

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ
КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «SWEET CAKE»**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка II курсу 221-М групи
Спеціальності: 241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійної програми
«Готельно-ресторанна справа»
Панова Анна Вадимівна

Керівник: проф. Бурак В.Г.

Рецензент: Лиманець Л.М.

Івано-Франківськ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМСТВА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ.....	7
1.1. Загальна характеристика бізнес-плану: основні види, цілі, завдання та функції.....	7
1.2. Структура і рекомендації по написанням бізнес- плану...	11
1.3. Малий бізнес в Україні та заходи підтримки зі сторони держави.....	17
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ "SWEETCAKE"	24
2.1. Характеристика кафе-кондитерської "SweetCake"	24
2.2. Резюме та опис продукції, послуг кафе-кондитерської "SweetCake"	29
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «SWEET CAKE».....	36
3.1. Виробничий та організаційний план кафе- кондитерської "SweetCake"	36
3.2. Розробка заходів, спрямованих на розвиток кафе-кондитерської "SweetCake"	46
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТОК А.....	62

ВСТУП

Актуальність теми. Діяльність будь-якого підприємства починається з планування, без організації якого неможливо досягти позитивних результатів.

«Планування – це невід'ємна складова частина менеджменту, що дозволяє передбачати цілі, ресурси та підсумки діяльності підприємства, які необхідні досягнення намічених цілей. Як показала практика, планування відображає майбутнє підприємства та містить відповіді на такі питання: на якому ринку діятиме підприємство; хто будуть основні конкуренти; як буде здійснюватися конкурентна боротьба; які цінності може запропонувати організація потенційним споживачам; наскільки прибутковою буде компанія» [1].

«Важливим елементом процесу планування для підприємства є складання бізнес-плану. Бізнес-план – це документ, який відображає нові аспекти майбутньої організації, розглядає всі проблеми, з якими може зіткнутися підприємство, а також розглядає ефективність прийнятих рішень, запланованих заходів. Готовий бізнес-план допомагає відповісти на запитання, чи варто інвестувати кошти в даний бізнес-проект. Таким чином, складання бізнес-плану є актуальним для підприємства, оскільки дозволяє спланувати та оптимізувати ресурси для отримання найкращого фінансового результату організації» [1].

«Бізнес-план – це програма діяльності та/або розвитку бізнесу господарюючого суб'єкта, де розробляються стратегія та тактика, спрямовані на досягнення цілей організації.

Структура бізнес- плану - це письмовий опис того чи іншого проекту, суми та терміни його реалізації.

Підприємство громадського харчування – це майновий комплекс, який використовується юридичною особою або індивідуальним підприємцем для надання послуг громадського харчування, у тому числі виготовлення

продукції громадського харчування, створення умов для споживання та реалізації продукції громадського харчування та покупних товарів як на місці виготовлення, так і поза ним на замовлення, а також для надання різноманітних додаткових послуг» [2].

«Кафе - це підприємство харчування, що надає споживачеві послуги з організації харчування та дозвілля або без дозвілля, з наданням обмеженого, в порівнянні з рестораном, асортименту продукції та послуг, що реалізує фірмові страви, кондитерські та хлібобулочні вироби, алкогольні та безалкогольні напої, покупні товари.

«Податкові канікули» – це повне чи часткове звільнення від сплати податків певного кола індивідуальних підприємців на початку своєї діяльності.

Планування – це визначення змісту та послідовності конкретних дій.

Послуга громадського харчування – це діяльність підприємств із задоволення потреб споживача у продукції громадського харчування та інших додаткових послуг.

Фінансове планування - це планування всіх грошових потоків, доходів та витрат підприємства для забезпечення його розвитку.

Товарообіг – кількісний показник, що характеризує обсяг продажу.

Рентабельність – це відносний показник економічної ефективності.

Точка беззбитковості – це такий обсяг реалізації, при якому отримані доходи забезпечують відшкодування всіх витрат, але не дають змоги отримувати прибуток, інакше кажучи, це нижній граничний обсяг випуску продукції, у якому прибуток дорівнює нулю» [2].

На сьогоднішній день громадське харчування грає дедалі більшу роль у житті сучасного суспільства, оскільки Головне завдання цієї галузі задоволення потреб людини. Вибираючи сферу, в якій можна успішно реалізувати бізнес-проект, багато хто віддають перевагу сфері гостинності.

«Відкрити кафе – це чудовий спосіб розпочати підприємницьку діяльність. Причини, які роблять подібний бізнес популярним серед молодих

підприємців цілий ряд: зростання коштів жителів міста; старання вести сучасний спосіб життя; спілкування з друзями та рідними в затишній та комфортній обстановці; святкування урочистостей, сімейних заходів тощо» [1].

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Результати магістерської роботи викладенні у дослідженнях, які виконується на «кафедрі готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонського державного університету відповідно до НДР та ініціативної науково-дослідної теми «Теоретико-прикладні основи формування інноваційного продукту в сфері обслуговування на Півдні України» (державний реєстраційний номер: 0120U104331)».

Мета кваліфікаційної роботи – розробити бізнес-план кафе - кондитерська "Sweet Cake".

Об'єкт дослідження – кафе-кондитерська "Sweet Cake".

Предмет дослідження – бізнес-план підприємства кафе - кондитерська «Sweet Cake».

Для досягнення поставленою мети необхідно вирішити завдання:

- 1 Проаналізувати теоретичні основи бізнес- планування.
- 2 Виявити переваги малого бізнесу і розглянути нові пільги щодо його підтримки.
- 3 Розробити бізнес-проект підприємства громадського харчування кафе-кондитерська "Sweet Cake".
- 4 Розробити заходи, спрямовані на розвиток кафе-кондитерської «Sweet Cake».

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи було використано наукову та навчально-методичну літературу, а як і нормативно-законодавчі акти України.

У ринковій економіці планування здійснюється через бізнес-планування, яке реалізується в бізнес-плані і повинно дотримуватися наступних принципів:

- науковості;
- системності (єдність);
- координації;
- інтеграції;
- точності.

Наукова новизна отриманих результатів є у правильно розробленому бізнес-плану підприємства, який дозволяє спланувати та оптимізувати ресурси для отримання найкращого фінансового результату.

Практичне значення отриманих результатів. Розроблений бізнес-плану кафе полягає в тому, що він є покроковою інструкцією та дорожньою картою для відкриття та ефективного управління новим закладом. Він надає всебічний аналіз і обґрунтування для реалізації бізнес-ідеї, підвищуючи шанси на успіх.

Апробація результатів дослідження. Результати роботи магістра пройшли апробацію та доповідалися у формі тези та публікації на науково-практичній конференції:

Анна Панова, Валентина Бурак. Сучасні тенденції розвитку закладів ресторанного господарства в Україні. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (13–14 листопада 2025 року, м. Львів).* – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2025. С. 165–169.

Структура роботи. Робота містить вступ, 3 розділи та сім підрозділів, висновки, список літературних джерел (39 найменувань), 1 додаток. Загальний обсяг роботи – 63 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМСТВА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

1.1. Загальна характеристика бізнес-плану: основні види, цілі, завдання та функції

«У літературних джерелах представлені такі матеріали: навіщо і для чого потрібен бізнес-план, основні цілі, завдання та функції бізнес-планування, етапи розробки бізнес-плану, що включають структуру, зміст його розділів і порядок розрахунку основних техніко-економічних показників.

«Бізнес-планування» виклали основні методи дослідження бізнес-планування, а також дали коментарі до розділів бізнес-плану, які розкривають суть питань, що розглядаються в них.

Бізнес-план (від англ. business plan – план бізнесу) – програма діяльності та/або розвитку бізнесу господарюючого суб'єкта, де розробляються стратегія та тактика, спрямовані на досягнення цілей організації. Бізнес-план ґрунтується на потребах ринку та можливостях отримання необхідних виробничих ресурсів» [2].

У «навчальному посібнику з «Бізнес-планування», рекомендує для початку розробки бізнес-проекту враховувати чотири основні правила:

- вибрати вигляд діяльності, в якій підприємець зможе легко орієнтуватися та мати уявлення про цю сферу;
- почати з малого;
- поставити конкретні цілі та завдання;
- скласти докладний план дій по реалізації проєкт» [3].

Також «детально розглянуто питання, пов'язані з плануванням діяльності підприємства, аналізом зовнішньої та внутрішнього середовища,

включаючи конкурентів та споживачів, розробкою та реалізацією бізнес-плану, організаційною підготовкою підприємства та персоналу до планованих змін» [1].

Після того як бізнес-план створено, то потрібно зайнятися просуванням його на ринок. Потрібно «грамотно потрібно скласти презентацію проєкту. Для просування бізнес-плану ринку можуть використовуватися такі чинники комунікацій, як презентація і переговори.

Успішна презентація без підготовки відбутися не може. За легкою успішністю презентацій стоїть ретельна підготовка виступу, вибір найбільш підходящих демонстраційних матеріалів, збір та узагальнення необхідної інформації, визначення часових рамок, місця та часу проведення презентації.

Презентація повинна відбивати сім аспектів:

- підприємство і його продукція;
- ринок;
- маркетингова стратегія;
- фінансові завдання;
- команда, впроваджуюча бізнес- план;
- цілі, на які гроші будуть спрямовані;
- умови і терміни реалізації інвестицій» [4].

Було «розроблено необхідну технологічну документацію: меню підприємства, техніко-технологічні карти на страви, технологічні схеми, розрахунки ціни на продукцію кафе-кондитерської власного виробництва (калькуляційні картки).

Бізнес-план - це комплексний документ, що відображає основні аспекти та показники діяльності підприємства, що дають повне об'єктивне уявлення про проєкт. Є стислим, зрозумілим і достовірним описом передбачуваного бізнесу. Бізнес-план дозволяє управляти підприємством, тому його можна як невід'ємний елемент планування як і керівництво виконання і контролю» [4].

Бізнес-план охоплює «період від трьох до п'яти років, причому у його

фінансовій частині перший запланований рік слід розписати щомісячно чи поквартально.

«Бізнес-план необхідний для:

- визначення кінцевих цілей організації бізнесу;
- реалізації функції планування;
- чіткого формулювання функцій та призначення майбутньої продукції;
- визначення цільової категорії, для якої призначена пропонована продукція;
- аналізу ситуації на ринку;
- вивчення конкурентів і способів боротьби з ними;
- визначення способів просування на ринку конкретного товару;
- розрахунку фінансових витрат;
- отримання інвестицій для організації бізнесу» [4].

«Перш ніж розпочати розробку бізнес-плану, необхідно визначити цілі даної розробки. І вже на підставі цього оцінюватиме бізнес-план за різними критеріями, що дозволить чітко організувати процес планування з найменшими витратами» [5].

В даний час існує такі види бізнес-планів, які класифікуються за такими критеріями:

- «З метою розробки бувають: інвестиційні; для планування діяльності підприємства; для фінансового оздоровлення підприємства, що діє; для вироблення стратегії розвитку підприємства.
- По об'єкту планування бувають: підприємства загалом (нового або чинного); об'єднань (групи) підприємств; інвестиційного проекту (напрями бізнесу).
- За кінцевими споживачами: для внутрішнього користування самого підприємця або керівництва підприємства (як засіб самоорганізації); інвесторам, банкам, акціонерам; регіональної адміністрації; бізнес-партнерам (покупцям, спонсорам, лізингодавцям).
- За тривалості розв'язуваних завдань: стратегічні (довгострокові);

тактичні (середньострокові); оперативні (короткострокові).

- За складністю проекту розрізняють проекти: прості; складні; дуже складні.

- За умовам конфіденційності: офіційний; робітник.

- За гнучкістю планів розрізняють планування: директивне (статичне); індикативний.

- По стадії розвитку організації розрізняють: масштабні; нечіткі та невеликі.

- По стадії розвитку проекту на момент складання бізнес-плану розрізняють: ідею, ескізний проект, робочий проект, досвідчена партія, виробництво, що діє.

- За обсягом розрізняють: стислі і розгорнуті бізнес- плани.

- За особливостям оформлення бувають: з додатками і без них.

- За підходом до розробки може розроблятися: найманою групою фахівців, а ініціатори проекту беруть участь в підготовці вихідних даних; ініціаторами проекту, а методичні рекомендації виходять у фахівців (банкірів, юристів, аудиторів), потенційних споживачів, інвесторів» [5].

Для успішної «реалізації проекту та отримання коштів необхідна інформаційна база, якою є бізнес-план. У процесі збору вихідної інформації та підготовки бізнес-проекту необхідно орієнтуватися на вирішення конкретних завдань, а це:

- збір вихідний інформації по реалізованому проект;у
- техніко-економічні розрахунки;
- аналіз стану справ у галузі по аналізованому напрямку;
- маркетингові дослідження;
- оцінка фінансових перспектив проекту.

Проаналізувавши різні джерела, можна виділити п'ять основних функцій бізнес-плану:

- розроблення концепції розвитку бізнесу (ця функція потрібна на етапі створення закладу або удосконалення напрямків діяльності, наприклад

- це може бути повне або часткове перепрофілювання закладу при виготовленні нових видів продукції або продукції);
- планування (визначає життєздатність закладу в умовах ринкової конкуренції, яка контролює процес усередині закладу, це може привести до оцінки витрат, які пов'язані з виробництвом і збутом продукції – це прогнозує величину прибутку);
- облік можливих мінімізація витрат та ризиків;
- для отримання інвесторів. Далі автор робить висновок, що «бізнес-план формується з метою створення орієнтирів діяльності і контролю за виконанням планованих показників і досягнення відтак поєднує:
 - збір засобів для стартапу – через інвестицій (підготовка заявок для отримання кредитів (через банки, інвесторів) та економічних ресурсів, технологій інвесторів та/або партнерів, які забажають вкласти у виробництво власні ресурси або наявну у них технологію);
 - залучення всіх співробітників у процес складання бізнес-плану» [6].

1.2. Структура і рекомендації по написанням бізнес- плану

Під час підготовки «проекту необхідно дотримуватись певних рекомендацій:

- бізнес-план має бути структурований і поділений на розділи, бути переконливим та коротким;
- у бізнес-плані інформація має бути надана у доступною для розуміння формі;
- бізнес-план не повинен бути перевантаженим технічними подробицями та статистичними даними (для кращого сприйняття інформації потрібно використовувати схеми, графіки, таблиці, діаграми);
- бізнес-план повинен мати об'єктивну оцінку, необхідно ознайомити з ним весь персонал, який безпосередньо бере участь у розробці та виконанні проекту, щоб уникнути помилок та недоліків;

- у бізнес-плані має бути використана інформація лише з перевірених джерел;

- у додатках бізнес-плану має бути представлений весь список основних учасників бізнес-проекту і їх контактна інформація, щоб була можливість уточнити або підтвердити вихідні дані» [2].

Структура «бізнес- плану - це письмовий опис того чи іншого проекту, суми та терміни його реалізації. Такий план характеризує доцільність існування. Структура та зміст бізнес-плану відіграє важливу роль на початку діяльності підприємства. Єдиної структури під час складання проекту немає, кожне підприємство включає розділи з своїх цілей і завдань.

Структура бізнес-плану включає ряд елементів, кожен з яких має власну важливість.

Розділ 1 - Титульний лист.

На ньому відбивається назва підприємства, місце розташування, номер телефону, дата і час складання бізнес-плану. Якщо бізнес- план планується піднести інвестору чи кредитної організації, то необхідно вказати потребу у фінансовій частині та відзначити, через скільки часу проект окупиться.

Розділ 2 – Резюме.

Даний розділ має рекламний характер, а також він сприяє виявлення інтересу в того, кому буде адресовано бізнес-план. Цей розділ має бути оформлений грамотно, тому що від нього виходить перше враження інвесторів про бізнес-план. У цьому розділі необхідно викласти весь бізнес-план у стислому вигляді, у своїй розкрити сутність проекту. Основою для написання є інформація, що міститься у всіх розділах. Загалом структура резюме може бути наступною: опис, забезпеченість ресурсами, як реалізовуватиметься, в чому полягає унікальність проекту, сума інвестицій, прогноз прибутку, як повертатимуться позики інвесторам та ефективність проекту» [3].

Розділ 3 - Опис товарів, послуг.

У цьому розділі йде «опис товарів та послуг, які будуть надані на ринок під час реалізації проекту. Цей розділ має таку структуру: опис та найменування продукту, область його застосування та основне призначення, опис характеристик, конкурентні переваги, авторські права (якщо є), сертифікат якості, гарантії, екологічність продукту, експлуатація та сервіс.

Розділ 4 - Характеристика підприємства.

У цьому розділі перераховуються види діяльності закладу. Описується правова форма організації, засновники та персонал. Далі слідує ряд даних: економічні показники діяльності підприємства, адреса закладу, тип приміщення, специфіка роботи підприємства - години, дні та тижні.

Розділ 5 - Аналіз ринку конкурентів і споживачів.

У цьому розділі наводяться результати аналізу ринку конкурентів та споживачів.

Розділ 6 - Виробничий план.

У цьому розділі описуються всі процеси, пов'язані із виробництвом товару. Визначається кількість споживачів і кількість продукції, що випускається. Тут же розглядається вся ситуація з приміщеннями, а також з їх обладнанням та грамотним розташуванням. На виробничому підприємстві описуються виробничі приміщення, склади і цехи, і навіть шляхи, якими товар переміщається всередині підприємства.

Розділ 7 - Організаційний план.

У цьому розділі розглядаються деякі організаційні питання, такі як тип організаційної структури на підприємство, штатний розпис, розрахунок зарплати.

Розділ 8 - Маркетинговий план.

У даному розділі розглядаються заходи, які спрямовані на залучення клієнтів. Маркетинг починається із створення бренду підприємства. Це і фірмовий стиль і концепція внутрішньої комунікації. Маркетинг включає назву підприємства, логотип, внутрішній дизайн, а також оформлення візиток, вивіски і меню» [4]. Інакше висловлюючись, це створення спільної

концепції, у межах якої проводяться всі рекламні кампанії.

Розділ 9 - Фінансовий план .

Необхідно фінансовий план розглянути шляхом та «складання основних фінансових звітів. Звіти - план доходів та витрат, терміни реалізації проєкту, план руху коштів. Також проводяться інвестиційні вкладення, наприклад, придбання устаткування або будівельні роботи, і навіть створення оборотних коштів. Також здійснюється планування джерел, звідки проєктується фінансування проєкту та створюється схема повернення кредитів.

Завершення фінансового проєкту здійснюється за допомогою аналізу ефективності проєкту, і тому використовується методика проєктного аналізу. Наступну структуру: звіт про отримання прибутку, структура податкових звітів, звіт про рух коштів, потреба в інвестуванні, витрати на обслуговування кредиту, ефективність проєкту і її опис. Тут ж вказується ціна і прогнозований обсяг продажу. Проводиться розрахунок рентабельності та терміну окупності проєкту.

Розділ 10 - Аналіз ризику.

Проєкт містить ризики та стикається з певними труднощами на своєму шляху. Труднощі несуть загрозу для виконання проєкту, ці труднощі потрібно передбачати та розробити концепцію щодо їх подолання. Дуже важливо врахувати ступінь ризику та розглянути проблеми. Моменти, які мають зв'язок із ризиком проєкту, повинні описуватися досить об'єктивно, а також необхідно враховувати той факт, що основна загроза може йти від конкурентів. Треба не робити своїх прорахунків у галузі маркетингу, а також у політиці виробництва. Не варто робити помилок під час вибору кадрів на керівні посади» [4].

Цей ризик може бути оцінений просто та об'єктивно шляхом проведення «якісного аналізу, який має на увазі визначення факторів і областей ризику. Ця робота проводиться експертним шляхом на підставі досвіду роботи в такому напрямку. Також може здійснюватися та кількісний

аналіз, який відіграє у оцінці всіх ризиків.

Розділ 11 - Програми.

Цей розділ містить у собі всі необхідні програми, і навіть основні документи, які беруть участь у процесі планування» [7].

При правильному підході до складання «основних розділів бізнес-плану можна залучити увага з боку інвесторів і при цьому отримати кошти на фінансування ідеї. Однак для того, щоб бізнес-план вийшов максимально грамотним і привабливим у багатьох аспектах, необхідно приділити увагу безлічі елементів. Дуже важливо чітко дотримуватись структури та описувати всі дії з точки зору ефективності. Необхідно дотримуватись порядку складання» [7].

Таким чином, планується написання бізнес-плану з відкриття молодіжного кафе-кондитерська у житловій будівлі, з повним обслуговуванням офіціантами, які постійно діють.

Для кафе є певні вимоги до структури приміщень. У кафе-кондитерській повинен бути виробничий цех, обов'язково кімната для зберігання сировини та готової продукції, санвузол з умивальником, торгова зона для виставки товару та розміщення споживачів. Склад та площі приміщень визначаються за будівельними нормами та правилами для підприємств громадського харчування.

Перед тим як відкрити «підприємство, потрібно не забути погодити проєкт із санепідемстанцією та пожежною службою.

Основні вимоги санепідемстанції:

- наявність примусової витяжки;
- поділу виробничого зали від торгового;
- наявність роздільних мийок: мийка для рук і мийка для посуду.

Основні вимоги пожежників:

- наявність вогнегасників в приміщенні;
- наявність додаткового виходу із виробничого приміщення;
- план евакуації з кондитерської повинен бути позначений стрілками.

Підприємство має:

- відповідати нормативним документам, які діють на території держави;
- відповідати вимогам будівельних правил по рівнем шуму, вібрації та дотримуватись вимог звукоізоляції;
- мати зручні під'їзні шляхи і пішохідні доступи до входу, необхідні довідково-інформаційні покажчики;
- організувати правильне розміщення та планування виробничих приміщень та обладнання в цих приміщеннях, таким чином, щоб забезпечувати поточність технологічних процесів виробництва та реалізації продукції та відповідати вимогам нормативних документів;
- забезпечувати безпеку життя та здоров'я споживачів, збереження їх майна;
- надати споживачеві інформацію про державну реєстрацію підприємства, перелік запропонованих послуг, ціни та умови оплати послуг, відомості про вихід готових страв, книгу відгуків та пропозицій.

Підприємства громадського харчування повинні забезпечувати стильову єдність інтер'єру зали, меблів та сервірування та відображати спеціалізацію підприємства» [8].

Кафе-кондитерська «Sweet Cake» буде «призначено для відпочинку відвідувачів, де в невимушеній обстановці можна розслабитися та насолодитися не лише смачною їжею, а й атмосферою. Тому інтер'єр зали був ретельно продуманий. Яскрава вивіска так само відіграє велику роль для підприємства. У кафе-кондитерській це назва "Sweet Cake". Воно написане об'ємними літерами і світитиметься у темну пору доби.

Зразковий повний цикл відкриття кондитерської можна подати у вигляді сукупності кроків, що здійснюються в наступному порядку:

- реєстрація бізнесу, вибір форми власності та системи оподаткування;
- підбір приміщення і висновок договору оренди;
- створення концепції кафе-кондитерської, розробка дизайн- проекту;

- ремонт і оздоблення приміщення згідно нормам санепідемстанції;
- інженерне проєктування закладу: перевірка відповідності вимогам до системі вентиляції, водопостачання, каналізації, електроспостереження;
- покупка виробничого обладнання;
- технологічне проєктування: розстановка та підключення обладнання;
- закупівля і постачання меблів, посуду, предметів інтер'єру;
- отримання дозвільних документів;
- підбір персоналу: кондитери, офіціанти, бухгалтер-касир, прибиральник виробничих приміщень;
- розробка меню, складання техніко-технологічних карток;
- закупівля необхідного кількості сировини в кондитерський цех і в бар;
- встановлення касового апарату;
- проведення рекламної кампанії відкриття;
- початок роботи закладу» [8].

1.3. Малий бізнес в Україні та заходи підтримки зі сторони держави

Малий бізнес у Україні останніми роками став найважливішим сектором економіки. Він істотно впливає на «соціально- економічну ситуацію у країні. Саме у цьому секторі створюються нові робочі місця.

Кафе розрізняють:

- За асортиментом реалізованої продукції: неспеціалізовані та спеціалізовані (кафе-шашлична, кафе-піцерія, кафе-пекарня, кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочна, кафе-чайна та інші).
- За інтересами споживачів та місцезнаходженням: арт-кафе, кафе-караоке, кафе-клуб, інтернет-кафе, офісне, кафе-кабачок, кафе молодіжне, дитяче та інші.

Поділ на категорії малого та середнього бізнесу проводиться за двома основними критеріями: кількістю працівників та одержуваним доходом» [9].

Дані представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Категорії малого і середнього бізнесу

Категорія	Кількість працівників	Гранична виручка за рік
1	2	3
Мікропідприємство	до 15 осіб	120 млн. грн
Мале підприємство	до 100 осіб	800 млн. грн
Середнє підприємство	до 250 осіб	2 млрд. грн

З аналізу таблиці 1.1 видно, що «виділяють 3 категорії малого та середнього бізнесу – це мікро, мале та середнє підприємство. Для мікропідприємства характерна кількість співробітників до 15 осіб з граничним оборотом за рік 120 млн. грн, для малого підприємства характерна кількість співробітників до 100 осіб з граничною виручкою за рік 800 млн. грн і для середнього підприємства характерна кількість співробітників до 250 осіб з граничним оборотом за рік 2 млрд. грн.

Малий бізнес має велике значення для розвитку економіки нашої країни. На відміну від великих підприємств він з легкістю може оперативно реагувати на запити ринку, швидко адаптуватися до умов, що змінюються. Виявляє свою гнучкість та мобільність. Також малий бізнес виконує соціально-економічну функцію. Вона полягає у створенні нових робочих місць. На малих підприємствах відносно невеликий персонал та мікроклімат у колективі сприятливіший та дружніший у порівнянні з великими підприємствами. Це ще більше посилює трудову мотивацію і позитивно впливає на результати праці підприємства.

Таким чином, мале підприємництво створює нові робочі місця та забезпечує швидку мобільність в умовах ринку.

На розвиток малого бізнесу впливає низка факторів. Головними є

адміністративні та економічні бар'єри з боку держави» [9].

По-перше, найпоширенішими «проблемами на початковому етапі становлення бізнесу є суто технічні, пов'язані з реєстрацією підприємства, відкриттям банківських рахунків, отриманням ліцензій, збиранням довідок та іншими адміністративними бар'єрами.

По-друге, у Україні досить складне та об'ємне законодавство, яке до тому ж конче часто змінюється. При цьому повноцінного інформування про зміни, що відбуваються, немає, а користуватися послугами професійних юристів у малому бізнесі накладно. В результаті підприємці часто допускають помилки і порушують законодавство, внаслідок чого сплачують високі штрафи та закриваються. Число зареєстрованих і припинили свою діяльність індивідуальних підприємців у Україні.

Малий бізнес у Україні неспроможна сформуватися без державної підтримки. Тому бачити таке велике скорочення індивідуальних підприємців, держава розробила певні податкові пільги, спрямовані на їхню підтримку.

Пільги малого бізнесу – це переваги, які держава надає певним категоріям підприємців, може поставити їх у більш вигідне становище по порівнянні з рештою суб'єктами бізнесу.

Пільговий режим ефективності підприємців, мікропідприємств та підприємств малого бізнесу знижує надходження до бюджету податків, проте вирішує інші питання державної значимості:

- забезпечення зайнятості;
- створення нових робочих місць та зняття з держави тягаря за утримання безробітних;
- зниження соціальної напруженості в суспільстві за рахунок зростання добробуту населення;
- розвиток нових видів діяльності та організація невеликих інноваційних виробництв, що не гарантують прибутку, зате не вимагають великих фінансових вкладень» [10].

Найголовніша перевага податкових пільг для малого бізнесу в тому, що

вони знижують суму податків, які бізнесмен повинен перерахувати до бюджету. У Україні є чотири «спеціальні системи оподаткування з низькими податковими ставками, скористатися якими можуть лише суб'єкти малого бізнесу:

- УСН – ліміт річного обороту у 2023 році – не більше 150 млн. грн, чисельність працівників – не більше 100 осіб;

- ПСН – на цьому режимі можуть працювати лише індивідуальні підприємці, дозволена кількість працівників – лише 15 осіб, причому за всіма видами діяльності ІП у сукупності. Ліміт річних доходів підприємця на патенті – 60 млн. грн;

- ЕНВД – ліміт річного обороту не встановлений, але кількість працівників теж не повинна перевищувати 100 осіб;

- ЕСХН – ліміт річного обороту не встановлено, проте частка доходу від реалізації сільськогосподарської продукції має становити не менше 70% від усього доходу. Кількість працівників має обмеження (не більше 300 осіб) лише для ІП та рибогосподарських організацій та індивідуальних підприємців. Для сільськогосподарських організацій такого обмеження ні.

У період з 2015 р. по 2024 р. вперше зареєстровані індивідуальні підприємці мають право протягом двох податкових періодів. (максимум - двох років) після реєстрації працювати в рамках « податкових канікул»» [11].

!«Податкові канікули» – це повне чи часткове звільнення від сплати податків певного кола ФОП на початку своєї діяльності.

Як би точно не розраховував бізнесмен майбутні зміни ринкового середовища, неможливо абсолютно правильно передбачити те, що станеться в майбутньому. У всьому світі постійно відбуваються зміни. Змінюється життя суспільства, переваги споживачів, клієнтів, партнерів. Тому одним із першочергових завдань будь-якого підприємця є максимальне збереження підприємства від впливу ризиків. Щоб виконати цю Завдання, необхідно знати всю інформацію про ризики, що оточують бізнес.

Ризики підприємства поділяються на кілька видів:

- Політичні ризики (це один із небагатьох ризиків, наслідків якого уникнути неможливо, у такому разі можна лише постаратися мінімізувати втрати від впливу ризику).
- Соціальні ризики (для того, щоб вигідно вкласти свої матеріальні, трудові ресурси та уникнути впливу соціальних ризиків, необхідно враховувати зміни, що відбуваються в цільовій аудиторії підприємства, тобто серед тих споживачів, які зацікавлені у придбанні товарів чи послуг конкретного підприємства).
- Економічні ризики малого бізнесу (ризики пов'язані зі зміною економічної ситуації в країні, а також зовнішньоекономічної діяльності).
- Екологічні ризики (такі ризики виникають через невизначеність природно-кліматичних умов, ймовірність стихійних лих та інших факторів).
- Кліматичні ризики (до таких ризиків належать сезонність, різка зміна погодних умов; таких ризиків дуже важко уникнути, тому слід заздалегідь ретельно продумувати стратегію діяльності підприємства).
- Виробничі ризики підприємства (якщо ресурси підприємства розподіляються неправильно, то це обов'язково позначиться на діяльності підприємства, це може призвести до вимушеного зниження обсягів виробництва, ціни продукції, обсягів реалізації, а також підвищити витрати на матеріали, які були використані внаслідок неправильного їх застосування; вплив цих ризиків залежить від діяльності, знань та досвіду підприємця).
- Комерційні ризики (ризики передбачають вирішення проблем, пов'язаних з виділенням додаткових коштів)» [12].
- Галузеві «ризики (зміни в галузі та наявність конкурентів, безсумнівно, позначаються на діяльності підприємства, для цього необхідна оригінальна бізнес-ідея; зайняти лідируючі позиції не так просто, потрібно вкласти достатньо сил та матеріальних витрат).
- Інформаційні ризики (вони являють собою неточності, неповноту інформації, що надається, помилкові дані та інше)» [12].

Таким чином, «підприємцю необхідно передбачати можливі ризики бізнесу і знайти шляхи подолання труднощів, пов'язаних з ними. Іншими словами, уміння прогнозувати можливі несприятливі варіанти розвитку подій допоможе утримати бізнес на плаву у складних ситуаціях.

На підставі розглянутого теоретичного матеріалу з бізнес-планування було встановлено, що бізнес-план або, іншими словами, проект розвитку підприємства, план підприємницького починання або концепція бізнесу відображають вихідну стратегічну ситуацію та перспективу розвитку підприємства. Він повинен враховувати всі чинники, які безпосередньо впливають на нього і формують ризики недосягнення цільових показників. Це дозволяє підприємцю не лише обґрунтувати необхідність розробки того чи іншого проекту, а й оцінити можливість його реалізації у даних ринкові умови. Упорядкування бізнес-плану одна із перших і ключових дій, здійснюваних під час виконання проекту. Водночас слід відзначити, що ні універсальною або стандартною форми бізнес-плану, придатного на всі випадки життя, як і універсальних джерел коштів. Тим не менш, існують загальні рекомендації щодо підготовки бізнес-плану, вони стосуються як структури документа, так і змісту деяких ключових його розділів.

Таким чином, податкові пільги малому бізнесу у 2023 році дозволяють почати своє справа, вкладаючи більшу частину одержуваного доходу у подальший розвиток бізнесу.

Фінансові пільги для малого бізнесу в 2023 року. Тут йдеться не про покращення умов для ведення бізнесу, а про пільги підприємствам малого бізнесу у вигляді прямої фінансової підтримки, наприклад, субсидій:

- на відшкодування частини витрат по договорам лізингу;
- на відшкодування частини витрат на сплату відсотків за кредитами та позиками;
- на відшкодування частини витрат, пов'язаних з участю у конгресно-виставкових заходах» [13].

Малий бізнес має велике значення для розвитку «економіки нашої

країни. На відміну від великих підприємств він легко може оперативно реагувати на запити ринку, швидко адаптуватися до змінних умов, виявляє свою гнучкість і мобільність. Пільговий режим діяльності індивідуальних підприємців, мікропідприємств та підприємств малого бізнесу знижує надходження до бюджету податків та внесків, зате вирішує інші питання державної значимості: забезпечення самозайнятості; створення нових робочих місць та зняття з держави тягаря за утриманням безробітних; зниження соціальної напруженості у суспільстві за рахунок зростання добробуту населення; розвиток нових видів діяльності та організація невеликих інноваційних виробництв, які хоч і не гарантують великого прибутку, зате не вимагають великих фінансових вкладень.

У ході роботи планується написання бізнес-плану з відкриття молодіжного кафе-кондитерська у житловій будівлі, з повним обслуговуванням офіціантами та постійно діючі» [14].

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ КАФЕ- КОНДИТЕРСЬКОЇ "SWEETCAKE"

2.1. Характеристика кафе-кондитерської "SweetCake"

Світ не стоїть на місці. «Щодня з'являються нові тренди, речі та пристосування, які повністю змінюють наше життя або просто роблять його яскравішим і веселішим. Все більше людей починає серйозно замислюватися про їжу, яку вони вживають. У зв'язку з цим велику популярність набули натуральні кондитерські вироби.

Як правило, при виготовленні та оформленні кондитерської продукції, все частіше стали віддавати переваги натуральності та природним мотивам. Тільки свіжі чи сушені фрукти, ягоди, горіхи, насіння, мед – словом, все те, що дає нам природа.

Відкрити своє кафе мріє кожен третій бізнесмен. Це не дивно, оскільки це цікава і рентабельна справа. Кафе-кондитерська відрізняється від інших закладів громадського харчування своїм широким вибором кондитерських виробів та напоїв власного виробництва.

Основною метою при створенні кафе-кондитерської було організувати затишний простір для відпочинку споживачів. Залишаючи всю зайву суєту, споживач отримує можливість насолодитися ароматним напоєм та смачним десертом у приємній компанії.

Саме цьому сприяє неповторний інтер'єр підприємства. Наголос так само робиться не на швидкість, а на якість обслуговування клієнтів. Офіціанти будуть відмінними консультантами з усіх запропонованих напоїв та страв» [15].

Концепція «кафе-кондитерської» відповідає всім останнім вимогам. Сучасне оформлення залу в еко-стилі, використання натуральних продуктів та приготування кондитерських виробів за останніми новинкам. Мода на

здорову їжу почалася кілька років тому і не має наміру здавати позиції. Це буде конкурентною перевагою для створення даного бізнесу.

Реалізувати проєкту з відкриття кафе-кондитерської «SweetCake» у місті Миколаєві планується без утворення юридичної особи для зменшення оподаткування та спрощення фінансової звітності. Тому проєкт буде реалізовано шляхом відкриття ФОП Яковенка О.О.

Повне найменування підприємства: Кафе-кондитерська "SweetCake" (далі "SweetCake").

Директор: Яковенко Олена Олександрівна.

Дата створення підприємства: 01.01.2025 р.

Час роботи підприємства: з 10⁰⁰ - 21⁰⁰ без обіду та вихідних.

Вид діяльності підприємства: виробництво, реалізація, організація споживання продукції комунального харчування, надання різноманітних послуг.

Послуги заклади будуть виявлятися за двома напрямками:

- обслуговування всередині заклади - основна послуга;
- надання «їди на виніс» - додаткова послуга.

Основний код з КВЕД на 2025 рік:

– Код КВЕД 55.30 – Діяльність ресторанів та кафе. Це угруповання включає: виготовлення, реалізацію та організацію споживання кулінарної продукції.

Додаткові коди по КВЕД на 2025 рік:

– Код ЗКВЕД 15.81 – Виробництво хліба та борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання.

Ця угруповання включає: виробництво борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання: тістечок, тортів, пирогів тощо.

– Код КВЕД 52.24 - Роздрібна торгівля хлібом, хлібобулочними та кондитерськими виробами.

– Код ЗКВЕД 56.30 - Подання напоїв. Це угруповання включає: виготовлення і продаж напоїв для безпосереднього вживання усередині

закладів» [16].

Місія підприємства – «створити комфортну атмосферу у поєднанні з якісною продукцією та відмінним обслуговуванням.

Діяльність кондитерської «SweetCake» спрямована на надання послуг в сфері громадського харчування і розрахована на контингент із середнім рівнем доходу.

Планування – це визначення змісту для досягнення поставленої мети.

Воно дозволяє зазирнути у майбутнє бізнесу, розробити стратегію і тактику виробничо-господарську діяльність підприємства міста і, як наслідок, призводить до наміченої мети з ефективнішим результатом.

За допомогою плану можна виявити всілякі труднощі та проблеми, передбачити напрямки та заходи, що дозволяють усунути, подолати чи мінімізувати наслідки несприятливих подій.

Бізнес-план чи, інакше кажучи, проєкт розвитку підприємства, план підприємницького починання чи концепція бізнесу відбивають вихідну стратегічну ситуацію і перспективу розвитку справи, фірми, підприємства або його підрозділи» [18].

У «бізнес-плані представлені во взаємозв'язку друг з другом:

- бізнес- ідея;
- філософія підприємства;
- специфіка положення підприємства на ринку;
- стратегічні цілі підприємства та розроблений на їх основі план розвитку підприємства» [4].

Розробляючи «план, керівництво підприємства має систематично продумувати, а потім логічно та чітко викладати свої ідеї та уявлення. На основі бізнес-плану можна, наприклад, зробити висновки про якість та компетентність керівництва, про шанси та ризики підприємства, а також про його можливу прибутковість.

Бізнес-план вирішує головне завдання економіки в рамках конкретного підприємства: вибір найефективнішого способу розподілу факторів

виробництва з одночасним вирішенням проблеми обмеженості ресурсів для максимального задоволення суспільних потреб.

Дає об'єктивне уявлення про розвиток підприємства та відповідає на основні питання: «Чи варто вкладати гроші у цей проект?» і «Чи принесе цей проект дохід, який не тільки окупить витрати, а й принесе прибуток?» [20].

Метою будь-якого «бізнес-плану є бажаний результат діяльності, досягнутий на даному просторі в межах деякого інтервалу часу, тобто тут і зараз.

Залежно від головних цілей або основних підходів інформації, що використовується, нормативної бази, застосовуваних шляхів отримання та узгодження тих чи інших кінцевих планових показників прийнято розрізняти такі методи дослідження: експериментальні, нормативні, балансові, розрахунково-аналітичні, програмно-цільові, звітно-статистичні, економіко-математичні та інші.

Предметом дослідження є - бізнес-план підприємства «Кафе-кондитерська "SweetCake".

Об'єктом дослідження - кафе -кондитерська "SweetCake"» [14].

«Для складання бізнес-плану кафе-кондитерської використовувалися такі методи дослідження:

- розрахунково метод – заснований на розчленуванні виконуваних робіт та групуванні використовуваних елементів та взаємозв'язки, та при аналізі умов найбільш ефективної їх взаємодії та розробленні на основі проєктів планів;

- звітно-статистичний метод – полягає у розробці проєктів планів на основі документів, статистики та другої інформації, це характеризує стан та зміну характеристики діяльності закладу;

- метод економічного аналізу – дозволяє розчленувати економічні процеси (яви) на окремі складові, досліджувати їх зміст та взаємодію між собою, а також вплив загалом весь бізнес-процес. Визначаються чинники, що впливають рішення основних завдань бізнес-плану, у результаті

розробляються заходи, дозволяють досягти основних цілей організації;

– нормативний метод – будується на використанні норм та нормативів, за допомогою яких кількісно обґрунтовують планові показники. Тому достовірність розрахунків у бізнес-плані безпосередньо залежить від якості розробки нормативної бази цієї організації;

– економіко-математичний метод – базується на застосуванні теорії ймовірності, мережевого планування, лінійного програмування та інших математичних методів;

– прогнозний метод планування – ґрунтується на прогнозуванні. Результати прогнозів що неспроможні сприйматися як достовірні і гарантована інформація. Але від реалістичності прогнозу вихідних даних, що використовуються при складанні бізнес-плану, залежить подальше існування бізнесу суб'єкта господарювання» [2].

У ринкової економіці «планування здійснюється через бізнес-планування, що реалізується у бізнес-плані. Він містить вичерпну, чітку та зрозумілу інформацію про бізнес-ідею, підприємницьку стратегію, правову та пайову структуру, початкове фінансування, про профіль підприємства та послуг, а також про ринкові шанси та ризики.

Тому бізнес-план є основою для досягнення підприємством поставленої мети.

Розробляючи бізнес-план, керівництво фірми має систематично продумувати, а потім логічно і чітко викладати свої ідеї та уявлення. Керівництво має так представляти своє підприємство фінансовим установам, інвесторам та іншим адресатам у бізнес-плані, щоб було видно динаміку його розвитку. На основі бізнес-плану можна, наприклад, зробити висновки про якість та компетентність керівництва, про шанси та ризики підприємства, а також про його можливу прибутковість.

Об'єктом дослідження в роботі буде бути кафе - кондитерська "SweetCake". При написанні було використано такі методи дослідження: розрахунково-аналітичний, звітно-статистичний, метод економічного аналізу,

нормативний, економіко-математичний та прогнозний метод» [15].

Реалізовано «проект з відкриття кафе-кондитерської «SweetCake» у місті, буде шляхом відкриття ФОП Яковенко О.О. Вид діяльності підприємства: виробництво, реалізація, організація споживання продукції громадського харчування, надання різноманітних послуг. Кафе-кондитерська "SweetCake" розраховано на контингент зі середнім рівнем прибутку.

У цій випускній кваліфікаційній роботі розроблено бізнес-проект підприємства громадського харчування «Кафе - кондитерська "SweetCake" - «Дозволь собі солодке задоволення!».

Кондитерська займатиметься виробництвом, реалізацією та організацією обслуговування населення кондитерськими виробами» [21].

2.2. Резюме та опис продукції, послуг кафе-кондитерської "SweetCake"

Цей «проект передбачає створення підприємства комунального харчування «Кафе-кондитерська «SweetCake». У ході реалізації проекту планується задовольнити потреби мешканців міста у послугах підприємства громадського харчування.

"SweetCake" - це сучасна кондитерська, яка йтиме в ногу з новими напрямками та тенденціями у світі кондитерського ремесла.

Ми будемо щодня удосконалюватися, підвищувати якість продукції та обслуговування, пропонуючи нашим гостям холодні напої власного виробництва та десерти, приготовані за останніми трендами.

Нашим єдиним завданням є створення найсмачніших солодоців з натуральних продуктів, що не містять барвників. Прекрасним доповненням стане чашка ароматного чаю або кави, з турботою приготовлена для Вас офіціантами заклади.

Кафе - кондитерська "SweetCake" пропонує ще одну модну тенденцію для Вашого свята - це створення кенді-барів для урочистостей.

Для нас «SweetCake» це спосіб життя – філософія, яка поєднує людей, які цінують простоту, якість та атмосферу, і, звичайно ж, любов до солодоців.

Принципи кафе-кондитерської "SweetCake":

- якість;
- турбота;
- спілкування.

Дата початку реалізації проєкту - 01.01.2025 р.

Джерела фінансування проєкту – Власні кошти у вигляді 1 500 000 грн.

Форма ведення підприємницької діяльності - ФОП.

Повна вартість реалізація проєкту - 1 453 705 грн.

Тривалість опису у документі - 2 роки.

Тривалість діяльності - постійно.

Термін окупності – 11 місяців.

У результаті реалізації цього проєкту в перший рік роботи передбачається досягти рентабельності. 6%, у другій 25%.

Опис продукції, послуг кафе-кондитерської "SweetCake"» [23].

Комерційний «успіх підприємства часто залежить від наявності сучасного, високоякісного та вигідного для споживача продукту чи послуги.

Сьогодні Naked Cake – це актуальний тренд. Таким тортом спокійно можна погостити дітей, не хвилюючись за їхнє здоров'я. Натуральність – головне правило Naked Cake. Як барвники використовуються соки ягід, фруктів та овочів.

Головна особливість такого частування у його оформленні, усі шари виставлені на показ. Споживачі легко можуть розглянути, з чого виготовлений торт і чим він просочений. Можливо, на вигляд такі торти сильно відрізняються від класичних, проте це і робить їх особливими та новаторськими.

Не варто забувати про такі популярні вироби як Pancake (американські млинці), Cupcake (міні-кекс), Pops cake (маленький торт на паличці), Push cake (бісквітне «канапе»), крафіни і нові популярні – еклери.

Ще одна новинка у кулінарному мистецтві – це гранульоване морозиво. У виробництві такого морозива використовують лише натуральні продукти: коров'яче молоко, вершкове масло, ароматизатори та барвники натурального походження. Містить мінімальну кількість жиру та цукру, дуже легке та низькокалорійне.

Усі ці модні тренди представлені в меню з вільним вибором у кафе-кондитерській «SweetCake», яке у своєму виробництві використовує натуральні продукти, а так ж готує напої власного виробництва.

Наприклад, смузі чи лимонади. У них міститься велика кількість вітамінів, мінералів та корисних речовин» [23].

Спокійна, «невимушена музика створить приємну атмосферу для неспішного спілкування з друзями та рідними.

Режим роботи кафе-кондитерської «SweetCake» з 10⁰⁰ – 21⁰⁰ без обіду та вихідних.

Основними рисами інтер'єру «SweetCake» стали відкритість та легкість. Ідея поєднання з природою підтримана використанням лаконічних форм та світлих тонів.

Стіни пофарбовані в сірі та зелені відтінки, переходи яких навіть непомітні. Підлоги викладені ламінатом «ялинкою» з імітацією дерева (ясен). Крім природного освітлення, яке характерне для еко-стилю, залі передбачено додаткове.

Воно створюється за рахунок персиково-рожевих світильників, що звисають зі стелі. Для того, щоб підкреслити поєднання з природою на підвіконнях, розставлені живі квіти в горщиках.

Відповідно до ДСТУ, послуга громадського харчування – це діяльність підприємств із задоволення потреб споживача у продукції громадського харчування, у створенні умов реалізації та споживання продукції

громадського харчування та покупних товарів, у проведенні дозвілля та інших додаткових послугах» [13].

Види послуг, що надаються «споживачем в кафе -кондитерської "SweetCake":

- послуги по виготовлення кондитерських виробів і напоїв;
- реалізації кондитерських виробів в кафе -кондитерської;
- послуги по організації споживання;
- виготовлення виробів на замовлення (наприклад, виготовлення букетів із капкейків – весільні чи тематичні);
- «їжа на винос»;
- безкоштовний Wi-Fi;
- подарункові сертифікати;
- знижка іменинникам.

Аналіз ринку конкурентів і споживачів

Конкуренція є ключовим поняттям, яке виражає сутність ринкових відносин. Це центр тяжкості усієї системи ринкового господарства, тип взаємовідносин між виробниками щодо встановлення цін та обсягів пропозиції товарів на ринку та споживачам – щодо формування цін та обсягу попиту на ринку.

У даний час на території міста існує велика кількість підприємств громадського харчування, які реалізують хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби. Але, спеціалізоване кафе у місті лише одне.

Ця кондитерська, яка знаходиться на вулиці 18 у старій частині міста. Тому конкурентом у цій галузі для кафе-кондитерської «SweetCake» є «ФОП Друзік Г.В.».

Аналіз конкурентоспроможності підприємства за 5-бальною шкалою» [24], проведений шляхом опитування мешканців міста (50 осіб), представлений у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Аналіз конкурентоспроможності "SweetCake"

Порівняльна характеристика	Кафе-кондитерська «ФОП Друзік Г.В.»	Кафе-кондитерська "SweetCake"
1	2	3
Місце розташування	стара частина міста (5 балів)	кафе знаходитиметься у 3 мікрорайоні, де проживає більшість молоді; поряд 4 мікрорайон, де мешкають молоді сім'ї з дітьми, дитячий садок № 40 та № 42; в зимове час поряд з кафе працює ковзанка (5 балів)
Об'єм продажів	високий (5 балів)	середній (4 бали)
Займана частка ринку	70% (5 балів)	30% (2 бали)
Рівень ціни	високий (4 бали)	середній (5 балів)
Рівень обслуговування	високий (5 балів)	високий (5 балів)
Якість продукції	висока (5 балів)	висока (5 балів)
Рекламна кампанія	-реклама на ТБ; -реклама на радіо (4 бали)	-реклама на ТБ; -реклама на радіо; -сторінка в соціальній мережі "Instagram" (5 балів)
Наявність карти постійного покупця	- (0 балів)	знижкою 5% (При купівлі понад 500 грн у подарунок карта постійного покупця) (5 балів)
Привабливість зовнішнього виду заклади	для організації споживання виділено невелику площа, без опрацювання інтер'єру (3 балів)	інтер'єр ретельно продуманий, є вільна та комфортна зона для відпочинку, з приємною музикою та ввічливим обслуговуванням офіціантів (5 балів)
РАЗОМ	36	46

Аналіз отриманих результатів з таблиці 2.2 показав, що «максимальну оцінку 46 балів отримало кафе-кондитерська «SweetCake», яка буде бути більше конкурентоспроможним по порівнянні з «ФОП Друзік Г.В.».

З таблиці видно, що основними перевагами «SweetCake» будуть виготовлення кондитерських виробів за останніми трендам і наявність карт постійного покупця. Кондитерська "SweetCake" розрахована на людей зі середнім рівнем прибутку» [22].

Так як «зовнішнє та внутрішнє середовище кафе змінюються під впливом різних факторів, а це економічні, технологічні, міжнародні, ринкові, політичні, соціальні, конкурентні, необхідно виявити обмеження, сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою методу SWOT-аналізу» [25].

У таблиці 2.3 наведено SWOT-аналіз, сильних і слабких сторін, що залежать від внутрішніх і зовнішніх факторів.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз для кафе-кондитерської "SweetCake"

Внутрішній фактор	
Потенційні сильні сторони підприємства	Потенційні слабкі сторони підприємства
- зручне і вигідне місце розташування у місті; - індивідуальний похід до кожному клієнту; - якісна продукція; - швидке обслуговування; - середня ціна; - висококваліфіковані кондитери; - модний інтер'єр, створює неповторну атмосферу.	- ні досвіду підприємницької діяльності; - на початковому етапі невеликий асортимент пропонованої продукції; - можливість проведення невдалих акцій та маркетингових кампаній; - зниження якості роботи персоналу.
Зовнішній фактор	
Потенційні можливості для підприємства	Потенційні погрози для підприємства
- залучення інвесторів, постійних постачальників; - можливість розширення діяльності, відкриття нових точок у інших містах; - взаємодія зі ЗМІ з метою підвищення впізнаваності бренду.	- зростання інфляції; - несприятлива податкова політика; - висока конкуренція на ринку; - підвищення цін на продукти; - зниження купівельної Можливості населення.

Аналіз таблиці 2.3 показав, що «сильними сторонами кафе-кондитерської "SweetCake" є: вигідні місце розташування, якісна продукція; середня ціна. Все це є важливим для потенційних споживачів. Однією із слабких сторін є відсутність досвіду підприємницької діяльності, який надалі напрацьовуватиметься. Виходячи з проведеного SWOT-аналізу, необхідно працювати над зниженням впливу зовнішніх загроз та використанням сприятливих можливостей ринку.

Більшість роботи над бізнес-планом передбачає тривале і докладне вивчення клієнтів. Успіх багато в чому залежить від того, наскільки добре відомі споживачі. При виборі місця для кафе-кондитерської «SweetCake» було зроблено акцент на близькість розташування навчальних та торгових закладів. комплексів. Таким чином, кафе-кондитерської «SweetCake» розташовується у жвавому районі, де проходить великий потік потенційних споживачів. Загалом, це молодь із статком від 10 000 грн та вище. Також можна провести вужчу сегментацію споживачів:

- батьки з дітьми, можуть заглянути у будь-який час з 10⁰⁰ до 21⁰⁰ години (поряд розташовано два дитячі садки);
- молодь, основний потік клієнтів з цієї категорії може зазирнути у будь-який час з 10⁰⁰ до 21⁰⁰;
- жителі довколишніх будинків, їх відвідуваність з 10⁰⁰ до 21⁰⁰;
- інша категорія споживачів, які просто прийшли до кафе-кондитерської з друзями, щоб розслабитися та відволіктися від повсякденних турбот. Їх відвідуваність зростає з 18.00 до 21.00» [22].

У вечірній час у кафе приходять люди з усіх категорій. А випадковий перехожий, який бажає випити чашку кави або чаю з ароматною випічкою або взяти з собою, може заглянути в кафе-кондитерську «SweetCake» у будь-який час.

Щоб охопити максимальну кількість сегментів споживачів, необхідно підтримувати середній рівень цін, і навіть регулярно вводити спеціальні пропозиції.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «SWEET CAKE»

3.1. Виробничий та організаційний план кафе- кондитерської "SweetCake"

«При проектуванні підприємств харчування здійснюється низку технологічних розрахунків: розробляється виробнича програма; виробляються розрахунки витрат товарів, чисельності виробничих робочих; всіх видів устаткування. Технологічні розрахунки закінчуються визначенням площ окремих приміщень, що входять до складу підприємства.

Розробка виробничої програми кафе - кондитерської "SweetCake" здійснюється в наступному порядку: визначають кількість споживачів, загальну кількість страв та кількість страв за групами в асортименті» [14].

Визначення кількості споживачів.

Для того щоб визначити кількість споживачів для кафе-кондитерської «SweetCake», що обслуговуються за 1 годину, необхідно скористатися формулою 3.1:

$$N_{\text{год}} = (\varphi * K * P) / 100, \quad (3.1)$$

де $N_{\text{год}}$ – кількість споживачів, які обслуговуються за 1 год.;

φ – оборотність місця в залі в течії даного ч.;

K - завантаження залу в даний ч., %;

P - місткість зали (кількість місць).

Дані розрахунку зводяться в таблицю 3.1.

Аналіз таблиці 3.1 показав, що середній розрахунок споживачів на день з урахуванням часу роботи кафе, оборотності місця за 1 годину та середнього

відсотка завантаження зали становитиме 105 осіб.

Таблиця 3.1

Визначення кількості споживачів для кафе -кондитерської

"SweetCake" на 30 місць за день

Годинник роботи кафе - кондитерської	Оборотність місця за 1 год	Середній відсоток завантаження зали, %	Кількість споживачів за 1 год, чол.
1	2	3	4
10 – 11	1	10	3
11 – 12	1	10	3
12 – 13	1	15	4,5
13 - 14	1	20	6
14 – 15	1	20	6
15 – 16	1	20	6
16 - 17	1	25	7,5
17 - 18	1	50	15
18 - 19	1	50	15
19 - 20	1	65	19,5
20 – 21	1	65	19,5
ВСЬОГО			105

Визначення кількості страв.

На підставі отриманих даних далі визначається приблизна кількість кафе-кондитерських виробів і покупних товарів за день, що випускаються і реалізуються.

Для підприємств із вільним вибором страв розрахунок кількості порцій проводиться за формулою 3.2:

$$n_d = N_d * m, \quad (3.2)$$

де n_d - кількість страв, що випускаються за день;

N_d - кількість відвідувачів за день;

m - коефіцієнт споживання страв.

«Коефіцієнт споживання страв вибирається відповідно до типу підприємства. Так для кафе-кондитерської "SweetCake" він складе $m = 1,5$. Таким чином, кількість страв, що випускаються за день складе: $n_d = 105 * 1,5 = 158$ порцій» [14].

Далі необхідно визначити кількість страв кожного найменування по відсоткової розбивці. Дані розрахунку зводяться в таблицю 3.2.

Таблиця 3.2

Визначення кількості страв кожного найменування для кафе-кондитерської
«SweetCake»

Найменування групи страв, страви	Кількість страв від спільного кількості		Кількість страв від даного виду	
	%	страв	%	страв
1	2	3	4	5
Гарячі напої	40	63		
Чай «Англійська» чорний із цукром	-	-	6	4
Чай «Англійська» зелений із цукром	-	-	6	4
Чай із квітів ромашки із цукром	-	-	6	4
Чай трав'яний із шипшини та гібіскусу із цукром	-	-	6	3
Чай червоний «Гірські трави» із цукром	-	-	6	3
Чай з ягодами смородини із цукром	-	-	6	4
Чай з ягодами малини із цукром	-	-	6	4
Чай з ягодами обліпихи із цукром	-	-	6	4
Кава «Еспресо» із цукром	-	-	6	4
Кава «Капучіно» із цукром	-	-	6	4
Раф-кави із цукром	-	-	7	4
Кава «Мокко» із цукром	-	-	6	4
Кава "Латте" із цукром і корицею	-	-	6	4
Кава з шоколадом і маршмеллоу	-	-	7	4
Какао з молоком і маршмеллоу	-	-	7	4
Шоколад гарячий із маршмеллоу	-	-	7	5
Борошняні кондитерські вироби	40	63		
Цукерки «Грюфель»	-	-	3	3
Цукерки «Грильяж» з сухофруктів з горіхами у шоколаді	-	-	3	3
Naked cake «Імбірний»	-	-	1	1
Naked cake «Класика»	-	-	1	1
Naked cake «Стендаль»	-	-	1	1
Naked cake «Гвoroжний рай»	-	-	1	1
Naked cake «Шоколадний з вишнею»	-	-	1	1
Чізкейк "Лайм"	-	-	1	1
Чізкейк «Нью-Йорк»	-	-	1	1
Тірамісу в стаканчику	-	-	2	1
Баночка в стаканчику	-	-	2	1
Pops cake шоколадний	-	-	3	2
Pops cake з вишнею та фундуком	-	-	4	2
Pops cake ванільний	-	-	4	2
Push cake шоколадний	-	-	5	3
Push cake ягідний	-	-	5	3
Push cake горіховий	-	-	5	3
Cupcake ванільний	-	-	5	3
Cupcake шоколадний	-	-	5	3

Аналіз отриманих результатів таблиці 3.2 показав приблизний розрахунок кількості страв кожного найменування на один день (план-меню)

для кафе-кондитерської «SweetCake», яка склала 158 порцій, у тому числі солодких – 32, гарячих напоїв – 63 та борошняних кондитерських виробів – 63.

Розрахунок кількості холодних напоїв для кафе-кондитерської "SweetCake" зведений в таблицю 3.3.

Таблиця 3.3

Визначення кількості напоїв для кафе -кондитерської "SweetCake"

Найменування напоїв	Од. в.	Норма на 1 людину	Загальне кількість
1	2	3	4
Холодні напої (покупні)	л	0,075	8
У том числа:			
Вода негазована BonAqua	л	0,002	0,3
Вода газування BonAqua	л	0,002	0,3
Сік абрикосовий	л	0,002	0,2
Сік апельсиновий	л	0,003	0,3
Сік виноградний	л	0,002	0,3
Сік персиковий	л	0,002	0,2
Сік яблучний	л	0,002	0,2
Холодні напої (Власного виробництва)			
Лимонад «Ягідний»	л	0,005	0,6
Лимонад «Вітамінний»	л	0,005	0,6
Лимонад «Класика»	л	0,015	2
Лимонад «Апельсинка»	л	0,005	0,6
Смузі «Бодрячий»	л	0,015	0,6
Смузі «Бананово -малиновий»	л	0,005	0,6
Смузі «Освіжаючий яблучний»	л	0,005	0,6
Смузі «Кавово -шоколадний»	л	0,005	0,6

Аналіз отриманих результатів з таблиці 3.3 показав «приблизний розрахунок кількості холодних напоїв для кафе-кондитерської «SweetCake», який склав 8 літрів на день.

За планом виробництва та реалізації продукції натуральному вираженні (штуках) видно, що квартал квартал кількість порцій збільшується на 50 штук. За рік буде продано 91 500 шт. продукції, на другий рік 105 225 шт. Обсяг продукції другого року збільшитися на 15%» [30].

Добірка необхідного обладнання для кафе - кондитерської "SweetCake" представлена в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Устаткування для кафе-кондитерської "SweetCake"

Устаткування	Кількість	Ціна за шт. (грн.)	Разом ціна (грн.)
1	2	3	4
Теплове обладнання для кондитерського цехи			
Плита електрична, ПЕП-0,34М	1	23 350	23 350
Шафа електропекарський, ЕШ-3К-П	1	55 000	55 000
Вафельниця, Redmond	1	2 490	2 490
Холодильне обладнання для цехи і бару			
Шафа холодильний, POLAIR ШХ-0,5 ДС (DM105-S, скляна двері) - для цехи	2	34 011	68 022
Шафа холодильний, POLAIR ШХ-0,5 (CM105-S, глуха двері) - для цехи	1	32 999	32 999
Шафа холодильний, POLAIR (DP102-S) - для бару	1	22 491	22 491
Технологічне обладнання для цехи і бару			
Терези електронні, BE ШТРИХ-Слім 200М 6-1.2 – для цеху	1	5 850	5 850
Терези електронні, Polaris - для бару	1	560	560
Міксер планетарний, TEKNO 40	1	51 800	51 800
Міксер, Polaris – для цеху	1	1490	1490
Кавомашина, Gaggia Synchrony Logic	1	31 250	31 250
Блендер, Philips Daily Collection HR2102/00 - для бару	1	2 999	2 999
Чайник, Vitek – для бару	1	1490	1490
Раковина для миття рук, РМ-400	1	4 590	4 590

Продовження таблиці 3.4			
1	2	3	4
Ванна мийна двосекційна, ВМ 2 (для обробки яєць)	1	10 300	10 300
Столи виробничі, СП Atesy-1200	5	1 281	6 405
Полиці настінні, ПОНЕДІЛОК 4	4	1 650	6 600
Стелаж кухонний виробничий пересувний, СКП-600/800	2	900	1800
Стелажі, ІХНО-ТТ СТР -316/800	3	6 420	19 260
Вентиляція			
Спліт-система, Scarlett RRI 09-M3G8 - для зали	1	15 690	15 690
Припливно-витяжна вентиляція, Electrolux EPVS-200 - для цехи	1	35 700	35 700
Кухонна посуд і інвентар			
Кондитерський інвентар	-	80 000	80 000
Посуд та їдальні прилади для гостей	-	50 000	50 000
Устаткування для мийного відділення			
Ванна мийна трисекційна, ВМ 3	1	10 780	10 780
Стелажі для зберігання посуду, ІХНО-ТТ СТР-314/600	2	8 437	16 874
Устаткування для адміністративно-побутового приміщення			
Шафа для одягу персоналу, ШР 24 600	1	8790	8790
Ноутбук, Lenovo - для бухгалтера-касира/директора	2	20 000	40 000
Принтер, Samsung SL-M2020 - для бухгалтера-касира/директора	1	4 900	4 900
Стілець, офісний - для бухгалтера касира/директора	2	2 200	4 400
Стіл, КСТ-11.1 комп'ютерний (СІКІЛ) зі шафою - для бухгалтера -касира/директора	2	6 290	12 580
Устаткування для складського приміщення			
Шафа морозильна, HF200	1	16 700	16 700
Стелажі, ІХНО-ТТ СТР -314/600	4	6 500	26 000
Барне обладнання			
Барна стійка з вітриною	1	50 000	50 000
Касовий апарат + ПЗ + Укладання договору з оператором фіскальних даних	1	26 000	26 000
Ноутбук, Lenovo+ колонки	1	15 350	15 350
Устаткування для зали			
Вішалки для підлоги, Піко «5»	2	1690	3 380
Стільці, "Парма"	20	1 560	31 200
Дивани, «SW»	2	30 150	60 300
Столи, «Лісовий масив»	7	7 500	52 500
Світильники, «Easy light»	6	1 650	9 900
Санвузол			
Раковина з тумбою, Акватон СВІТУ Н 45	1	3 260	3 260
Унітаз, Rosa Стандарт Вн УНБ36	1	3055	3055
Туалетний інвентар	-	5 000	5 000
РАЗОМ			914 315

Аналіз таблиці 3.4 показав, що «витрати на купівлю обладнання для кафе-кондитерської "SweetCake" складуть 914 315 грн. Устаткування для "SweetCake" буде закуповуватися в спеціалізованому магазині для громадського харчування «Клен».

Для того, щоб продуктивність праці була висока, потрібно правильно підібрати обладнання та грамотно організувати технологічну лінію. Технологічна лінія – це комплекс обладнання, взаємопов'язаного та працюючого узгоджено із заданим ритмом по єдиному технологічному процесу. Робочі місця розміщуються відповідно до послідовності технологічного процесу. Таким чином, була збудована технологічна лінія по замісу та випікання тіста.

Визначення кількості працівників для кафе - кондитерської "SweetCake"» [31].

«Чисельність працівників визначається виходячи з запланованого обсягу випуску та норм вироблення продукції» [14].

Чисельність працівників по нормі часу визначається по формулі 3.3:

$$N_1 = \sum 3600 * T * \lambda, \quad (3.3)$$

де N_1 – чисельність виробничих робітників безпосередньо у процесі виробництва, чол;

n - кількість що виготовляються виробів за день, шт, кг;

$3600T$ – тривалість робочого дня;

t - норма часу на виготовлення одиниці виробу, с.

Норма часу визначається по формулою 3.4:

$$t = K * 100, \quad (3.4)$$

де K - коефіцієнт трудомісткості;

100 - норма часу, с.

Визначення чисельності робітників для торгового залу, з урахуванням норми часу для приготування напоїв та з урахуванням обслуговування у залі клієнтів, зводиться до таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Визначення чисельності виробничих робітників для торгового залу

Найменування страв	Кількість страв за зміну	Норма часу, с	Чисельність робітників, чол
1	2	3	4
Морозиво гранульоване «Баблгам»	7	30	0,005
Морозиво гранульоване «Чизкейк чорничний»	6	30	0,004
Морозиво гранульоване "М'ятний шоколад"	6	30	0,004
Морозиво гранульоване «Крем -брюле»	6	30	0,004
Морозиво гранульоване «Солена карамель»	7	30	0,005
Чай «Англійська» чорний із цукром	4	20	0,002
Чай «Англійська» зелений з цукром	4	20	0,002
Чай з квітів ромашки з цукром	4	20	0,002
Чай трав'яний з шипшини і гібіскуса з цукром	3	20	0,001
Чай червоний «Гірські трави» з цукром	3	20	0,001
Чай з ягодами смородини з цукром	4	20	0,002
Чай з ягодами малини з цукром	4	20	0,002
Чай з ягодами обліпихи з цукром	4	20	0,002
Кава «Еспресо» з цукром	4	500	0,049
Кава «Капучіно» з цукром	4	500	0,049
Раф-кави з цукром	4	500	0,049
Кава «Мокко» з цукром	4	500	0,049
Кава "Латте" з цукром і корицею	4	500	0,049
Кава з шоколадом і маршмеллоу	4	500	0,049
Какао з молоком і маршмеллоу	4	10	0,001
Шоколад гарячий з маршмеллоу	5	200	0,024
Лимонад «Ягідний»	3	500	0,037
Лимонад «Вітамінний»	3	500	0,037
Лимонад «Класика»	10	500	0,122
Лимонад «Апельсинка»	3	500	0,037
Смузі «Бодрячий»	3	500	0,037
Смузі «Бананово -малиновий»	3	500	0,037
Смузі «Освіжаючий яблучний»	3	500	0,037
Смузі «Кавово -шоколадний»	3	500	0,037
Вода негазована BonAqua	2	10	0,000
Вода газування BonAqua	2	10	0,000
Сік абрикосовий	1	10	0,000

Загальна чисельність робітників визначається з обліком вихідних та святкових днів за формулою 3.5:

$$N_1 = N_2 * Do_1, \quad (3.5)$$

де N_1 - загальна чисельність робітників, чол;

N_2 - чисельність робітників без обліку вихідних і святкових днів, чол;

Do_1 - коефіцієнт, враховує вихідні і святкові дні.

Тоді $N_1 = 0,736 * 1,59 = 1,17$ чол.

Аналізуючи таблицю можна дійти невтішного висновку, що з роботи у торговому залі з урахуванням норми часу приготування напоїв і з урахуванням обслуговування у залі клієнтів, до роботи на зміну необхідно прийняти 1 бармена-офіціанта повну ставку.

Чисельність працівників за нормами виробітку для кондитерського цеху визначається за формулою 3.6:

$$N_1 = \sum H_v * \lambda, \quad (3.6)$$

де N_1 – чисельність виробничих робочих у процесі виробництва, чол;

H_v - норма вироблення 1 робітника місця за робітник день, шт/см; n – кількість виробів, що виготовляються за день, шт, кг;

λ - коефіцієнт, враховує зростання продуктивності праці;

$\lambda = 1$, якщо роботи виконувалися вручну;

$\lambda = 1,14$, якщо використовуються кошти механізації.

Визначення чисельності робітників кондитерського цеху зводиться в таблицю 3.6.

Таблиця 3.6

Визначення чисельності робітників кондитерського цеху

Найменування страв	Кількість сировини, п/ф	Норма вироблення за зміну шт/см	Чисельність робітників, чол
1	2	3	4
Цукерки «Трюфель»	0,3	495	0,0063
Цукерки «Грильяж» з сухофруктів з горіхами в шоколаді	0,3	495	0,0063
Naked cake «Імбірний»	1	42	0,0313

Naked cake «Класика»	1	42	0,0313
Naked cake «Стендаль»	1	42	0,0313
Naked cake «Творожний рай»	1	42	0,0313
Naked cake «Шоколадний з вишнею»	1	42	0,0313
Чізкейк "Лайм"	1	71	0,0124
Чізкейк «Нью- Йорк»	1	71	0,0124
Тірамісу в стаканчику	2	71	0,0247
Баноффі в стаканчику	2	71	0,0247
Pops cake шоколадний	2	35	0,0501
Pops cake з вишнею та фундуком	3	35	0,0752
Pops cake ванільний	3	35	0,0752
Push cake шоколадний	3	35	0,0752
Push cake ягідний	3	35	0,0752
Push cake горіховий	3	35	0,0752
Cupcake ванільний	3	75	0,0351
Cupcake шоколадний з кавовим кремом	3	75	0,0351
Cupcake лимонний	2	75	0,0234
Runcake з медом	3	355	0,0752
Runcake з ягідним сиропом	3	355	0,0752
Гофри з медом	3	355	0,0752
Гофри з ягідним сиропом	3	355	0,0752
Еклер з солоною карамеллю	3	75	0,0351
Еклер з малиновим ганашем	2	75	0,0234
Еклер з шоколадним ганашем	2	75	0,0234
Крафін з ванільним кремом	1	890	0,0110
Булочка «Сіннабон»	1	890	0,0110
РАЗОМ:			1,1675

Аналіз таблиці 3.6 показав, що загальна чисельність робітників кондитерського цеху становитиме 1,1675 осіб.

З урахуванням вихідних та святкових днів для роботи в цеху за зміну потрібно 2 осіб на повну ставку ($N_1 = 1,1675 * 1,59 = 1,856$ чол).

Таким чином, для «кафе-кондитерської «SweetCake» потрібно 4 кондитери та 2 бармени-офіціанти в різні зміни, одного бухгалтера-касира і прибиральника виробничих приміщень. Директор підприємства поєднуватиме посаду керівника та технік-технолога виробництва» [33].

На основі даних розрахунку складається штатний розпис та визначається заробітна плата кожного працівника на місяць.

Дані зводяться до таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Штатне розклад кафе-кондитерської "SweetCake"

Посада	Кількість	Заробітна плата, грн на місяць
1	2	3
Директор (керуючий, технік -технолог)	1	15 000
Бухгалтер-касир	1	12 000
Кондитер	4	48 000
Бармен-офіціант	2	20 000
Прибиральник виробничих приміщень	1	7 500
Разом	9	
Загальний фонд заробітної плати		102 500

З наступної таблиці 3.7 видно, що для роботи в кафе - кондитерської "SweetCake" буде прийнято 9 осіб. Загальний фонд заробітної плати на місяць, без відрахувань, становитиме 102 500 грн.

«Плюси лінійного типу організаційної структури:

- чітка система взаємозв'язків типу «начальник - підлеглий»;
- явно виражена відповідальність;
- швидка реакція на прямі накази;
- простота побудови самої структури;
- високий рівень «прозорості» діяльності всіх структурних одиниць»

[35].

3.2. Розробка заходів, спрямованих на розвиток кафе-кондитерської "SweetCake"

«Просування кафе - це комплекс маркетингових заходів, метою яких є стимулювання попиту клієнтів, збільшення прибутку підприємства та покращення іміджу бренду. Просування товарів та послуг підприємства спрямовано на збільшення частки кафе на ринку, підвищення його впізнаваності, залучення нових клієнтів та збереження лояльності існуючих, підвищення довіри до бренду.

Основною метою діяльності кафе-кондитерської «SweetCake» є отримання прибутку з позитивним темпом її приросту.

Заходи, спрямовані на стабілізацію та збільшення прибутку кафе-кондитерської «SweetCake»:

- підвищення кваліфікації персоналу;
- проведення заходів спрямованих на залучення клієнтів (акції, майстер-класи);
- створення сайту та мобільного додатка для замовлення кондитерських виробів у «SweetCake» [30].

1 «Підвищення кваліфікації персоналу.

Щоб якість продукції була на найвищому рівні, потрібно не лише закуповувати свіжі продукти, а й підвищувати майстерність кондитера. На другому році роботи, коли підприємство відшкодує свої початкові витрати, 2 кондитери з різних змін будуть відправлені на курси підвищення кваліфікації. Курси будуть проходити в "Кондитерської студії Віри Нікандрової", де кондитерів "SweetCake" протягом 10 днів навчатимуть приготування супер-модних мусових тортів» [33]. Витрати курси представлені у таблиці 3.8.

Аналізуючи таблицю 3.8 можна дійти невтішного висновку, що витрати на навчання кондитерів "SweetCake" складуть 51 600 грн.

Таблиця 3.8

Витрати на навчання кондитерів "SweetCake"

Посада	Кількість	Вартість навчання 1 кондитера, грн.	Усього витрати на навчання, грн.	Командувальні витрати (добові), грн.	Вартість проїзду, грн.	Вартість проживання, грн.	Разом витрат, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Кондитер	2	12 000	24 000	$10 * 2 * 300 = 6000$	$800 * 2 = 1 600$	$10 * 2 * 1000 = 20 000$	51 600

Після «навчання співробітники кафе-кондитерської «SweetCake» наберуться досвіду, підвищать свою кваліфікацію, привезуть нові рецептури страв, які будуть введені в меню. Таким чином, підвищиться інтерес серед споживачів до нової продукції, що спричинить збільшення виручки підприємства» [34].

Розрахунок виручки з продажу нової продукції представлений у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Розрахунки виручки з продажу новою продукції в кафе-кондитерської «SweetCake»

Найменування продукції	Од. с.	Ціна за од.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Виручка за рік, грн.
1	2	3	4	5	6		8
Мусовий торт «Таємничий ліс»	кг	550	24 750	24 750	24 750	24 750	99 000
Мусовий торт «Дихання весни	кг	650	29 250	29 250	29 250	29 250	117 000
Мусовий торт «Три шоколаду»	кг	750	33 750	33 750	33 750	33 750	135 000
РАЗОМ			87 750	87 750	87 750	87 750	351 000

Аналізуючи таблицю 3.9 можна дійти невтішного висновку, що після «введення у меню мусових тортів виник інтерес із боку споживачів. На місяць приблизно продаватиметься по 15 штук кожного виду, тоді за рік виручка становитиме 351 000 грн. Таким чином, чиста прибуток за рік складе 99 600 грн. Витрати на навчання склали 51 600 грн, отже, вони окупляться приблизно через 7 місяців. У середньому в місяць можна збільшувати чисту прибуток на 8 300 грн.

По можливості співробітники братимуть участь у кулінарних змаганнях. Якщо кондитер займе призове місце, цією інформацією можна

поділитись у соціальних мережах. Розповсюдження позитивних новин про співробітники не лише підвищить «бойовий дух» решти членів команди, а й рівень закладу.

1 Проведення заходів, спрямованих на залучення клієнтів (акції, майстер-класи).

На сьогодні найбільш актуальна реклама – це реклама в соціальних мережах, де споживачеві можна повідомити про новинки в меню, події, акції та хороші новини. Така реклама не потребує фінансових витрат і тому є найбільш ефективною для кафе -кондитерської "SweetCake". Клієнти цінують заклад, коли він має свою власну особу та ім'я» [32].

Наприклад, у «Instagram» «фото десертів користуються небувалою популярністю. Ефектна подача страв допоможе швидко розкрутити бренд: фото викликають не тільки апетит, але і бурхливі обговорення. Безліч людей захочуть спробувати новий гарний десерт, побачивши його в своєї стрічці. Зворотній зв'язок з клієнтами дуже важлива для розкручування бізнесу.

Тому на сторінках соціальних мережах будуть розміщувати анкети для споживачів, щоб дізнатися, що вони думають про нові десерти, або щоб вони хотіли б побачити меню кондитерської. Що може бути краще змін на основі отриманих відгуків та побажань клієнтів?

Сторінки в соціальних мережах є зручним інструментом для того, щоб повідомляти відвідувачів про майбутні акції чи заходах. До того ж, можна проводити акції онлайн. Наприклад, в "SweetCake" можна проводити акції раз на тиждень на виграш страву дня «Акція - щасливчик!». Конкурс буде проведено серед передплатників групи та обрано генератором випадкових чисел. Це підвищить інтерес до продукції у закладі та допоможе залучити потенційних клієнтів. на другому році роботи, коли підприємству не потрібно відшкодовувати початкові витрати, можна проводити такі заходи» [33]. Дані розрахунку витрат на проведення онлайн акції «Акція – щасливчик!» представлені у таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Розрахунок витрат на проведення онлайн акції «Акція - щасливчик!»

Найменування продукції	Од. с.	Ціна за од.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Виручка протягом року, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Мусовий торт «Таємничий ліс» (1 кг)	кг	550	1 650	1 650	1 650	1 650	6 600
Тірамісу (набір 4 шт.)	шт.	70	630	630	630	630	2 520
Сирсак лимонний (набір 6 шт.)	шт.	30	840	840	840	840	3360
Еклери з малиновим ганашем (набір 6 шт.)	шт.	45	540	540	540	540	2 160
РАЗОМ			3 660	3 660	3 660	3 660	14 640

Аналіз таблиці 3.10 показав, що «витрати на проведення акції складуть 14 640 грн в рік. Дана акція додатково зможе залучити приблизно 70 клієнтів на місяць. При купівлі виробів за середньою ціною 72 грн у закладі можна отримати додатковий виторг за місяць – 5 040 грн, тоді за рік – 60 480 грн. Таким чином, чистий прибуток за рік становитиме 17 380 грн. Витрати на проведення онлайн акції «Акція – щасливчик!» окупляться через 10 місяців і щомісяця в середньому чистий прибуток буде збільшуватися на 1450 грн.

Отриманий досвід на курсах підвищення кваліфікації, кондитери передаватимуть своїм клієнтам. У «SweetCake» планується проводити раз на місяць майстер-класи з виготовлення кондитерських виробів. Група складатиметься з 10 осіб (ціна варіюватиметься в залежності від кількості продуктів, що входять до складу виробу)» [35].

Дані розрахунку витрат на проведення майстер-класів представлені в таблиці 3.10, з отримання потенційної виручки з майстер-класів представлені у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Розрахунок витрат на проведення майстер- класів

Найменування	Кількість, чол.	Кількість занять в місяць	Витрати на заняття, грн.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Сума за рік, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Дорослий майстер-клас	10	1	250	7 500	7 500	7 500	7 500	30 000
Дитячий майстер-клас	10	1	150	4 500	4 500	4 500	4 500	18 000
РАЗОМ	20			12000	12000	12000	12000	48 000

Аналіз таблиці 3.11 показав, що «витрати на проведення акції становитимуть 48 000 грн на рік. З таблиці 3.11 видно, що виручка протягом року з проведення мастер-класов складе 96 000 грн. Таким чином, за рік можна збільшити прибуток на 27 830 грн. Витрати на проведення майстер-класів окупляться через 21 місяців і щомісяця в середньому чистий прибуток буде збільшуватися на 2320 грн.

2 Створення сайту та мобільного додатка для замовлення кондитерських виробів у «SweetCake».

Для кафе-кондитерської «SweetCake» буде розроблено веб-сайт та мобільний додаток для замовлення кондитерських виробів додому.

Розробка власного мобільного додатка та його пропозиція потенційним клієнтам відкриє широкий ряд можливостей для вирішення наступних цілей:

- підвищення впізнаваності бренду;
- збільшення лояльності і довіри аудиторії до підприємству;
- побудови довгострокових відносин з замовниками;
- отримання постійного зв'язку з клієнтами незалежно від їхнього поточного місця становища;
- розширення географії представництва служби доставки (є можливість

виходу на ринок прилеглих міст);

– забезпечення потенційним клієнтам швидкого доступу до контактної інформації підприємства;

– оперативного оповіщення цільової аудиторії про нові пропозиції та спеціальні акції;

– збору статистичної інформації про клієнтів та їх інтереси для підвищення ефективності роботи.

Витрати на розробку сайту і мобільного програми становитимуть 40 000 грн, але надалі такі витрати окуплять себе» [34]. Виручка з доставки кондитерських виробів додому представлена в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Виторг з доставки кондитерських виробів на будинок

Найменування замовлення	Кількість замовлень на день	Вартість доставки, %	Середня Вартість одного замовлення, грн	Сума від замовлень на день, грн	Виручка протягом року, грн.
1	2	3	4	5	6
«Міні» до 500 грн	1	15	495	570	171 000
«Медіум» згори 500 грн	1	10	600	660	198 000
«Максі» згори 1000 грн	1	5	1100	1 155	346 500
РАЗОМ				2 385	715 500

Аналізуючи таблицю 3.12, можна дійти невтішного висновку, що середня ціна за виріб, з кур'єрською доставкою кондитерських виробів додому, щодня становитиме 795 грн. Якщо в місяць буде в середньому 25 замовлень кожного виду, тоді потенційна виторг складе 19 875 грн.

Отже, за рік можна отримати додатковий чистий прибуток 73 850 грн. Витрати на розробку сайту та мобільного додатка окупляться через 7 місяців і щомісяця в середньому чистий прибуток збільшуватиметься на 6070 грн.

Дані розрахунку проведення заходів, вкладених у отримання додаткового прибутку, представлені у таблиці 3.13.

Таблиця 3.13

Розрахунок економічної ефективності від проведення заходів за рік

Назва заходу	Витрати на захід, грн.	Зразкова виторг за результатами заходів, грн.	Зразкова чистий прибуток за результатами заходів, грн.
1	2	3	4
Курси підвищення кваліфікації кондитера	51 600	351 000	99 600
Проведення акції «Акція - щасливчик!»	14 640	60 480	17 380
Проведення майстер- класів	48 000	96 000	27 830
Розробка сайту і мобільного програми	40 000	238 500	73 850
РАЗОМ	154 240	745 980	218 660

Аналіз таблиці 3.13 показав, що економічна ефективність проведення заходів, спрямованих на отримання додаткового прибутку, складе 218 660 грн на рік, що повністю виправдовує їхнє проведення.

На закінчення можна підсумувати, що «перелічені вище заходи для кафе-кондитерської «SweetCake» зможуть принести додатковий прибуток і дадуть успішні результати.

Бізнес-план є важливим та необхідним документом для будь-якого підприємства. Вже зараз більшість підприємців почали усвідомлювати необхідність планування поточної та майбутньої діяльності, оскільки це дозволить збільшити ефективність бізнесу та значно знизити його ризики.

Розробка бізнес-плану дасть можливість тверезо оцінити підприємство, виявити його слабкі й сильні сторони, визначити, що потрібно реалізації його діяльності, оцінити перспективи, передбачати можливі

труднощі, не дати їм перерости в серйозну проблему, докопатися до причин труднощів, отже, знайти шляхи їх усунення» [30].

Фінансово-економічний аналіз «проєкту з організації кафе-кондитерської «SweetCake» дозволяє зробити висновок, що даний бізнес-план можна реалізувати з високим рівнем ефективності. Якщо кафе задовольнятиме якісні та емоційні запити клієнтів, це дозволить розраховувати на постійне їх відвідування, що спричинить збільшення прибутку закладу.

За наявності необхідних для реалізації проєкту інвестицій, вмілому керівництві, правильно підбраному персоналом та розташування кафе, і деяких інших факторів, які в повному обсязі розглянуті в описі проєкту, організація кафе-кондитерської «SweetCake» є прибутковим підприємством, що має високі перспективи для подальшого розвитку.

Таким чином, вважаю кафе-кондитерську економічно вигідною та доцільною.

Виручка в перший рік роботи в кафе-кондитерській SweetCake складе 6 581 100 грн, чистий прибуток - 361 827 грн, термін окупності проєкту - 11 місяців.

Джерелом фінансування проєкту є власні кошти розмірі 1 500 000 грн. Повна вартість реалізація проєкту складе 1 453 705 грн. В результаті реалізації цього проєкту в перший рік роботи передбачається досягти рентабельності. 6%, у другій 25%» [31].

ВИСНОВКИ

У результаті аналізу «теоретичних основ бізнес-планування, можна дійти невтішного висновку, що бізнес-план – це документ, який описує всі основні аспекти майбутнього підприємства.

Бізнес-план повинен:

- показати, що продукт чи послуга знайдуть свого споживача, встановити ємність ринку збуту та перспективи його розвитку;
- оцінити витрати, необхідні для виготовлення та збуту продукції, надання на ринку робіт чи послуг;
- визначити прибутковість майбутнього виробництва та показати його ефективність роботи.

Основною метою при створенні кафе-кондитерської було організувати затишний простір для відпочинку споживачів. Концепція закладу відповідає всім останнім вимогам. Сучасне оформлення залу в еко-стилі, використання натуральних продуктів та приготування кондитерських виробів за останніми новинками. Мода на здорову їжу почалася кілька років тому і не має наміру здавати позиції. Це буде конкурентною перевагою для створення даного бізнесу» [32].

Аналіз ринку конкурентів показав, що на території м. Миколаїв існує велика кількість підприємств громадського харчування, які реалізують хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби. Але, спеціалізоване кафе у місті лише одне. Ця кондитерська "ІП Друзік Г.В.". У підприємства, що створюється, є переваги перед конкурентом у ціновій політиці, можливість надавати знижки клієнтам, а також планується проведення гарної рекламної компанії.

Виторг у перший рік роботи в кафе-кондитерській «SweetCake» складе 6 581 100 грн, чиста прибуток - 361 827 грн. Виторг за другий рік роботи складе 7 567 720 грн, чистий прибуток - 1 961 121 грн.

Джерелом фінансування проекту є власні кошти розмірі 1 500 000 грн.

Повна вартість реалізація проекту складе 1 453 705 грн. Термін окупності - 11 місяців. В результаті реалізації цього проекту в перший рік роботи передбачається досягти рентабельності. 6%, у другій 25%.

На другому році роботи підприємство проводитиме заходи, спрямовані на збільшення доходу. Економічна ефективність від заходів становитиме – 218 660 грн на рік.

У результаті реалізації заходів в кафе -кондитерської SweetCake підвищиться ефективність діяльності, що сприятиме подальшому успішному розвитку у сфері даного бізнесу.

Також слід «розширювати асортимент страв, покращувати якість обслуговування, що призведе до залучення нових клієнтів. Завдяки додатковому стимулюванню співробітників підвищиться якість обслуговування та прагнення до досягнення більш високих якісних та кількісних показників.

У кафе-кондитерській буде дотримано всіх заходів щодо забезпечення безпеки життєдіяльності на підприємстві та охорони навколишнього середовища відповідно до законодавства України» [36].

Наприкінці можна сказати, що поставлені завдання виконані, мети досягнуто. Вважаю розроблений бізнес-план з відкриття кафе-кондитерської «SweetCake» у місті Миколаєві економічно вигідним та доцільним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І., Лупак Р. Л. Бізнес – планування : навч. посіб. К.: Знання, 2013. 173 с.
2. Бізнес планування. Бізнес-планування -основа розвитку підприємства: URL: [www.arbitrade.com/books/biznes_ plan.doc](http://www.arbitrade.com/books/biznes_plan.doc) (дата звернення: 15.03.2020).
3. Бухалков М.І. Внутрішньофірмове планування. Бізнес проекти. URL: <http://svynarnyk.com/biznes-planuvannya-proektiv-menedzhment-statti-biznesosvita/> (дата звернення: 16.03.2020)..
4. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики, 4-те вид., стер. К.: Т-во "Знання", КОО, 2008. 302 с.
5. Гаврилов А. О. Використання бізнес планування як інструменту для прийняття інвестиційних рішень. Фондовый рынок. 2009. №20. С. 18-26.
6. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посіб, К. : "Центр учбової літератури", 2013. 368 с.
7. Бурак В.Г. Особливості професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в сучасних економічних умовах. Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. № 35. Том 1. С. 276–282.
URL: http://www.apfn-journal.in.ua/archive/35_2021/part_1/45.pdf
8. Бурак В.Г. Досвід професійної підготовки фахівців готельно-ресторанного господарства в закладах вищої освіти. Інноваційна педагогіка. 2020. № 29. Т. 1. С. 88–92.
URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/29/part_1/19.pdf
9. Бурак В.Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи: дефінітивний аналіз. Педагогічний альманах. 2020. № 46. С. 124–131.
URL: <http://pedalmanac.site/index.php/main/article/view/118/101>
10. Бурак В. Г. Оптимізація технологічних процесів при виробництві комбінованих продуктів та підвищення якості сировини. Вісник

Херсонського національного технічного університету. 2018. № 64. Т. 1. С. 92–103.

URL:

[http://kntu.net.ua/index.php/eng/content/download/82024/475584/file/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%E2%84%961\(64\).pdf](http://kntu.net.ua/index.php/eng/content/download/82024/475584/file/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%E2%84%961(64).pdf)

11. Бурак В.Г. Компоненти готовності майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи до професійної діяльності. *Педагогічні науки*. 2021. № 94. С. 57–65.

URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/4384/3879>

12. Бурак В. Г. Принципи професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в закладах вищої освіти. *Педагогічний альманах*. 2021. № 47. С. 102–110.

URL: <http://pedalmanac.site/index.php/main/article/view/158/145>

13. Бурак В.Г. Модернізація професійної підготовки фахівців готельно-ресторанного господарства. *Нова педагогічна думка*. 2020. № 4 (104). С. 7–12.

URL: <http://npd.roippo.org.ua/index.php/NPD/article/view/243>
<http://npd.roippo.org.ua/index.php/NPD>

14. Дарвішева М.В. Проблеми формування товарного асортименту на підприємстві / Дарвішева М.В. //Економічні науки// зб.за матеріалами конференції «Новітні наукові досягнення». – 2012. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/6_105711.doc.htm. – 05.04.2016.

15. ВБН В 2.5-78.11.01-2003. Системи сигналізації охоронного призначення.

16. Збірник нормативних документів з безпеки життєдіяльності. Київ: Основа. 2004. – 875 с. 30. Іоргачева Є.Г. Потенціал лікарських, пряно-ароматичних рослин. Є.Г. Іоргачева. *Східно-Європейський журнал передових технологій*. 2014. 2/12 (68). с.101 – 109.

17. Калакура М.М. Щирська О.В. Інноваційні технології десертної продукції. Матеріали II-ї Всеукраїнської науково-практ., конф. «Здобутки,

проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу» 29 жовтня 2013р. Київ: НУХТ.2013. 378с.

18. Кукліна Т.С., Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства. Кукліна Т.С. Збірник тез «Глобальні та національні проблеми управління». МНУ ім. В.О. Сухомлинського.2016. Вип. 11. с.416-420.

19. Литвиненко Т.Є. Організація послуг харчування: курс лекцій. Литвиненко Т.Є. Київ НУХТ. 2014. 120 с.

20. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія та практика: навч. посіб. А.А. Мазаракі, Г. Є. Мошек та ін. Київ: Атика0 2012. 564 с.

21. Кучеренко В.Р., Карпов В. А., Маркітан О. С. Бізнес-планування фірми : навч. Посіб. К.: Знання, 2006. 423 с.

22. Македон В. В. Бізнес-планування: Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2009. 236 с.

23. Масловська М.В., Перевозчикова Н. О. Особливості процесу бізнеспланування в сучасних умовах розвитку України. Ефективна економіка, № 11, 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2474>(дата звернення 23.04.20120)

24. Мізюк Б. М. Стратегічне управління : підруч. [2-ге вид., перероб. і доп.]. Л. : Магнолія 2006, 2007. 392 с.

25. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підручник для ВУЗів / За ред. проф. Н.О. П'ятницької. К. : Київ. Нац. торгекон. ун-т, 2005. 632 с.

26. Пляскіна А.І. Оцінка конкуренції та конкурентоспроможності суб'єктів харчової промисловості. Актуальні проблеми економіки. 2006. - №2. С.52-59.

27. Пугачевська К.Й., Плут Т.С. Значення бізнес-планування як чинника господарської діяльності в ринковій економіці. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. № 2. С. 256-260.

28. Скворцов І. Б., Балик У. О. Кількісні методи планування маркетингової діяльності підприємств. Економіка та держава. 2009. № 11. С. 128-131.

29. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницького проекту. Формування ринкової економіки в Україні, 2009. №19. 518с.

30. Ткачук О.М. Креативність у підприємницькій діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 7, 2015. С. 56–64.

31. Чаус В. М. Планування діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання : теоретичний підхід. Вісник ЛКА :Збірник наукових праць. – Серія економічна. Вип. 32. Львів : ЛКА, 2010. С. 112-116.

32. ДСТУ 3862-99 “Ресторанного господарства Терміни та визначення”.

33. ДСТУ 4281:2004 “Заклади ресторанного господарства. Класифікація” (затв. Держспоживстандарт України від 01.07.04).

34. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. Applied Linguistics Research Journal. 2021. № 5 (4). P. 126–133.

URL: https://jag.journalagent.com/alrj/pdfs/ALRJ-04372-REVIEW_ARTICLE-KHOMOVA.pdf

35. Kashyna G., Nazarova K., Burak V. Development of scientific and natural competence of technology teachers in the system of postgraduate education by means of information and communication support. Edukacja – Technika – Informatyka. 2019. № 4 (30). P. 151–155.

URL: <https://repozytorium.ur.edu.pl/items/b74e83f8-5ef3-4d71-b8fd-f75c89ca7948>

36. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in ukraine in the context of lifelong learning. GeoJournal of Tourism and Geosites. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

URL: <http://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-3-2021/gtg.37314-716.pdf>

37. Dzyundzha O., Burak V., Averchev A., Novikova N., Ryapolova I., Antonenko A., Brovenko T., Kryvoruchko M., Tolok G. Obtaining the powder-like raw materials with the further research into properties of eggplant powders. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2018. № 11–95. T. 5. P. 14–20.

URL: https://pdfs.semanticscholar.org/8d86/faa3f8cb35288f00d411feef5a759c69070b.pdf?_ga=2.116950211.45225143.1656050208-276168377.1656050208

38. Yakymchuk D., Dzyundzha O., Burak V., Shvets I., Shvets Yu., Myrhorodska N., Polishchuk O., Karneyenka Dz., Krasner S. Economic efficiency of textile materials cutting designer costumes of hospitality facilities. Fibres and Textiles. 2018. № 4. P. 90–94.

URL: https://www.researchgate.net/publication/332712138_Economic_efficiency_of_textile_materials_cutting_designer_costumes_of_hospitality_facilities

39. Yakymchuk O., Yakymchuk D., Kushevskiy N., Chepelyuk E., Koshevko J., Myrhorodska N., Dzyundzha O., Burak V. Prerequisites for the development of hydro-jet technology in designing women's headgear at hospitality establishments. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2018. № 1(1 (91)). P. 36–46.

URL: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.121507>

Додаток А

Техніко-технологічна карта на страва «Сирсаке ванільний»
(рекомендоване)

СТВЕРДЖУЮ
Директор кафе -кондитерської
"SweetCake"
_____Є.А. Яковенко
« ____ » _____ 20 р.

ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА № 1

на страва «Сирсаке ванільний» 1

ОБЛАСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ

Справжня техніко-технологічна карта поширюється на блюдо «Сирсаке ванільний», що виробляється в кафе-кондитерській.

2 ВИМОГИ ДО СИРОВИНИ

Продовольча сировина, харчові продукти та напівфабрикати, що використовуються для приготування страви «Сирсаке ванільний» повинні відповідати вимогам чинних нормативних та технічних документів, мати супровідні документи, що підтверджують їхню безпеку та якість (сертифікат відповідності, санітарно-епідеміологічний висновок).

3 РЕЦЕПТУРА

Найменування сировини та продуктів	Витрата сировини і продуктів на 1 порцію, г	
	брутто	нетто
Тісто:		
Олія вершкове	10,4	10,2
Цукор	7	7
Яйце куряче	1/15шт	2,6
Молоко	8	8
Борошно пшенична	7,3	7,3
Сода	0,1	0,1
Сіль	0,05	0,05
Маса тіста	-	35
Маса готового виробу	-	30
Крем:		
Вершки 35%	6	6
Сир маскарпоне	6,5	6,5
Цукрова пудра	3	3
Ванільна есенція	0,01	0,01
Маса крему	-	15
Полуниця	6	5
ВИХІД	-	50

Продовження програми Г

4 ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС

4.1 Підготовка сировини здійснюється відповідно до рекомендацій Збірника технологічних нормативів для підприємств громадського харчування та технологічних рекомендацій для імпортової сировини.

4.2 Тісто: збити до пишної консистенції вершкове масло і цукор, додати яйця і сіль, знову добре збити. Додати просіяне борошно, перемішане з содою, залити молоко, збити міксером до однорідної консистенції. Тісто має вийти ніжне, без грудочок. Викласти в паперові стаканчики для випікання кексів, наповнивши тестом на 1/3. Випікати при температурі 175 °С 30 хв.

Крем: збити в пишну масу цукрову пудру з вершками, додаючи вершковий сир та ванільну есенцію. Готовий крем відсадити з мішка кондитерського з фігурною насадкою на капкейк і прикрасити свіжою полуницею.

5 ОФОРМЛЕННЯ, ПОДАЧА, РЕАЛІЗАЦІЯ І ЗБЕРІГАННЯ

5.1 Правила подачі: подають у паперових стаканчиках, прикрашено кремом із збитих вершків та свіжою полуницею.

5.2 Температура подачі: 14 °С.

5.3 Термін реалізації: 6 год.

6 ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ

6.1 Органолептичні показники страви:

Зовнішній вигляд - пропечене виріб без гарту і слідів непромісу, верх прикрашений збитими вершками та свіжою полуницею.

Консистенція - має пористий пропечений м'якуш без слідів непромісу.

Запах – властивий виробу без стороннього запаху.

Смак - властивий виробу, вершково-ванільний, без стороннього присмаку.

6.2 Мікробіологічні показники:

Мікробіологічні показники на страва «Сирсак ванільний» відповідати вимогам СанПіН 2.3.2.1078-01, індекс 1.9.15.21.

7 ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ страви «Сирсак ванільний» в 50 г

Білки	Жири	Вуглеводи	Енергетична цінність, ккал/кДЖ
1,58	13,09	8,86	181,5

Відповідальний розробник: Яковенко Є.А