення пропонувати страви швидкого приготування, до того ж було враховано варіант продажу на виніс.

Таблиця 3.3

«SWOT Аналіз майбутнього підприємства»

Фактори конкурентоздатності	Майбутня кав'ярня	Конкуренти	
		Львівська Майстерня Шоколаду	Кав'ярня «Merry berry»
Якість	Для максимальної конкурентоздатності слід орієнтуватися на студентів та офісних працівників. Зробити швидке обслуговування	Дуже різноманітне та тематично направлене меню. Незвичайна атмосфера закладу	Смачна кава, та її великий вибір. Власноручні десерти.
Місцезнаходження	Центр міста	Декабристів 8	Вулиця Ливарна, 2/56,
Рівень цін	Низький	Середній	Середній
Асортимент	Широкий збалансований асортимент	Широкий тематичний асортимент.	Вузкий асортимент. Десерти та кава або чай
Репутація	Заклад ще невідомий, тому на початку функціонування, потрібно зарекомендувати себе	Заклад відомий, Має велику кількість постійних клієнтів	Заклад відомий. Цільова аудиторія це студенти
Якість обслуговування	Високий	Високий	Середній
Цільова аудиторія	Слід орієнтуватися на студентів та офісних працівників	Цільова аудиторія складається з відвідувачів ХДУ, Парку та інших навч. закл.	Студенти навчальних закладів
Специфика	Зробити швидке обслуговування та клієнтоорієнтованість	Має свій індивідуальний стиль	Студентська кавярня

Таблиця 3.4

«Аналіз сильних та слабких сторін»

	Конкурент 1 Львівська Майстерня Шоколаду	Конкурент 2 Merry berry	Майбутня кав'ярня
Сильні сторони	Географічне положення в центрі міста. Тематичне меню. Незвичайна атмосфера	Положення поряд з навчальними закладами. Великий вибір кави та десертів. Класичний дизайн	Швидке обслуговування
Слабкі сторони	Багато конкурентів поруч.	Погіршується конкурента позиція. Не зручна парковка. Мало місць	Складно завоювати довіру людей так як заклад новий
Можливості	Залучення нових клієнтів за рахунок великої маркетингової компанії і тематичної особливості	Завжди постійні клієнти у вигляді студентів. Відкриття нових кофейн в інших районах міста.	Залучення інвесторів, залучення постійних клієнтів у вигляді студентів.
Загрози	Можливість появи нових конкурентів, зниження купівельної спроможності,	Зміна споживчих переваг.	Можливість не завоювати репутацію з боку клієнтів

Нижче наведена модель майбутнього підприємства виконана за допомогою 3d-графіки



Рисунок 3.3. «Модель підприємства виконана у 3d»



Рисунок 3.4. «Модель підприємства виконана у 3d»

Таблиця 3.5

«Склад розділів бізнес проекту кав'ярні»

Назва розділу	Склад	Призначення
Резюме	Загальні відомості про майбутнє підприємство	Оцінка діяльності підприємства. Аналіз доходів та витрат. Ризики
Характеристика	Особливості локації.	Аналіз та розрахунки витрат
Дослідження ринку	Стан ринку та новітні тенденції в кавовій сфері	Прогнозування діяльності
Маркетинг	Прогнозування маркетингової стратегії	Аналіз стану ринку, зміни цін, зовнішніх і внутрішніх факторів, ефективності реклами. Оцінка сильних і слабких сторін фірми, виробничих можливостей
Конкуренти	Дослідження конкурентів	Порівняльний аналіз (окремих груп показників діяльності конкурентів).
Товар або послуга	Характеристику продукту або послуги які пропонує майбутня кав'ярня	Оцінка споживчих властивостей товару. Аналіз товарів конкурентів. Аналіз цін і витрат на виробництво продукції
Витрати	Прогнозування витрат	Обсяги і структура витрат за видами і напрямками
Виробничий план	Характеристика виробничого процесу	Оцінка стану справ за всіма пунктами плану виробництва

Продовження таблиці 3.5

Залучення інвестицій	Види та джерела фінансування	Аналіз засобів за джерелами. Аналіз платоспроможності підприємства. Аналіз термінів окупності вкладень
Фінансовий план	Прогнозування обсягів реалізації та баланс витрат та доходів	Фінансовий аналіз діяльності підприємств.
Доцільність економічної діяльності	Розрахункові показники і їх інтерпретація: терміни окупності витрат, рентабельність інвестицій, точка беззбитковості проекту та ін.	Оцінка економічної, комерційної, бюджетної соціальної ефективності інвестицій

- Юридичний опис ТОВ «Майстерня кави»

Повне найменування підприємства - Товариство з обмеженою відповідальністю "Майстерня кави". Скорочена назва - ТОВ "Майстерня кави". Адреса місцезнаходження: Україна, м. Херсон, вулиця Декабристів 8.

ТОВ "Майстерня кави" було створено відповідно до чинного законодавства № 2275-VIII "Про товариства з обмеженою відповідальністю".

- Основний вид діяльності

Метою створення є отримання прибутку від господарської діяльності товариства. Суспільство здійснює такі види діяльності:

постачання та виробництво кавових напоїв для роздрібного продажу високоякісних сортів кави;

постачання широкого асортименту класичних та ексклюзивних видів чаю;

- Метою проекту є створення у місті Херсоні затишної та атмосферної кав'ярні. Створення кав'ярні планується здійснити біля ТЦ Адмірал, розташованого за адресом Проспект Ушакова 35.

В даний час укладено договір з власником, згідно з яким приміщення площею 60м², яке займає кав'ярня, взято в оренду терміном на 3 роки.

Дане приміщення не потребує реконструкції та ремонту, оскільки за оцінкою фахівця має гарний стан.

Як відомо, успішність кав'ярні на 50% залежить від вдалого розташування. Згідно з мого моніторингу, дане розташування кав'ярні є найбільш сприятливим.

В інтер'єрі робиться акцент на каву як основний атрибут. Робиться ставка на бездоганному сервісі, оригінальному оформленні пропонуваних страв, незвичайному дизайні приміщення, ввічливих офіціантів та особливому настрої. Це буде класичний стиль.

В даний час у рамках вже існуючих угод з фірмою «Дім Кави» було укладено договір на постачання згідно з яким було закуплено необхідне обладнання та обговорено постачання кави марки "Дім Кави", необхідних для успішного функціонування кав'ярні.

- Маркетингова стратегія

Головною метою проектного підприємства є проникнення ринку і подальше розширення ринкової частки. Головною стратегією підприємства є комплексна стратегія щодо надання продукції вищої якості та за нижчими цінами, а також розширення асортименту виробів. Виходячи з цього, стратегією маркетингу обирається стратегія розширення попиту за рахунок стимулювання обсягу продажу, цінової політики та нецінових факторів конкурентної боротьби, створення позитивного іміджу кафе.

- Ціноутворення.

При аналізі цінової політики необхідно враховувати: собівартість товару, ціни конкурентів на аналогічні товари чи товари замітники, ціну, що визначається попитом на даний товар.

Ціноутворення у фірмі будуватиметься за принципом: витрати не перевищують прибуток. Формуючи цілі та стратегії маркетингу, а також з урахуванням еластичності попиту, встановлення цін здійснюватиметься методом "витрати + прибуток", з урахуванням величини очікуваного попиту та поведінки конкурентів. Ціни на кондитерську продукцію будуть розраховуватися виходячи з рівня попиту та витрат та цільового прибутку.

- Реклама.

Важливим аспектом при відкритті нового підприємства реклама. У цьому випадку вона полягатиме в наступному: Реклама в соціальних мережах приваблює людей більше, ніж аналоги, оскільки в таких мережах як, Instagram є візуальною соціальною мережею. Аудиторія в цій мережі найбільш схильна до взаємодії з рекламою, що дозволяє налаштувати орієнтуватися на більший обсяг аудиторії ніж в інших соціальних мережах.

Як налаштувача реклами було прийнято рішення вибрати компанію «IPM GROUP». Реклама FaceBook + Instagram (вартість одноразового налаштування та першого місяця ведення) складає 3500 грн

Найпродуктивніший же вид реклами - вторинна, що передається клієнтом іншим людям (родичам, знайомим). Якщо клієнт задоволений роботою кав'ярні, він завжди прийде ще й можливо не один.

- Кав'ярня "Майстерня кави" має в своєму розпорядженні приміщення площею 60 кв. м за адресою Декабристів 8. Договір оренди, що укладається на 3 роки, включає витрати по комунальних платежах. Таким чином, витрати на оренду на рік становитимуть: 12 000 \$, витрати на меблі не потрібні, тому що було вибрано вже готове приміщення під кав'ярню. Постачальниками фірми будуть:

«Дім Кави», що поставляє каву в зернах.

ФОП «Хорека Херсон» – постачальник молока, фасованого цукру а також постачальник господарських товарів.

- Устаткування

При закупівлі устаткування, для оптимізації бюджету необхідно придбати мінімально необхідний список устаткування. При збільшенні попиту та продаж є можливість докупити додаткове устаткування. Щоб зберегти якість сервісу та максимально мінімізувати витрати для реалізації продукції використовуватиметься таке обладнання:

Таблиця 3.3.

Необхідне устаткування

Назва устаткування	Кількість шт.	Ціна за одиницю, грн	Разом
Кавомашина	1	15 000	15 000
Кавомолка	1	7 599	7 599
Холодильна вітрина	1	10 900	10 900
Льодогенератор	1	5 699	5 699
Касовий апарат	1	4 200	4 200
Комп'ютер	1	5 970	5 970
Телевізор	1	3 299	3 299
Комплект чашка еспресо + блюдце	12	200	2 400
Комплект чашка капучіно + блюдце	18	400	7 200
Комплект чашка американо + блюдце	12	300	3600
Чашка айріш	15	29	435
Тарілки	31	32	992
Ложка кофейна	57	9	513
Ложка десертна	31	12	372
Молочник	20	48	960
Разом			69 139

Підприємство при наявному обладнанні та персоналі може реалізовувати на день 200-300 чашок. У рік реалізовуватиметься 71 200 – 107 000 чашок кави, що у квартал становить 17 800 – 26 700 чашок.

ТОВ "Майстерня кави", враховуючи можливі зміни ринкової ситуації, розглянула можливі ризики, які можуть призвести до втрати частини капіталу фірми, а також до додаткових витрат:

Зниження загального рівня купівельної спроможності - ймовірність є, але, на жаль, не можна спрогнозувати на належному рівні подібну ситуацію, оскільки це залежить від багатьох факторів та подій у країні. Підприємство, у свою чергу, може лише знизити свої ціни по можливості до мінімуму.

Інфляція – завжди присутня. Залежно від зростання буде підвищення ціни, але не більше ніж ціни конкурентів.

Активізація старих конкурентів та поява нових, для цього буде необхідна кореляція методів просування, проведення ринкових досліджень, збільшення зусиль, збільшення реклами.

Низька кваліфікація співробітників може призвести до збільшення аварій та до зниження ритмічності та обсягів виробництва.

Зростання цін на продукцію можна попередити закупівлями ресурсів на рік, що дозволяє зменшити витрати на закупівлю сировини.

3.2. Розробка техніки безпеки та санітарних умов праці

Санітарні умови в закладі - повинні чітко дотримуватися санітарно-гігієнічних нормативів і правил, що встановлені державними органами зокрема з чистоти приміщень, стану технічного обладнання, видалення відходів, перевірка захисту від комах та гризунів, обробки білизни. Газове, водопровідне і каналізаційне обладнання встановлене й експлуатується відповідно до «Правил технічної експлуатації закладів та їх обладнання». Усі приміщення кав'ярні, де працює персонал, є просторими, мають досить високі стелі, оснащені природною або штучною вентиляцією, що забезпечує відповідну циркуляцію повітря і виключає проникнення сторонніх запахів.

Сантехнічні норми розглядають питання, пов'язані з умовами праці і їх впливом на людський організм. Існують декілька гігієнічних критеріїв оцінки умов праці:

- Забрудненість повітря;
- Температура, вологість і швидкість руху повітря;
- Рівень шумів;
- Якість освітленості приміщень;
- Санітарний стан приміщень;
- Особиста гігієна співробітників.

Температурний режим та вологість повітря у закладі мають сильний вплив на стан людини, на її працездатність і регулюються за допомогою системи вентиляції та опалення. Температура повітря в закладі повинна знаходитися не нижче 18С, вологість повітря в теплий період року 30-60%, у холодний час – не більше 70%, швидкість руху повітря в холодний період – до 0,3 м\с, у теплий – до 0,5 м\с.

В кав'ярні повинні дотримуватись проти шумні правила такі як, підлоги в коридорах, холах і вітальнях покриваються звуко поглинаючими килимами або покриттями.

У приміщеннях наявне природне (не менш одного вікна) і штучне освітлення, що забезпечує освітленість цілодобово при лампах розжарювання - 100 у люменах, у коридорах – природне і штучне освітлення.

В закладі кожного дня повинно проводити вологе прибирання, видаляється пил і павутина, прибираються килими і килимові покриття, протираються вікна, двері. По закінченні роботи приміщення ретельно прибирають і залишають в повному порядку. Інструкція з санітарного утримання вимагає від персоналу особливої уваги .

Усі працівники повинні не рідше одного разу на рік проходять медичний огляд у лікарні і віддають довідки про стан свого здоров'я. Робітники які не пройшли огляд не повинні допускатися до роботи.

Для забезпечення охорони праці та здоров'я передбачені наступні заходи такі як:

- Заземлення обладнання;
- Обладнання приміщень якісною вентиляцією повітря;
- Природне освітлення і штучне освітлення, прирівняне до сонячного;
- Приміщення зі штучним освітленням обладнуються устаткуванням, яке насичує приміщення киснем, очищають і освіжають повітря; мають бактерицидну дію, вбивають віруси, спори грибків;
- Надтепловим обладнанням встановлені місцеві вентиляційні відсмоктувачі;

Кожен працівник закладу повинен знати та дотримуватись санітарних правил і норм для закладів громадського харчування, оскільки він відповідальний за здоров'я гостей.

Перед початком роботи всі працівники проходять медичний огляд, в клініці та отримують медичну книжку. Працівники які контактують з їжею, проходять медогляд 1 раз в 6 місяців, інші 1 раз в рік. Також працівник повинен пройти навчання з санітарних норм. Без медичної книжки та проходження навчання працівники не допускаються до роботи.

Правила особистої гігієни :

- Систематичне миття рук. Мити руки потрібно перед початком роботи, після відвідування туалету, куріння, чхання, кашлю, прибирання, використання мийних засобів, роботи з грошима та використання одноразових рукавичок.
 - Чиста попрасована форма та чисте взуття
 - Охайно зібране волосся, на кухні і виробництві = шапочка для волосся, яка покриваю повністю голову.
 - Відсутність різких запахів
 - Коротко підстрижені нігті та неяскравий манікюр
- Заборонено
- Вдягати прикраси

- Тримати в кишенях гроші, сигарети, сторонні предмети
- Зберігати особисті речі на робочому місці
- Їсти на робочому місці
- Торкатися до волосся чи обличчя під час роботи

Якщо працівник хворий, то він повинен повідомити про це, адже з ознаками вірусних чи інших захворювань працівники не допускаються до роботи. Також кожного дня перед початком роботи потрібно вести огляд на наявність гнійничкових захворювань.

Кожен працівник утримує в чистоті своє робоче місце, за яке відповідає. Перед початком роботи здійснюють прибирання згідно з чек листом, в якому чітко прописані всі пункти, що необхідно зробити. Також потрібно прибирати під час дня у разі потреби. Генеральне прибирання у закладі проводиться не рідше, ніж 1 раз на місяць, за участі працівників закладу. Важливою функцією, як було вище зазначено, є прибирання залів для відпочинку гостей та службових приміщень. Всі ці функції покладаються на штат прибиральниць.

Так, при вологого прибирання спочатку витирають пил з підвіконь, меблів (столи, стільці, серванти), панелей, далі протирають світильники, настільні лампи і бра, потім миють підлогу за допомогою різноманітних миючих засобів. Під час прибирання також приділяють увагу кольорам: їх поливають, збризкують водою, видаляють підсохлі листя. При сухого прибирання спочатку прибирають підлогу, а потім видаляють пил з предметів, що знаходяться в залі.

Кожен стіл ставлять так, щоб до нього вільно могли підійти відвідувачі і офіціанти. Столи, крісла, серванти повинні стояти вздовж стін на відстані 10-20 см від стіни. Підсобні столи, серванти встановлюють біля стін або колон. Іноді підсобний стіл ставлять впритул до обіднього столу, щоб офіціант міг використовувати його для обслуговування відвідувачів.

Нормою для прибиральниці вважається прибирати зал 3-4 рази на день.. Але так як завантаження закладу буває різним, то цей показник може коливатися..

Прибирання залу проводиться при повній відсутності гостей.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи усе вищесказане бізнес-план являє собою документ, що описує всі основні аспекти майбутньої комерційної діяльності підприємства або фірми, аналізує всі проблеми, з якими вони можуть зіткнутися, визначає способи вирішення цих проблем. Саме на підставі цього документа партнери та інвестори надають грошові кошти. Якість продукту є найважливішою конкурентною перевагою в середовищі підприємств громадського харчування.

Система якості включає в себе наступні елементи: організаційну структуру підприємства, яка підтримує вимоги якості; методи і методики дотримання якості; ресурси (фінансові, кадрові, виробничі, технологічні, методичні); технології та процеси. Система якості орієнтована на підвищення лояльності гостей, а також рівня конкурентоспроможності підприємства.

Система якості на підприємстві громадського харчування обумовлена необхідністю високого рівня обслуговування гостей, що включає в себе такі параметри, як: якість приготованих страв; дотримання вимог естетичності, гігієнічності, чистоти; дотримання вимог етики з боку персоналу; уважність по відношенню до гостей.

Система якості на підприємстві включає в себе ряд процесів: процес власне управління якістю, система обслуговування гостей, система якості в організації виробничого процесу на виробництві, система якості в роботі з персоналом, процес планування роботи виробництва.

Було здійснено аналіз особливостей державного регулювання ресторанного бізнесу в Україні. Розглянуто основні нормативно-правові документи, що регламентують діяльність кав'ярень. В роботі розглянуто основні найважливіші аспекти та тенденції створення підприємства громадського харчування в сучасних економічних умовах. Проведено дослідження сучасного стану кав'ярні індустрії України як складової економічного розвитку. Виділено основні тренди розвитку готельного бізнесу.

Були вирішені такі завдання: розкрити характеристику, сутність, роль та значення створення бізнес плану кав'ярні;

- сформулювати основні теоретичні поняття, що виникають при відкритті власної кав'ярні;
- проаналізувати особливості ринку та функціонування індустрії кав'ярень в ресторанному бізнесі;
- зробити аналіз діяльності кав'ярні;
- проаналізувати основні показники економічної діяльності за проектом і зробити висновки щодо ефективності його функціонування.

Особливість кав'ярні виражається в самостійної варінні меленої кави барменом, широким асортиментом гарячих напоїв (різні види кави, чаю, какао) і випічки за прийнятними цінами, можливістю безкоштовної зарядки мобільного пристрою і доступу в мережу Інтернет. У дослідженні були використані різні теоретичні, аналітичні та статистичні матеріали, закони України та інші нормативні документи з питань ресторанного бізнесу, економічного та фінансового аналізу, бухгалтерського обліку та аудиту.

Головним результатом дослідження є розробка обґрунтованого проекту створення нового підприємства ресторанного бізнесу із визначенням усіх основних елементів та компонентів управління його реалізацією. При реалізації проекту кав'ярні можна виділити ризик, пов'язаний з економічною або організаційною стороною виробництва, і ризик, який визначається «молодістю підприємства». Проект кав'ярні можна позначити в області допустимого ризику, який характеризується рівнем втрат, що не перевищують очікуваний прибуток, а підприємницька діяльність зберігає свою фінансову і ринкову доцільність.

Особливість кав'ярні виражається в самостійної варінні меленої кави барменом, широким асортиментом гарячих напоїв (різні види кави, чаю, какао) і випічки за прийнятними цінами, можливістю безкоштовної зарядки мобільного пристрою і доступу в мережу Інтернет.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. «Споживання кави дедалі частіше «перетікає» з домівок та офісів до кав'ярень» - інтерв'ю з фінансовий директор львівської кавової фабрики «Галка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/33-spozhyvannya-kavidedali-chastishe-peretikaye-z-domivok-ta-ofisiv-do-kavyaren>
3. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://helpbizness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yak-vidkritikavyarnyu.html>
2. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/>
3. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50% ресторанів вийдуть в онлайн» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>
4. Сайт: Сьогодні. «курс долара в 2017-му: прогноз аналітиків» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/finance/kakoy-budet-kurs-dollar-v-2017-m-prognoz-analitikov-776089.html>
5. Костецький С. Орендна плата на об'єкти нерухомості в 2016 році зросте [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.zagorodna.com/uk/statti/orendnaplata-na-obekti-neruhomosti-v-2016-roci-zroste.html>
6. Союз інформ – інформаційно-аналітична агенція. [Електронний ресурс].
7. Стан ринку кави в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>
8. Юдіна Н. В. Визначення циклічних залежностей в економіці України на основі аналізу окремих макроекономічних показників [Електронний ресурс] / Н. В. Юдіна // Економічний вісник Національного технічного

- університету України «КПІ». – 2016. - №13 – Режим доступу : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/download/45629/41850>.
9. Coffee consumption on the rise in Europe. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://one-europe.net/coffee-consumption-on-the-rise-in-europe>
 - 10.. From North to South: Europe's multifaceted coffee culture [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://m.lavazza.com/en/coffee-passion/coffee-tales/coffee-culturearound-the-world/>
 - 11.Куриляк Зоряна. Як організувати роботу кафе [Текст] / З. Куриляк // Все про бухгалтерський облік. - 2016. - N 49(27 трав.). - С. 7-12
 - 12.Корнійчук Галина. Формування собівартості продукції в кафе: бухгалтерський та податковий облік [Текст] / Г. Корнійчук // Все про бухгалтерський облік. 2016. - N 49(27 трав.). - С. 36-39
 - 13.Кравченко О.М. Система макроекономічних показників ефективності ресторанного господарства [Текст] / О.М. Кравченко // Вісник Одеського національного університету. Сер., Економіка. - 2015. - N 20 вип.2/1. - С. 31-36
 - 14.Шарко Віталій Вікторович.Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача ресторанних послуг [Текст] / В.В. Шарко; М.О. Шульц, О.М. Ткачук // Молодий вчений. - 2015. - N 12 ч.2. - С. 177-180
 - 15.Борисова О.О. Оцінка стану економічної безпеки підприємств ресторанного бізнесу [Текст] / О.О. Борисова // Причорноморські економічні студії. - 2016. - N 7. - С. 90-94
 - 16.Назаренко Юлія. Бизнес-план открытия ресторана [Текст] / Ю. Назаренко // Академия гостеприимства. - 2016. - N 5. - С. 8-14
 - 17.Школа успіху: ресторанний бізнес [Текст] // Приватний підприємець. - 2017. - N 8. - С. 40-41
 - 18.Левицька Інна Ванадіївна.Стратегічне управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу [Текст] / І.В. Левицька; В.В. Постова // Молодий вчений. - 2017. - N 2 ч. 2. - С. 271-275

19. Даниленко О.В. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (foodtech) в Україні [Текст] / О.В. Даниленко; Л.М. Зоценко, М.Л. Братіцел // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Сер., Економіка і управління. - 2019. - N т. 30 2. - С. 95-101
20. Іванова Л.О. Соціальні мережі як чинник посилення впливу маркетингу на лояльність клієнтів ресторанних закладів [Текст] / Л.О. Іванова; О.М. Вовчанська // Інтелект XXI. - 2019. - N 2. - С. 38-44
21. Полстяна Надія Володимирівна. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні [Текст] / Н.В. Полстяна; Т.П. Кононенко, В.І. Федак // Молодий вчений. - 2019. - N 4. - С. 182-184
22. Положення про типовий бізнес-план [Електронний ресурс] : наказ Фонду Держ. майна України від 26 трав. 2004 р. № 301. Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG461.html
23. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. // Відом. Верхов. Ради України. – № 40. – Ст. 365.
24. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців: Закон України № 755-IV від 15 трав. 2003 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 2003. – № 31/32. – Ст. 263.
25. Босовська Мирослава. Ресторанні тактики: антипандемічний кейс [Текст] / М. Босовська; Л. Бовш, І. Антонюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2021. - N 2. - С. 113-132
26. Гросул В.А. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії [Текст] / В.А. Гросул; Н.Ю. Балацька // Підприємництво та інновації. - 2020. - N 11 ч. 2. - С. 7-12
27. Наумова Тетяна Анатоліївна. Інноваційні формати розвитку та організації діяльності закладів ресторанного бізнесу України [Текст] / Т.А. Наумова;

- А.І. Кашперська, М.В. Кириленко // Регіональна економіка та управління. - 2019. - N 4 ч. 2. - С. 34-39
- 28.Свіржський Богдан. Чия візьме гору: права та обов'язки клієнтів кафе та ресторанів [Текст] / Б. Свіржський // Все про бухгалтерський облік. - 2016. - N 49(27 трав.). - С. 59-62
- 29.Медведенко Катерина.Документальне оформлення руху продуктів у кафе. Частина 1. Документообіг у коморі [Текст] / К. Медведенко // Все про бухгалтерський облік. - 2014. - N 25(19 берез.). - С. 38-39
- 30.Медведенко Катерина.Відвідувач кафе отруївся: яке покарання чекає на заклад[Текст] / К. Медведенко // Все про бухгалтерський облік. - 2015. - N 51(3 черв.). - С. 8-9
- 31.Свіржський Богдан.Обов'язковий елемент інтер'єру: куток споживача в кафе [Текст] / Б. Свіржський // Все про бухгалтерський облік. - 2016. - N 49(27 трав.). - С. 57-58
- 32.Свіржський Богдан. Чия візьме гору: права та обов'язки клієнтів кафе та ресторанів [Текст] / Б. Свіржський // Все про бухгалтерський облік. - 2016. - N 49(27 трав.). - С. 59-62
- 33.Шеховцов Эдуард. Технические средства безопасности в кафе и клубах [Текст] / Э. Шеховцов // Пожежна та техногенна безпека. - 2018. - N 2. - С. 24-25
- 34.Саліонович Л.М. Особливості рекламних кампаній арт-кафе в м. Харкові [Текст] / Л.М. Саліонович; А.О. Панаріна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер., Філологія. - 2018. - N 32 т. 2. - С. 193-195
- 35.Герман Кіра. Квіти на літньому майданчику кафе: правильне документальне оформлення та бухоблік [Текст] / К. Герман // Все про бухгалтерський облік. - 2013. - N 44(16 трав.). - С. 49-51
- 36.Валентинова Тетяна. Організація розрахунків у кафе, барах, ресторанах: усе за вищим розрядом [Текст] / Т. Валентинова // Все про бухгалтерський облік. - 2012. - N 65(13 лип.). - С. 39-41

- 37.Медведенко Катерина. Мобільна кав'ярня: починаємо бізнес із нуля/К.Медведенко//Все про бухгалтерський облік.-2014.-N103 (10 листоп.).-С. 42-43.
- 38.Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.
- 39.Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І.Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38–45.
- 40.Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

ДОДАТКИ

Додаток А

Кавярня Львівська Майстерня Шоколаду



Рисунок А.1 Интер'єр кавярні



Рисунок А.2 Дизайн зовнішнього оформлення