

**«ДУХМЯНЕ ЗАДОВОЛЕННЯ»:**  
**проект бізнес-плану на створення кав'ярні-пекарні**



**Деліта Інна Олексіївна,**  
викладач Державного навчального закладу  
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»

e-mail: [inna.delita1987@gmail.com](mailto:inna.delita1987@gmail.com)

### **Короткий опис**

Кав'ярня-пекарня «Духмяне задоволення» – це одночасно роздрібна торгівля кавою та хлібобулочними виробами. Планується зацікавити споживачів широким розмаїттям кави, хлібобулочних та кондитерських виробів. Продукція буде пропонуватись за конкурентними цінами, щоб задовольнити попит клієнтів з середнім і високим рівнем доходу місцевих жителів. Чашку кави з тістечком може дозволити собі практично кожен.

Кав'ярні стали не тільки місцем ділових зустрічей і дружніх побачень, ці заклади увійшли до програми вихідного дня або вечірньої прогулянки місцевих жителів. І хоча купити стаканчик еспресо можна мало не в кожному кіоску на зупинках транспорту, класичні кав'ярні, де є можливість відкинутися на спинку стільця і не поспішаючи насолодитися філіжанкою ароматного напою завжди будуть актуальні.

Також планується побудувати сильну ринкову позицію в місті, через досвід промисловості партнерів і м'яке конкурентне середовище в цій галузі.

### **Визначення проблеми**

На сьогоднішні важливою проблемою створення власної справи є: створення високоприбуткового підприємства, організація отримання стабільного прибутку, задоволення ринку споживання харчових продуктів високої якості. Також є висока залежність від обраного місця розташування, асортименту і уподобань покупців. Кав'ярня-пекарня «Духмяне задоволення» буде створена як приватне підприємство. Превагами даної юридичної форми є спрощена система оподаткування, незначні витрати на управління тощо. Позитивним є також те, що підприємство сплачуватиме єдиний податок. Отже, відкриття ПП «Духмяне задоволення» – це оптимальний вибір для тих, хто бажає розпочати власну справу, хоче мінімізувати ризики і отримати стабільний прибуток.

### **Обґрунтування**

На ринку продажу кави та хлібобулочних виробів останнім часом спостерігається швидке зростання. Клімат м. Хмельницького стимулює споживання гарячих напоїв протягом усього року. Кав'ярня-пекарня – це підприємство, яке крім кави, реалізує різноманітний асортимент хлібобулочних та кондитерських виробів, де можна не тільки насолодитися чашечкою кави, а й насолодитися смачною випічкою і приємно провести час. Відвідувачам пропонується ознайомитись зі свіжими газетами та журналами.

Життя в місті має скажений ритм. А в нашому закладі завжди можна зробити паузу, відпочити і перекусити, зустрітись з давнім другом за чашкою кави чи капучино. Формат підприємства буде простий і зрозумілий як для українців, так і для європейців. Завдяки цьому планується мати велику кількість задоволених клієнтів. Невеличка кав'ярня на кілька місць, поєднана з магазином з продажу кави та чаю буде, затребувана і в мільйонниках, і в невеликих містечках. Продуктова рентабельність може перевищувати 100%.

У своїй діяльності підприємець планує подальше розширення виробничих потужностей та нарощування обсягів надання послуг та створення нових робочих місць.

### **Детальна характеристика продукту (послуги) та його ринку**

У меню кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» буде представлений широкий асортимент кавових напоїв різних сортів кави з додаванням різних топінгів, ароматних і запашних чаїв, прохолодних напоїв, соків.

При складанні меню слід враховувати, що основою асортименту повинна бути кава та напої на її основі, відповідно, кава може бути представлена не тільки різними способами приготування (еспресо, лате, капучино тощо), але і різними сортами і видами, відмінними своїми смаковими характеристиками. Присутність у меню свіжої випічки та кондитерських

виробів позитивно впливає на виручку закладу. Додатковий напрямок заробітку – продаж кави в роздріб. Націнка може скласти 20-80%. З часом, при успішній роботі закладу можна відкрити ще один заклад з акцентом на продаж меленої кави, або навпаки.

Унікальною конкурентною перевагою буде створення на каві різноманітних малюнків. Так, мистецтво прикраси кави малюнками перетворить кавування у вишуканий ритуал і надовго запам'ятається клієнтам закладу.

### Приблизний асортимент кондитерської продукції

Випічка	Кондитерські вироби	Інше
батончики	східні солодощі (халва, шербет тощо)	сухі сніданки
бісквіти	грильяз	набори солодкої продукції
вафлі	молочні вироби	напівфабрикати
коржі	мармелад	шоколадна паста
кекси	повидло	
печиво, пряники	шоколад	
тістечко	шоколадна паста	
рулети	зефір	
торти	цукерки	
пироги		
хліб, хлібобулочні вироби		

Перерахований перелік завжди можна розширити, включивши в нього інші популярні вироби, що користуються попитом, чи здивувати гостей якимись новинками або стравою власного рецепту. Такі новинки залучать у заклад масу відвідувачів, утримати їх і перетворити в постійних клієнтів дозволить тільки пропозиція якісної продукції.

У кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» можна затишно і весело провести дозвілля в колі близьких і друзів:

- сімейна пара, яка хоче удвох або разом з дітьми провести час у сімейному колі та порадувати себе смаколиками;
- студент або просто молода людина, яка хоче зустрітися з компанією друзів;
- чоловік або жінка, які хочуть випити запашної кави і спробувати новий десерт;
- гість нашої країни, який хоче побувати в закладі з українською душею і гостинністю.

Дуже важливо правильно вибрати постачальника кави, і справа не тільки у вартості закуповуваної сировини. Потрібно враховувати асортимент продукції, наявність необхідних документів про якість кожного сорту – сертифікати відповідності на продукцію, на виробництво, висновок санітарно-епідеміологічної експертизи тощо, умови доставки та обсяги мінімальної закупівлі. Крім цього, потрібно розбиратися в смакових характеристиках різних сортів кави, рецептах різних сумішей, способах їх приготування, якісній і неякісній каві. В асортименті закладу повинен бути широкий асортимент кави (25-35 сортів), інакше буде складно конкурувати з супермаркетами, в яких також продають каву. Варто продавати тільки натуральну каву з різних країн. Саме різноманітністю вишуканих сортів кави можна «брати» клієнтів. Високоякісний напій виходить виключно зі свіжомелених зерен.

Конкуренцію кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» будуть становити схожі заклади та кав'ярні, розташовані на зупинках міста. Жорстка конкуренція на ринку змушує власників закладів йти шляхом розширення асортименту, створення нової продукції, яка володіє конкурентними перевагами.

## Просування і реклама

Якщо людину зустрічають по одягу, то кав'ярню спершу оцінюють по інтер'єру і екстер'єру. Оформлення кав'ярні-пекарні – це завжди приємні для ока кольори, лаконічний дизайн і вдало створена атмосфера затишку. Але важливо розуміти, що така атмосфера – це результат не тільки візуального оформлення, а й наполегливої праці дружного колективу.

Наш персонал – це молоді та енергійні люди. Вони зустрічають гостей посмішками і гарним настроєм, надихаючи відвідувачів і заряджаючи їх бадьорістю на весь день.

Смачно готувати і годувати людей – це основний девіз закладу. Ми – це кав'ярня-пекарня в форматі street-food; це унікальний простір, для кожного, хто цінує якісну і свіжу продукцію: від гарячої домашньої випічки до смачних напоїв.

Гарне місце для кав'ярні-пекарні – вирішальна умова ефективного бізнесу. Як правило, успішні кав'ярні розташовуються в жвавих місцях у центрі міста, бажано, недалеко від торгових і торгово-офісних центрів, на торгових вулицях. Тим більше, якщо відкрити заклад у приміщенні ТРЦ, то відразу буде вирішено питання з охороною, оскільки охорона об'єктів всередині ТРЦ або офісного комплексу – обов'язок їх служб безпеки. Приміщення для кав'ярні повинно мати свою «фішку», яка буде вигідно відрізняти заклад від конкурентів.

Маркетингова діяльність закладу має бути спрямована на те, щоб охопити якомога більшу кількість споживачів потенційного ринку та на завоювання популярності серед клієнтів. Основні етапи: дослідження ринку, планування товарної, цінової, комунікаційної політики, і як наслідок, створення і максимальне задоволення створеного попиту на заклад.

Першочергова мета рекламної кампанії – ознайомлення всіх потенційних споживачів із особливостями продукції та послуг, що будуть надаватися. Рекламна кампанія передбачає такі заходи: встановлення яскравої вивіски на закладі та рекламних щитів в районі розташування закладу; масштабна реклама в засобах масової інформації, соціальних мережах, створення власного бренду – фірмового стилю підприємства, створення власного сайту; найбільш ефективним буде адресне промо, розраховане на потенційну аудиторію. Наприклад, ставши володарем одного з флаєрів, які роздають розповсюджені в безпосередній близькості від закладу, відвідувачі можуть претендувати на другу чашку кави безкоштовно. Крім цього, умілий і товариський продавець – бариста – людина, яка безпосередньо продає напої та спілкується з гостями закладу, завойовує клієнтів ефективніше всяких знижок, рекламних щитів і цукерочок до чашки кави.

Одним з основних моментів програми маркетингу є цінова політика. Ціновий фактор може відігравати значну в формуванні попиту на різні види продукції. Тому для раціональної цінової політики, що дозволяє впливати на споживчий попит у необхідному напрямку і за рахунок цього отримувати достатній рівень прибутку, важливо проаналізувати цінову еластичність попиту за асортиментом продукції. Для цільового сегменту ринку споживачів – населення, рівень доходу якого в середньому становить від 5000 до 10000 грн. на місяць, на такі види продукції, які будуть реалізовуватись в нашому закладі коефіцієнт еластичності попиту залежно від ціни більший за одиницю, тобто, знижуючи ціни на продукції, приблизно на 5%, кав'ярня-пекарня може отримувати приріст товарообігу за рахунок зростання кількості купівель більший, ніж його втрати від зниження цін. Отже, попит на ці види продукції є еластичним. Застосовуючи диференційовані оцінки цінової еластичності реалізованого попиту на різні види продукції, можна впливати на структуру та кількість реалізації так, щоб отримувати необхідний рівень прибутку, не втративши клієнтів. Тому буде робитись акцент на ціновому факторі, оскільки ціни є найнижчими при високій якості продукції та кваліфікованому обслуговуванню. Враховуючи це, підготовлено рекламне звернення: «Тільки в кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» за невеликі кошти Ви зможете випити філіжанку найсмачнішої кави в місті, поласувати смаколиками власного виробництва, пригостити рідних та друзів і при цьому залишитись приємно вражені обслуговуванням!».

## Організація і реалізація проєкту

Одне з найбільш значних вкладень – кавомашина. Існує три класи обладнання: професійне, напівпрофесійне і побутове. Останнє ні в якому разі не можна використовувати для комерційних цілей – занадто слабкі можливості з приготування напоїв, та й навантаження не витримає. Застосування напівпрофесійної техніки виправдано тільки в закладах з невеликим навантаженням на обладнання. Скажімо, якщо потрібно організувати дегустацію напою. Тому вибирати агрегат для кав'ярні впливає з категорії професійних машин. Професійні кавомашини діляться на дві основні категорії: ручні та автоматичні. Ручні моделі працюють на молотом кави, вимагають наявності кавомолки, ряду аксесуарів і кваліфікованого персоналу. Рівень цін на кавомашини приблизно наступний: напівавтомат з однією групою, здатний обслуговувати невелике кафе – \$ 1,5-2,5 тис; автомат з двома-трьома групами – \$ 2,5-5 тис. Під модель кавоварки підбирається кавомолка (\$ 300-700) і пом'якшувач води (близько \$ 150, кавомашини примхливі і працюють тільки з ідеальною водою). При виборі кавомашини слід уточнити у продавця особливості її сервісного обслуговування. Кавомашини вимагають догляду і сервісу: ремонту, заміни фільтрів, прокладок, чищення від накипу і кавових смол. Періодичність проведення цих процедур залежить від інтенсивності використання кавоварки і якості води. В Інтернеті можна знайти оголошення про продаж б/у кавомашин. Ціна на них удвічі-втричі нижче нових. Але якщо вийдуть з ладу основні вузли, то ремонт обійдеться більше, ніж вдалося заощадити.

Додаткове джерело доходів закладу – продаж мелених зерен кави. Багато відвідувачів воліють купувати додому мелені зерна вподобаного напою. Ще приблизно 400 \$ потрібно для покупки професійного міксера. Влітку знижуються продажі кави, зате зростає попит на молочні коктейлі. Їх рентабельність сягає 350%. Для зберігання молока, льоду та безалкогольних напоїв потрібен холодильник. Багато оптових продавців кави пропонують кавомашини в оренду. На перший погляд, це дуже вигідна пропозиція, особливо для починаючого підприємця. Але вартість кави в цьому випадку може бути значно вище ринкової. Потрібна буде барна стійка для міні-кав'ярні площею, не менше 4 кв. м. Стійку краще купувати універсальну – її можна розмістити де завгодно, на випадок, якщо доведеться переїжджати. Також необхідна холодильна вітрина для демонстрації і зберігання випічки та кондитерських виробів. Ще знадобляться 3-4 барні стільці для відвідувачів, 1 для продавця, кавові столики і стільці. Для еспресо підійдуть тільки картонні стакани, для капучино, лате і американо – «піностакани», зі спіненого полістиролу. Від пластмасових стаканчиків краще відмовитися – пластмаса під впливом високої температури насичує напій шкідливими речовинами. Знадобляться серветки з розрахунку 1 пачка на день, палички для замішування – 100 шт. у день і стільки ж ложечок. Але є і те, без чого не може обійтися жодна кондитерська: пароконвекційна кондитерська піч, тістомісильний апарат, електричний міксер, автомат для фасування та упаковки продукції, холодильник, соковижималка, посуд для кав'ярні-пекарні.

Кожен рік на ринку обладнання з'являються нові моделі технічних апаратів. Зрозуміло, що від їх якості залежить і якість продукції, що виготовляється. На сьогодні простіше придбати готовий комплект обладнання для цеху, ніж купувати його окремо. Технічне оснащення має дозволяти підвищувати обсяги виробництва, відповідати іміджу підприємства, повністю виправдовувати вкладення. Правильне оснащення закладу, виходячи з сумарного досвіду діючих виробництв, повинно успішно прослужити не менше 8 років.

Підсумковий список необхідного обладнання в потрібній для реалізації проєкту кількості залежить від асортименту продукції і виділеного бюджету.

Процес управління підприємством – це сукупність взаємопов'язаних заходів та дій, спрямованих на забезпечення оптимального співвідношення робочої сили, матеріальних та фінансових ресурсів. Ритмічне виробництво продукції та високий рівень обслуговування

залежить не тільки від технічного стану виробничих приміщень і технічного обладнання залів, але і від ділових якостей працівників.

Структура управління – це сукупність та супідрядність взаємопов'язаних організаційних одиниць чи ланок, які виконують визначені функції. Елементом структури є орган управління, який являє собою групу працівників, об'єднаних вирішенням однієї задачі – задовольнити запити споживачів. Головою цієї групи є керівник – працівник, який виконує функції управління, яке побудоване за функціональною ознакою – кожен виконавець має завдання-функцію, яку він повинен якісно і своєчасно виконувати, за що отримує відповідну винагороду. Розмір винагороди визначається залежно від якості та кількості виконаних робіт. Така організаційна структура визначає стабільність функціонування підприємства.

Оплата праці робітників здійснюється за системою твердих ставок і премій, які нараховує бухгалтер (середній оклад – 7000 грн. на місяць); премії залежать від результатів фінансово-господарської діяльності підприємства – преміальний фонд становить 9% товарообігу кав'ярні-пекарні.

Адміністрація – це група посадових осіб, яка є частиною трудового колективу на чолі з директором, і здійснює керівництво діяльністю колективу.

Трудовий колектив підприємства – це сукупність людей, які пов'язані між собою єдиною метою, спільною працею по виробництву та реалізації продукції.

Директор (власник) є відповідальним за організацію та результати всієї торгово-виробничої діяльності підприємства: виконання встановленого плану по товарообігу та прибутку, культуру обслуговування відвідувачів, якість продукції, стан обліку та контролю, зберігання матеріальних цінностей, дотримання трудового законодавства. Також особисто відповідає за підбір та розміщення кадрів.

Завідувач виробництвом відповідає за виконання планових завдань з виробництва і повинен забезпечити раціональне використання сировини та організувати кулінарну обробку продуктів з додержанням правил технології приготування їжі, досягнути випуск продукції високої якості, кожен день складати меню з урахуванням тих продуктів, які є в розпорядженні, вивчати попит відвідувачів, забезпечувати додержання на виробництві правил санітарії та гігієни, охорони праці та техніки безпеки, своєчасно подавати в бухгалтерію звіти про використання товарно-матеріальних цінностей.

Підбір працівників проводиться серед молодих осіб, які закінчили заклади освіти чи вже мають досвід роботи, та людей які потребують роботи. Працівники повинні бути висококваліфікованими, творчими, мати вміння і навички в сфері громадського харчування.

#### Штатний розклад та фонд оплати праці

№з/п	Посада	Оклад, грн.	Кількість осіб	Сума, грн.
Адміністративний				
1	Бухгалтер	10 000	1	10 000
2	Керівник	16 000	1	16 000
3	Адміністратор	9 000	2	18 000
Виробничий				
4	Пекар-кондитер	12 000	2	24 000
5	Працівник кухні	7 000	2	14 000
6	Бариста	7 000	2	14 000
Торговий				
7	Офіціанти	8 000	2	16 000
Разом:				112 000
Соціальні відрахування:				30 600
Разом з відрахуваннями:				142 600

### Фінансовий план

Фінансовий план складений на п'ятирічний період та враховує всі доходи і витрати проекту. Під доходами розуміється виручка від операційної діяльності. Інші доходи проектом не передбачені. Виручка першого року реалізації проекту – 9,3 млн. грн.; чистий прибуток (після сплати податків) – 5,6 млн. грн. Виручка другого та наступних років – 12,5 млн. грн, чистий прибуток – 6,0 млн. грн. Інвестиційні витрати становлять 754 000 грн. та включають витрати на придбання основних засобів, підготовку приміщення, закупівлю сировини, а також формування фонду оборотних коштів, з якого покриваються збитки початкових періодів, до виходу проекту на окупність. Власні кошти ініціатора проекту – 0,4 млн. грн. Нестача коштів планується залучити у вигляді банківського кредиту на термін 36 місяців під 18% річних. Виплата кредиту здійснюється щомісячно, кредитні канікули – три місяці.

#### Інвестиційні витрати

№з/п	Найменування	Сума, грн.
Нерухомість		
1	Оздоблення приміщення	120 000
Устаткування		
2	Комплект обладнання	340 000
Нематеріальні активи		
3	Проектування	21 000
4	Дизайн-проект	30 000
5	Розробка веб-сайту	13 000
6	Стартова рекламна кампанія	25 000
Оборотні кошти		
7	Оборотні кошти	175 000
8	Закупівля сировини	30 000
Разом:		754 000
Власні кошти:		400 000,00
Необхідні позикові кошти:		354 000
Ставка:		18,00%
Термін, міс.:		36

Змінні витрати включають витрати на інгредієнти, які використовуються в приготуванні продукції, на воду, газ та електроенергію, витрачені в процесі виробництва. Для спрощення фінансових розрахунків змінні витрати розраховуються на суму середнього чека при фіксованій торговельній націнці в 250%. Постійні витрати включають орендну плату, комунальні платежі, рекламу, комісію агентам (мобільних додатків, онлайн-сервісів), амортизаційні відрахування (їх розмір визначається лінійним методом, виходячи з терміну корисного використання основних фондів та нематеріальних активів за 5 років).

#### Постійні витрати

№з/п	Найменування	Сума в міс., грн.
1	Орендна плата	40 000
2	Реклама	10 000
3	Комунальні платежі	3 500
4	Комісія агентам	5 000
5	Амортизація	11 000
6	Адміністративні витрати	5 000
Разом:		74 500

Оцінка ефективності та інвестиційної привабливості проєкту заснована на детальному аналізі фінансового плану, грошових потоків, а також простих та інтегральних показників ефективності. Для обліку зміни вартості грошей у часі використовується метод дисконтування грошових потоків. Ставка дисконтування – 20%.

Основними факторами успіху проєкту є:

- широкий оригінальний асортимент та ретельно розроблена рецептура;
- використання тільки натуральних інгредієнтів;
- ручна робота, повний цикл виробництва без напівфабрикатів;
- вдале розташування кав'ярні-пекарні.

Інвестиційні витрати спрямовані на придбання основних засобів, реалізацію стартової рекламної кампанії, а також на формування фонду оборотних коштів, кошти з якого спрямовані на покриття збитків до виходу проєкту на окупність.

#### **Основні показники ефективності проєкту**

Термін окупності (PP), міс.	6
Дисконтований термін окупності (DPP), міс.	7
Чиста приведена вартість (NPV), грн.	1 344 000
Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ARR),%	69,92%
Внутрішня норма прибутку (IRR),%	32,52%
Індекс прибутковості (PI)	1,08

#### **Можливості, загрози та фактори ризиків**

Під ризиком у бізнес-плані розуміють можливу небезпеку втрати інвестованих коштів внаслідок специфічних явищ природи або тих чи інших видів діяльності людини. Обрана нами галузь не є виключенням, тому і їй притаманні певні ризики. Ефективність управління ризиками обумовлюється їх класифікацією. Залежно від можливого результату (наслідку) ризику можна поділити на дві великі групи: *чисті та спекулятивні*.

Чисті ризики означають отримання негативного або цільового результату. До них відносять: *природний* – для місцевості, де буде розташована кав'ярня-пекарня, цей ризик не є характерним, тому що природні ризики виникають у результаті стихійних лих. Оскільки кав'ярня-пекарня розташована в місті, то рівень такого ризику є низьким; *екологічний* – цей ризик непритаманний, адже діяльність закладу не викликає забруднення навколишнього середовища; *політичний* – цей ризик частково притаманний, оскільки збільшення величини єдиного податку призведе до збільшення витрат підприємства і як наслідок збільшення цін і зменшення величини попиту. Найкращим способом захисту від чистих ризиків є зовнішнє страхування.

Спекулятивні ризики можуть мати як позитивні результати, так і негативні. До цієї групи ризиків можна віднести *комерційні*. Вони притаманні діяльності кав'ярні-пекарні і поділяються на: *майнові* – можуть виникати в результаті втрати майна; *виробничі* – підвищення цін на сировину і матеріали (в результаті інфляційних процесів). Ризик банкрутства є незначним, оскільки попит є постійним.

Отже, найбільшими ризиками для цього виду бізнесу є комерційні:

- висока ймовірність появи нових конкурентів;
- висока нестабільність купівельної спроможності;
- зміна смакових уподобань покупців;
- інфляція;
- зростання цін на витратні матеріали, електрика, газ, підвищення орендної плати тощо.

### Реалізація ідеї, проєкту

Початок реалізації проєкту – безпосередньо після прийняття бізнес-плану замовником, або після одержання кредитних чи інвестиційних коштів.

#### Основні етапи реалізації цього проєкту, умови і терміни їх виконання

Укладення інвестиційного договору	1 місяць
Отримання позикових коштів	1 місяць
Внесення в держреєстр, постановка на облік в адміністративних і податкових органах	1 місяць
Підбір місця розташування та оформлення документації	1-6 місяців
Придбання та монтаж обладнання	1 місяць
Підбір персоналу	1 місяць
Проведення маркетингової кампанії	1-2 місяці

#### Додаткова інформація

У подальшому планується створити мережу кав'ярень-пекарень «Духмяне задоволення» – це ідеальний, демократичний бренд з доброзичливим, трохи гучним сервісом, відмінним дизайнерським інтер'єром, зі свіжим, якісним, натуральним продуктом за доступною для всіх верств населення ціною. У кожному закладі пануватиме атмосфера затишку та високий рівень обслуговування гостей, забезпечення комфортного і приємного проведення часу.