

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 020 ПЗ

ЛИЧКАТОГО АНДРІЯ ЄВГЕНОВИЧА

2023 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК 005.511(083.92)637.521

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету аграрного
менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО
ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри
виробничого та інвестиційного
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «БІЗНЕС-ПЛАН З ЕКСПОРТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ФАБРИКАТІВ НА
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

Андрій ЛИЧКАТИЙ

(підпис)

(ПІБ студента)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор

Марина ДЕСИНА

(підпис)

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ

Личатому Андрію Євгеновичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес план з експорту
напівфабрикатів на європейський ринок»

затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-
правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела;
вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи розвитку ринку напівфабрикатів з твіста.
2. Розробка бізнес-плану з експорту напівфабрикатів на європейський ринок.
3. Надання пропозицій з реалізації бізнес-плану.

Дата видачі завдання «30» грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____

Лідія

ЦИНКАВУК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання _____

Андрій ЛИЧКАТИЙ

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

РЕФЕРАТ

магістерської кваліфікаційної роботи

Личкаго Андрія Євгеновича

на тему: «Бізнес план з експорту напівфабрикатів на європейський ринок»

Структура дипломної роботи магістра включає: титульну сторінку, зміст, вступ, три розділи та список використаних джерел. У роботі міститься 17 ілюстративних матеріалів (15 таблиць та 2 рисунки). У списку використаних джерел 35 назв. Загальний обсяг роботи 57 сторінок.

Актуальність теми роботи полягає у дослідженні специфіки функціонування ринку напівфабрикатів з тіста, обґрунтуванні економічної ефективності експорту національних напівфабрикатів на Європейський ринок.

Мета дослідження полягає у систематизації наукових та практичних знань щодо планування та організації бізнес-діяльності з виробництва напівфабрикатів з тіста та обґрунтування шляхів їх експорту до країн ЄС.

Об'єктом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти планування та організації бізнес-діяльності.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні засади розробки бізнес-плану відкриття агентства флористики та декору.

Основні завдання роботи: дослідити теоретичні основи розвитку ринку напівфабрикатів з тіста; розробити бізнес-план з експорту напівфабрикатів на європейський ринок; надати пропозиції з реалізації бізнес-плану; обґрунтувати пропозиції з реалізації бізнес-плану.

Наукова новизна дослідження: полягає у визначенні основних теоретичних підходів і практичних рекомендацій з розробки бізнес-плану з експорту напівфабрикатів на європейський ринок.

Практична значущість проекту полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо організації діяльності підприємства з експорту напівфабрикатів на європейський ринок.

У першому розділі відображено закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів з тіста, розглянуто особливості внутрішнього ринку напівфабрикатів з тіста та особливості виготовлення напівфабрикатів з тіста.

У другому розділі розкрито загальну характеристику бізнесу; виявлено основні конкурентні переваги проекту та побудовано бізнес-модель. Проведено розрахунок необхідної кількості інвестицій та розподілено відповідно до виокремлених статей за джерелами фінансування. Складено організаційно-виробничий план. Зроблено аналіз цільового ринку. Розраховано фінансову і економічну оцінку проекту. Виявлено можливі ризики та запропоновано шляхи їх нейтралізації.

У третьому розділі на основі зібраної інформації, запропоновано шляхи реалізації бізнес-плану та подальшого розвитку бізнесу.

Ключові слова: напівфабрикатів з тіста, виробництво, бізнес-план, управління, експорт.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НАПІВФАБРИКАТІВ З ТІСТА	6
1.1. Закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів з тіста	9
1.2. Особливості внутрішнього ринку напівфабрикатів з тіста	13
1.3. Особливості виготовлення напівфабрикатів з тіста	17
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН З ЕКСПОРТУ НАПІВФАБРИКАТІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК	21
2.1. Резюме проекту	21
2.2. Загальна характеристика бізнесу	24
2.3. Аналіз ринку і конкуренції. Особливості цільової аудиторії	25
2.4. Маркетингова стратегія	30
2.5. Організаційно-виробничий план	33
2.6. Фінансова оцінка проекту	36
2.7. Джерела фінансування проекту	38
2.8. Управління ризиками проекту	39
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ	44
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ	56

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

НУВІП України
Актуальність теми. У сучасному світі зростає значення міжнародної торгівлі та глобалізації. Європейський ринок є одним з найбільших та найбільш розвинених ринків у світі, який приваблює підприємства з усього світу. Експорт національних напівфабрикатів на Європейський ринок може бути цікавим варіантом для розширення географії торгівлі та отримання нових можливостей для бізнесу. Кожна країна має свою власну кулінарну спадщину та національні страви, які мають великий потенціал для привернення уваги споживачів. Експорт національних напівфабрикатів може допомогти популяризувати регіональні кулінарні традиції та дозволити споживачам насолоджуватися смаками і стравами з усього світу. Сучасні споживачі все більше орієнтуються на зручність та швидкість приготування їжі. Готові напівфабрикати, такі як пельмені та вареники, набувають популярності серед людей, які шукають прості та швидкі рішення для своїх прийомів їжі.

НУВІП України
 Дослідженню напрямку розвитку напівфабрикатної галузі України присвячені роботи: С. Козій, С. Михайльчук, Г. Шубіна, Т. Шугурова та інших дослідників. Слід зазначити, що недостатньо висвітленими залишаються питання бізнес-планування організації виробництва напівфабрикатів та їх експорту до країн ЄС. Необхідність теоретичних засад розроблення бізнес-планів з відкриття підприємства виробництва напівфабрикатів (вареників та пельменів) з врахуванням світового досвіду та особливостей економіки України зумовлюють актуальність теми дипломної роботи.

НУВІП України
Мета роботи – теоретичне та аналітичне дослідження планування та організації бізнес-діяльності та обґрунтування шляхів їх експорту до країн ЄС. Реалізація поставленої мети зумовила потребу у розв'язанні таких завдань дослідження:

НУВІП України
 – розглянути закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів;
 – проаналізувати особливості внутрішнього ринку напівфабрикатів;

НУВІП України

– проаналізувати особливості виробництва напівфабрикатів (вареників та пельменів);

– скласти інвестиційний план: джерела фінансування, напрями капіталовкладень;

– описати організаційно-виробничий план бізнес-проєкту;

– проаналізувати цільовий ринок та скласти маркетингову стратегію бізнес-проєкту;

– надати фінансову і економічну оцінку бізнес-проєкту;

– визначити шляхи зниження факторів економічного ризику при

виробництві напівфабрикатів;

– визначити перспективи підвищення ефективності проєкту в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є процес планування та реалізації бізнес-плану розробки проєкту з експорту напівфабрикатів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти планування та організації бізнес-діяльності.

В процесі написання роботи було використано сукупність загальноприйнятих методів і прийомів наукового пізнання. Теоретичною і методичною основою досліджень стали наукові праці вітчизняних вчених з проблем теорії і практики планування та організації бізнес-діяльності, законодавчі та нормативні акти.

У процесі дослідження використані такі методи економічних досліджень: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний (сучасний стан та перспективи виробництва напівфабрикатів в Україні), розрахунково-конструктивний та експериментальний (бізнес-план відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів) та інші.

Результати магістерського дослідження доповідалися та обговорювалися на VI міжнародній науково-практичній конференції (17-18 листопада 2022 р.) «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні

тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору», що підтверджено тезам.

Інформаційною базою дослідження були законодавчі та нормативні акти

Верховної Ради та Уряду України, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, наукові літературні джерела.

Обсяг і структура магістерської роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Загальний обсяг роботи – 57 сторінок комп'ютерного тексту, в тому числі 2 рисунки, 15 таблиць, 35 джерел використаної літератури.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 1

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НАПІВФАБРИКАТІВ З ТІСТА

НУВБІП України

1.1. Закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів з тіста

НУВБІП України

Розвиток ринку напівфабрикатів з тіста за кордоном був досить вражаючим та зазнав значних змін упродовж останніх років. Популярність готових тістечок, піци, пельменів, різноманітних равіоли та інших продуктів, які можна приготувати швидко і легко, зростає серед споживачів у багатьох країнах.

НУВБІП України

Один з ключових факторів, що впливають на розвиток ринку напівфабрикатів з тіста, – це зміна споживачьких звичок. Сучасні люди, які живуть в швидкому темпі, все більше цінують зручність та швидкість готування їжі. Напівфабрикати з тіста дозволяють зекономити час та зусилля, не втрачаючи

НУВБІП України

смаку та якості страв. На допомогу приходять заморожені вареники та пельмені – ситні, швидкі у приготуванні та за доступною ціною. 54% споживачів вживають напівфабрикати двічі-тричі в тиждень, 21% – раз на тиждень, 15% – двічі-тричі на місяць, 7% – раз на місяць, 3% – рідше, ніж раз на місяць.

НУВБІП України

Орієнтири, за якими обирають бажаний продукт, такі: від ферми до столу, вибір місцевих продуктів, демонстративне споживання, швидке приготування у зв'язку із браком часу. Люди хочуть купувати екологічно чистий продукт із чесним складом – такою є тенденція у всьому світі.

НУВБІП України

Зараз світовий ринок заморожених продуктів харчування оцінюється в \$ 40 млрд. на рік і неухильно розвивається. У США, наприклад, 94% жителів споживають заморожені напівфабрикати. Тенденція останнього часу виробництво все більш складних продуктів вищої цінової категорії [29].

НУВБІП України

У «заморозки» є виробнича особливість, що створює відміну від інших сфер харчової промисловості. Так промисловий спосіб заморожування у великих обсягах вважається найбільш ефективним, оскільки забезпечує моментальну, шокову заморозку при дуже низькій температурі, а значить, є найбільш щадним способом, який зберігає максимум корисних речовин продукту. Продукція

заморожених напівфабрикатів включає в себе пельмені, м'ясні напівфабрикати, млинці, піцу, вареники, заморожені вироби з тіста і готові страви [16].

У структурі ринку заморожених продуктів в європейських країнах переважають сегменти овочів і ягід, серед напівфабрикатів з тіста у Європі найбільш популярним є піца. Найменшу частку займають нем'ясні варіанти продукції: вареники з картоплею, грибами, капустою, сиром і т.п. Останнім часом спостерігається незначне зростання сегмента заморожених кльбобулочних виробів, рибних напівфабрикатів, заморожених плодів і овочів, листкового тіста [10].

Одним із головних трендів є розширення асортименту продуктів та вдосконалення їх якості.

Виробники активно впроваджують нові рецепти та інгредієнти, що дозволяє отримати більш смачні та здорові напівфабрикати. Також зростає попит на органічні та натуральні продукти без штучних добавок та консервантів. Закордонні виробники також активно використовують інноваційні технології виробництва та упаковки. Вони використовують зручну упаковку, яка зберігає свіжість продукту та сприяє збереженню всіх корисних властивостей. Крім того, деякі виробники використовують заморожування для збереження продукту без додавання хімічних консервантів.

На сучасному етапі розвитку важливими проблемами залишаються якість та безпечність харчових продуктів. Зусилля науковців мають бути направлені на пошуки інноваційних спрямувань поліпшення рецептурного складу, удосконалення технології виробництва, розширення асортименту харчових продуктів підвищеної харчової і біологічної цінності, особливо цільового й оздоровчого призначення.

У наш час спостерігається тенденція до використання різних начинок для вареників, зокрема таких, що на перший погляд зовсім не сумісних один з одним. Досить популярні вареники з м'ясною начинкою: зі свининою, яловичиною, куркою, телятиною та шкварками. Серед шедеврів - вареники з бараниною, качкою або гусятиною. Також використовують в якості начинки

ковбасу і фермерські сири наприклад, з овечою бринзою з Татр. Ще однією начинкою є риба, зокрема, оселедець.

Польські гурмани експериментують з зеленими овочами: спаржею, шпинатом, зеленим горошком, стручкової квасолею, шавлем або брокколі в поєднанні з якісним домашнім сиром. У солодкі вареники кладуть абрикоси,

чорницю, яблука, черешню або вишню, макову начинку. Їх можна посипати цукровою пудрою або поливати розтопленим маслом. Це блюдо може перетворитися в вишуканий десерт, якщо подавати його з апельсиновим соусом,

лимонним кремом, crème anglaise, шоколадним ганаш. Також прикладом

нетрадиційних начинок є:

сирно-гарбузова;

начинка із квашених опіrkів;

квасолева з грибами;

з твердого сиру з печерицями;

печінкова начинка з салом;

з квашеної капусти;

несолодка сирна начинка з кмином;

із сушених грибів;

з печірки;

з капустою, грибами й оселедцем;

начинка із сушеними грибами та рисом;

з вишень та манки;

шоколадна начинка з вишнями.

Зростає популярність веганської та вегетаріанської кухні, що стимулює розширення асортименту напівфабрикатів з тіста без вмісту животних продуктів.

Виробники розробляють різноманітні веганські та вегетаріанські опції, що задовольняють потреби споживачів, які обмежують споживання м'яса або животних продуктів.

Отже, наразі спостерігаємо такі позитивні тенденції для виробників на світовому ринку напівфабрикатів.

- скорочення частки м'ясних напівфабрикатів, що продаються на вагу;
- розвиток ринку високого цінового сегменту;
- розвиток логістичної інфраструктури.

Зростанню попиту на напівфабрикати сприяє низка чинників:

- урбанізація;
- зміни раціону населення;
- збільшення кількості вегетаріанців та працевлаштованих жінок;
- виробництво м'яса-органік.

Завдяки Інтернету та онлайн-магазинам, споживачі мають змогу замовляти

продукти напряму з компаній-виробників чи дистриб'юторів безпосередньо до своїх дверей. Це дозволяє зручно й швидко придбати бажані напівфабрикати з тіста без необхідності відвідувати фізичні магазини. Також виробники

напівфабрикатів активно використовують соціальні медіа та онлайн-маркетинг для просування своїх продуктів. Рекламні кампанії у соціальних мережах, блоги з кулінарними рецептами та відеоуроки готування допомагають залучати увагу споживачів та показати їм різноманітність застосування продуктів.

На міжнародному ринку видно зростання популярності екзотичних та міжнародних кухонь. Інгредієнти та рецепти з різних країн стають доступнішими

завдяки готовим напівфабрикатам з тіста. Це дає споживачам можливість експериментувати та готувати страви, які раніше можливо було знайти лише у ресторанах. Розвиток туризму сприяє поширенню напівфабрикатів з тіста.

Туристи, які побували у різних країнах та спробували там місцеві страви, можуть знайти готові напівфабрикати з тіста, які дозволяють їм насолоджуватись смаком улюблених страв навіть після повернення додому.

Закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів з тіста показує, що важливим фактором є постійна інновація та вдосконалення якості продуктів.

Виробники постійно шукають нові способи покращення смаку, текстури, аромату та харчової цінності своїх продуктів, а також звертають увагу на етичні та стандарти виробництва.

1.2. Особливості внутрішнього ринку напівфабрикатів з тіста

Найпопулярніша категорія напівфабрикатів в Україні – м'ясні напівфабрикати (з використанням тіста і без нього). Разом з пельменями їх частка становить понад 80% від усього споживання заморожених напівфабрикатів.

Серед м'ясних напівфабрикатів можна виділити рубані напівфабрикати (фарш, різні котлети, биточки, зрази, фрикадельки). Спостерігається зростання попиту на м'ясні напівфабрикати з птиці, оскільки дана продукція вважається більш дієтичною [10].

Ринок заморожених готових напівфабрикатів в Україні стикається з низкою складнощів, які в цілому призводять до скорочення обсягів виробництва, споживання і відсутності позитивної динаміки розвитку ринку. Основними проблемами, з якими стикаються виробники – це: відсутність якісного і недорогої сировини внутрішнього виробництва, і проблеми збуту продукції через жорсткої політики торговельних мереж.

Крім того в останні роки в засобах мас-медіа не раз підіймається питання про шкоду готової напівфабрикатної м'ясної продукції, що сприяло падінню попиту на напівфабрикати. Відсутність на ринку серйозних зарубіжних виробників і недостатні потужності національних гравців тільки сприяють тому, що в Україні не проводиться активна маркетингова політика, яка захищала б і просувала продукцію заморожених напівфабрикатів.

Динаміка ринку напівфабрикатів заморожених залежить від доходів населення. Найбільшу частку займає продукція середньо- і низькоцінового сегмента. Зі збільшенням рівня доходів населення збільшується і попит на продукцію високоціновому сегмента, однак, в Україні частка продукції преміум-сегмента всього близько 3%. У преміум-сегменті представлена брендована продукція, виготовлена з натуральної сировини, але така продукція занадто дорога для споживачів з низьким і середнім рівнем доходу [3].

Останнім часом розвиток ринку заморожених напівфабрикатів не можна назвати активним, оскільки значного зростання в споживанні або попиту на дану

продукцію не спостерігається. Саме тому багато вітчизняних виробників прагнуть мінімізувати свої витрати на маркетингове просування і намагаються зберегти свої ринкові позиції за рахунок введення на ринок нових продуктів і за рахунок експортної діяльності в країни СНД.

Структура ринку заморожених продуктів в Україні істотно відрізняється від західної. В Україні переважають продукти, характерні для національної кулінарної традиції, зокрема пельмені і вареники. Лідерство цього народного продукту склалося історично, і в недалекому майбутньому ситуація навряд чи кардинально зміниться, адже пельмені регулярно купують майже три чверті українських споживачів [24]. Що стосується структури ринку, то питома вага пельменів на ньому складає більше половини загального продажу – близько 63%, вареників – близько 16%, котлет – 6%, фаршу – 4%, рибних паличок, бургерів – 3%, заморожених хлібобулочних виробів – 2 %, піци – 2%. Найбільший обсяг споживання продуктів глибокої заморозки припадає на нижній і середній ценовий сегменти [30].

Поточні результати голосування Інтернет-аудиторії 2023 року показали, що найбільш популярні є торові марки «Геркулес», «Три ведмеді» і «Галя Балувана» (рис. 1.1).

Розглянемо докладніше діяльність виробників лідерів ринку заморожених напівфабрикатів.

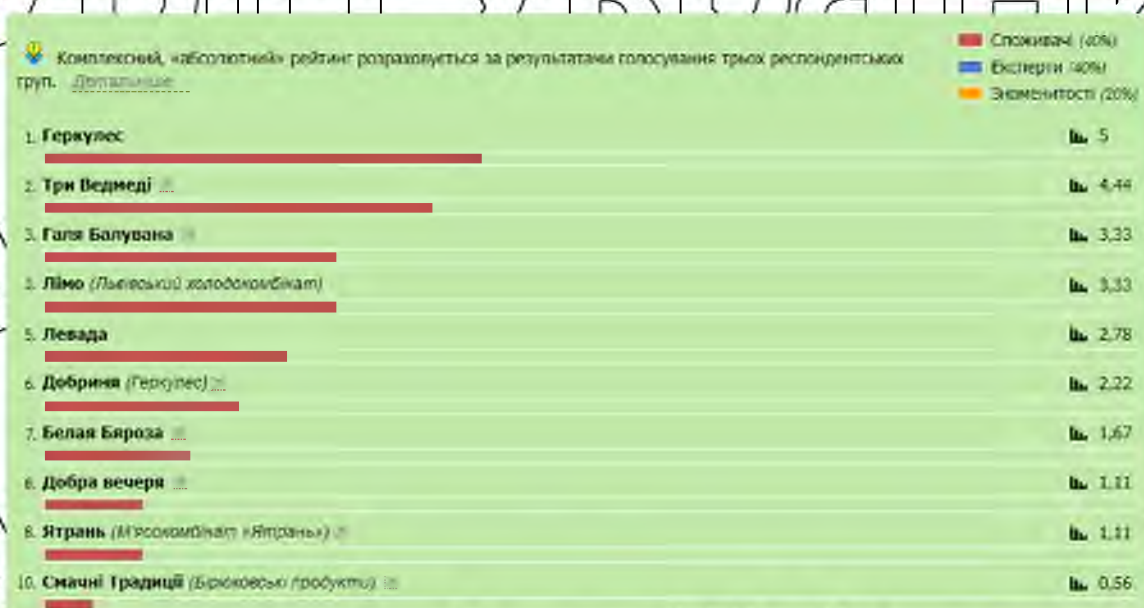


Рис. 1.2. Результати голосування Інтернет-аудиторії за 2023 рік щодо вибору торговельної марки напівфабрикатів

Джерело: сформовано на основі [30]

Компанія «Геркулес» є лідером в області виробництва заморожених напівфабрикатів. В Україні компанія працює вже 15 років. На виробничих потужностях використовується новітнє обладнання, що дозволяє випускати продукцію високої якості. Крім того вся продукція компанії підлягає міжнародній сертифікації. При виробництві заморожених напівфабрикатів використовується сучасна технологія шоквої заморозки, яка дозволяє зберегти всі корисні речовини і вітаміни готової продукції. Продукція підприємства «Геркулес» виробляється виключно з натуральної сировини, контроль якості якого проводиться в спеціальних лабораторіях підприємства. Продукцію заморожених напівфабрикатів підприємство випускає під торговими марками «Геркулес», «Добриня», «Еники-беники», «Макарена», «Диканька». Асортимент продукції включає: пельмені ТМ «Геркулес» (фірмові, сибірські, курячі, з м'ясом індички, домашні; равіоли уральські і пельмені сімейні ТМ «Еники-беники»; равіоли сибірські і равіоли домашні ТМ «Добриня»; вареники ТМ «Геркулес»: з картоплею, з картоплею та грибами, з картоплею і печінкою, з сиром солодкі, з капустою, з вишнею; вареники з картоплею ТМ «Еники-беники»; тісто листкове і дріжджове ТМ «Геркулес». Компанія «Геркулес» має 22 філії і 7 представництв на території України. Ексклюзивним дистрибутором є ПП «Український продукт». Крім виробництва заморожених напівфабрикатів компанія займається виробництвом морозива і молочної продукції.

Компанія «Три ведмеді» вже протягом багатьох років є одним із визнаних лідерів на ринку морозива та заморожених продуктів. Центральний офіс знаходиться в Києві, а основні виробничі потужності компанії зосереджені в Бердичеві. Випускає продукцію під торговими марками Три Ведмеді, Монасо, Моржо, Главхолод, Альпійські історії, Мішутка, Від Шефа. Компанія «Три Ведмеді» випускає напівфабрикати за 4 брендами.

– базова лінійка «Три Ведмеді» – 7 SKU: 3 види – пельмені, 4 – вареники;

– більш преміальна лінійка «Від шефа» – 4 SKU: 2 види – пельмені, 2 – вареники;

– дитяча лінійка «Мішутка» – 4 SKU: 3 види – пельмені, 1 – вареники;

– а також заморожена піца Don Pizzeria.

ТМ «Галля Балуваня» нова у рейтингу, але стрімко увійшла у трійку лідерів. В українських традиціях важливу роль у сім'ї відіграє повноцінне і водночас смачне харчування. У теперішніх реаліях, коли час на вагу золота, на допомогу

сучасним господиням приходять мережа домашніх напівфабрикатів «Галля Балувана»

Проаналізувавши ринок заморожених напівфабрикатів можна зробити висновки, що виробництво заморожених напівфабрикатів останніми роками має позитивну динаміку, зростає обсяг експорту, закріплюються позиції вітчизняних

брендів. Не зважаючи на сильні позиції лідерів галузі, постійно з'являються нові торгові марки, що здобувають свою частку ринку завдяки вивченню потреб споживачів та пропозиції нових смаків, нестандартних форм, пакування тощо. Лідерами на ринку України є ТМ «Три ведмеді», «Геркулес», «Галля Балувана».

Основною проблемою, яка стоїть перед виробниками напівфабрикатів – це сировина. З кожним роком кількість сировини зменшується, а ціни на неї

зростають: практично вдвічі в порівнянні з минулим роком збільшилися ціни на базову сировину (м'ясо, сало, борошно) та інгредієнти для виробництва

напівфабрикатів. Виходячи саме з цих проблем підприємства-виробники змушені підіймати ціни на готову продукцію. На розвиток так званої

«напівфабрикатної» галузі впливають також такі чинники: низька якість української сої; висока вартість закордонного обладнання; відсутність сучасного українського устаткування для виробництва заморожених напівфабрикатів; труднощі входу в мережі супермаркетів.

Хороші можливості сьогодні мають виробники, які виготовляють традиційні продукти в середньому ціновому сегменті, тому що на них прогнозується підвищення попиту. Можливі також скорочення витрат

виробників на виведення і просування нових марок та зниження рівня конкуренції в середньому і високому цінових сегментах. Варто відзначити, що навіть в умовах кризи ринок заморожених продуктів збереже свою привабливість і буде рости, але не такими високими темпами. Разом з тим аналітики прогнозують досить високі темпи розвитку сегмента напівфабрикатів з м'яса птиці.

1.3. Особливості виготовлення напівфабрикатів з тіста

Розглянемо технологію виготовлення напівфабрикатів з тіста на прикладі вареників та пельменів, які є традиційними стравами, що мають багато варіацій у різних кухнях світу. Виготовлення цих напівфабрикатів з тіста вимагає уважності, точності та вміння працювати з тістом і начинкою, щоб забезпечити якість та смачний результат.

Виготовлення напівфабрикатів з тіста, таких як вареники та пельмені, має свої особливості і включає в себе такі етапи:

1. У промисловому виробництві важливо мати стандартизовані інгредієнти, тому підготовка тіста починається зі змішування точних пропорцій мукки, води, яєць, солі та інших додаткових інгредієнтів. Цей процес може бути автоматизованим за допомогою спеціалізованих змішувачів.

2. Отримане тісто подається в автоматичні машини, які автоматично розкочують його в тонкі шари або створюють листи тіста. Завдяки автоматизації цей процес може бути швидким і ефективним.

3. Для промислового виробництва вареників та пельменів часто використовуються автоматичні системи дозування, які точно вимірюють інгредієнти для начинки, такі як м'ясо, картопля або інші складові. Це допомагає забезпечити однорідну якість та точність у кожному напівфабрикаті.

4. У промисловому масштабі використовуються спеціалізовані машини для формування вареників та пельменів. Ці машини автоматично розкладають тісто, додають начинку та формують напівфабрикати згідно з встановленими

параметрами. Далі вони можуть бути запечені або паровим методом, залежно від типу продукту.

5. Після формування напівфабрикатів з тіста, вони піддаються процесу охолодження для забезпечення стійкості та збереження свіжості. Це включає використання спеціальних холодильних камер або тунелів з контрольованою температурою.

6. Після охолодження напівфабрикати зпаковуються відповідно до вимог безпеки та гігієни. Це можуть бути пластикові пакети, плівка або контейнери. Упаковка допомагає зберегти якість продукту, запобігаючи втраті вологи та захищаючи його від зовнішнього середовища.

7. Після упаковки напівфабрикати піддаються процесу заморожування. Заморожування відбувається шляхом розміщення продукту в морозильній камері або використання спеціальних заморожувальних тунелів. Цей процес допомагає зберегти свіжість, текстуру та смак напівфабрикатів, а також забезпечує їх тривалий термін зберігання.

8. Після заморожування напівфабрикати готові до дистрибуції та подальшого використання. Вони можуть бути транспортовані до різних місць продажу, таких як супермаркети, ресторани або інші заклади громадського харчування.

Проведемо технологічний розбір техніки приготування вареників з різними начинками (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Норми закладки сировини

Сировина	Брутто	Нетто
Тісто:		
Борошно пшеничне	200	200
Вода	200	200
Олія рослинна	30	30
Сіль	3	3
Начинка: м'ясо	600	600
Сіль	3	3

Яловичина	500	500
Цибуля ріпчаста	100	82
Перець чорний мелений	2	2
Пасеровка для подачі:		
Олія рослинна	90	90
Цибуля ріпчаста	75	59
Вихід	-	4 порцій по 250 г

Джерело: сформовано на основі [12]

Технологічна карта вареників з картоплею і шкварками наведено у табл.

1.2.

Технологія приготування вареників з картоплею і шкварками. З тіста роблять валик, який нарізують невеликими шматочками (масою 10-11 г), розкачують кружальцями завтовшки 1,5-2 мм, посередні кладуть начинку (12-13 г на 1 шт.), краї з'єднують, защипують, надають форму півмісяця. Вареники кладуть у киплячу підсолену воду і варять 5-7 хв. при слабкому кипінні,

Вимоги до якості. Вареники – правильної форми, яка зберігається, краї добре защипані. Поверхня гладенька, без тріщин і розривів. Смак і запах відповідають виробу з прісного тіста з ароматом начинки. Колір оболонки – від світло-сірого до світло-кремового, начинки – відповідає певній начинці.

Консистенція оболонки - щільна, м'яка, начинки – соковита, м'яка.

Таблиця 1.2

Технологічна карта вареників з картоплею і шкварками

Сировина	Брутто	Нетто
Тісто для вареників		82
Начинка		03
Маса сирих вареників		185
Маса варених вареників		200
Цибуля ріпчаста	25	21
Сало шпик	19,8	19
Маса пасерованої з салом цибулі		25
Вихід		225

Джерело: сформовано на основі [12]

Промислове виробництво напівфабрикатів з тіста дозволяє забезпечити масове виробництво з високою якістю та стандартами безпеки харчових продуктів. Використання автоматизованих процесів дозволяє знизити витрати праці та забезпечити стабільність якості виготовлених продуктів з тіста. Це

дозволяє підвищити продуктивність, знизити витрати праці та забезпечити стабільну якість продукції. У процесі виробництва важливо забезпечити стандартизацію та якість продукту. Підприємства використовують системи контролю якості, включаючи автоматичний контроль ваги, візуальний огляд та

детектування металевих домішок. Це допомагає гарантувати, що кожен напівфабрикат відповідає встановленим стандартам. Необхідно дотримуватись високих стандартів гігієни, зокрема регулярно проводити очищення та дезінфекцію обладнання та приміщень. Забезпечується дотримання правил особистої гігієни працівників, таких як використання спеціального одягу, масок та рукавичок.

Для успішного бізнесу в цій галузі важливо мати унікальні рецептури та інноваційні підходи до виготовлення напівфабрикатів. Змішування різних начинок, використання натуральних інгредієнтів або створення вегетаріанських/веганських варіантів може допомогти залучити більше клієнтів

та розширити ринок. Інвестування в сучасне обладнання та технології автоматизації допоможе підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість виготовлених напівфабрикатів. Автоматизовані системи можуть контролювати процеси замішування тіста, формування, варіння або заморожування, що дозволить ефективніше використовувати ресурси та забезпечити стабільну якість.

Для успішного бізнесу важливо розробити ефективну стратегію маркетингу та брендування. Визначення цільової аудиторії, створення привабливого логотипу та упаковки, використання соціальних медіа та рекламних кампаній можуть допомогти привернути увагу споживачів та побудувати сильний бренд. Важливим аспектом є розробка ефективної стратегії дистрибуції та вибір оптимальних каналів збуту.

РОЗДІЛ 2

БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА НАПІВФАБРИКАТІВ З ТІСТА

2.1. Резюме проекту

Ідея проекту полягає у відкритті цеху по виробництву напівфабрикатів та їх експорту на Європейський ринок у місті Київ. Організаційно-правовою формою реалізації проекту стане неюридична особа, приватне підприємство.

Приватний підприємець є платником єдиного податку, II форма оподаткування.

Таблиця 2.1

Показники ефективності проекту

Показники основної діяльності	Середні значення за проектом
Середній обсяг реалізації продукції грн/міс.	348 904
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	278 034
EBITDA, грн/міс.	70 871
Чистий прибуток, грн/міс.	50 975
Грошовий потік, грн/міс.	53 282
Показники продаж	Значення за проектом
Точка беззбитковості, % реалізації продукції	84%
Точка беззбитковості, грн в середньому на міс.	17 627 211
Величина операційного важеля	293 787
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	14%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	18%
Рентабельність активів	187,8%
Показники оборотності	Середні значення за проектом
Оборотність	11,34
Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс.	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	84,2%
Загальний обсяг фінансування проекту	501 500
Чистий грошовий потік	2 787 489
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 749 613
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урах. вартості бізнесу	3 518 300
Термінальна вартість бізнесу	1 768 687
PB (Простий термін окупності), роки	0,8
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	0,8
PI (Індекс доходності за проектом)	4,49

Джерело: сформовано автором

Основною метою є забезпечення сталої прибутковості та конкурентоспроможності проекту на європейському ринку, що дозволить здобути позицію серед інших постачальників та розвивати бізнес в майбутньому.

Цілями проекту є:

1. Створення власного цеху, де будуть виготовлятися високоякісні напівфабрикати, які відповідають європейським стандартам якості та смаковим вимогам споживачів.

2. Проект має на меті успішно вивести продукцію на європейський ринок, забезпечуючи стабільний і ефективний експорт, що включає в себе оптимізацію логістики, митні процедури та співпрацю з дистриб'юторами та партнерами на цьому ринку.

3. Проект спрямований на створення прибуткового бізнесу, який забезпечуватиме стале зростання доходів та збільшення обсягів виробництва з повним часом.

4. Проект ставить за мету задовольнити попит на високоякісні напівфабрикати, що включає в себе вареники та пельмені, виготовлених за високими стандартами безпеки та якості.

Діяльність цеху по виробництву напівфабрикатів в основному полягає в:

1. Виготовлення різноманітних напівфабрикатів, таких як пельмені, вареники. Виробництво включає в себе приготування, упаковку та маркування продукції відповідно до стандартів якості та безпеки.

2. Вибір якісної сировини та інгредієнтів для приготування напівфабрикатів. Це включає в себе вибір м'яса, овочів, тіста та інших складових, які використовуються у виробництві.

3. Рецептурна розробка готових страв та рецептів, які визначають склад і співвідношення інгредієнтів для досягнення певного смаку та якості продукції.

4. Використання різноманітного кулінарного обладнання, такого як форми для виготовлення пельменів, паста-машини, пічі для піци, котли для варення тощо.

5. Забезпечення високої якості продукції та дотримання санітарних норм є важливим аспектом діяльності. Це включає в себе контроль якості сировини, дотримання стандартів виробництва, забезпечення чистоти та гігієни на підприємстві.

6. Готові напівфабрикати упаковуються відповідно до стандартів та маркуються інформацією про продукт, терміном придатності та іншою необхідною інформацією.

7. Організація логістики та доставки продукції на різні ринки та до партнерів є важливою частиною діяльності цеху. Це може включати в себе управління запасами, розкладання поставок, співпрацю з логістичними компаніями та дистриб'юторами.

8. Розробка маркетингової стратегії, включаючи визначення цільової аудиторії, ціноутворення, просування продукції на ринок та взаємодію з клієнтами. Продажі можуть включати оптову та роздрібну торгівлю через різні канали збуту, включаючи супермаркети, ресторани, онлайн-магазини та інші точки продажу.

9. Встановлення партнерських відносин з іншими галузевими гравцями, такими як постачальники сировини, дистриб'ютори, ресторани та гурманські заклади. Це може сприяти розширенню ринків збуту та створенню нових можливостей.

Послуги додаткового характеру для цеху по виробництву напівфабрикатів:

- можливість замовлення продукції цеху онлайн та доставка її прямо до дверей клієнтів, включаючи домашню доставку готових страв;

- встановлення партнерських відносин з ресторанами та закладами громадського харчування, надання продукції у великих обсягах, спеціальні умови для рестораторів.

Загалом, діяльність цеху по виробництву напівфабрикатів включає в себе весь цикл виробництва, від вибору сировини до маркетингу та реалізації готової продукції на ринку. Ключовою метою є створення високоякісних та смачних

продуктів, які задовольняють потреби споживачів і забезпечать сталу прибутковість бізнесу.

НУБІП УКРАЇНИ

2.2. Загальна характеристика бізнесу

Організаційно-правовою формою реалізації проекту стане приватний підприємець, який буде платником єдиного податку, П'ятого сподаткування.

НУБІП УКРАЇНИ

Концепція бізнес-проекту – відкриття бізнесу щодо виготовлення напівфабрикатів з тіста (вареників та пельменів) передбачає створення інноваційного, високоякісного та конкурентоспроможного підприємства з метою задоволення попиту на якісні готові харчові продукти та забезпечення зручних варіантів харчування для клієнтів.

НУБІП УКРАЇНИ

Основні цілі та завдання проекту включають:

Однією з головних цілей проекту є створення широкого асортименту вареників та пельменів високої якості, які відповідають смаковим уподобанням клієнтів. Використання натуральних інгредієнтів та унікальних рецептур можуть бути одними з методів досягнення цієї мети.

НУБІП УКРАЇНИ

Проект має на меті задовольнити потреби різних сегментів клієнтів, включаючи особи зайняті в роботі, сім'ї, студентів та інші категорії споживачів. Це може бути досягнуто шляхом розробки різноманітності начинок та врахування дієтичних обмежень (веганські, безглютенові, тощо).

НУБІП УКРАЇНИ

Головним пріоритетом проекту є забезпечення безпеки харчових продуктів. Потрібно дотримуватися всіх вимог щодо гігієни, зберігання, транспортування та пакування продукції. Важливо впровадити систему контролю якості, яка забезпечує стабільну якість продукту на кожному етапі виробництва. Це може включати внутрішні та зовнішні аудити, лабораторні аналізи, перевірку ідентифікації та контроль за процесом виробництва.

НУБІП УКРАЇНИ

Використання сучасного обладнання та технологій допоможе забезпечити високу якість продукту.

НУБІП УКРАЇНИ

Виробництво якісних напівфабрикатів з тіста потребує ефективного маркетингу для залучення та утримання клієнтів. Створення привабливого бренду, проведення рекламних кампаній, участь у спеціальних заходах, співпраця з ресторанами та готелями, активна присутність в соціальних медіа.

Управління бізнесом щодо виробництва напівфабрикатів з тіста вимагає компетентного управління ресурсами, персоналом, фінансами та данцюгом постачання. Важливо створити ефективну організаційну структуру, проводити аналізи продуктивності та вдосконалювати процеси для досягнення максимальної ефективності та рентабельності.

Проведення дослідження ринку та аналіз конкурентів допоможе визначити потенційну аудиторію, встановити цінну політику, зрозуміти переваги та недоліки конкурентів. Це допоможе розробити стратегію, яка дозволить виокремитися на ринку.

Ціннісною пропозицією бізнес-проекту буде:

- ручна робота;
- екологічність;
- кращий смак;
- краща якість;
- доставка до клієнта.

Ключові партнери підприємства з виробництва напівфабрикатів вареників та пельменів мають стати муніципалітет, постачальники сировини, роздрібні магазини та фірми-оптовики.

2.3. Аналіз ринку і конкуренції. Особливості цільової аудиторії

Напівфабрикати з тіста можуть бути продані через різні канали, такі як:

1. Доставка продукції клієнтам додому
2. Роздрібна торгівля: супермаркети, гіпермаркети, магазини з продуктами харчування та інші роздрібні точки продажу. Необхідно встановити партнерство з торговими мережами та забезпечити належне розміщення та

видимість продукту на полицях.

3. Великі замовники, такі як ресторани, готелі, кейтерингові компанії та заклади громадського харчування, можуть бути потенційними клієнтами для оптової поставки напівфабрикатів. У цьому випадку, важливо побудувати стійкі відносини з оптовими покупцями, пропонувати конкурентні ціни та забезпечити своєчасну доставку.

4. Зростаюча популярність онлайн-шопінгу створює можливості для продажу напівфабрикатів через власний веб-сайт або платформи електронної комерції. Інтернет-продажі можуть дозволити досягти більшої аудиторії, залучити клієнтів з різних регіонів та надати зручний спосіб покупки.

5. Можливість співпраці з харчовими дистриб'юторами або встановлення власної роздрібно мережі. Харчові дистриб'ютори мають велику мережу зв'язків з різними точками продажу та можуть допомогти розповсюдити напівфабрикати на більш широку територію. Заснування власної роздрібно мережі може забезпечити більший контроль над процесом продажу та взаємодією з клієнтами.

6. Експорт вироблених напівфабрикатів на ринок країн ЄС.

Дуже привабливо передати продаж готової продукції в роздрібні магазини, але якщо бізнес відкривається з нуля, то про виробництво у великих об'ємах говорити не доводиться. В такому випадку максимально вигідним каналом реалізації буде самостійна доставка покупцям. Середня націнка у будь-якому магазині коливається від 50 – 100%, в кращому випадку – 30%. Виключенням можуть стати спеціалізовані магазини по торгівлі екологічними чистими продуктами харчування. Вірогідність, що в звичайному магазині покупець зверне увагу на унікальність продукту досить низька.

Одним з конкурентів майбутнього бізнесу, на який варто орієнтуватись, є інтернет-магазин «Pomidor». «Pomidor» пропонує широкий асортимент заморожених натуральних напівфабрикатів з доставкою додому або в офіс. «Pomidor» співпрацює з 15-ма фермерськими господарствами, що постачають яйця і м'ясо вирощене без гормонів та антибіотиків, продукцію з домашнього

незбираного молока, овочі та фрукти без пестицидів, натуральний мед. Напівфабрикати виготовляються вручну, можливе виготовлення на індивідуальне замовлення клієнта. Одна із конкурентних переваг – можливість замовити товар на пробу і переконатися самостійно у свіжості, натуральності та

смакових якостях продуктів, немає обмежень на масу товарів для замовлення. В асортименті «Ромідог» вареники з різними начинками (картопля, вишня, капуста, творог, курка, свинина, яловичина, кролик), хінкалі, манти, котлети, нагетси, млинці з різними начинками, сирники, відбивні.

Ще одним з конкурентів буде «Пан Коцький», який виробляє вареники з картоплею та іншими різноманітними складниками з виключно натуральних інгредієнтів, вирощених в екологічно чистих умовах. Вареники виготовляються вручну. Яйця для тіста беруться с домашніх господарств, а картопля для начинки вирощується на фермерських угіддях. Продаж продукції відбувається через 3

ключові канали:

1. Торгові мережі
2. Заклади харчування
3. Доставка до дверей

Виробничі потужності підприємства «Пан Коцький» розташовані в екологічно чистому районі на Київщині (сmt.Макарів).

Аналізуючи ринок конкурентів за всіма перерахованими етапами, можна сказати, що найбільшими конкурентами є магазини «Квіти» та «Квітковий рай»

Центральний ринок (табл. 2.2).

На основі цих висновків можна розробити стратегію конкуренції, яка враховує переваги та слабкі сторони обох конкурентів і допоможе вирішити, як позиціонувати свій цех на ринку напівфабрикатів, як підкреслити конкурентні переваги та як привернути цільову аудиторію.

Таблиця 2.2

Опис конкурентів цеху по виробництву напівфабрикатів

Параметр	«Pomidor»	«Іван Коцький»
Рівень цін	Високий	Середній
Якість продукції	Висока	Середня
Асортимент товарів	Широкий	Обмежений
Маркетингові акції	Активні	Мінімальні
Лояльність клієнтів	Висока	Середня
Інноваційність	Висока	Низька
Географічний охоплення	Регіональний	Місцевий

Джерело: сформовано автором

Сегменти цільового клієнту бізнес-проекту:

- зайняті люди середнього та високого достатку, які цінують свій час, і готові переплачувати за впевненість у найвищій якості продуктів на своєму столі;
- ресторани та кафе національної кухні.

До клієнтів буде використовуватись індивідуальний підхід до споживача, знання його смаків і відповідність їм та клієнтоорієнтованість. Бізнес може бути організований як домашнє виробництво і продаж «з рук в руки». Але реально вигідним бізнесом він стає при досягненні об'ємів, (при організації цеху та дотримання вимог СЕС).

SWOT-аналіз буде корисним інструментом для оцінки перспектив відкриття цеху по виробництву напівфабрикатів (табл. 2.3).

Сильні сторони:

1. Висока якість продукції може привертати вимогливих клієнтів та сприяти їхній лояльності.
2. Широкий асортимент продукції можливо задовольняти різні потреби клієнтів і збільшувати обсяги продажів.
3. Наявність досвідченої команди може сприяти ефективному виробництву та управлінню бізнесом.
4. Здатність до інновацій може допомогти розвивати нові продукти та підходи до виробництва.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз відкриття цеху по виробництву напівфабрикатів

Слабкі сторони (Weaknesses)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Висока якість продукції	Високі витрати на виробництво
Широкий асортимент продукції	Низька відомість бренду
Досвідчена команда	Первинні витрати на обладнання
Висока інноваційність	Обмежений географічний охоплення
	Залежність від обмеженого постачальника
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Рост попиту на готові страви	Конкуренція на ринку
Розширення ринків збуту	Зміни у законодавстві
Партнерства з ресторанами	Зміни у споживчому смаку
Розвиток онлайн-продажів	Підвищення вартості сировини

Джерело: сформовано автором

Слабкі сторони:

1. Високі витрати можуть вплинути на прибутковість бізнесу та конкурентоспроможність на ринку.
2. Низька відомість бренду може ускладнити привертання клієнтів та конкурування з відомими брендами.
3. Великі витрати на обладнання можуть потребувати значних фінансових ресурсів для запуску бізнесу.
4. Обмежений географічний охоплення може обмежити ваш потенційний ринок та збут продукції.

Можливості:

1. Зростання попиту на готові страви може створити нові ринкові можливості для вашого цеху.
2. Розширення на нові ринки або регіони може сприяти збільшенню обсягів продажів і прибутковості.
3. Співпраця з ресторанами може створити додаткові збутові канали та ринкові можливості.

4. Використання онлайн-продажів може допомогти досягти нових клієнтів і розширити географічний охоплення.

Загрози:

1. Значна конкуренція може вплинути на ціновий тиск і прибутковість.

2. Зміни у законодавстві (наприклад, стандарти якості або санітарні вимоги) можуть створити додаткові обов'язки та витрати.

3. Зміни у смаках і уподобаннях споживачів можуть вплинути на попит на продукцію.

4. Підвищення цін на сировину може збільшити виробничі витрати і вплинути на цінову стратегію.

SWOT-аналіз допомагає краще розуміти бізнес та його оточення, і використовувати цю інформацію для розробки стратегії, яка максимізує переваги, враховує слабкі сторони, використовує можливості та управляє загрозами.

2.4. Маркетингова стратегія

Розробка маркетингової стратегії для цеху по виробництву напівфабрикатів важлива для привертання клієнтів та збільшення продажів.

1. Аналіз ринку та конкурентів: проведення докладного аналізу ринку напівфабрикатів, включаючи розмір ринку, тенденції, конкуренцію і потреби споживачів.

2. Сегментація ринку: визначення цільових сегментів ринку, які цікавлять.

3. Позиціонування бренду як постачальника високоякісних напівфабрикатів або інноваційних рішень для швидкого приготування їжі.

4. Встановлення конкурентоспроможн цін, які враховують витрати на виробництво і маржа прибутку.

5. Визначення цільової аудиторії: розробити асортимент продукції, який відповідає потребам цільової аудиторії, і підкреслюйте важливість якості та інноваційності.

6. Розробка плану продажів, включаючи канали розповсюдження (роздрібний, оптовий, онлайн), а також рекламні кампанії, які включають онлайн-маркетинг, соціальні мережі, рекламу в місцях продажу і т.д.

7. Забезпечення ефективного обслуговування клієнтів, відповідаючи на їхні запити та запити. Розвивиток програм лояльності, щоб привертати та утримувати клієнтів.

Ціна відіграє важливу роль в оцінці можливостей продажу. Ціна є засобом суперечки для покупця, тому багато в чому визначається співвідношенням попиту і пропозиції на ринку. Нині в ціновій політиці велике значення мають функціональні характеристики товарів, тобто ті переваги (вигоди), які вони здатні надати. Тому найважливішою проблемою є встановлення правильної ціни на послугу з урахуванням тарифного та нетарифного факторів.

Ціна може бути зафіксована трьома методами: фіксація ціни шляхом додавання певної націнки до загальної вартості, встановити ціну з урахуванням попиту на товар; ціноутворення відповідно до рівня цін конкурентів.

Формування ціни на пельмені та вареники включає в себе кілька ключових етапів. Основні фактори, які варто враховувати при визначенні ціни, включають:

1. Витрати на сировину: загальні витрати на сировину, такі як м'ясо, борошно, яйця, овочі та спеції, які використовуються для виготовлення пельменів та вареників, вартість упаковки, якщо вона використовується.

2. Прямі виробничі витрати: витрати, пов'язані з процесом виробництва, такі як оплата праці, оренда виробничих приміщень, електроенергія та вода, обслуговування та ремонт обладнання.

3. Витрати на управління та адміністрування: витрати на оренду або покупку офісного приміщення, зарплати та винагороди працівників управління, бухгалтерію, маркетинг та рекламу.

4. Амортизаційні витрати, пов'язані зі зносом та старінням обладнання

та майна, яке використовується у виробництві.

5. Маржа прибутку: бажаний рівень прибутку, який ви хотіли б отримати з продажу пельменів та вареників. Додайте до витрат прибуток у вигляді маржі, щоб отримати ціну, яка покриє витрати та забезпечить прибуток.

6. Врахування ринкової ціни на пельмені та вареники.

Маркетингова стратегія повинна бути гнучкою і адаптуватися до змін в ринкових умовах та вимогах споживачів. Важливо також встановлювати метрики та показники успіху, щоб виміряти результати вашого маркетингового зусилля.

Таблиця 2.4

Перелік продукції та цін підприємства з виробництва напівфабрикатів

Послуга	Вартість, грн./ 1 кг.
Пельмені з індюшатиною	220,0
Пельмені зі свининою	210,0
Пельмені із говядиною	230,0
Вареники з картоплею	150,0
Вареники з сиром	160,0
Вареники з печеніко	160,0
Вареники з печінкою та картоплею	150,0
Вареники з лівером	180,0
Вареники із шпинатом	160,0
Хінкалі	240,0
Хінкалі 4 сира	300,0
Вареники з чорницею	180,0
Вареники з вишнею	170,0

Джерело: сформовано автором

Отже, успішна маркетингова стратегія для підприємства з виробництва напівфабрикатів повинна базуватися на якості продукту, сприятливому клієнтському сервісі та ефективних маркетингових зусиллях для привернення та утримання клієнтів. Крім того необхідно адаптувати маркетингову стратегію

щеху відповідно до змін на ринку та змін у вимогах клієнтів.

2.5. Організаційно-виробничий план

Одним з ключових ресурсів при виробництві напівфабрикатів з тіста є: світле приміщення для організації цеху з дотриманням санітарних норм, для виробництва з виходом в 1 тону продукції в день необхідна площа 70 м².

Для організації цеху не підходять підвальні приміщення, де немає або обмежено природне освітлення, приміщення в житловому будинку або поруч з житловими приміщеннями, приміщення де виключається введення газових мереж, з обмеженою висотою стелі (рекомендована висота стель – більш трьох метрів). Також не варто розглядати приміщення зі складними архітектурно-планувальними рішеннями, приміщення, де неможливо приєднатися до існуючих мереж проточно-витяжної вентиляції.

Необхідне обладнання для виробництва пельменів та вареників:

борошнопросіювач, тістомісильник, стіл, качалка, посуд, м'ясорубка, дошки і ножі для оброблення м'яса і риби, лотки з мірними поділками, холодильник з морозильною камерою, електронні кухонні ваги, пароконвертори і варильні котли. Для упаковки: картонатор, горизонтальний пакувальник, устаткування

для автоматичного проставлення поточної дати виготовлення. Кількість

обладнання залежить від методу виробництва, обраного підприємцем. Перший – з використанням ручної праці (для цього слід оплачувати працю ліпників), другий заснований на експлуатації автоматичної (напівавтоматичної)

спеціалізованої техніки. Ручна праця вносить свої обмеження у виробництво:

страждає якість перемішування фаршу при обробці мороженого м'яса, м'ясо доводиться розморожувати, що негативно позначається на термінах зберігання і якості. Для зручності і підвищення продуктивності, звичайну качалку добре замінити професійною механічною настільною тісторозкачувальною машинкою.

Цехи, в яких виробляють натуральні напівфабрикати з м'яса, розміщують під обвалювальними відділеннями або поряд із ними. Відділення з виробництва фасованого м'яса розташовують поруч з холодильником. При такому розміщенні екорочуються витрати на транспортування сировини з холодильників і

сировинних цехів.

Для виробництва використовується наступна сировина: яловичина і баранина, свинина, борошно, яйця, спеції, вода, начинки. Не допускається вживання м'яса биків, кнурів, баранів та козлів, а також м'яса, замороженого більше ніж один раз. Виробники, які виготовляють цю продукцію у промислових масштабах, змушені думати про рентабельність і про «масового покупця», тобто щоб їх товар був по кишені середньостатистичному українцю. І вміст м'яса у магазинних виробках не більше 25%, а все інше – замітники та смакові добавки.

Тому акцент при виробництві має бути на якості виробів і орієнтуватися лише на тих, чий дохід вище середнього, це люди бізнесу, які готові переплачувати за певний продукт, якщо впевнені в його беззаперечній якості.

У підприємства з виробництва напівфабрикатів буде використовуватися лінійна організаційна структура. Для неї характерна вертикаль: вищий керівник – лінійний керівник (підрозділу) – виконавці. Є тільки вертикальні зв'язки. У простих організаціях окремі функціональні підрозділи відсутні.

Таблиця 2.5

Персонал підприємства з виробництва напівфабрикатів

Посада	Заробітна плата чиста	Заробітна плата із податком	Кількість працівників	Оплата праці, всього	ЄСВ
Директор	30 000	35 850	1	35 850	7887,0
Бухгалтер	12 000	14 340	1	14 340	3154,8
Виконроб	15 000	17 925	1	17 925	3943,5
Робітники	12 000	14 340	5	71 700	15774,0
Прибиральниця	8 000	9 560	2	19 120	4206,4
Продавець	10 000	11 950	2	23 900	5258,0
Разом:	87 000	103 965	12	182 835	40223,7

Джерело: сформовано автором

Отже, місячний фонд заробітної плати персоналу підприємства з виробництва напівфабрикатів складає 182835 грн. Пошук персоналу можливий через службу зайнятості, на сайтах з пошуку вакансій. Прийом буде проводитися шляхом співбесіди, можливо з випробувальним терміном.

Розрахуємо загальну потребу в інвестиціях для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів.

Таблиця 2.6

Інвестиції, необхідні для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів

Спрямування інвестиційних вкладень	Сума, грн
Ремонт приміщення	30 000
Обладнання для цеху замісу та формування тіста	300 000
Обладнання для цеху м'ясопереробки	70 000
Обладнання для торговельного залу	100 000
Реєстрація підприємства	1 500
Всього	501 500

Джерело: сформовано автором

Для обладнання цеху замісу та формування тіста необхідно: стіл формовки тіста з направляючими під листи, 5-рівневі шокери (6 шт), стіл з дерев'яною стільницею, ларі на 300 літрів із плухою кришкою (2 шт), одинарні мийки (2 шт), стаціонарна тісторозкатка, настінні полиці та тістоміс на 50 літрів. Для обладнання цеху м'ясопереробки необхідно закупити: м'ясорубку, стелаж, столи (2 шт.), мийки 800x700 для м'яса и риби, шприц для ковбаси, овочерізка та полиці. Для облаштування торговельного залу треба придбати морозильні ларі зі скляною кришкою та місце касиру.

Необхідні розміри інвестицій для підприємства з виробництва напівфабрикатів пов'язані з запуском проекту, орендою приміщення, закупівля обладнання, рекламну компанію тощо. Для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів будуть потрібні інвестиції в розмірі 501 500 грн.

Точні витрати і амортизація для виробництва пельменів та вареників будуть залежати від багатьох факторів, таких як розмір підприємства, обсяг виробництва, ринкові ціни на сировину та обладнання, заробітні плати працівників тощо. З урахуванням цих особливостей термін окупності з виробництва напівфабрикатів біля 1 року.

Для розрахунку амортизації обладнання і устаткування використовуємо

метод лінійної амортизації. Розраховуємо амортизацію для обладнання та ремонту (501 500 грн). Припустимо, що термін служби цього обладнання - 5 років. Порахуємо річну амортизацію:

$$\text{Річна амортизація} = (\text{Вартість обладнання}) / (\text{Термін служби})$$

$$\text{Річна амортизація} = 501\,500 / 5 = 100\,300 \text{ грн}$$

Отже, річна амортизація для основних фондів складає 100300 грн, а протягом місяця вона складе буде складати 8358,33 грн.

2.6. Фінансова оцінка проекту

Витрати на утримання і експлуатацію обладнання та приміщення включають амортизаційні відрахування від вартості обладнання, амортизаційні відрахування від вартості приміщення, витрати на ремонт та утримання обладнання. При врахуванні амортизаційних відрахувань у розрахунку результатів варто мати на увазі таке. По-перше, вони є «негрошовою» позицією в складі притоку коштів проекту, за ними не стоять які-небудь реальні грошові угоди – це усього лише відбиток в розрахунку процесу зниження вартості довгострокових видів активів. Необхідно виключити амортизаційні відрахування з операційного відтоку – вони вважаються врахованими в складі початкових інвестиційних витрат.

Витрати для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів включають придбання спеціалізованого кулінарного обладнання та технологій, оренду або придбання нерухомості для виробництва та офісу, закупівлю високоякісної сировини та інгредієнтів, витрати на персонал, включаючи зарплати та соціальні виплати, маркетинг та рекламу для просування продукції, логістику та дистрибуцію, отримання необхідних ліцензій та дозволів, дослідження та розвиток продукції, витрати на комунальні послуги, енергопостачання та комунікації.

Таблиця 2.7

**Прогноз витрат для відкриття підприємства з виробництва
напівфабрикатів**

Статті витрат	Разом	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Змінні витрати	1200000	240000	240000	240000	240000	240000
Сировина для виготовлення напівфабрикатів	1 200 000	240000	240000	240000	240000	240000
Постійні витрати	15381722	3091704	3095004	3095004	3095004	3095004
Оренда приміщення	1200000	240000	240000	240000	240000	240000
Мобільний зв'язок	30000	6000	6000	6000	6000	6000
Транспортні витрати	187000	36000	36000	36000	36000	36000
Реклама	180000	36000	36000	36000	36000	36000
Оплата праці (з податками)	10970100	2194020	2194020	2194020	2194020	2194020
ЄСВ	2413422	482684	482684	482684	482684	482684
Амортизація	501500	100300	100300	100300	100300	100300
Всього	501500	100300	100300	100300	100300	100300
Всього з урахуванням амортизації	17183522	3442304	3435304	3435304	3435304	3435304

Джерело: сформовано автором

Проаналізуємо план доходів майбутнього підприємства (табл. 2.8).

Для того щоб гарантувати надійну роботу підприємства з виробництва напівфабрикатів необхідно скласти план грошових надходжень та виплат.

Головне завдання розробки плану полягає в узгодженні у часі грошових надходжень і виплат для забезпечення ліквідності підприємства з виробництва напівфабрикатів у плановому періоді, тобто забезпечення постійної наявності на рахунку підприємства коштів, достатніх для розрахунку за його зобов'язаннями.

Таблиця 2.8

План грошових надходжень підприємства з виробництва напівфабрикатів

Стаття доходів	Разом	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
----------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Пельмені з іноюшатиною	1796232	338 808	337 663	362 127	373 142	384 491
Пельмені зі свинчиною	3429170	646 816	644 630	691 334	712 361	734 029
Пельмені із говядиною	1877879	354 209	353 012	378 588	390 103	401 968
Вареники з картоплею	2449407	462 012	460 450	493 810	508 830	524 306
Вареники з сиром	1306351	246 406	245 573	263 365	271 376	279 630
Вареники з печеніко	1306351	246 406	245 573	263 365	271 376	279 630
Вареники з печінкою та картоплею	1224704	231 006	230 225	246 905	254 415	262 153
Вареники з лівером	1469644	277 207	276 270	296 286	305 298	314 584
Вареники із шпинатом	1306351	246 406	245 573	263 365	271 376	279 630
Хінкалі	1175716	221 766	221 016	237 029	244 238	251 667
Хінкалі з сира	1469644	277 207	276 270	296 286	305 298	314 584
Вареники з чорницею	734822	138 603	138 135	148 143	152 649	157 292
Вареники з вишнею	1387997	261 807	260 922	279 826	288 337	297 107
Всього	2093426	3948659	393531	4220429	434879	448107
	8		4		7	0

Джерело: сформовано автором

Дуже важливим завданням маркетингових послуг є просування продукції на ринок, під яким розуміється комплекс заходів щодо інформування потенційних клієнтів про переваги товарів та стимулювання бажання придбати ці напівфабрикати.

2.7. Джерела фінансування проекту

Проаналізуємо потребу та джерела фінансування проекту магазину декоративних квітів. Згідно табл 2.11, загальна потреба в фінансуванні становить 501 500 грн, з яких 150 450 грн власні кошти інвестора.

Таблиця 2.11

Джерела фінансування проекту

Потреба в фінансуванні	грн	%
Загальна потреба в фінансуванні	501 500	100%
Позичені гроші	351 050	70,0%
Власні кошти інвестора	150 450	30,0%

Джерело: сформовано автором

Таким чином, для реалізації проекту потрібно знайти додатково 351 050 грн. Цю суму можна спробувати залучити через інші джерела фінансування, такі як інвестори, гранти, краудфандинг або спонсорські угоди. Також можливо розглянути можливість збільшення власних коштів, якщо це можливо.

Плануючи залучення додаткового фінансування, варто ретельно прорахувати бізнес-план та впевнитися в ефективності та стабільності проекту.

2.8. Управління ризиками проекту

Ефективне управління ризиками проекту є ключовим аспектом його успішної реалізації. Ризик – це можливість того, що небажані події, проблеми або невдачі можуть вплинути на хід проекту та досягнення його цілей. Якщо ризики не приділяють достатньо уваги та не керуються, вони можуть стати перешкодою у виконанні проекту, призвести до затримок та збільшення витрат. Управління ризиками проекту можливе шляхом:

1. Аналізування всіх можливих загроз та негативних подій, які можуть вплинути на проект. Це включає виявлення потенційних проблем та визначення їхнього впливу на проект.

2. Передбачення ймовірності виникнення кожного ризику та визначення масштабу його впливу. Ця оцінка допомагає визначити, які ризики є найбільшими та найсерйознішими для проекту.

3. Розробка стратегій та дій для мінімізації впливу ризиків, включаючи створення планів реагування на них. Важливо визначити, яким чином ризики будуть керуватися та контролюватися.

4. Постійний моніторинг ризиків під час реалізації проекту, а також внесення необхідних змін у стратегію управління ризиками при необхідності.

5. Розробка заходів для запобігання виникненню ризиків або зниження їхнього впливу на проект. Це може включати в себе зміну планів або прийняття попереджувальних заходів.

6. Розробка запасних планів та альтернативних шляхів дії в разі виникнення серйозних ризиків, що загрожують проекту.

7. Забезпечення ефективної комунікації щодо ризиків серед усіх учасників проекту, зокрема команди, клієнтів і зацікавлених сторін.

Управління ризиками проекту допомагає збільшити ймовірність успішної реалізації та досягнення цілей, зменшити негативний вплив небажаних подій і забезпечити більш ефективне використання ресурсів та контроль над проектом.

Відкриття цеху по виробництву напівфабрикатів та їх експорт на Європейський ринок може бути потенційно багатобічним бізнесом, але він супроводжується певними ризиками, які варто враховувати.

1. Європейський союз має суворі стандарти та правила щодо якості, безпеки та етикетки продукції. Доведеться дотримуватися всіх цих нормативів і стандартів, що може вимагати значних зусиль і витрат на відповідність.

2. Європейський ринок напівфабрикатів дуже конкурентний. Здатність виокремитися та здобути частку ринку буде важливою.

3. Експортна діяльність супроводжується митними обмеженнями, митами та іншими податками, що можуть вплинути на цінову конкурентоспроможність продукції.

4. Зміни в обмінних курсах можуть вплинути на вартість експорту та цінову стратегію.

5. Залежність від експорту сировини або інгредієнтів може внести невпевненість у постачання і вартість продукції.

6. Розуміння місцевих культурних особливостей і мови може бути важливим для взаємодії з клієнтами та партнерами на європейському ринку.

7. Зміни в смаках і вимогах європейських споживачів можуть вплинути на попит на продукцію.

8. Політичні та економічні нестабільності в Європі можуть вплинути на умови бізнесу та міжнародні відносини.

9. Зміни в інфраструктурі та транспортній логістиці можуть вплинути на збут експортованих продуктів.

Для зменшення цих ризиків важливо розробити стратегії та матрицю для їхнього управління і враховувати їх при прийнятті рішень та розробці бізнес-плану (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Матриця управління ризиками проекту

Найменування ризику	Негативний вплив	Способи нейтралізації
Обмеження та регулювання	Може призвести до порушень законодавства та санкцій.	- Дотримання всіх європейських стандартів і вимог. - Співпраця з експертами та юристами для правильного впровадження.
Сильна конкуренція	Може вплинути на прибутковість та позицію на ринку.	- Розробка унікального асортименту та бренду. - Вдосконалення маркетингових стратегій та продажів. - Регулярне вивчення конкурентів та ринку.
Митні обмеження та податки	Збільшення витрат на експорт та зниження прибутку.	- Аналіз і вибір оптимальних митних та експортних рішень. - Пошук податкових пільг та стимулів для експорту.
Валютні ризики	Зміни в обмінних курсах можуть вплинути на вартість експорту.	- Використання фінансових інструментів для захисту від коливань курсів. - Розробка стратегії управління валютними ризиками.
Сировинні ризики	Залежність від експорту сировини може внести невпевненість у постачання.	- Розвиток альтернативних джерел сировини. - Укладання довгострокових контрактів з постачальниками для стабільності постачань.

Продовження табл. 2.9.

Найменування ризику	Негативний вплив	Способи нейтралізації
Культурні та мовні ризики	Незрозуміння місцевих культурних особливостей і мови може завдати шкоди співпраці.	- Найм місцевого персоналу та експертів для локалізації діяльності та мовного взаємодії. - Навчання персоналу в культурних аспектах.
Залежність від дистриб'юторів та партнерів	Може вплинути на діяльність експорту та реалізацію продукції.	- Ретельний відбір дистриб'юторів та партнерів. - Укладання контрактів, які визначають правила та відповідальність сторін.
Зміни в споживчих смаках та вимогах	Може вплинути на попит на продукцію та консументські переваги.	- Відстеження змін в споживчих смаках та вимогах. - Активний розвиток нових продуктів та апгрейд існуючих для задоволення потреб ринку.
Геополітичні ризики	Політичні та економічні нестабільності можуть вплинути на умови бізнесу та міжнародні відносини.	- Ретельний аналіз геополітичних ризиків та розробка планів надзвичайних ситуацій. - Диверсифікація ринків та постачальників.
Зміни в інфраструктурі та транспорті	Зміни в інфраструктурі та транспортній логістиці можуть вплинути на збут експортованих продуктів.	- Перевірка інфраструктури та транспортних систем перед вибором маршруту. - Робота з надійними та досвідченими логістичними партнерами.

Джерело: сформовано автором

Ця матриця вказує на різні ризики, їхні можливі негативні впливи на проєкт та способи їх нейтралізації або зменшення впливу на бізнес. Керування ризиками – це важлива частина успішного впровадження проєкту і дозволяє зробити бізнес більш стійким до негативних факторів.

Отже, концепція бізнес-проєкту – відкриття бізнесу щодо виготовлення напівфабрикатів з тіста (вареників та пельменів) та їх експорт на Європейський ринок, що передбачає створення інноваційного, високоякісного та конкурентоспроможного підприємства з метою задоволення попиту на якісні готові харчові продукти та забезпечення зручних варіантів харчування для клієнтів. Ціннісною пропозицією бізнес-проєкту буде: ручна робота, екологічність, кращий смак, краща якість, доставка до клієнта. Ключові партнери

підприємства з виробництва напівфабрикатів вареників та пельменів мають стати муніципалітет, постачальники сировини, роздрібні магазини та фірми-оптовики.

Необхідні розміри інвестицій для підприємства з виробництва напівфабрикатів пов'язані з запуском проекту, орендою приміщення, закупівля обладнання, рекламну компанію тощо. Для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів будуть потрібні інвестиції в розмірі 501500 грн.

Для того щоб гарантувати надійну роботу підприємства з виробництва напівфабрикатів необхідно скласти план грошових надходжень та виплат.

Головне завдання розробки плану полягає в узгодженні у часі грошових надходжень і виплат для забезпечення ліквідності підприємства з виробництва напівфабрикатів у плановому періоді, тобто забезпечення постійної наявності на рахунку підприємства коштів, достатніх для розрахунку за його зобов'язаннями.

Термін окупності проекту складає 0,8 року.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

НУБІП України

Основні показники, які наведені у табл. 3.1, дозволяють оцінити фінансову продуктивність проекту.

Таблиця 3.1

Показники ефективності проекту	
Показник	Значення
Норма дисконту	15,0%
Ставка дисконту % на міс.	1,2%
PВ (Простий термін окупності), міс.	9
PВ (Простий термін окупності), роки	0,8
DPВ (Дисконтований термін окупності), міс.	10
DPВ (Дисконтований термін окупності), роки	0,8
PI (Індекс доходності за проектом)	4,49
Доходність за проектом	3,49
IRR (Внутрішня норма доходності), % на міс.	6,52%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	84,2%
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 749 613
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	3 518 300
Термінальна вартість бізнесу	
Чистий грошовий потік, рік	459 876
Довготерміновий темп росту	1,0%
Термінальна вартість бізнесу	1 768 687
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням продажу бізнесу	3 518 300

Джерело: сформовано автором

НУБІП України

Норма дисконту це відсоткова ставка, яку використовують для дисконтування майбутніх грошових потоків, щоб врахувати їхню вартість у сучасних цінах. У даному випадку, норма дисконту становить 15,0%. Ставка дисконту % або місячна ставка дисконту, яка використовується для обчислення дисконтованих показників дорівнює 1,2%.

НУБІП України

Прості терміни окупності в місяць та рік вказують на час, за який проект повертає вкладені кошти без врахування часової вартості грошей, для проекту

відкриття бізнес-центру відповідно дорівнюють 9 та 0,8. Дисконтовані терміни окупності в місяць та рік вказують на час, за який проєкт повертає вкладені кошти з урахуванням часової вартості грошей, відповідно складають 10 та 0,8

Індекс доходності за проєктом вказує, наскільки вигідним є проєкт.

Значення 4,49 означає, що для кожного інвестованого гривні ви очікуєте отримати приблизно 4,49 гривнів чистого прибутку. Доходність за проєктом показує відсоток прибутку від інвестицій. Значення 3,49% означає, що очікується, що прибуток від проєкту становитиме 3,49% від вартості інвестиції.

Внутрішня норма доходності на місяць та рік вказують на внутрішню норму доходності проєкту. Вони вказують на те, яка процентна ставка призведе до нульового чистого дисконтованого доходу. Оказує внутрішню норму доходності проєкту. Значення 6,52% на місяць і 84,2% на рік вказують на очікувану прибутковість проєкту.

Чистий дисконтований дохід це сума чистого прибутку від проєкту після врахування всіх витрат та дисконту. Значення 1 749 613 означає, що проєкт має додатковий чистий прибуток у цій сумі. Чистий дисконтований дохід з урахуванням вартості бізнесу враховує також вартість бізнесу після завершення проєкту. Значення NPV з урахуванням вартості бізнесу становить 3 518 300.

Термінальна вартість бізнесу вказує на оцінку вартості бізнесу в кінці проєкту. Чистий грошовий потік вказує на очікуваний чистий грошовий потік від проєкту протягом одного року і становить 459 876. Довготерміновий темп росту вказує на очікуваний довгостроковий темп росту доходів і становить 1,0%.

Термінальна вартість бізнесу з урахуванням продажу бізнесу вказує на оцінку вартості бізнесу з урахуванням можливості продажу бізнесу в кінці проєкту і становить 3 518 300.

Загальний висновок щодо ефективності проєкту відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів має потенціал стати успішним та прибутковим підприємством, якщо йому буде надано належну увагу та управління, а також якщо реалізуються всі плани та стратегії, передбачені в бізнес-плані.

Основні позитивні показники ефективності проєкту:

– простий термін окупності складає 9 місяців, що означає, що інвестиції повертаються дуже швидко.

– доходність за проектом ROI становить 3,49%, що свідчить про прибутковість інвестицій у проект.

– термінальна вартість бізнесу складає 1 768 687 одиниць грошових потоків, що вказує на його довгостроковий потенціал.

Ці позитивні показники оцінки фінансової продуктивності проекту свідчать про вигідність та прибутковість проекту відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів. Проект має потенціал приносити великий чистий

прибуток та стати успішним бізнесом. Однак важливо враховувати всі ризики та реалізувати стратегії управління ними для досягнення цих позитивних результатів.

Підвищення ефективності проекту відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів та їх експорту на Європейський ринок в сучасних умовах може бути досягнуте за допомогою різних стратегій і ініціатив, наприклад:

1. Розробка та виробництво різноманітних видів напівфабрикатів може збільшити споживчий попит та ринковий покриття.

2. Вдосконалення якості продукції і дотримання вимог європейських стандартів якості допоможе здобути довіру споживачів і збільшити конкурентоспроможність.

3. Встановлення партнерств з локальними фермерами для отримання якісної сировини може знизити витрати та забезпечити стабільні поставки.

4. Впровадження екологічної ініціативи. Споживачі все більше цінують продукцію, яка дотримується екологічних стандартів. Впровадження екологічної ініціативи може сприяти залученню нових клієнтів.

5. Розгляд можливостей для постачання сировини з різних регіонів може зменшити ризики та забезпечити сталі поставки.

6. Розвиток сильного бренду та маркетингові кампанії можуть підвищити відомість продукції та збільшити продажі.

7. Ефективне управління логістикою, складськими запасами та поставками допоможе знизити витрати та забезпечити вчасну доставку.

8. Впровадження сучасних технологій в виробничі процеси та управління може збільшити продуктивність та знизити витрати.

9. Постійне вивчення ринкових тенденцій та конкурентів допоможе вчасно адаптуватися до змін і залишатися конкурентоспроможним.

10. Ретельний аналіз та управління ризиками дозволить уникнути потенційних загроз та негативних впливів на проєкт.

Ці ініціативи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та прибутковості проєкту в умовах сучасного ринку. Комбінування декількох з цих стратегій може значно підвищити ефективність проєкту виробництва напівфабрикатів та експорту їх на європейський ринок.

Отже, позитивні показники оцінки фінансової продуктивності проєкту свідчать про вигідність та прибутковість проєкту відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів. Проєкт має потенціал приносити великий чистий прибуток та стати успішним бізнесом. Однак важливо враховувати всі ризики та реалізувати стратегії управління ними для досягнення цих позитивних результатів.

Перспективи відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів та їх експорту на європейський ринок виглядають обіцяючими. Зростаючий, складивчий попит на готові продукти, екологічна свідомість споживачів та можливість виготовлення якісних напівфабрикатів сприяють успіху проєкту.

Розширення асортименту, покращення якості, залучення локальних партнерів та використання інноваційних технологій можуть зміцнити конкурентну позицію на ринку. Підтримка відмінного маркетингу, стабільний попит у європейському регіоні і потенціал для розширення географії постачання роблять проєкт перспективним і вимагають комплексного та ретельного планування для досягнення успіху в цій галузі.

ВИСНОВКИ

НУБІП України

За результатами матеріалу викладеному у дипломній роботі можливо зробити наступні висновки:

1. Закордонний досвід розвитку ринку напівфабрикатів з тіста показує, що важливим фактором є постійна інновація та вдосконалення якості продуктів. Виробники постійно шукають нові способи покращення смаку, текстури, аромату та харчової цінності своїх продуктів, а також звертають увагу на етичні та стандарти виробництва. Завдяки Інтернету та онлайн-магазинам, споживачі мають змогу замовляти продукти напряму з компанії-виробників чи дистриб'юторів безпосередньо до своїх дверей. Активно використовуються соціальні медіа та онлайн-маркетинг для просування своїх продуктів. Рекламні кампанії у соціальних мережах, блоги з кулінарними рецептами та відеоуроки готування допомагають залучати увагу споживачів та показати їм різноманітність застосування продуктів.

2. Виробництво заморожених напівфабрикатів останніми роками в Україні має позитивну динаміку, закріплюються позиції вітчизняних брендів. Не зважаючи на сильні позиції лідерів галузі, постійно з'являються нові торгові марки, що здобувають свою частку ринку завдяки вивченню потреб споживачів та пропозиції нових смаків, нестандартних форм, пакування тощо. Лідерами на ринку України є ТМ «Гри ведмеді», «Геркулес», «Гая Балувана». Основною проблемою, яка стоїть перед виробниками напівфабрикатів – це сировина. З кожним роком кількість сировини зменшується, а ціни на неї зростають. Виходячи саме з цих проблем підприємства-виробники змушені підіймати ціни на готову продукцію. На галузь впливають також такі чинники: низька якість української сої; висока вартість закордонного обладнання; відсутність сучасного українського устаткування для виробництва заморожених напівфабрикатів; труднощі входу в мережі супермаркетів.

3. Хороші можливості сьогодні мають виробники, які виготовляють традиційні продукти в середньому ціновому сегменті, тому що на них

прогнозується підвищення попиту. Можливі також скорочення витрат виробників на виведення і просування нових марок та зниження рівня конкуренції в середньому і високому цінових сегментах. Варто відзначити, що навіть в умовах кризи ринок заморожених продуктів збереже свою привабливість і буде рости, але не такими високими темпами. Разом з тим аналітики прогнозують досить високі темпи розвитку сегмента напівфабрикатів з м'яса птиці.

4. Для успішного бізнесу в галузі виробництва напівфабрикатів важливо мати унікальні рецептури та інноваційні підходи до виготовлення напівфабрикатів. Змішування різних начинок, використання натуральних інгредієнтів або створення вегетаріанських веганських варіантів може допомогти залучити більше клієнтів та розширити ринок. Інвестування в сучасне обладнання та технології автоматизації допоможе підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість виготовлених напівфабрикатів. Автоматизовані системи можуть контролювати процеси замішування тіста, формування, варіння або заморожування, що дозволить ефективніше використовувати ресурси та забезпечити стабільну якість.

5. Концепція бізнес-проекту – відкриття бізнесу щодо виготовлення напівфабрикатів з тіста (вареників та пельменів) передбачає створення інноваційного, високоякісного та конкурентоспроможного підприємства з метою задоволення попиту на якісні готові харчові продукти та забезпечення зручних варіантів харчування для клієнтів. Ціннісною пропозицією бізнес-проекту буде: ручна робота, екологічність, кращий смак, краща якість, доставка до клієнта. Ключові партнери підприємства з виробництва напівфабрикатів вареників та пельменів мають стати муніципалітет, постачальники сировини, роздрібні магазини та фірми-оптовики.

6. Для виробництва використовується наступна сировина: яловичина і баранина, свинина, борошно, яйця, спеції, вода, начинки. Не допускається вживання м'яса биків, кнурів, баранів та козлів, а також м'яса замороженого більше ніж один раз. Виробники, які виготовляють цю продукцію у промислових

масштабах, змушені думати про рентабельність і про «масового покупця», тобто щоб їх товар був по кишені середньостатистичному українцю. І вміст м'яса у магазинних виробах не більше 25%, а все інше – заміники та смакові добавки.

Тому акцент при виробництві має бути на якості виробів і орієнтуватися лише на тих, чий дохід вище середнього, це люди бізнесу, які готові переплачувати за певний продукт, якщо впевнені в його беззаперечній якості.

7. Для обладнання цеху замісу та формування тіста необхідно: стіл формовки тіста з направляючими під листи, 5-рівневі шокери, стіл з дерев'яною стільницею, ларі на 300 літрів із глухою кришкою, одинарні мийки, стаціонарна

тісторозкачка, настінні полиці та тістоміс на 50 літрів. Для обладнання цеху м'ясопереробки необхідно закупити м'ясорубку, стелаж, столи, мийки 800x700 для м'яса та риби, шприц для ковбаси, овочерізка та полиці. Для облаштування

торгівельного залу треба придбати морозильні ларі зі скляною кришкою та місце касиру. Необхідні розміри інвестицій для підприємства з виробництва

напівфабрикатів пов'язані з запуском проєкту, орендою приміщення, закупівля обладнання, рекламну компанію тощо. Для відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів будуть потрібні інвестиції в розмірі 501500 грн.

8. Для того щоб гарантувати надійну роботу підприємства з виробництва напівфабрикатів необхідно скласти план грошових надходжень та виплат. Головне завдання розробки плану полягає в узгодженні у часі грошових надходжень і виплат для забезпечення ліквідності підприємства з виробництва

напівфабрикатів у плановому періоді, тобто забезпечення постійної наявності на рахунку підприємства коштів, достатніх для розрахунку за його зобов'язаннями.

Термін окупності проєкту складає 0,8 року.

9. Позитивні показники оцінки фінансової продуктивності проєкту свідчать про вигідність та прибутковість проєкту відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів. Проєкт має потенціал приносити великий чистий

прибуток та стати успішним бізнесом. Перспективи відкриття підприємства з виробництва напівфабрикатів та їх експорту на європейський ринок виглядають обіцяючими. Зростаючий споживчий попит на готові продукти, екологічна

свідомість споживачів та можливість виготовлення якісних напівфабрикатів сприяють успіху проекту. Розширення асортименту, покращення якості, залучення локальних партнерів та використання інноваційних технологій можуть зміцнити конкурентну позицію на ринку. Підтримка відмінного маркетингу, сталий попит у європейському регіоні і потенціал для розширення географії постачання роблять проект перспективним і вимагають комплексного та ретельного планування для досягнення успіху в цій галузі.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреек Н.В., Мишчинецька І.В. Планування діяльності підприємства: Навч. Посібник. Національна академія держ. податкової служби України. Ірпінь, 2005. 162с.
2. Гондар І.Ю., Чаюн І.Ю. Планування виробничої програми підприємства та її ресурсне обґрунтування. Київ : КДТЕУ, 2000. 324 с.
3. Брендингове агентство Koloro. URL: <http://koloro.ua/company.html>. (дата звернення: 21.10.2023)
4. Бруєтінюв В. М., Колишкіна Н. І Планування діяльності підприємства. теорія та практика: навч. посіб. Мелітополь: ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2008. 248 с.
5. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування і планування: Навч. посібник. Київ : ЦНП, 2003. 188 с.
6. Демографічна та соціальна статистика. Споживання продуктів харчування в домогосподарствах у 2019 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 20.10.2023)
7. Економічна статистика. Обсяги реалізованої продукції за видами діяльності у 2019 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 23.10.2023).
8. Економічна статистика. Ціни. Індекси цін виробників промислової продукції у 2013-2019 роках. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 21.10.2023)
9. Зінь Е.А., Турченко М.О. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2008. 136 с.
10. Козій С.О. Перспективи розвитку ринку напівфабрикатів URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/.../zbornik_konferenciyi_11_05_2017.pdf. (дата звернення: 21.10.2023)
11. Козловський В.О., Лесько О.Й. Бізнес-планування: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. Вінницький національний технічний ун-т. Вінниця: Універсум-Вінниця, 2008. 241 с.

12. Концентраційні засади галузевої паспортизації харчової індустрії України. Сичевський М. П., Куць О. І., Коваленко О. В., Бокій О. В. та ін. Київ: ННЦ ІАЕ, 2013. 264 с.

13. Масловська М.В., Перевозчикова Н.О. Особливості процесу бізнес-планування в сучасних умовах розвитку України. Ефективна економіка. 2013. № 11. С. 1–3.

14. Менеджмент: навч. посібник для студ. спец. 122 «Комп'ютерна науки та інформаційні технології», 123 «Комп'ютерна інженерія», 073 «Менеджмент». Шинкарук Л.В., Мостенська Т.Л., Власенко Т.О.; Національний університет біоресурсів і природокористування України. К., 2017. 216 с.

15. Організація проєктної діяльності: навчальний посібник. Л.В. Шинкарук, В.П. Биховченко, Т.О. Власенко, Ю.Г. Власенко/ Київ: НУБІП України, 2021. 341с.

16. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. За заг. ред. В.Є. Москалюка. К.: КНЕУ, 2005. 384 с.

17. Склад споживчого кошика в Україні. URL: <https://maanim.com/ua/indexes/142767-sklad-spozhyvchogo-koshika-v-ukrayini>.

(дата звернення: 11. 90.2023)

18. Гарасюк Г.М., Шваб О.М. Планування діяльності підприємства. Навч. Посіб. К.: Каравела, 2003. 432с.

19. Товарознавство продовольчих товарів: За ред. Л.В. Сирахмана. К., 2000. 308 с.

20. Управління проєктами: навч. посібник для організації самот. роб. для студентів за спеціальністю 073 «Менеджмент», уклад. Мостенська Т.Л., Лобунець Т.В.; Національний університет біоресурсів і природокористування України. К., 2017. 124 с.

21. Управління трудовими ресурсами: навчальний посібник для магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» (спеціалізація «Управління навчальними закладами») Уклад. Л.В. Шинкарук, Т.Л. Мостенська, Т.О. Власенко. К., 2016. 165 с.

22. Фединенко Н. І. Соціологія ринку: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛКА, 2011. 226 с.

23. Хан Д. Планирование и контроль. концепция контроллинга: пер. с нем. М.: Финансы и статистика, 1997. 800 с.

24. Черняк В.З. Бизнес-планирование: учебник. М.: КНОРУС, 2005. 536 с.

25. Чичун В.А. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. Соціум. Наука. Культура. 2010. 21 (18). С. 58-63.

26. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. посібник. 3-тє вид., стереот. Львів: Новий світ, 2005. 268с.

27. Шимко О.В., Рижиков В.С., Грибова С.М., Шимко О.І., Цілокова А.Д. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. Київ: ЦНД, 2006. 296 с.

28. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент. СПб.: Питер, 2010. 240 с.

29. Шугурова Г. Інноваційний підхід до виробництва натуральних напівфабрикатів. М'ясний бізнес. 2011. №4. С.56-57.

30. Шудра В.Ф. Як підготувати успішний бізнес-план. Київ: VOCA, 1994. 108 с.

31. Яременко О.Д. Стратегічне управління суб'єктами господарювання: проблеми теорії та практики монографія. Хар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2013. 587 с.

32. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес-планування: теорія і практика: Навч. посібник. Київ: Каравела, 2006. 232 с.

33. Ястремська О.М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства: навч. посібник. Харківський національний економічний ун-т / Х. Вид. ХНЕУ, 2006. 191 с.

34. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 21.10.2023)

35 FAVOR.com.ua Портал рекомендацій URL:
<https://favor.com.ua/vcte/products/frozen-convenience-food/?results=A> (дата
звернення: 24.10.2023)

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

ДОДАТКИ

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України