

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА  
РОБОТА**

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 015 ПЗ

**Уставицького Олександра Олександровича  
2023 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту  
УДК 005.511(083.92)664.68

**ПОГОДЖЕНО**  
Декан факультету аграрного  
менеджменту

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО  
ЗАХИСТУ**  
В.о. завідувача кафедри  
виробничого та  
інвестиційного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК  
Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис) (ПІБ) (підпис) (ПІБ)  
“ ” 2023 р. “ ” 2023 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ МІНІ КОНДИТЕРСЬКОЇ»  
Спеціальність 073 «Менеджмент»  
Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами  
Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

Лідія ПИНКАРУК  
(підпис) (ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи  
к.держ.упр., доцент

Катерина АЛЕКСЕСВА  
(підпис) (ПІБ)

Виконав

Олександр УСТАВИЦЬКИЙ  
(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 ДЕСЛІЦЬКА  
(підпис)

“ ” 2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
СТУДЕНТУ

Уставицькому Олександр Олександровичу  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»  
(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними  
проектами»  
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна  
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план відкриття міні  
кондитерської», затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня  
2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.  
(рік, місяць, число)

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

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретико-методологічні основи розробки бізнес-плану відкриття міні кондитерської.
2. Бізнес-план відкриття міні кондитерської.
3. Перспективи реалізації бізнес-плану відкриття міні кондитерської.

Дата видачі завдання “30” грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи Катерина АЛЕКСЕЄВА  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

(підпис)

Олександр УСТАВИЦЬКИЙ  
(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

### Структура:

Магістерська кваліфікаційна робота «Бізнес-план відкриття міні кондитерської» складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота містить таблиці з розрахунками та рисунками, що стосуються проекту. Робота викладена на 85 сторінках.

У першому розділі досліджено теоретико-методологічні основи розробки бізнес-плану відкриття міні кондитерської.

У другому розділі розроблено бізнес-план відкриття міні кондитерської.

У третьому розділі наведено перспективні реалізації бізнес-плану відкриття міні кондитерської.

*Ключові слова:* бізнес-план, інвестиційний план, міні-кондитерська

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ МІНІ КОНДИТЕРСЬКОЇ</b> .....	9
1.1 Обґрунтування відкриття міні кондитерської на ринку України .....	9
1.2 Загальні підходи до процесу розробки бізнес-плану міні кондитерської .....	14
1.3 Характеристика ринку кондитерських виробів в Україні .....	18
<b>РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ МІНІ КОНДИТЕРСЬКОЇ</b> .....	30
2.1 Резюме проекту .....	30
2.2 Опис проекту .....	32
2.3 Джерела і графік фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій .....	39
2.4 Організаційно-виробничий план проекту .....	41
2.5 Особливості цільового ринку .....	46
2.6 Маркетинговий план .....	50
2.7 Технічне планування та технологічний процес .....	53
2.8 Аналіз ризиків .....	57
2.9 Структура доходів проекту та оподаткування .....	60
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ МІНІ КОНДИТЕРСЬКОЇ</b> .....	67
3.1 Розширення маркетингових заходів щодо стимулювання попиту на кондитерські вироби .....	67
3.2 Удосконалення цінової стратегії щодо реалізації кондитерських виробів .....	70
3.3 Оцінка ефективності бізнес-проекту .....	74
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	79
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	82

НУБІП України

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Розвиток малого і середнього бізнесу в Україні займає важливу роль у формуванні економіки країни. Пошук нових видів діяльності, що можуть принести дохід і задовольнити потреби населення, є одним із шляхів розвитку підприємництва. У сфері харчової промисловості однією з перспективних галузей є кондитерський ринок, який приваблює підприємців своєю динамікою розвитку та великим попитом серед населення.

Тема відкриття міні кондитерської в Україні є актуальною з огляду на стійку популярність кондитерських виробів, а також можливість реалізації індивідуального підходу до виготовлення та продажу продукції. Зокрема, індивідуальні кондитерські вироби, виготовлені на замовлення, стають все більш затребуваними серед споживачів, що прагнуть отримати унікальні та ексклюзивні продукти.

Важливим аспектом успішності відкриття та подальшої діяльності міні кондитерської є грамотне планування. Бізнес-план є основним інструментом, який допомагає визначити основні напрямки розвитку бізнесу, врахувати можливі ризики та розробити стратегію досягнення поставлених цілей. Розробка бізнес-плану вимагає ґрунтовного аналізу ринку, оцінки конкуренції, визначення цільової аудиторії, а також планування фінансових витрат та прибутку.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Важливість розробки бізнес-плану для відкриття власної справи та зокрема міні кондитерської, підтверджується багатьма дослідженнями в галузі підприємництва і менеджменту. Наприклад в дослідженнях Кроніковський Д. О., Болтянська Л.О., Семенов І.А., Савіна Г. Г., І.М. Бойчик, М.С. Пашкевич, О. Зиновій.

*Мета дослідження* – в магістерській кваліфікаційній роботі проведено теоретичний аналіз основних підходів до розробки бізнес-плану, розглянуто специфіку кондитерського ринку в Україні, а також розроблено

практичні рекомендації для відкриття та ефективної діяльності міні кондитерської.

З огляду на вищевикладене, мета даної магістерської роботи полягає в створенні детального бізнес-плану для відкриття міні кондитерської в Україні, а також аналізу основних факторів, що впливають на успішність реалізації цього проекту.

Реалізація поставленої мети зумовила потребу у розв'язанні таких завдань дослідження:

- Сформувані теоретико-методологічні основи розробки бізнес-плану відкриття міні кондитерської.
- Створити ретельний бізнес-план.
- Зрозуміти перспективи реалізації бізнес-плану.

Об'єктом дослідження є сама ідея відкриття міні кондитерської.

Предметом дослідження є сам процес відкриття і управління міні кондитерською. Це означає, що в цій магістерській роботі буде досліджуватися всі аспекти пов'язані з створенням, запуском і функціонуванням такого підприємства.

У процесі дослідження використані такі методи економічних досліджень: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний, розрахунковий та експериментальний (розробка проекту розвитку та обґрунтування джерел його фінансування) та інші.

Інформаційною базою дослідження були наукові інтернет-джерела та звіти і статистика.

Практичне значення одержаних результатів полягає в реальній можливості відкрити та успішно управляти кондитерською, збільшити ймовірність її успіху та знизити ризики.

Цей дослід може бути корисним для фахівців харчової промисловості.

підприємців, дослідників та всіх, хто зацікавлений у вивченні сучасних тенденцій ринку міні-кондитерських в Україні. Здобуті у цьому досліді знання та висновки можуть служити основою для розробки стратегічних рішень та впровадження інновацій у сфері виробництва та реалізації міні-кондитерських виробів. Дослідження сприятиме розвитку підприємництва в цій галузі, збільшенню прибутковості та популярності міні-кондитерських виробів серед споживачів.

*Структура та обсяг роботи.* Магістерська кваліфікаційна робота викладена на 85 сторінках, містить три розділи, вступ, висновки та список використаних джерел.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ МІНІ КОНДИТЕРСЬКОЇ

## 1.1 Обґрунтування відкриття міні кондитерської на ринку України

Сучасний ринок України характеризується високою конкуренцією у багатьох сферах бізнесу. Водночас, ринок кондитерських виробів продовжує залишатися одним з найбільш привабливих для інвесторів та підприємців. Це обумовлено кількома факторами, зокрема стабільним попитом на кондитерські вироби, можливістю реалізації креативних ідей та індивідуального підходу до клієнтів.

Важливим фактором, який варто враховувати при розгляді можливості відкриття міні кондитерської, є тенденція до зростання попиту на якісні, екологічно чисті та оригінальні кондитерські вироби. Зокрема, в Україні спостерігається збільшення інтересу до виробів ручної роботи, виготовлених за індивідуальними рецептами та з використанням натуральних інгредієнтів [3].

Крім того, на ринку України присутній великий асортимент імпортованих кондитерських виробів, які часто відрізняються високою ціною. Це відкриває перспективи для місцевих виробників, які можуть запропонувати споживачам якісну продукцію за більш доступною ціною.

Окрім того, важливим аспектом є те, що власний бізнес в сфері кондитерського виробництва дозволяє реалізувати творчий потенціал та створити унікальний бренд. Можливість виходу на ринок з оригінальною продукцією та створення позитивного іміджу бренду дозволить залучити вірних клієнтів та виступити на ринку в якості конкурента для існуючих виробників.

Варто зазначити, що на успішність ведення бізнесу впливає ряд факторів, серед яких важливе місце займає правильно складений бізнес-план, який враховує особливості ринку, конкурентне середовище та потреби цільової аудиторії. Якість продукції, оригінальність рецептур,

високий рівень сервісу та відмінний маркетинг стануть запорукою успіху міні кондитерської на ринку України. [4]

Слід також враховувати, що ринок України володіє своєю специфікою, тому важливо глибоко вивчити його особливості та враховувати їх при розробці бізнес-плану. Наприклад, звернути увагу на регіональні особливості споживання кондитерських виробів, сезонність попиту та інші фактори, які можуть вплинути на ефективність бізнесу.

Незаперечно, сфера харчової промисловості в Україні є однією з найбільш перспективних для розвитку малого бізнесу. Зокрема, важливим є той факт, що продукція харчової промисловості завжди користується попитом серед населення, а якісні кондитерські вироби можуть стати вдалим товаром як для внутрішнього, так і для зовнішнього ринку.

Важливим фактором, що впливає на успішність ведення бізнесу в сфері кондитерського виробництва, є правильний вибір локації для магазину. Залежно від розташування міні кондитерської можливо залучити різні категорії споживачів - від студентів до високозабезпечених громадян. Локація також впливає на асортимент продукції та її цінову політику. Тому під час розробки бізнес-плану необхідно провести аналіз ринку та визначити оптимальне місце розташування магазину.

Крім того, на ринку України діє велика кількість законодавчих актів та нормативів, які регулюють діяльність підприємств харчової промисловості. Так, для ведення бізнесу в сфері кондитерського виробництва необхідно отримати відповідні дозволи та ліцензії, що вимагає додаткових фінансових витрат та часу.

Важливим аспектом є також дотримання стандартів якості та безпеки продукції. Якість кондитерських виробів повинна відповідати вимогам державних стандартів та міжнародних норм, що вимагає від підприємця знання технології виробництва та контролю якості продукції.

Таким чином, відкриття міні кондитерської в Україні є перспективним бізнесом, який може принести стабільний прибуток. Однак, для успішного ведення бізнесу необхідно глибоко вивчити ринок, врахувати його особливості та сформулювати чітку стратегію розвитку бізнесу.

Кондитерський ринок України має свої особливості та виклики, однак також і значний потенціал для розвитку. Особливу увагу слід звернути на розробку унікального асортименту продукції, яка б відповідала вимогам сучасного споживача. Це може бути виробництво кондитерських виробів з натуральних інгредієнтів, веганської продукції або ексклюзивних десертів.

Не менш важливим є і маркетинговий аспект ведення бізнесу. Сьогоднішній споживач все більше звертає увагу на бренд та імідж компанії, тому створення позитивного іміджу бренду та його просування на ринку є ключовим фактором успіху. Особливу роль відіграє інтернет-маркетинг та соціальні мережі, які дозволяють взаємодіяти з потенційними клієнтами, залучати нових споживачів та підтримувати інтерес до бренду.

Зростаючий попит на органічні та натуральні продукти також відкриває нові можливості для розвитку бізнесу в сфері кондитерського виробництва. Виробництво продукції з органічних інгредієнтів може стати однією з ключових конкурентних переваг міні кондитерської [12].

Таким чином, відкриття міні кондитерської на ринку України є перспективним напрямком для розвитку бізнесу, який може приносити стабільний дохід. Однак для досягнення успіху необхідно глибоко вивчити ринок, розробити унікальний асортимент продукції, забезпечити високу якість продукції та побудувати ефективну маркетингову стратегію.

Варто зазначити, що більшість українських споживачів надають перевагу продукції вітчизняного виробництва. Це може бути пов'язано як з патріотичними почуттями громадян, так і з тим, що українські кондитерські вироби часто мають більш вигідну цінову політику порівняно з імпортними

товарами. Таким чином, пріоритетом для міні кондитерської є забезпечення високої якості продукції та її доступності для широкого кола споживачів.

Також слід врахувати сезонність попиту на кондитерські вироби.

Наприклад, під час святкових заходів та сезону подарунків попит на кондитерські вироби зростає. В цей період можна випускати спеціальні лінійки продукції, приурочені до святкових дат, що може стати додатковим джерелом доходу для підприємства.

Слід зазначити, що кондитерський ринок України характеризується високою конкуренцією. На ринку представлено велику кількість як великих виробників, так і малих підприємств, які виробляють кондитерські вироби. Тому, для того щоб зайняти свою нішу на ринку, необхідно врахувати не тільки потреби споживачів, але й діяльність конкурентів, а також розробити чітку стратегію виходу на ринок та просування продукції.

Враховуючи вищезазначене, можна стверджувати, що відкриття міні кондитерської на ринку України є перспективним напрямом для розвитку бізнесу. Однак, для досягнення успіху, необхідно провести глибокий аналіз ринку, вивчити потреби споживачів, розробити унікальний асортимент продукції та ефективну маркетингову стратегію.

Розвиток власного бізнесу в кондитерській сфері також вимагає уваги до такого аспекту, як розвиток технологій і виробничих процесів. Впровадження сучасних технологій дозволить оптимізувати виробництво, підвищити якість продукції та зменшити витрати, що в кінцевому підсумку позитивно вплине на рентабельність бізнесу [25].

Крім того, важливо врахувати тенденції розвитку кондитерської промисловості в світі. Глобальні тренди, такі як підвищення попиту на натуральні і органічні продукти, зменшення використання штучних добавок та консервантів, вимагають від кондитерських виробників адаптації до нових умов і відповідності сучасним вимогам споживачів.

Успішний вихід на ринок також залежить від грамотної стратегії розподілу та продажу продукції. Варто розглянути варіанти співпраці з великими торговими мережами, маленькими магазинами, кафе та ресторанами, а також можливість організації власної торгової точки.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що відкриття міні кондитерської на ринку України є перспективним напрямком розвитку бізнесу. Однак, для його успішної реалізації важливо провести аналіз ринку, врахувати сучасні тренди і тенденції розвитку кондитерської промисловості, впровадити сучасні технології в виробництві, а також розробити ефективну стратегію продажу і розподілу продукції.

Позитивний аспект відкриття міні кондитерської в Україні полягає в можливості використання локальних інгредієнтів, що може стати вагомою конкурентною перевагою. Виробництво продукції на основі місцевої сировини не тільки підвищує якість продукції, але й може знизити вартість виробництва завдяки відсутності необхідності імпорту інгредієнтів.

Необхідно врахувати також культурні особливості українського населення. В Україні існує багато традиційних свят та звичаїв, до яких можна прив'язати випуск спеціальних лінійок продукції або акцій, що зможе привернути увагу споживачів.

Крім того, важливим аспектом є також розробка стратегії просування продукції. В сучасних умовах велике значення має інтернет-маркетинг, який може допомогти вивести продукцію на новий рівень. Розробка сайту, присутність в соціальних мережах, організація онлайн-акцій та конкурсів може привернути увагу споживачів і збільшити продажі.

Окрім того, на ринку кондитерських виробів існує певний попит на упаковку, яка може бути використана як подарункова. Розробка оригінальних і креативних упаковок для продукції може стати додатковим способом залучення клієнтів і збільшення продажів.

Отже, відкриття міні кондитерської на ринку України є актуальним і перспективним напрямком бізнесу, який може стати вигідним інвестиційним проектом. Сучасні тренди і тенденції розвитку кондитерської промисловості вимагають від підприємців адаптації до нових умов, впровадження інновацій та пошуку нових шляхів залучення клієнтів.

Використання локальних інгредієнтів, урахування культурних особливостей споживачів та розробка ефективної стратегії просування продукції може стати ключем до успіху на ринку кондитерських виробів в Україні. Необхідно враховувати потреби споживачів та пропонувати їм високоякісну та різноманітну продукцію, що задовольнить їхні смакові уподобання. [20]

## **1.2 Загальні підходи до процесу розробки бізнес-плану міні кондитерської.**

Розробка бізнес-плану для відкриття міні кондитерської вимагає уважного аналізу ряду ключових факторів, які будуть впливати на успішність проекту. Важливо враховувати ринкові тенденції, конкурентний ландшафт, потреби цільової аудиторії, фінансові можливості та інші важливі аспекти.

Перший крок у процесі розробки бізнес-плану – це аналіз ринку та конкуренції. Необхідно вивчити ринок кондитерських виробів в регіоні, де планується відкрити міні кондитерську, визначити основних конкурентів та їх сильні та слабкі сторони. Також важливо визначити цільову аудиторію та її потреби, що допоможе розробити привабливий асортимент продукції.

Другий крок – це розробка маркетингової стратегії. Необхідно визначити, як буде просуватися продукція, які рекламні канали будуть використовуватися, яка цінова стратегія буде застосовуватися. Важливо також враховувати, що маркетингова стратегія повинна бути гнучкою і адаптованою до змін на ринку.

Третій крок – це планування виробничого процесу. Необхідно визначити, які технології будуть використовуватися, як буде організовано виробництво, які інгредієнти будуть використовуватися, і як буде контролюватися якість продукції.

Четвертий крок – це розробка фінансового плану. Необхідно визначити, скільки грошей потрібно для реалізації проекту, звідки вони будуть взяті, як будуть витрачатися. Важливо також прорахувати прогнозовані прибутки та витрати, щоб оцінити фінансову вигоду від проекту.

Останнім кроком є розробка плану управління та персоналу. Необхідно визначити, як буде організовано управління підприємством, які спеціалісти будуть залучені для роботи, як буде побудована корпоративна культура та інші аспекти управління персоналом.

Окрім вищезазначених кроків, важливим є також врахування правових аспектів діяльності міні кондитерської. Це включає отримання всіх необхідних ліцензій та дозволів, дотримання санітарних та ветеринарних норм, регулювання трудових відносин з персоналом тощо. Правова складова є важливою частиною бізнес-плану, оскільки відсутність необхідних документів може призвести до суттєвих фінансових втрат та негативно вплинути на репутацію підприємства [12].

Також необхідно враховувати можливі ризики, які можуть виникнути під час реалізації проекту, та розробити стратегію їх мінімізації. Ризики можуть бути пов'язані з ринковими флуктуаціями, конкуренцією, нестабільністю постачальників, внутрішніми проблемами підприємства тощо. Розробка стратегії управління ризиками є обов'язковою частиною бізнес-плану, оскільки дозволяє забезпечити стабільність та успішність проекту на довгостроковій перспективі.

Крім того, важливим аспектом при розробці бізнес-плану є розробка маркетингової стратегії. Це включає аналіз цільового ринку, визначення цільової аудиторії, встановлення цінової політики та вибір каналів

просування продукції). Врахування цих факторів допоможе забезпечити ефективне просування продукції на ринку та залучення потенційних клієнтів.

Також слід звернути увагу на розробку організаційної структури підприємства, включаючи вибір форми власності, структуру управління, облікову політику тощо. Врахування цих аспектів дозволить забезпечити ефективне функціонування підприємства та здійснення контролю за його діяльністю.

Важливо також враховувати фактори, що впливають на внутрішню та зовнішню діяльність підприємства. До внутрішніх факторів належать ресурси підприємства, його культура, структура, процеси, технології тощо. Зовнішні фактори включають ринкову кон'юнктуру, конкуренцію, законодавче регулювання, соціально-економічні та політичні фактори тощо. Аналіз цих факторів дозволить ідентифікувати можливості та загрози для підприємства та використати їх для розробки стратегії розвитку. [25]

У бізнес-плані також необхідно врахувати екологічні аспекти діяльності міні кондитерської. Це може включати вплив виробництва на довкілля, заходи по зменшенню негативного впливу, а також використання екологічно чистих технологій. Важливо забезпечити відповідність діяльності підприємства екологічним нормам та стандартам, що допоможе покращити імідж компанії та забезпечити її стабільність в довгостроковій перспективі.

Крім того, необхідно розробити систему моніторингу та контролю за виконанням бізнес-плану. Це допоможе своєчасно виявляти відхилення від плану та вносити корективи в стратегію діяльності підприємства. Система контролю повинна включати інструменти для оцінки ефективності роботи підприємства, аналізу фінансових показників, оцінки задоволеності клієнтів тощо. [26]



Таким чином, процес розробки бізнес-плану міні кондитерської є багатограним і вимагає врахування великої кількості факторів. Для досягнення успіху необхідно ретельно проаналізувати ринок, визначити цільову аудиторію, розробити маркетингову стратегію, врахувати правові, екологічні та інші аспекти діяльності підприємства.

Також необхідно звернути увагу на можливість використання інновацій та новітніх технологій в кондитерському виробництві. Це може включати впровадження нових рецептур, використання інноваційного обладнання, застосування енергозберігаючих технологій та ін.

Використання інновацій дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції, збільшити її якість та розширити асортимент. Також інновації можуть сприяти оптимізації виробничого процесу та зниженню виробничих витрат.

Окрім того, слід враховувати соціокультурні аспекти, які можуть впливати на діяльність міні кондитерської. Це може включати звичаї та традиції споживання кондитерських виробів, вплив релігійних та культурних особливостей на вибір продукції та ін. Врахування цих аспектів допоможе краще зрозуміти потреби споживачів та адаптувати продукцію під них.

Додатково до всього вищевикладеного, потрібно враховувати психологічні аспекти споживачів, що впливають на їх вибір кондитерських виробів. Вивчення психології споживачів допоможе виявити мотивацію їхньої поведінки, їхні бажання та потреби. Отримані дані можна використовувати для розробки більш ефективних маркетингових стратегій, створення привабливого асортименту продукції та формування позитивного іміджу бренду.[21]

Важливим аспектом в розробці бізнес-плану є врахування вимог та стандартів якості продукції. Міні кондитерська повинна забезпечувати високу якість своєї продукції, відповідність всім нормам та стандартам, що

діють у цій сфері. Впровадження системи управління якістю допоможе контролювати всі етапи виробництва, забезпечуючи стабільність та високий рівень якості продукції.

Таким чином, процес розробки бізнес-плану міні кондитерської вимагає уваги до багатьох деталей та аспектів діяльності. Важливо ретельно проаналізувати ринок, визначити цільову аудиторію, розробити стратегію маркетингу та продажів, врахувати правові, екологічні, соціокультурні та інші аспекти. Також необхідно звернути увагу на психологію споживачів та стандарти якості продукції.

### **1.3 Характеристика ринку кондитерських виробів в Україні**

Сьогоднішній ринок кондитерських виробів в Україні визначається високим рівнем конкуренції. Станом на сьогодні, існує велика кількість великих та малих кондитерських виробників, які пропонують споживачам широкий асортимент продукції. Однак, попри велику кількість пропозицій на ринку, існує попит на вироби місцевого виробництва, які б мали власну унікальну рецептуру та дизайн. Тому ідея відкриття міні кондитерської є актуальною та перспективною. [13]

Важливим аспектом є також той факт, що кондитерські вироби завжди користуються попитом серед споживачів. Люди купують кондитерські вироби на різні свята та події, а також для особистого вживання. Це забезпечує стабільний попит на продукцію міні кондитерської.

Зазначимо, що кондитерський ринок України визначається різноманітністю смаків та уподобань споживачів. Тому, при розробці асортименту продукції міні кондитерської, необхідно враховувати регіональні особливості та переваги цільової аудиторії.

Бізнес-ідея - це концептуальна та інноваційна концепція або план, який описує основний напрямок діяльності підприємства чи підприємця з метою створення прибуткового бізнесу. Вона приймає рішення певної проблеми

або задоволення запиту на ринок через надання певної продукції чи послуг (Табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Бізнес ідея щодо відкриття міні-кондитерської [5]

Елемент бізнес ідеї	Характеристика
Тип підприємства	Міні-кондитерська
Сутність проекту	Бізнес-ідея передбачає створення невеликої міні-кондитерської
Місце розташування	Центр Києва
Соціальне, економічне, демографічне оточення (особливості основного контингенту покупців)	Потенційні клієнти – місцеві мешканці всіх вікових категорій
Перелік та опис продуктів / послуг	Різноманітні та якісні кондитерські вироби, виготовлені з натуральних інгредієнтів – торти, тістечка, пиріжки та ін.
Розпорядок роботи	Пн-Пт 9-21

SWOT-аналіз є потужним інструментом для оцінки сильних і слабких сторін, а також можливостей та загроз, з якими стикається бізнес. Давайте розглянемо SWOT-аналіз міні-кондитерської, яка є невеликим, але перспективним підприємством у сфері кондитерських виробів.[19]

SWOT-аналіз допоможе міні-кондитерській визначити свої переваги і недоліки, а також зорієнтувати свої дії на використання можливостей та попередження загроз. Залежно від результатів аналізу, підприємство може розробити стратегії для зміцнення своїх позицій на ринку і досягнення успіху у галузі кондитерських виробів.[19]

#### Сильні сторони (Strengths):

1. Унікальні рецепти: Міні-кондитерська може мати свої унікальні рецепти та страви, які привертають клієнтів і відрізняють її від

конкурентів.

2. Персонал із талантом: Команда міні-кондитерської може бути досвідченою, творчою та мотивованою, що сприяє високій якості продукції і задоволенню клієнтів.

3. Лояльна клієнтська база: Якщо міні-кондитерська вже діє, у неї може бути вірна база клієнтів, що забезпечує стабільний потік замовлень.

4. Локація: Вдале розташування магазину або кафе може привертати більше покупців і збільшувати продажі.

Слабкі сторони (Weaknesses):

1. Обмежений асортимент: Міні-кондитерська може обмежувати свої можливості через невеликий асортимент товарів, що може впливати на залучення нових клієнтів.

2. Маркетинг і просування: Відсутність належної реклами і маркетингових зусиль може перешкоджати популяризації бренду і збільшенню уваги до кондитерської.

3. Обмежені ресурси: Фінансові та людські ресурси можуть бути обмеженими для розвитку бізнесу.

4. Конкуренція: Міні-кондитерська може зіткнутися з сильною конкуренцією від інших кондитерських закладів, в тому числі від великих брендів.

Можливості (Opportunities):

1. Розширення асортименту: Введення нових продуктів або вдосконалення існуючих може привертати більше клієнтів і збільшувати продажі.

2. Онлайн-продажі: Розширення бізнесу через онлайн-платформи дозволить залучати нових клієнтів і розширювати географію обслуговування.

3. Укладення партнерств: Співпраця з іншими бізнесами (наприклад, кав'ярнями, ресторанами або організаторами заходів) може

розширити клієнтську базу.

4. Розвиток власного бренду: Створення унікального і привабливого бренду допоможе вирізнити міні-кондитерську на ринку.

#### Загрози (Threats):

Економічні фактори: Зміни в економіці країни можуть впливати на споживчу активність і знижувати попит на розкішні товари, такі як кондитерські вироби.

Зміни у смаках і попиті: Передбачити зміни у смаках і попиті споживачів може бути складно, і неправильна стратегія може призвести до зменшення продажів.

Зростання конкуренції: З'явлення нових гравців на ринку або розширення діяльності існуючих конкурентів може призвести до скорочення ринкової частки міні-кондитерської.

PEST-аналіз допомагає оцінити зовнішнє середовище, в якому працює міні-кондитерська, і виявити фактори, які можуть вплинути на її успіх та стратегію розвитку. Зрозумівши ці фактори, компанія може приймати краще обгрунтовані рішення та пристосовуватися до змін на ринку для забезпечення стабільного та успішного функціонування. [35]

Зміни у правовому середовищі: Законодавчі зміни, зокрема пов'язані із харчовою безпекою, можуть вимагати додаткових витрат і зусиль для дотримання вимог.

Зведення всіх цих аспектів допоможе міні-кондитерській розробити ефективну стратегію, яка допоможе зміцнити її позицію на ринку, залучити більше клієнтів та досягти стабільного росту та успіху. Важливо продовжувати працювати над вдосконаленням процесів, виробництва та обслуговування клієнтів, щоб забезпечити довгостроковий успіх підприємства (Фис. 1.1).

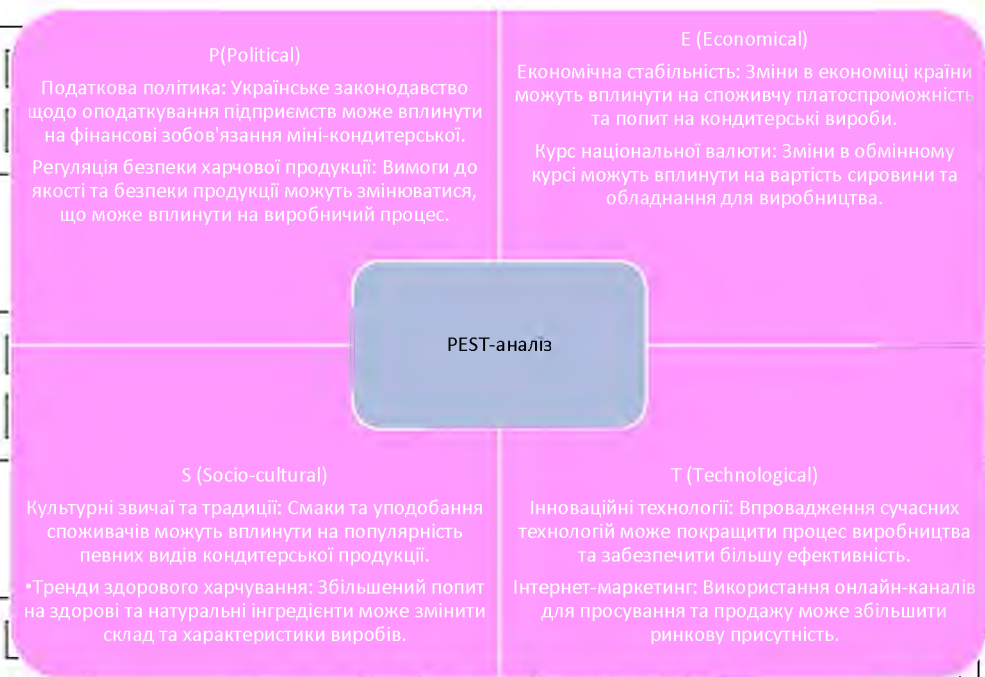


Рис.1. ПEST-аналіз

Ринок кондитерських виробів в Україні має свої особливості та тенденції розвитку. Протягом останніх років відзначається зростання попиту на вискоякісну та оригінальну продукцію, вироблену за авторськими рецептами або за традиційними методиками. Це відкриває можливості для міні кондитерських виробництв, які здатні задовольнити вимоги споживачів щодо унікальності та якості продукції. [7]

За статистичними даними, український ринок кондитерських виробів налічує понад 100 великих і середніх виробників, а також тисячі малих підприємств та індивідуальних виробників. Обсяг виробництва кондитерських виробів у 2021 році склав близько 1,5 мільйона тонн, що на 3% більше, ніж у попередньому році. [1]

В українській кондитерській галузі протягом 2022-2023 років були спостережені деякі зміни та виклики. Зокрема, під впливом воєнних дій та інших негативних факторів, приблизно 20% підприємств зіштовхнулися з проблемами або були змушені закритися. Це призвело до скорочення обсягів виробництва кондитерських товарів на 10-12%. Однотчасно

зниження купівельної спроможності та міграція населення спричинили зменшення обсягів споживання. [34]

Українські виробники досить сильні на внутрішньому ринку, забезпечуючи 90% кондитерської продукції, тоді як лише 10% товарів імпортується. Зміни в експортній географії були помітними - зменшилися постачання до Росії та Білорусі, але зростання було зафіксовано до країн Європейського Союзу. Все це призвело до зниження обсягів експорту на 10%. Серед провідних виробників кондитерських виробів в Україні можна виділити такі компанії, як "Рошен", "АВК", "Конті", "Бісквіт-шоколад" та "Житомирські ласощі". [1]

Київ є лідером за кількістю підприємств в кондитерській галузі України. Після столиці найбільшу кількість підприємств можна знайти в густонаселених регіонах з обласними центрами, таких як Дніпропетровська, Львівська, Харківська, Київська та Одеська області (Рис.

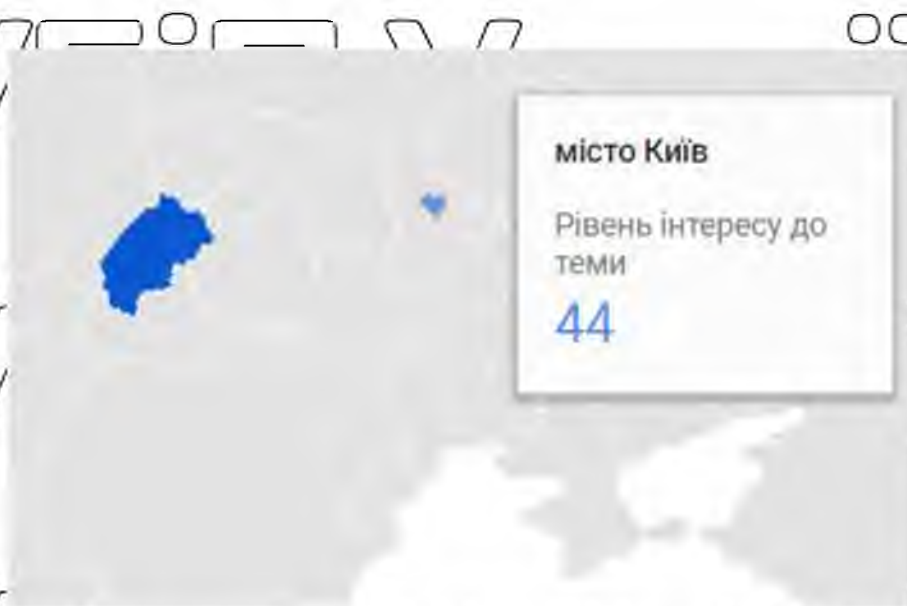


Рис. 1.2 Популярність теми кондитерські вироби за субрегіоном [11]

Щодо постачання сировини для виробництва кондитерських виробів, майже всі необхідні матеріали надходять виробникам від інших підприємств. Винятком може бути тільки борошно, яке можуть виготовляти приватні

домогосподарства, що вирощують пшеницю на своїх земельних ділянках [1]

Така організація постачання дозволяє виробникам концентруватися на основних процесах виробництва та створює можливості для ефективної роботи. Надходження сировини від спеціалізованих постачальників забезпечує якість та стабільність у виробництві, а також дозволяє виробникам широко реалізовувати свої продукти на ринку. Водночас, це також стимулює співпрацю між підприємствами різних галузей, що сприяє розвитку виробництва кондитерських виробів в різних регіонах країни.

Такий підхід допомагає розподілити виробництво та створити рівномірний доступ до кондитерських продуктів для споживачів у різних частинах України.

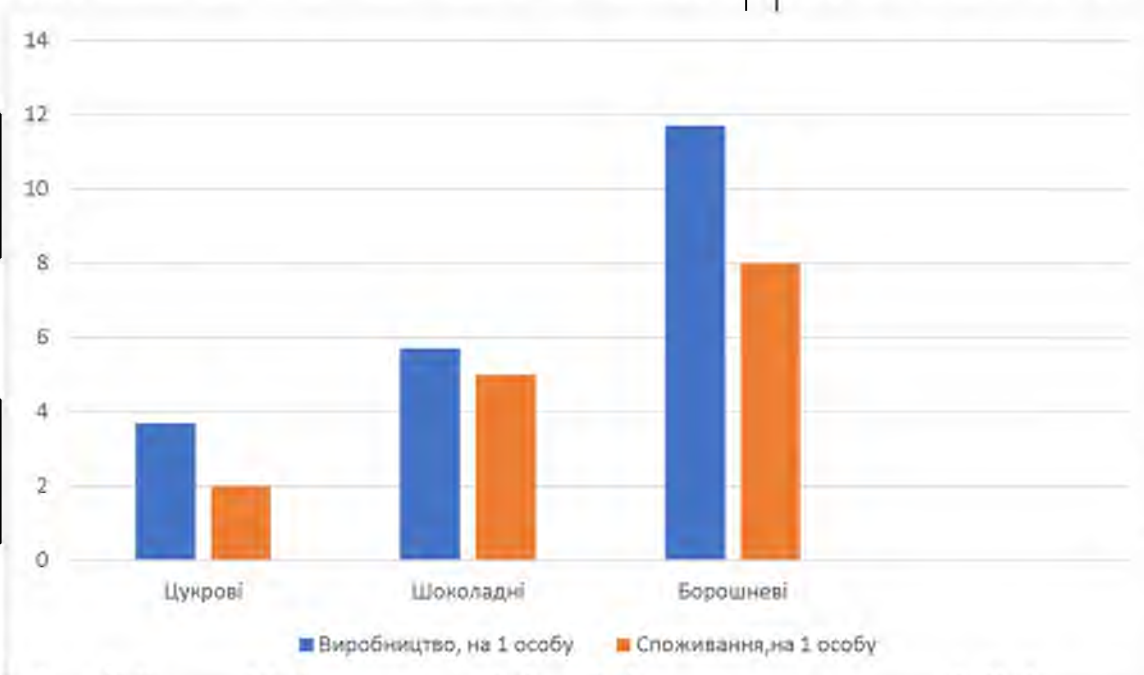


Рис 1.3 Порівняння обсягів виробництва та споживання кондитерських виробів в Україні [1]

Серед основних трендів на ринку можна виділити зростання популярності органічної та натуральної продукції. Відзначається тенденція до використання натуральних інгредієнтів, відмови від консервантів та



штучних барвників. Також спостерігається збільшення попиту на продукцію зі зменшеним вмістом цукру та без глютену (Рис. 13).

Важливою особливістю ринку є сезонність попиту. Так, наприклад, під час святкових періодів (Новий рік, Великдень, День святого Валентина тощо) спостерігається значне зростання попиту на кондитерські вироби. Це вимагає від виробників збільшення обсягів виробництва та розширення асортименту продукції.

Висновки з цього аналізу вказують на те, що ринок кондитерських виробів в Україні має значний потенціал для розвитку міні кондитерських виробництв. Основні виклики, які стоять перед підприємцями в даній сфері, полягають у забезпеченні високої якості продукції, розширенні асортименту та адаптації до сучасних трендів споживачів.<sup>[7]</sup>

На українському ринку кондитерських виробів велику роль відіграють імпортовані продукти. Виробники з Європи та інших країн активно постачають на ринок України свою продукцію, яка часто є конкурентоспроможною за якістю і брендом. Це ставить високі вимоги до вітчизняних виробників, які повинні не лише відповідати стандартам якості, але й пропонувати споживачам щось унікальне та оригінальне, щоб виділитися на ринку.

Крім того, значущим фактором на ринку кондитерських виробів є вплив державної політики та регулювання. Нормативно-правова база в сфері виробництва та продажу кондитерських виробів постійно оновлюється і вдосконалюється, що вимагає від підприємців уваги та адаптації до змін. Зокрема, важливим аспектом є дотримання санітарних та гігієнічних норм, сертифікація продукції та відповідність їй стандартам якості.

Також слід зазначити, що на ринку кондитерських виробів існує велика конкуренція. Підприємства повинні постійно працювати над вдосконаленням своєї продукції, впроваджувати нові технології, шукати нові ринки збуту та використовувати ефективні маркетингові інструменти.

щоб залучити та утримати клієнтів. Всі ці фактори вимагають значних ресурсів та компетентності з боку підприємців.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що ринок кондитерських виробів в Україні має значний потенціал для розвитку, проте водночас ставить перед підприємцями ряд викликів, які необхідно враховувати при розробці бізнес-плану відкриття міні кондитерської.

Щодо тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів в Україні, то в останні роки спостерігається зростання попиту на натуральні та органічні продукти. Відтак, підприємства, які пропонують кондитерські вироби з натуральних інгредієнтів та без використання штучних добавок, мають конкурентну перевагу. Це вказує на те, що при розробці асортименту продукції міні-кондитерської слід звертати увагу на сучасні тренди та вподобання споживачів.[14]

Також важливим фактором є інноваційність і креативність. Споживачі вітають новинки та унікальні вироби, які можуть запропонувати їм новий смаковий досвід. Тому підприємства повинні інвестувати у розвиток технологій та впровадження інновацій, щоб забезпечити конкурентні переваги на ринку.

Водночас, ринок кондитерських виробів в Україні характеризується наявністю великої кількості дрібних підприємств, які часто працюють на локальних ринках і не мають можливості конкурувати з великими гравцями.

Це створює можливості для міні-кондитерських, які можуть зосередитись на виробництві виробів високої якості та індивідуальному підході до клієнтів.

Зрештою, ринок кондитерських виробів в Україні є насиченим і конкурентним, але в той же час пропонує багато можливостей для тих, хто готовий інвестувати у якість, інновації та креативність. Підприємцям слід ретельно вивчити ринок, зрозуміти потреби та вподобання споживачів і знайти свою нішу, щоб забезпечити успіх свого бізнесу.

Ринок кондитерських виробів в Україні також визначається високою сезонністю. Наприклад, попит на шоколад та цукерки зростає під час зимових свят, в той час як літні місяці характеризуються зменшенням попиту на ці продукти. Така сезонність може впливати на виробництво та продажі міні-кондитерської, тому підприємцям слід враховувати цей фактор при плануванні своєї діяльності.

Важливим аспектом є також регіональні особливості ринку. Україна характеризується значною регіональною різноманітністю, що впливає на вподобання споживачів. Підприємства повинні враховувати цей фактор при виході на ринок, адаптуючи свій асортимент під особливості регіону.

Наявність великої кількості іноземних брендів на ринку кондитерських виробів також визначає високий рівень конкуренції. Підприємцям слід враховувати конкурентну боротьбу та забезпечувати високу якість своєї продукції, щоб змогли конкурувати з відомими брендами.

Крім того, важливим аспектом є дотримання стандартів якості та безпеки продукції. В Україні діє ряд законодавчих та нормативних актів, що регулюють виробництво та обіг харчових продуктів, включаючи кондитерські вироби. Дотримання цих норм є обов'язковим для всіх виробників, незалежно від їх розмірів. [15]

Також необхідно зазначити, що ринок кондитерських виробів в Україні має великий потенціал для розвитку. Зростання добробуту населення, підвищення вимог до якості продукції, а також збільшення інтересу до органічних та екологічно чистих продуктів створюють нові можливості для підприємців.

Закордонний ринок відіграє важливу роль для українських виробників кондитерських виробів, в тому числі і для міні-кондитерських. Вихід на міжнародний ринок дозволяє розширити свою клієнтську базу, збільшити обсяг продажів та зміцнити позиції підприємства на глобальному ринку.

На сьогоднішній день українські кондитерські вироби користуються

попитом в багатьох країнах світу, зокрема, в країнах Європейського Союзу, США, Канади, а також в країнах Близького Сходу і Азії. Це зумовлено високою якістю продукції, її оригінальністю та використанням натуральних інгредієнтів.

Для успішного виходу на зарубіжні ринки українським міні-кондитерським необхідно враховувати ряд факторів, зокрема, особливості культурного та споживчого середовища країни-імпортера, її законодавчі та нормативні вимоги до імпоротної продукції, а також присутність на ринку конкурентів.

Крім того, для забезпечення ефективного входження на зарубіжні ринки, українським виробникам слід ретельно вивчити та адаптувати свою продукцію під потреби та вимоги іноземних споживачів. Можливо, деякі види продукції потребуватимуть модифікації або удосконалення, а також розробки нових видів упаковки, етикетки тощо. Окрім того, важливим є вибір оптимальних каналів розподілу та стратегії ціноутворення.

Для ефективного виходу на закордонні ринки українським міні-кондитерським важливо також провести аналіз потенційних ринків, визначивши найбільш привабливі для входження. Важливо враховувати розмір ринку, рівень конкуренції, економічні і політичні ризики, а також культурні особливості країни. Також важливим фактором є врахування бар'єрів для входження на ринок, таких як мита, податки, сертифікаційні вимоги та інші.

Важливо також враховувати, що на зарубіжних ринках конкуренція може бути значно вищою, ніж на внутрішньому ринку України. Тому необхідно забезпечити високу якість продукції та її відповідність стандартам і вимогам іноземних покупців. Також важливим є вивчення досвіду інших українських виробників, які вже вийшли на зарубіжні ринки, а також досвіду іноземних компаній, що діють в даній галузі.

Міні-кондитерські в Україні зарекомендували себе на закордонних ринках

та здобули популярність серед споживачів у різних країнах світу. Деякі з українських компаній успішно експортують свою продукцію міні-кондитерської галузі із різноманітним асортиментом та смаками.

Для багатьох міні-кондитерських виробників України, Європейський Союз є одним із головних зон експорту. Відкриті митні коридори, сприяльні торгові угоди та популярність української кондитерської продукції в Європі сприяють підвищенню обсягів експорту.

Деякі з українських компаній, що активно працюють на закордонному ринку міні-кондитерської галузі:

**Roshen:** Це одна з найбільших компаній у міні-кондитерському секторі України, яка експортує свою продукцію в багато країн світу, зокрема в країни Європейського Союзу.

**AVK:** Ця компанія виробляє різні міні-кондитерські вироби та експортує їх до багатьох країн.

**Kontі:** Компанія виробляє широкий асортимент міні-кондитерських виробів.

**Lviv Handmade Chocolate:** Ця компанія виготовляє ручні шоколадні вироби, які також є популярними серед закордонних споживачів. [27]

Загалом, міні-кондитерські продукти з України здобули довіру та визнання на міжнародному ринку завдяки своїй якості, різноманітності смаків та привабливому дизайну упаковок. Залучення споживачів за межами країни сприяє підвищенню доходів українських міні-кондитерських компаній та сприяє подальшому розвитку цієї галузі.

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ МІНІ  
КОНДИТЕРСЬКОЇ

# НУБІП України

## 2.1 Резюме проекту

Міні-кондитерська - інноваційне підприємство, що спеціалізується на виробництві та продажу вишуканих кондитерських виробів. Наша місія - робити світ солодшим та радіснішим, даруючи клієнтам задоволення та радість. Ми пропонуємо широкий асортимент тортів, печива, пиріжків та шоколадних виробів, використовуючи лише найякісніші інгредієнти та сучасні технології.

# НУБІП України

### Дерево цілей

Мета: Запустити успішну міні-кондитерську, яка стане відомим брендом та забезпечить задоволення клієнтів смачними та вишуканими кондитерськими виробами.

# НУБІП України

### Завдання:

- Збільшити прибуток від продажу на 20% протягом першого року діяльності.

# НУБІП України

- Досягти рентабельності проекту на 15% протягом першого року і на 20% - у другому році.

# НУБІП України

- Залучити інвестиції для розширення виробничих потужностей та розвитку маркетингових активностей.

- Підвищити усвідомленість бренду серед цільової аудиторії на 30% протягом перших 6 місяців.

# НУБІП України

- Залучити 1000 нових клієнтів через онлайн рекламу та соціальні медіа.

- Розширити географію продажів та встановити партнерства з місцевими кафе та ресторанами.

# НУБІП України

- Оптимізувати процес виробництва для зниження витрат і підвищення ефективності.

Впровадити систему контролю якості, що гарантує високу якість кожного виробу.

- Запровадити програму стажування для молодих кондитерів та навчання персоналу сучасним технікам виробництва.

Задовольняти потреби наших клієнтів у смачних та оригінальних десертах.

- Створити робочі місця для молодих кондитерів та сприяти розвитку їхнього творчого потенціалу.

Допомагати благодійним організаціям та подіям у нашому регіоні.

- Зменшити вплив виробництва на довкілля через раціональне використання енергії та ресурсів.
- Впровадити екологічно чисті упаковки для зменшення відходів.

Вивчати можливості використання сталих та органічних інгредієнтів у виробництві.

Результати:

- Після успішного запуску міні-кондитерської очікуємо збільшення прибутку та рентабельності проекту.

Усвідомленість бренду серед цільової аудиторії зросте на 30%, а нові клієнти знайдуть нас через рекламні канали та партнерства.

- Процес виробництва буде оптимізовано для забезпечення високої якості продукції.

Наша команда забезпечить розвиток і сприяння творчому потенціалу молодих кондитерів.

- Міні-кондитерська внесе свій внесок у благодійні активності та допоможе спільноті.

Дерево цілей дозволяє явно відстежувати кожен аспект розвитку підприємства. Важливими елементами є розширення асортименту продукції, розвиток маркетингової стратегії для привертання нових

клієнтів, впровадження ефективних виробничих процесів та підвищення кваліфікації персоналу.

Успішне впровадження запропонованих ідей сприятиме збільшенню обсягів продажів, популярності бренду та досягненню стійкої позиції на ринку. При цьому, зосереджуючись на соціальній відповідальності та екологічних аспектах, міні-кондитерська демонструє свою здатність до сталого розвитку та глибокої інтеграції в місцеве співтовариство.

## 2.2 Опис проекту

Проект "Міні Кондитерська" є інноваційною ідеєю, спрямованою на створення невеликої, але затишної та вишуканої кондитерської. Метою цього проекту є задоволення попиту на свіжі, високоякісні та розкішні десерти, які відповідають найвищим гастрономічним стандартам.

Основна ідея "Міні Кондитерської" полягає в тому, щоб надати клієнтам можливість насолоджуватись смаколикami вишуканої кондитерської майстерності у затишній атмосфері. Наш заклад буде пропонувати унікальний асортимент десертів, включаючи торти, пироги, печиво, еклери, макаронс та багато іншого.

Компанія-ініціатор проекту "Міні Кондитерська" складається з команди молодих та талановитих кондитерів, які мають досвід роботи в провідних кондитерських закладах. Наша команда дуже пильно ставиться до вибору інгредієнтів і завжди дотримується найвищих стандартів якості.

Одним із основних завдань проекту є створення унікального бренду, який буде асоціюватись зі смаком, якістю та елегантністю. Ми прагнемо створити особливий досвід для наших клієнтів, де вони зможуть насолоджуватись незабутніми десертами та відчутти себе особливими.

Управління капіталом проекту є ключовим аспектом нашої діяльності. Ми ретельно плануємо витрати та інвестиції, щоб забезпечити стабільний розвиток компанії та досягнення позитивного фінансового результату. Крім



того, ми активно досліджуємо можливості залучення додаткового капіталу для розширення виробничих потужностей та запровадження нових технологій.

Ми впевнені, що проект "Міні Кондитерська" має великий потенціал для успіху, і ми готові вкласти усі зусилля для його реалізації та впровадження на ринку. Наша команда має чітку стратегію та багато ідей для привертання клієнтів та забезпечення стабільного зростання бізнесу.

Концепція проекту "Міні Кондитерська" базується на створенні унікального закладу, який привертає клієнтів своєю атмосферою, якістю продукції та неповторними смаками десертів (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

### Основні цілі та завдання проекту

Ціль	Завдання
Бренд	Створення привабливого бренду, що асоціюється зі смаком, елегантністю та вишуканістю.
Висока якість продукції	Компанія має на меті використовувати тільки найкращі інгредієнти та технології, щоб гарантувати високу якість своїх десертів.
Клієнтська база	Компанія активно просуває свої продукти та забезпечує високий рівень обслуговування, щоб залучити та утримати клієнтів.

Компанія буде зосереджуватися на ретельному плануванні своїх фінансових ресурсів. Запровадження бюджетів, контроль над витратами та оптимізація фінансових процесів допоможуть забезпечити раціональне

використанню капіталу проекту (Рис. 2.1)



Рис. 2.1 Стратегії управління капіталом

Для забезпечення високої якості та ефективності виробництва, компанія планує інвестувати у сучасне технологічне обладнання. Це допоможе знизити витрати на виробництво та збільшити продуктивність.

Компанія буде активно аналізувати ринкові тенденції та зміни у сфері міні кондитерського виробництва. Це дозволить швидко адаптуватися до змін та впроваджувати інновації для задоволення потреб клієнтів.

Компанія буде активно просувати свою продукцію на ринку шляхом реклами, знижок та акцій. Крім того, будуть розроблені програми лояльності для залучення та утримання клієнтів.

Компанія розгляне можливості залучення додаткових інвестицій з різних джерел, таких як партнерство з інвесторами, банківські кредити або гранти. Це дозволить розширити обсяги виробництва та реалізувати нові проекти.

Здійснюючи зазначені стратегії, проєкт "Міні Кондитерська" буде впевнено рухатися до досягнення своїх цілей та створення успішного та

прибуткового бізнесу у сфері міні кондитерського виробництва. 00

Метою проекту є відкриття міні-кондитерської, яка буде спеціалізуватися на виробництві та реалізації кондитерських виробів власного виробництва. Основні напрямки діяльності міні-кондитерської будуть включати виробництво кондитерських виробів, таких як торти, пірижки, печиво, цукерки та інші солодощі, а також забезпечення послуг з оформлення та доставки кондитерських виробів на замовлення.

Основні цільові аудиторії проекту - це мешканці міста та його околиць, офісні працівники, студенти та інші категорії населення, які зацікавлені в придбанні якісних і смачних кондитерських виробів.

Проект передбачає використання сучасного обладнання та технологій для виробництва кондитерських виробів, що дозволить забезпечити високу якість продукції і відповідність її стандартам безпеки та якості.

Географічне розташування міні-кондитерської буде вибрано таким чином, щоб забезпечити максимальну доступність для цільової аудиторії та оптимізувати витрати на логістику і доставку продукції.

Фінансовий план проекту включає в себе розрахунок витрат на відкриття та утримання міні-кондитерської, а також прогноз доходів від реалізації продукції.

Після визначення основних аспектів проекту та його цільової аудиторії, наступним кроком є вибір оптимальної локації для розміщення міні-кондитерської. Локація повинна відповідати таким критеріям, як висока прохідність, наявність великої кількості офісних центрів та житлових комплексів, а також відсутність великої кількості конкурентів у найближчій околиці.

З метою залучення уваги відвідувачів та стимулювання попиту на кондитерські вироби, планується впровадження програм лояльності для постійних клієнтів, акційних пропозицій та знижок.

Особлива увага буде приділена якості продукції та розширенню асортименту кондитерських виробів. Зокрема, планується розробка ексклюзивних рецептур та виробництво авторських тортів та інших кондитерських виробів власного виробництва.

Також важливо враховувати екологічний аспект виробництва та використання екологічно чистих матеріалів для упаковки продукції.

В цілому, опис проекту міні-кондитерської включає в себе аналіз ринку та його потенційних можливостей, визначення цільової аудиторії та її потреб, вибір оптимальної локації для розміщення закладу, а також впровадження інноваційних технологій і сучасного обладнання для виробництва продукції високої якості [33]

Після визначення основних параметрів проекту, потрібно розробити детальний бізнес-план, який буде включати в себе всі необхідні розрахунки та прогнози. Бізнес-план є основою для отримання фінансування від інвесторів або кредитування з банку, а також для визначення стратегії розвитку підприємства на майбутнє.

У бізнес-плані необхідно вказати обсяги виробництва та продажів, визначити основних постачальників сировини, розробити маркетингову стратегію для просування продукції на ринку, а також розрахувати основні витрати та доходи. Крім того, важливо враховувати можливі ризики та їх вплив на ефективність проекту.

У цілому, бізнес-план міні-кондитерської повинен бути розроблений таким чином, щоб враховувати всі можливі фактори, що можуть вплинути на успіх проекту, і забезпечити його ефективне функціонування в умовах конкурентного ринку.

Важливим аспектом розвитку кондитерської є формування асортименту продукції, який враховує потреби ринку, а також визначення якісних характеристик товару. Унікальність продукції, її висока якість і

приємний зовнішній вигляд можуть стати основою для формування позитивного іміджу міні-кондитерської та залучення нових клієнтів.

Окрім того, при розробці бізнес-плану важливо враховувати і логістичні аспекти, які включають в себе забезпечення вчасної доставки сировини і готової продукції, а також вибір зручного розташування підприємства, що сприяє його доступності для потенційних покупців. Зважаючи на велику конкуренцію в сфері виробництва кондитерських виробів, важливо також звертати увагу на маркетингову стратегію, яка допоможе вийти на цільову аудиторію та збільшити обсяги продажів. [33]

Одним з головних завдань бізнес-плану є розрахунок фінансової ефективності проекту, який включає в себе аналіз витрат, прогноз доходів, а також розрахунок рентабельності і терміну окупності інвестицій. Така інформація допоможе приймати обґрунтовані рішення щодо вкладення коштів в проект і забезпечити його стабільний розвиток.

Успішність бізнесу значною мірою залежить від наявності чітко визначеної стратегії, яка враховує всі особливості ринку і можливі ризики. Для цього необхідно провести SWOT-аналіз, який допоможе виявити сильні і слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості і загрози для його розвитку. [17]

До сильних сторін міні-кондитерської можна віднести можливість виробництва унікальної продукції (Стратегія позиціонування брендів), яка відрізняється високою якістю і оригінальністю смаку. Також важливим плюсом є можливість оперативного реагування на зміни попиту і пропозиції на ринку, що відкриває широкі перспективи для розвитку бізнесу. [16]

Слабкі сторони можуть включати в себе обмежені фінансові можливості, які можуть стримувати розвиток підприємства, а також недостатній досвід управління бізнесом. Зовнішні можливості можуть

полягати у входженні на нові ринки, залученні нових інвесторів, а також розвитку нових продуктів і послуг.

Зовнішні загрози можуть бути пов'язані зі зростанням конкуренції, змінами законодавства, а також з непередбачуваними факторами, такими як економічні кризи або природні катастрофи. З урахуванням результатів SWOT-аналізу можна розробити стратегію розвитку бізнесу, яка враховує всі його особливості і можливі ризики.[19]

Під час планування бізнесу важливо враховувати не тільки внутрішні фактори, але і зовнішнє середовище, яке включає в себе ринкову ситуацію, конкуренцію, цільову аудиторію та інші елементи. Проведення ринкового дослідження допоможе визначити потреби і переваги потенційних споживачів, а також оцінити ринковий попит на кондитерську продукцію.

Важливо також враховувати культурні особливості та смакові переваги цільової аудиторії. Зокрема, українці традиційно віддають перевагу солодощам, які виробляються з натуральних інгредієнтів та мають виражений смак. Це може стати перевагою для міні-кондитерської, яка прагне виробляти якісну продукцію, відповідну вимогам споживачів.

Важливим аспектом є також визначення унікальної торгової пропозиції (УТП), яка дозволить відзначити переваги продукції і виставити її на перший план серед конкурентів. УТП може включати в себе унікальні рецептури, оригінальне оформлення, використання ексклюзивних інгредієнтів та інше.[24]

Також важливо враховувати законодавчі норми і стандарти, які діють на ринку кондитерської продукції. Це допоможе уникнути можливих штрафів і забезпечити високу якість продукції.

НУБІП України

## 2.3 Джерела і графік фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій

Важливим аспектом бізнес-плану є детальний аналіз фінансових аспектів проекту, зокрема визначення джерел фінансування та розробка графіка фінансування проекту.

Перший крок у визначенні джерел фінансування - це оцінка загальної суми витрат, необхідних для реалізації проекту. Сюди входять витрати на обладнання, оренду приміщення, закупівлю сировини, оплату праці персоналу, рекламу та інші поточні витрати. Після визначення загальної суми витрат, потрібно визначити можливі джерела їх покриття. Це може бути власний капітал підприємця, банківські кредити, інвестиції з боку бізнес-ангелів або венчурних фондів, гранти тощо.

Після визначення джерел фінансування, потрібно розробити графік фінансування проекту, який визначає, в які терміни і в якому обсязі будуть здійснюватися фінансові вливання в проект. Графік фінансування допоможе підприємцю вести контроль над фінансовими потоками і забезпечить ефективне використання ресурсів.

Цільове спрямування інвестицій - це розподіл отриманих інвестицій на конкретні напрямки витрат. Це важливий етап, який вимагає ретельного планування і аналізу. При цьому необхідно враховувати пріоритетність витрат, їх обсяг і терміни реалізації. Важливо також розуміти, що планування витрат повинно відбуватися в контексті загальної стратегії розвитку бізнесу і відповідати його цілям та завданням.

Загалом, фінансування є ключовим аспектом відкриття і розвитку міні-кондитерської, і від того, наскільки ефективно будуть використані фінансові ресурси, залежить успіх всього проекту. Важливо ретельно аналізувати всі можливі джерела фінансування, розробляти детальний графік фінансування і цільове спрямування інвестицій, а також враховувати можливі ризики і зміни у зовнішньому середовищі.

Гранти і дотації можуть стати важливим джерелом фінансування для молодих і стартап-проектів. Вони надаються різними урядовими і некомерційними організаціями з метою підтримки інноваційних ідей, створення нових робочих місць або розвитку регіональної економіки.

Важливо вивчити всі можливі програми підтримки від уряду або інших організацій та вибрати ті, які найбільше відповідають характеристикам проекту.

Можливо, для отримання грантів або дотацій потрібно буде виконати певні умови або вимоги, такі як розробка детального плану використання коштів, проведення фінансового аудиту, а також дотримання звітності перед грантодавцем. Важливо враховувати всі ці аспекти при плануванні фінансування проекту.

Краудфандінг, або колективне фінансування, є одним з сучасних способів залучення фінансів на реалізацію інноваційних ідей та проектів.

Платформи краудфандінгу дозволяють підприємцям представити свій проект широкій аудиторії і залучити необхідні кошти від приватних інвесторів. Цей спосіб фінансування може бути корисним для міні-кондитерських, які шукають фінансову підтримку для розширення виробництва або впровадження нових продуктів.

Важливим аспектом при залученні фінансування через краудфандінг є розробка детального і привабливого опису проекту, який зможе зацікавити потенційних інвесторів. Також необхідно враховувати, що після залучення коштів підприємець бере на себе зобов'язання реалізувати проект та відзвітувати перед інвесторами.

Інший спосіб залучення фінансових ресурсів для розвитку міні-кондитерської — співпраця з бізнес-ангелами або венчурними інвесторами.

Бізнес-ангели — це приватні інвестори, які вкладають власні кошти в перспективні стартапи на ранніх стадіях розвитку в обмін на частку в бізнесі або інші форми винагороди. Венчурні інвестори, зазвичай, працюють через



спеціалізовані фонди<sup>1</sup> також інвестують в стартапи, але на більш пізніх стадіях розвитку.

Співпраця з бізнес-ангелами або венчурними інвесторами може бути вигідною для міні-кондитерської, оскільки дозволяє залучити значні кошти для розширення бізнесу. В той же час, необхідно враховувати, що такі інвестори будуть вимагати дотримання високих стандартів ведення бізнесу та звітності.

Розробка детального графіку фінансування проекту є важливим кроком у плануванні бізнесу. Графік фінансування включає інформацію про те, коли і в яких обсягах будуть залучені фінансові ресурси, а також про те, на які конкретні потреби вони будуть спрямовані. Для міні-кондитерської графік фінансування може включати такі етапи:

1. Початкове інвестування (придбання обладнання, ремонт приміщення, закупівля сировини тощо).
2. Фінансування поточної діяльності (заробітна плата персоналу, оплата комунальних послуг, закупівля сировини).
3. Розширення асортименту продукції.
4. Маркетинг та реклама.
5. Розширення виробництва або відкриття нових торгових точок.

Важливо враховувати, що графік фінансування повинен бути гнучким і адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та внутрішньому стану підприємства.

#### **2.4 Організаційно-виробничий план проекту**

Організаційна структура підприємства базується на лінійно-функціональній моделі, що дозволяє оптимізувати роботу різних відділів та забезпечує ефективне виробництво та продаж кондитерських виробів.

Запровадження сучасного обладнання та використання передових технологій дозволяє підприємству досягати високої якості продукції, що в

своєю чергою забезпечує задоволення потреб клієнтів і забезпечує постійну клієнтську базу (див. табл. 2.2)

# НУБІП України

Таблиця 2.2

## Організаційно-виробнича структура управління

Відділ	Завдання	Виробничі площі (кв.м)
Підприємство	Виготовлення кондитерських виробів	
Виробничий відділ	Закупівля інгредієнтів та матеріалів	
Маркетинг	Продаж	

тип	рек	НУБІП України
гов	лам	
ий	а	
від	розв	
діл	ито	
	к	
	бре	
	нду	НУБІП України
Фі	Фін	
нан	анс	
сов	ове	
ий	пла	
від	нув	
діл	анн	
	я та	НУБІП України
	облі	
	к	
Клі	Зв'я	
єнт	зок	
ськ	з	
а	кліє	
слу	нта	НУБІП України
жб	ми,	
а	обр	
	обк	
	а	
	зам	
	овле	
	нь	НУБІП України

Структура організації "Міні Кондитерська" (лінійно-функціональна)  
Засновник або керівник: Відповідає за стратегічне управління та

прийняття ключових рішень на рівні всього підприємства.

Маркетинговий відділ: Займається розробкою маркетингової стратегії, рекламою, дослідженням ринку, взаємодіє зі замовниками.

Фінансовий відділ: Забезпечує фінансове планування, бухгалтерський облік, контроль за витратами та прибутком, фінансову звітність.

Виробничий відділ: Керує виробничим процесом, вибирає оптимальні технології/виробництва, контролює якість продукції.

Відділ з постачання: Відповідає за закупівлю інгредієнтів та матеріалів, управління запасами.

Клієнтська служба: Забезпечує зв'язок з клієнтами, обробку замовлень, розв'язання рекламаций.

Організаційно-виробничий план для міні кондитерської включає такі етапи:

-Визначення ролі та функцій працівників: Встановлення структури підприємства, призначення ролей та визначення функцій кожного працівника.

-Найм працівників: Здійснення набору персоналу, необхідного для виробничих процесів, таких як кондитери, кухарі, продавці, менеджери тощо.

-Навчання і тренінг: Забезпечення навчання нових працівників технологічним процесам виготовлення кондитерських виробів, стандартам якості та обслуговуванню клієнтів.

-Створення робочих графіків: Організація гнучких графіків роботи для працівників, забезпечення ефективного планування праці та використання робочого часу.

-Контроль якості та виробничих процесів: Запровадження системи контролю якості продукції та забезпечення відповідності стандартам безпеки та гігієни.

-Оптимізація виробничих процесів: Постійний аналіз та вдосконалення виробничих процесів для забезпечення максимальної продуктивності і

ефективності використання ресурсів.

-Мотивація працівників: Розвиток системи стимулювання працівників, яка допоможе підтримувати високий рівень мотивації та продуктивності.

-Управління витратами: Ефективний контроль за витратами на заробітну плату, сировину та інші ресурси для забезпечення стабільності фінансового стану підприємства.

Потреба у персоналі для міні кондитерської включає визначення та набір спеціалістів, необхідних для ефективної роботи закладу. Це можуть бути кондитери, кухарі, касири, менеджери з продажу, адміністративний персонал та інші працівники. (Табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Потреба у персоналі для міні кондитерської

П	Я	Необхідна чисельність персоналу	Вартість з/п за місяць в грн.
ос	к		
ад	ос		
а	ті		
	т		
	а		
	н		
	е		
	о		
	б		
	х		
За	В		
сн	и		
ов	щ		
н	а		
ик	о		
/к	св		
ер	іт		
ів	а		

Н В  
ик га  
л  
уз  
і

НУБІП у країїни

Н В  
н  
д  
и  
те

НУБІП у країїни

Н В  
рс  
ьк  
ог  
о  
в

НУБІП у країїни

Н В  
и  
р  
о  
б  
н

НУБІП у країїни

Н В  
и  
м  
тв  
а

НУБІП у країїни

М В  
ен и  
ед щ  
ж а  
ер о  
з св  
м іт

НУБІП у країїни

Н В  
ар а  
ке в

НУБІП у країїни

ти м  
н ар  
у ке  
т  
и

НУБІП у країїни

н  
у  
та  
д  
о

НУБІП у країїни

св  
ід  
р  
о  
б

НУБІП у країїни

от  
и  
ві  
д  
2

НУБІП у країїни

р  
о  
кі  
в

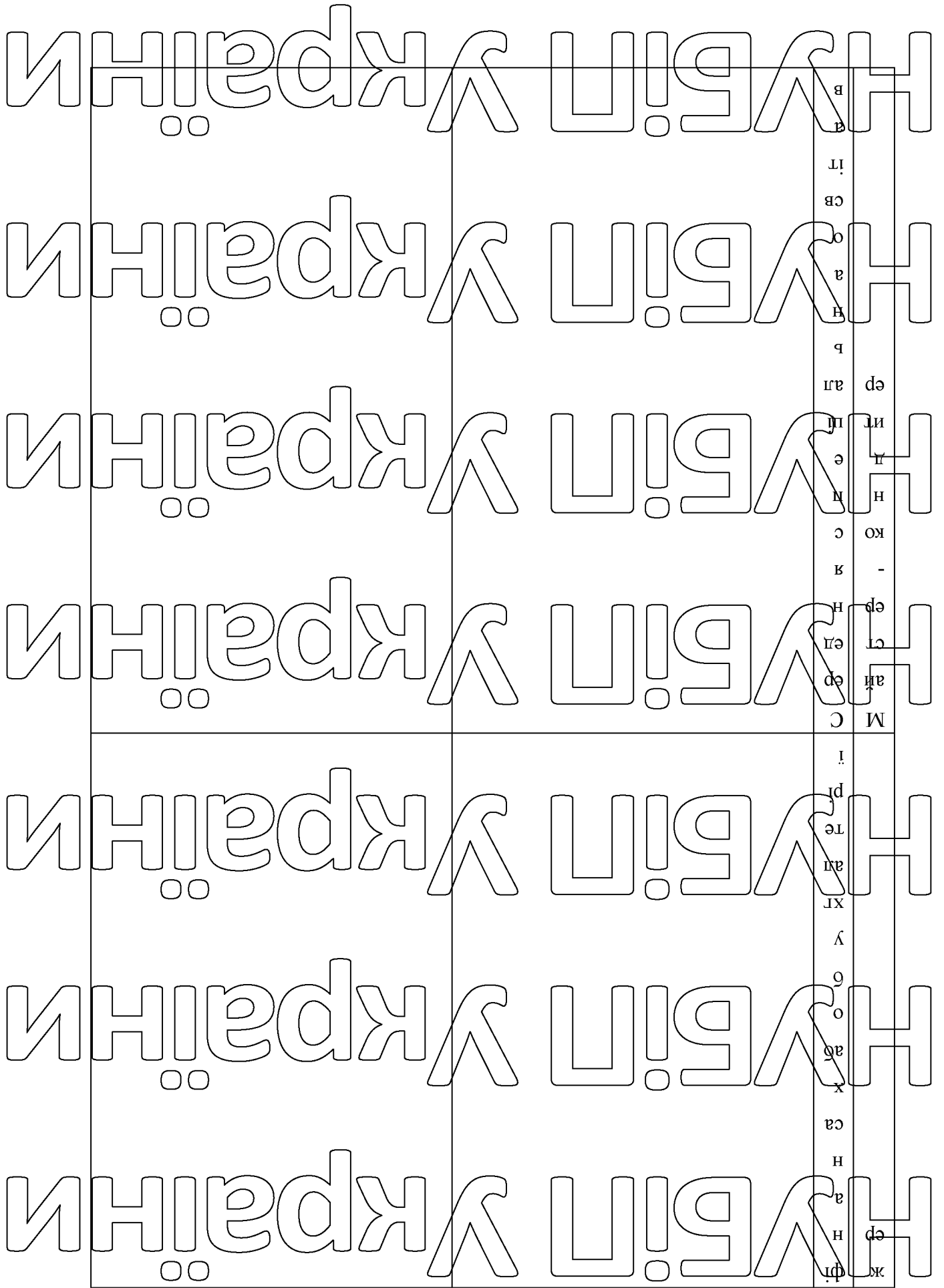
НУБІП у країїни

Ф В  
ін и  
ан щ  
со а  
ви о  
й св

НУБІП у країїни

м іт  
ен а  
ед в

НУБІП у країїни





НУБІП УКРАЇНИ

са  
л  
уа  
і  
ко

НУБІП УКРАЇНИ

н  
д  
и  
те  
рс

НУБІП УКРАЇНИ

ьк  
ог  
о  
в  
и

НУБІП УКРАЇНИ

р  
о  
б  
н  
и

НУБІП УКРАЇНИ

ц  
тв  
а  
та  
д

НУБІП УКРАЇНИ

о  
св  
ід  
р  
о  
б

НУБІП УКРАЇНИ

от  
и

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

НУБІП у країїни

ві  
д  
з  
р  
о  
кі  
в  
К  
Б  
о  
аз  
н  
о  
д  
ві  
ит  
н  
ер  
ав  
-  
и  
п  
ч  
р  
к  
и  
и  
б  
у  
и  
п  
ра  
р  
ль  
и  
н  
Б  
ик  
и  
ра  
н  
ні  
га  
д  
от  
л  
я  
ді  
за

и країни

и країни

и країни

и країни

и країни

и країни

и країни

ка

ни

у

м

ко

та

у

ес

зн

оі

і

з

л

та

в

ж

а

є

ен

св

о

а

т

ш

н

н

а

н

л

а

н

о

а

# НУБІП УКРАЇНИ

## НУБІП УКРАЇНИ

Головною метою персоналу є забезпечення якісної виробництва та обслуговування клієнтів, що сприяє успішному функціонуванню міні кондитерської та привертанню нових покупців.

Технічне оснащення є важливим аспектом успішного функціонування міні кондитерської. Воно включає в себе обладнання, інструменти та технологічні рішення, які необхідні для забезпечення високоякісного виробництва продукції та ефективної діяльності відповідних відділів.

У міні кондитерській, технічне оснащення може включати електричні печі для випікання та приготування кондитерських виробів, кондитерські міксери для змішування тіста та кремів, холодильні вітрини для виставлення готових десертів та кращої їх видимості для покупців, кондитерські ваги для точного дозування інгредієнтів, а також інші необхідні інструменти та посуд для виготовлення кондитерських виробів.

Крім того, технічне оснащення включає комп'ютери та принтери, які використовуються в різних відділах компанії, таких як маркетинговий відділ, фінансовий відділ, відділ з постачання та клієнтська служба. Ці технічні засоби допомагають управляти бізнесом більш ефективно, забезпечуючи швидкий доступ до інформації та обробку даних.

Правильне технічне оснащення дозволяє забезпечити стабільну та якісну роботу міні кондитерської, задовольнити потреби клієнтів та досягти успіху на ринку кондитерських виробів (див. табл. 2.4).

Технічне оснащення міні кондитерської для різних відділів

Кількість

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

НУБІТ ЦІГАН  
ИНИЄДКА УКРАЇНИ

# НУБІП УКРАЇНИ

## 2.5 Особливості цільового ринку

Однією з ключових складових успіху будь-якого бізнесу є правильне визначення та аналіз цільового ринку. Це дозволяє компанії визначити потреби та інтереси потенційних клієнтів, а також зрозуміти, які фактори впливатимуть на їх рішення про покупку.

Цільовий ринок міні-кондитерської може бути розділений за такими параметрами:

- Вік;
- Стать;
- Соціальний статус;
- Географічне розташування;
- Інтереси та переваги.

Особливість цільового ринку для кондитерської полягає в тому, що виробі можуть бути орієнтовані на широкий спектр споживачів, від дітей до людей похилого віку. Важливо враховувати вплив культурних та регіональних особливостей на смакові переваги покупців.

Також необхідно визначити основних конкурентів на ринку та зрозуміти, чим можна вирізнитися серед них. Це може бути унікальний рецепт, оригінальне оформлення продукції, високий рівень сервісу або інші фактори.

Залучення потенційних клієнтів на ринку кондитерських виробів може бути досягнуто через ефективні маркетингові стратегії, які включають рекламу, піар-кампанії, участь у виставках та ярмарках, а також інші заходи, що сприяють популяризації бренду і продукції.

Також важливим аспектом є наявність високої якості продукції та відмінного сервісу, оскільки позитивні відгуки та рекомендації від клієнтів можуть стати додатковим каналом просування на ринку.

Для визначення цільового ринку необхідно провести аналіз потреб споживачів, визначити їх переваги та вимоги до кондитерських виробів. Зокрема, важливо вивчити попит на різні види кондитерських виробів, особливості споживання та сезонність попиту, а також інші фактори, які можуть вплинути на поведінку споживачів.

Окрім того, необхідно проаналізувати конкурентів на ринку, їх асортимент, цінову політику та маркетингові стратегії. Це допоможе визначити свою нішу на ринку та розробити ефективні маркетингові стратегії для приваблення клієнтів.

Також слід враховувати демографічні та психографічні характеристики потенційних клієнтів, їх географічне розташування та соціокультурні особливості. Це дозволить створити портрет цільової аудиторії та ефективніше просувати продукцію на ринку.

Важливо також врахувати фактори, які можуть вплинути на поведінку споживачів, наприклад, економічну ситуацію в країні, рівень доходів населення, законодавчі норми та інші фактори. Ці фактори можуть вплинути на попит на кондитерські вироби та визначити стратегію входження на ринок. [21]

Необхідно також врахувати особливості законодавства та нормативно-правової бази в області виробництва та реалізації кондитерських виробів. Це дозволить уникнути можливих правових ризиків та забезпечити відповідність продукції вимогам законодавства.

Аналіз цільового ринку є ключовим етапом управління капіталом проекту "Міні Кондитерська". Відповідний аналіз дозволить компанії зорієнтуватися на свою цільову аудиторію, з'ясувати її потреби та уподобання, а також визначити ринкові можливості та конкурентні переваги.

Для проведення аналізу цільового ринку використовуються різні методи та інструменти дослідження. Одним із них є опитування та



анкетування потенційних клієнтів. Це дозволяє отримати цінні відгуки щодо їхніх уподобань щодо смаку, дизайну продукції, цінової політики та інших аспектів, які можуть впливати на прийняття рішень щодо виробництва.

Також, для аналізу ринку збуту здійснюється дослідження та аналіз конкурентних компаній. Важливо вивчити їхні продукти, ціни, маркетингові стратегії та рівень обслуговування, щоб виявити свої конкурентні переваги та можливості для позиціонування на ринку.

З цієї таблиці можна зробити висновок, що найбільший обсяг ринку у дорослих клієнтів, а найвищий рівень конкуренції спостерігається у підлітків. Також можна зосередитися на збуті продукції для дітей та коханців кави, де конкуренція не така висока. Для успішного впровадження проекту, буде важливо привернути увагу та задовольнити потреби різних сегментів ринку (Табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Оцінка ринку збуту для проекту "Міні Кондитерська":**

Сегмент	Обсяг ринку (у кг/місяць)	Орієнтована частка (%)	Рівень конкуренції (1-5, де 5 – найвищий)

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

НУБІЛ ЦІАІНІ  
И КРАІНІ

о  
л  
о  
р  
с  
в  
і  
ш  
н  
і  
і  
о  
п  
а  
н  
і  
л  
с  
о  
р  
о  
д  
о  
л  
и  
к  
т  
і  
л  
л  
і  
ш  
и  
т

Додатково, проводиться аналіз тенденцій ринку в сфері міні кондитерського виробництва. Це допомагає визначити актуальні потреби та попит на ринку, сприяє ідентифікації нових трендів у виробництві десертів (Табл 2.6).

**Таблиця 2.6**

**Аналіз тенденцій ринку в сфері міні кондитерського виробництва**

Тенденція	Опис	Вплив на проект
Зростання попиту на натуральні та здорові інгредієнти	Сучасні споживачі звертають увагу на своє здоров'я та переваги натуральних продуктів.	Розробка асортименту десертів з натуральними інгредієнтами.
Популярність різноманітних десертів	Клієнти шукають унікальні та різноманітні десерти з оригінальними смаками.	Постійне оновлення меню з новими інноваційними десертами.
Зростання онлайн-замовлень	Зручність та швидкість замовлення онлайн набувають популярності.	Розробка функціонального інтернет-магазину для приймання замовлень.
Підтримка сталого розвитку	Клієнти усвідомлюють важливість підтримки сталого розвитку та екологічності.	Застосування екологічно чистих упаковок та упакувань.
Розвиток спеціальних дієт	Збільшення попиту на десерти для осіб з особливими дієтами (безглютенові, веганські, тощо).	Розширення асортименту десертів з урахуванням різних дієт.

Залежно від тенденцій, компанія може приймати стратегічні рішення для вдалого позиціонування на ринку та задоволення потреб своїх клієнтів.

**2.6 Маркетинговий план**

Маркетинговий план є важливою частиною бізнес-плану міні

кондитерської, оскільки він дозволяє визначити основні стратегії та тактики просування продукції на ринку, визначити цільову аудиторію, а також визначити ключові канали комунікації і реклами.

1. Аналіз ринку: на першому етапі необхідно провести детальний аналіз ринку кондитерських виробів, визначити основних гравців на ринку, їхні сильні та слабкі сторони, а також вивчити попит і пропозицію на кондитерську продукцію.

2. Цільова аудиторія: слід чітко визначити цільову аудиторію міні кондитерської, її потреби і бажання, а також основні критерії вибору кондитерської продукції.

3. Позиціонування: важливо визначити позиціонування продукції міні кондитерської на ринку, визначити її основні переваги і відмінності від конкурентів.

4. Ціноутворення: необхідно розробити стратегію ціноутворення, враховуючи вартість виробництва, конкурентні ціни і покупну спроможність цільової аудиторії.

5. Реклама і просування: слід визначити основні канали реклами і просування продукції міні кондитерської, а також вибрати найбільш ефективні інструменти маркетингу для досягнення поставлених цілей.

6. Дистрибуція: важливо визначити основні канали дистрибуції продукції міні кондитерської, включаючи власні магазини, партнерські мережі та інші.

7. Зв'язок з клієнтами: важливо визначити стратегію зв'язку з клієнтами, вибрати основні інструменти зв'язку і способи взаємодії з аудиторією.

При розробці маркетингового плану важливо враховувати особливості ринку, поведінку цільової аудиторії та конкурентне середовище. Для аналізу ринку та визначення ефективної стратегії просування можна використовувати інструменти маркетингового аналізу.

такі як SWOT-аналіз, PEST-аналіз та інші.

При розробці маркетингового плану важливо враховувати довгострокові цілі бізнесу та стратегію його розвитку. Маркетинговий план має бути гнучким і здатним адаптуватися до змін на ринку та змін у поведінці споживачів.

Продовжуючи аналіз маркетингового плану, важливим аспектом є розробка комунікаційної стратегії, яка включає в себе визначення каналів зв'язку з цільовою аудиторією, вибір рекламних засобів та визначення бюджету на рекламу. Важливо також враховувати можливості онлайн-маркетингу, включаючи просування в соціальних мережах, контекстну рекламу та інші інструменти інтернет-маркетингу. Це дозволить залучити більшу кількість клієнтів та збільшити об'єм продажів.

Важливою частиною маркетингового плану є також аналіз ефективності маркетингових заходів. Це може включати в себе вимірювання показників продажів, збільшення кількості клієнтів, а також оцінку реакції цільової аудиторії на рекламні кампанії. Засновані на аналізі дані дозволяють вносити корективи в маркетинговий план та оптимізувати маркетингові зусилля.

Також важливим аспектом є визначення KPI (ключових показників ефективності), які дозволяють оцінити, наскільки ефективно реалізуються поставлені маркетингові завдання. До KPI можуть входити такі показники, як ROI (повернення інвестицій), конверсія, вартість приведення клієнта та інші. Оптимізація цих показників дозволяє підвищити ефективність маркетингових зусиль та досягти більш високих результатів.<sup>[20]</sup>

Крім того, важливим елементом маркетингового плану є розробка стратегії ціноутворення. Встановлення оптимальних цін на продукцію є ключовим фактором, що впливає на попит та прибуток міні-кондитерської. Ціна повинна враховувати витрати на виробництво, а також бажаний рівень прибутку. Також важливо аналізувати ціни конкурентів та враховувати

психологічний аспект ціноутворення. Задача стратегії ціноутворення полягає в тому, щоб знайти оптимальний баланс між конкурентоспроможністю цін і потребою в досягненні фінансових цілей підприємства.

Також важливо звертати увагу на якість продукції та обслуговування клієнтів. Задоволеність клієнтів є одним з ключових чинників успіху бізнесу. Важливо регулярно проводити опитування клієнтів, аналізувати їхні відгуки та вносити необхідні корективи в роботу підприємства.

Далі, важливо враховувати комунікаційну стратегію підприємства.

Комунікаційна стратегія включає в себе рекламу, PR, соціальні медіа, просування продажу та інші інструменти, які допомагають привернути увагу клієнтів до продукції. Це може бути розміщення реклами на білбордах, в соціальних мережах, проведення рекламних акцій і так далі.

При цьому важливо враховувати особливості цільової аудиторії та вибирати найбільш ефективні канали комунікації. Наприклад, для молодіжної аудиторії найбільш ефективними можуть бути соціальні мережі, а для старшої аудиторії - телебачення або радіо.

Крім того, важливо звертати увагу на відгуки та рекомендації клієнтів. Сарафанне радіо є одним з найефективніших інструментів просування. Якщо клієнт задоволений продукцією і сервісом, він з радістю порекомендує міні-кондитерську своїм знайомим і друзям.

Отже, розробка маркетингового плану для міні-кондитерської є важливою складовою бізнес-плану. Маркетинговий план дозволяє визначити стратегію просування продукції на ринку, вибрати цільову аудиторію та розробити комплекс заходів по залученню клієнтів.

## **2.7 Технічне планування та технологічний процес**

Технічне планування та технологічний процес є важливою складовою бізнес-плану міні-кондитерської, оскільки вони впливають на якість

продукції, її вартість і, відповідно, прибутковість бізнесу.

Для початку, необхідно визначити рецептуру продукції та перелік інгредієнтів, які будуть використовуватися в процесі виробництва.

Рецептура повинна бути унікальною та відповідати смаковим перевагам цільової аудиторії. Важливо також звертати увагу на якість інгредієнтів, оскільки вони впливають на якість готового продукту.

Далі необхідно розробити технологічний процес виробництва. Це включає в себе визначення технологічних операцій, які будуть виконуватися під час виробництва продукції, а також вибір обладнання, яке буде використовуватися в процесі. Важливо вибрати таке обладнання, яке дозволить забезпечити високу якість продукції при мінімальних витратах.

Також необхідно розробити план технічного обслуговування та ремонту обладнання, оскільки його експлуатація впливає на якість продукції та може вплинути на роботу підприємства в цілому.

Надалі потрібно звертати велику увагу на кількість часу, який необхідний для виготовлення певної продукції, адже саме цей фактор дозволить побудувати систематичне та чітке виготовлення продукту (Табл.

Таблиця 2.7  
Технологія виробництва

Вид продукції	
Торти	1. Приготування тіста та окремих шарів. 2. Вирізання та формування шарів. 3. Начинення та збирання торта.
Щеживо	4. Оформлення зовнішнього вигляду (глазур, декор, шаржи).

# НУБІП України

Пиріжки	1. Приготування тіста та розкатування на пласти.
	2. Формування та начинення пиріжків.
	3. Випікання пиріжків у печі.
	4. Оформлення (зверху розтоплене масло, яєчний жовток для додаткової апетитності).

# НУБІП України

Важливо також забезпечити дотримання санітарних норм і стандартів якості продукції.

Крім виробничого процесу та обладнання, важливо розглянути і питання логістики та розподілу продукції. План логістики повинен включати в себе методи та маршрути транспортування готової продукції до споживачів, а також можливі варіанти зберігання продукції на складах.

Маршрути та методи транспортування повинні бути оптимізовані таким чином, щоб зменшити витрати на логістику та забезпечити своєчасну доставку продукції до клієнтів.

Важливо також продумати систему контролю якості продукції. Система контролю якості повинна включати в себе методи випробувань та перевірок якості сировини та готової продукції, а також методи реагування на можливі невідповідності. Контроль якості дозволяє забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів та підвищити репутацію бренду.

Крім того, потрібно врахувати і питання екології та утилізації відходів. Виробництво кондитерських виробів супроводжується виникненням відходів, які потребують правильної утилізації. Важливо розробити систему збору, переробки та утилізації відходів, яка б відповідала всім екологічним вимогам.

Управління персоналом та розвиток корпоративної культури також є важливою частиною технічного планування. Необхідно визначити структуру організації, кількість співробітників та їх функціональні



обов'язки. Крім того, важливо розробити програми навчання та розвитку співробітників, а також створити систему мотивації та оцінки ефективності роботи персоналу.

Загалом, технічне планування та технологічний процес є важливою частиною бізнес-плану міні-кондитерської. Вони дозволяють визначити ключові етапи виробництва, вимоги до обладнання та ресурсів, а також врахувати всі можливі ризики та виклики, з якими може зіткнутися підприємство.

Технологія виробництва в міні-кондитерській має свої особливості, оскільки в такому масштабі підприємства зазвичай мають обмежений простір та обладнання, менший штат працівників і обсяг виробництва. Проте, ці обмеження не заважають створенню якісних та смачних кондитерських виробів. Для більшої ефективності та економії часу та ресурсів, часто використовуються готові напівфабрикати, які можуть значно спростити процес виробництва.

Основні особливості технології виробництва в міні-кондитерській:

Готові напівфабрикати: Міні-кондитерські часто замовляють готові напівфабрикати, такі як тісто, креми, начинки, які значно заощаджують час та простір для виробництва. Це дозволяє фокусуватися на фінальних етапах приготування та декорування продукції.

Обладнання: У міні-кондитерській обмежений вибір обладнання, але використання компактних та мобільних пристроїв дозволяє ефективно використовувати простір та оптимізувати процеси виробництва.

Ручна робота: Через невеликі обсяги виробництва, деякі етапи можуть виконуватися вручну. Ручна праця може забезпечити більшу увагу до деталей та індивідуальний підхід до декорування та оформлення виробів.

Гнучкість: У міні-кондитерській можуть змінюватися рецептури та асортимент продукції залежно від попиту та сезонності. Гнучкість дозволяє пристосовуватися до змінних умов ринку та замовлень клієнтів.

Зберігання та транспортування: У міні-кондитерській можуть бути обмежені умови для зберігання та транспортування готової продукції. Важливо забезпечити належні умови для зберігання та транспортування, щоб зберегти якість та свіжість виробів.

Смак та якість: Оскільки міні-кондитерські часто працюють в невеликих масштабах і мають прямий контакт з клієнтами, вони можуть надавати більше уваги до смаку та якості своєї продукції. Це може бути перевагою на ринку, оскільки забезпечення високої якості може привернути більше клієнтів.

## 2.8 Аналіз ризиків

Ризики – невід'ємна частина будь-якого бізнес-процесу. Для міні-кондитерської можливі такі основні види ризиків:

1. Фінансові ризики. Можуть виникнути внаслідок нестабільності на фінансовому ринку, непередбачуваних витрат, коливань валютних курсів тощо. Запобігти цим ризикам можна за допомогою грамотного фінансового планування та розробки бюджету.

2. Технологічні ризики. Можуть виникати через застаріле обладнання, втрату даних, збої в роботі систем та ін. Подолати ці ризики можна через постійне оновлення обладнання та ІТЗ, а також резервне копіювання важливої інформації.

3. Ризики, пов'язані з персоналом. Включають в себе можливість втрати ключових співробітників, недостатнього рівня кваліфікації працівників, конфлікти в колективі та ін. Ці ризики можна знизити за допомогою впровадження системи мотивації, навчання та розвитку персоналу, а також створення позитивного робочого середовища.

4. Ринкові ризики. Можуть виникнути через зміни попиту та пропозиції на ринку, зростання конкуренції, зміни в законодавстві тощо. Мінімізація цих ризиків може бути досягнута за рахунок глибокого аналізу ринку,

моніторингу діяльності конкурентів та своєчасного реагування на зміни в законодавстві.

5. Ризики, пов'язані з коливаннями валютних курсів. Ці ризики особливо актуальні для підприємств, які працюють на міжнародному ринку або закуповують сировину/обладнання за кордоном. Зміна валютного курсу може призвести до збільшення витрат і, як наслідок, зменшення прибутку.

6. Кредитні ризики. Пов'язані з можливістю неповернення позик або кредитів, взятих підприємством. Ці ризики також включають в себе ризик неплатоспроможності контрагентів.

7. Інвестиційні ризики. Пов'язані з можливістю зниження вартості інвестицій через зміну ринкових умов, неправильного вибору об'єктів для інвестування тощо.

8. Операційні ризики. Виникають в результаті внутрішніх збоїв у роботі підприємства, таких як втрата ключових співробітників, неправильне планування виробництва, втрата інформації тощо.

9. Ліквідні ризики. Пов'язані з можливістю не знайти покупця на продукцію або послуги підприємства в умовах кризи або рецесії.

Загалом, аналіз ризиків є важливим інструментом у плануванні та управлінні бізнесом. Він дозволяє прогнозувати можливі проблеми та розробляти заходи щодо їхнього усунення або зменшення наслідків. [9]

Фінансові ризики є одним з основних видів ризиків у бізнесі. Це нестабільність, пов'язана із змінами у фінансовій діяльності підприємства, що може призвести до збитків або втрати вигод.

Щоб знизити вплив фінансових ризиків, підприємство повинно проводити грамотне фінансове планування, використовувати різні інструменти хеджування, укладати договори страхування тощо.

Технологічні ризики в бізнесі пов'язані з можливими збоями, недоліками чи втратами у сфері технологій, які використовує підприємство. Ці ризики можуть виникнути внаслідок використання застарілого

обладнання, втрати даних, збоїв у програмному забезпеченні та інших подібних проблем.

Також варто звертати увагу на такі види ризиків:

1. Ризик використання застарілого обладнання. Використання несучасного технологічного обладнання може призвести до зниження якості продукції, збільшення виробничих витрат і втрати конкурентоспроможності.

2. Ризик втрати даних. Втрата важливої інформації може відбутися через збої в роботі обладнання, хакерські атаки, помилки персоналу та інші фактори. Це може призвести до збитків і негативно вплинути на репутацію підприємства.

3. Ризик збоїв у програмному забезпеченні. Неправильна робота або відсутність необхідного програмного забезпечення може призвести до збоїв у виробничих процесах, затримок в постачанні товарів та послуг.

4. Ризик відсутності необхідних технологічних компетенцій. Відсутність в персоналу необхідних навичок і знань для роботи з сучасним обладнанням та програмним забезпеченням може призвести до зниження ефективності виробництва.

Для зменшення технологічних ризиків підприємство повинно вкладати в оновлення обладнання, покращення системи безпеки даних, регулярно оновлювати програмне забезпечення, а також проводити навчання персоналу.

Ризики, пов'язані з персоналом, відіграють важливу роль у діяльності підприємства, оскільки успіх бізнесу безпосередньо залежить від робітників та управлінської команди [9].

Наступною групою ризиків є:

Ризик втрати кваліфікованих співробітників. Втрата досвідчених і висококваліфікованих співробітників може призвести до зниження якості товарів або послуг, що впливає на конкурентоспроможність підприємства.

2. Ризик низької продуктивності. Недостатньо висока мотивація персоналу або погане керівництво може призвести до низької продуктивності, що збільшує виробничі витрати.

3. Ризик відсутності необхідних навичок і компетенцій. Відсутність в персоналу необхідних навичок і знань для роботи з новітнім обладнанням та технологіями може призвести до збоїв в виробничих процесах.

Ризик конфліктів в колективі. Конфлікти між співробітниками можуть негативно вплинути на робочий процес, зменшуючи ефективність діяльності підприємства.

Для зменшення ризиків, пов'язаних з персоналом, необхідно впровадити ефективні системи мотивації та керівництва, забезпечити регулярне навчання та підвищення кваліфікації співробітників, а також розвивати корпоративну культуру.

Ринкові ризики є одними з найважливіших факторів, що впливають на діяльність підприємства. Ці ризики виникають внаслідок змін умов ринку, на якому працює підприємство, та поділяються на:

1. Ризик зниження попиту на продукцію. Зміни в смаках та перевагах споживачів, а також поява нових конкурентів можуть призвести до зниження попиту на продукцію підприємства.

2. Ризик зростання конкуренції. Поява нових конкурентів або зміцнення позицій існуючих конкурентів може зменшити частку ринку, яку займає підприємство, і вплинути на його прибутковість.

3. Ризик змін у законодавстві. Зміни в законодавстві, які регулюють діяльність підприємства, можуть призвести до необхідності адаптації бізнес-процесів, що вимагає додаткових витрат.

4. Ризик коливань валютного курсу. Для підприємств, які імпортують сировину або експортують свою продукцію, коливання валютних курсів може призвести до збільшення вартості сировини або зменшення прибутку від експорту.

Для зменшення ринкових ризиків необхідно проводити регулярний аналіз ринку, враховувати зміни в законодавстві та валютних курсах, а також розробляти стратегії адаптації до змін ринкових умов [9]

## 2.9 Структура доходів проєкту та оподаткування

Структура доходів проєкту може включати різні складові виручки від реалізації продукції чи послуг. В даному випадку, міні кондитерська виробляє торти, печиво, цукерки, пиріжки та інші солодощі, тому доходи проєкту будуть складатися з продажу цих продуктів.

Оподаткування міні кондитерської буде залежати від різних факторів, таких як юридичний статус підприємства, обсяги виробництва та продажів, законодавство щодо оподаткування в країні тощо. Основними податками, які можуть стосуватися міні кондитерської, є податок на прибуток підприємств, ПДВ (податок на додану вартість) та акцизний податок [31]

Наведемо виручку від реалізації за кожен рік збільшуючи ціну асортименту на 10%.

1 рік:  $1800 \text{ тортів} * 220 \text{ грн} + 3000 \text{ упаковок печива} * 55 \text{ грн} + 4320 \text{ пиріжків} * 44 \text{ грн} + 4000 \text{ упаковок інших солодощів} * 55 \text{ грн} = 971080 \text{ грн.}$

2 рік:  $1800 \text{ тортів} * 242 \text{ грн} + 3000 \text{ упаковок печива} * 60.5 \text{ грн} + 4320 \text{ пиріжків} * 48.4 \text{ грн} + 4000 \text{ упаковок інших солодощів} * 60.5 \text{ грн} = 1068188 \text{ грн.}$

3 рік:  $1800 \text{ тортів} * 266 \text{ грн} + 3000 \text{ упаковок печива} * 66.55 \text{ грн} + 4320 \text{ пиріжків} * 53.24 \text{ грн} + 4000 \text{ упаковок інших солодощів} * 66.55 \text{ грн} = 1174647 \text{ грн.}$

4 рік:  $1800 \text{ тортів} * 292 \text{ грн} + 3000 \text{ упаковок печива} * 73.21 \text{ грн} + 4320 \text{ пиріжків} * 58.57 \text{ грн} + 4000 \text{ упаковок інших солодощів} * 73.21 \text{ грн} = 1291092 \text{ грн.}$

5 рік:  $1800 \text{ тортів} * 321 \text{ грн} + 3000 \text{ упаковок печива} * 80.53 \text{ грн} + 4320 \text{ пиріжків} * 64.42 \text{ грн} + 4000 \text{ упаковок інших солодощів} * 80.53 \text{ грн} = 1419804 \text{ грн.}$

грн.  
Виручка від реалізації за кожен рік  
1 рік: 971080 грн  
2 рік: 1068188 грн

3 рік: 1174647 грн  
4 рік: 1291092 грн  
5 рік: 1419804 грн. (див. Рис. 2.2)

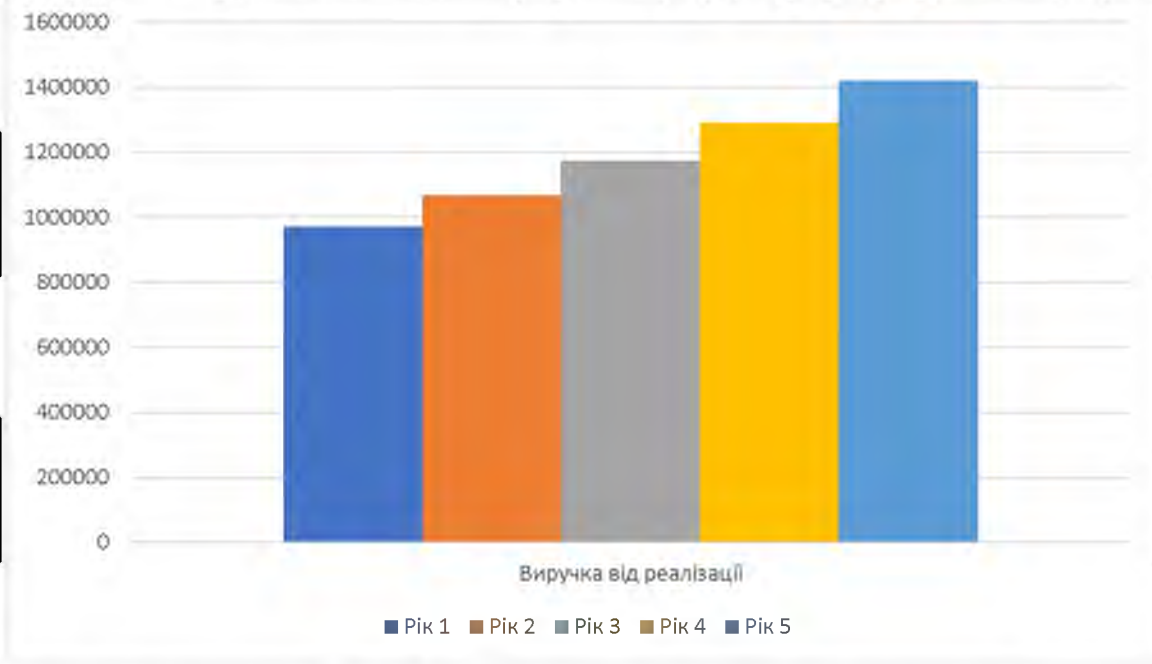


Рис.2.2 Виручка від реалізації

Отже, за весь час дохід від проєкту становитиме

Загалом, можемо побачити зростаючу тенденцію виручки з року в рік, що може свідчити про успішний розвиток міні кондитерської та збільшення популярності її продукції.

Сукупні витрати операційної діяльності міні кондитерської включають всі витрати, пов'язані з її повсякденною діяльністю для виробництва та реалізації продукції. Ці витрати можна розділити на дві основні категорії: змінні та постійні.

Змінні витрати - це ті витрати, які залежать від обсягу виробництва

або реалізації продукції. Наприклад, сировина і матеріали, паливо і енергія, рекламні заходи, господарчі потреби, упаковка. Ці витрати змінюються в пропорції до збільшення або зменшення виробництва та продажів.

Постійні витрати - це ті витрати, які залишаються сталими незалежно від обсягу виробництва або реалізації продукції. Наприклад, оренда приміщення, абонплата, обслуговування обладнання, оплата праці персоналу, єдиний соціальний внесок (ЄСВ), амортизація. Ці витрати не залежать від обсягу виробництва, тому вони залишаються сталими на протязі певного періоду.[2]

Сукупні витрати операційної діяльності є сумою змінних та постійних витрат і представляють загальні витрати підприємства на його повсякденну діяльність. (див табл. 2.8).

**Таблиця 2.8**

**Сукупні витрати операційної діяльності**

**Всього витрат по елементам. грн.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України



# НУБІП України

# НУБІП України

## Інвестиційний план проєкту

### Дизайн та обробка приміщення:

# НУБІП України

1. Оформлення інтер'єру унікальним арт-стилем – 50 000 грн.
2. Ремонт приміщення, створення атмосферного середовища – 30 000 грн.

### Творчий інвентар та обладнання:

# НУБІП України

1. Купівля спеціалізованого кондитерського обладнання – 100 000 грн.
2. Закупівля художніх інструментів для декорування – 20 000 грн.

### Сировина та інгредієнти для виробництва:

# НУБІП України

1. Закупівля якісних інгредієнтів для унікальних рецептів – 60 000 грн.
2. Купівля природних барвників та екстрактів для мистецтва кольорів – 15 000 грн.

### Продукція та упаковка:

# НУБІП України

1. Виготовлення та упаковка оригінальних тортів та десертів – 80 000 грн.
2. Створення брендіваних коробок та упаковки – 10 000 грн.

### Маркетинг та реклама:

# НУБІП України

1. Розробка та друк рекламних буклетів та листівок – 5 000 грн.
2. Інтернет-маркетинг та просування в соціальних мережах – 15 000 грн.

### Заробітна плата та підтримка персоналу:

# НУБІП України

1. Оплата персоналу (кондитерів, бариста, обслуговуючого персоналу) – 58 000 грн.

2. Підтримка персоналу та навчання нових технік – 10 000 грн.

Резерв для неочікуваних витрат та невеликих змін – 20 000 грн.

Сума інвестицій буде дорівнювати 473 000 грн.

*Звіт про фінансові результати*

Чистий прибуток від продукції підприємства за 5 років існування:

$$\begin{aligned} \text{Чистий прибуток за 1 рік} &= \text{Виручка} - \text{Витрати} - \text{Постійні витрати} - \\ &\text{Змінні витрати} \\ \text{Чистий прибуток за 1 рік} &= 5\,924\,811 - 2\,658\,877 - 966\,508 - 1\,692\,369 \\ &= 607\,057 \text{ грн} \end{aligned}$$

Чистий прибуток за 5 років = Чистий прибуток за 1 рік \* 5

$$\text{Чистий прибуток за 5 років} = 607\,057 * 5 = 3\,035\,285 \text{ грн}$$

Чистий прибуток накопиченим підсумком за 5 років існування:

Чистий прибуток накопиченим підсумком = Чистий прибуток за 1 рік +

Чистий прибуток за 2 рік + ... + Чистий прибуток за 5 рік

$$\begin{aligned} \text{Чистий прибуток накопиченим підсумком} &= 607\,057 + 607\,057 + 607\,057 \\ &+ 607\,057 + 607\,057 = 3\,035\,285 \text{ грн} \end{aligned}$$

Чистий прибуток + амортизація за 5 років існування:

Чистий прибуток + амортизація за 1 рік = Чистий прибуток за 1 рік +

Амортизація за 1 рік

$$\text{Амортизація за 1 рік} = 10\,388 \text{ грн.}$$

$$\text{Чистий прибуток} + \text{амортизація за 1 рік} = 607\,057 + 10\,388 = 617\,445$$

грн

$$\begin{aligned} \text{Чистий прибуток} + \text{амортизація за 5 років} &= (\text{Чистий прибуток} + \\ &\text{амортизація за 1 рік}) * 5 \end{aligned}$$

$$\text{Чистий прибуток} + \text{амортизація за 5 років} = 617\,445 * 5 = 3\,087\,225 \text{ грн}$$

Чистий прибуток + амортизація накопиченим підсумком за 5 років

існування:

$$\begin{aligned} \text{Чистий прибуток} + \text{амортизація накопиченим підсумком} &= (\text{Чистий} \\ &\text{прибуток} + \text{амортизація за 1 рік}) + (\text{Чистий прибуток} + \text{амортизація за 2 рік}) \end{aligned}$$

+ ... (Чистий прибуток + амортизація за 5 рік)

Чистий прибуток + амортизація накопиченим підсумком = 617 445 +

*Фінансовий аналіз проєкту*

### 1. Рентабельність

Прибуткова маржа - це співвідношення чистого прибутку до виручки.

Прибуткова маржа =  $(\text{Чистий прибуток} / \text{Виручка}) * 100$

Дані для розрахунку:

Чистий прибуток = Виручка - Змінні витрати - Постійні витрати

Чистий прибуток =  $5\,924\,811 - 1\,692\,369 - 966\,508 = 3\,265\,934$  грн.

Виручка = 5 924 811 грн.

Прибуткова маржа =  $(3\,265\,934 / 5\,924\,811) * 100 \approx 55.06\%$

### 2. Оборотність активів

Оборотність активів вимірює ефективність використання активів для забезпечення виручки.

Оборотність активів =  $\text{Виручка} / \text{Середньорічна вартість активів}$

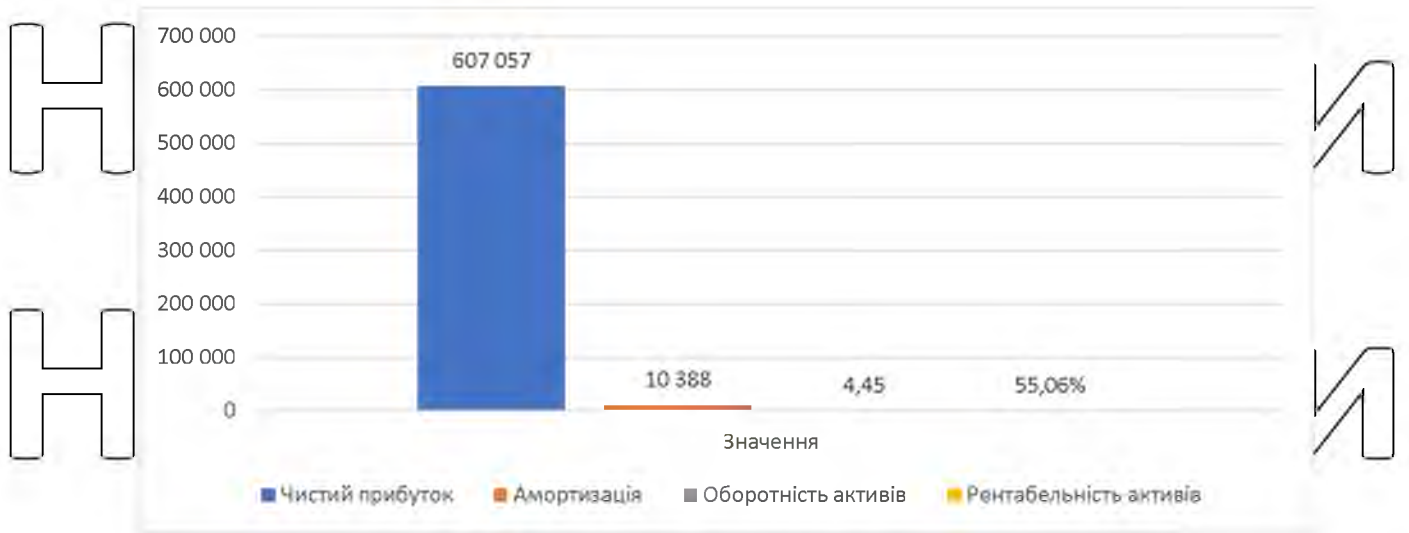
Середньорічна вартість активів =  $(\text{Початкова вартість активів} + \text{Кінцева вартість активів}) / 2$

Початкова вартість активів = 2 658 877 грн. (відповідає сумі витрат)

Кінцева вартість активів = 0 грн (активи повністю амортизовані)

Середньорічна вартість активів =  $(2\,658\,877 + 0) / 2 = 1\,329\,438.5$  грн.

Оборотність активів =  $5\,924\,811 / 1\,329\,438.5 \approx 4.45$  (див. Рис 2.3).



**Рис. 2.3 Показники основної діяльності**

Управління витратами є важливою задачею для підприємства, оскільки забезпечує ефективне функціонування та прибутковість бізнесу

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ МІН-КОНДИТЕРСЬКОЇ

### 3.1 Розширення маркетингових заходів щодо стимулювання попиту на кондитерські вироби

Для забезпечення зростання попиту на кондитерські вироби нашого підприємства необхідно реалізувати ряд маркетингових заходів, спрямованих на розширення нашої цільової аудиторії та збільшення обсягів продажів.

По-перше, слід розробити стратегію просування продукції в соціальних мережах, залучаючи блогерів та інфлюенсерів, які зможуть донести переваги наших виробів до своїх передплатників. Це може включати проведення конкурсів, розіграшів та спеціальних акцій для фолловерів. [22]

По-друге, важливим елементом стратегії стимулювання попиту є участь в гастрономічних фестивалях та ярмарках, що дозволить познайомити потенційних споживачів з продукцією, дати їм можливість спробувати вироби та отримати зворотний зв'язок.

По-третє, слід розглянути можливість співпраці з ресторанами та кафе, де можна було б розміщувати нашу продукцію в меню або як десерти.

Нарешті, не слід забувати про традиційні методи реклами, такі як розміщення білбордів, листівок та інших рекламних матеріалів в місцях масового скупчення людей.

Реалізація цих заходів дозволить нам розширити нашу клієнтську базу, збільшити обсяги продажів та забезпечити стабільне зростання підприємства.

Більше того, розширення маркетингових заходів вимагає впровадження програм лояльності для постійних клієнтів. Це може включати в себе накопичувальні системи знижок, подарунки до свят, а також індивідуальні пропозиції для найактивніших покупців.

Ще однією ефективною стратегією є організація дегустації наших виробів в магазинах і торгових центрах, що дозволить залучити нових покупців і показати їм переваги наших кондитерських виробів на практиці.

Крім того, важливою складовою маркетингової стратегії є участь в благодійних акціях та соціальних проектах. Така участь дозволяє не тільки підняти імідж компанії, а й залучити нових клієнтів, які віддають перевагу соціально відповідальному бізнесу.

Таким чином, реалізація розширених маркетингових заходів сприятиме зростанню попиту на нашу продукцію і, відповідно, збільшенню прибутковості підприємства.

Розширення маркетингових заходів є ключовим аспектом для стимулювання попиту на кондитерські вироби. Це включає в себе використання різних маркетингових каналів та інструментів, таких як соціальні мережі, онлайн-реклама, email-маркетинг, а також традиційні засоби реклами, такі як білборди, радіо та телебачення.

Один з важливих аспектів маркетингових заходів – це створення ефективною стратегії просування продукції. Це може включати в себе розробку унікального торгового пропозиції, що виділятиме продукцію на тлі конкурентів, а також визначення цільової аудиторії та розробку специфічних пропозицій для різних сегментів аудиторії. [30]

Крім того, ефективні маркетингові заходи включають в себе розробку програм лояльності для постійних клієнтів, а також проведення рекламних акцій і знижок для стимулювання попиту.

Також необхідно звертати увагу на аналіз ринку та конкурентів, що дозволить більш точно визначити потреби клієнтів і розробити ефективні маркетингові кампанії.

Додатково до вищезазначеного, компанії слід регулярно проводити аналіз ефективності своїх маркетингових кампаній. Це може включати в себе аналіз даних веб-аналітики, відгуків клієнтів та інших показників, які

можуть допомогти зрозуміти, наскільки ефективно витрачені маркетингові бюджети та які кампанії приносять найкращі результати. На підставі цього аналізу компанія може вносити корективи у свою маркетингову стратегію, щоб максимізувати ефективність та досягти кращих результатів. [6]

Загалом, для розширення маркетингових заходів необхідно враховувати ряд факторів, таких як специфіка ринку, потреби цільової аудиторії, особливості продукції та інші. Тільки в такому випадку можна досягти позитивних результатів і стимулювати попит на кондитерські вироби.

Зокрема, слід провести аналіз вартісної ефективності рекламних кампаній, щоб визначити, які з них приносять найбільший прибуток. Для цього можна використовувати різні інструменти аналітики, які допоможуть виміряти результативність рекламних заходів та визначити, наскільки ефективно використовуються ресурси компанії.

Важливо також враховувати сезонність попиту на кондитерські вироби. Наприклад, під час святкових періодів попит на солодощі зростає, тому слід планувати маркетингові кампанії заздалегідь, щоб максимально використовувати цей період для збільшення продажів.

Крім того, не варто забувати про можливість використання нових технологій та інноваційних підходів в маркетингу. Наприклад, використання віртуальної та доповненої реальності може стати ефективним інструментом для привертання уваги клієнтів та створення незабутнього досвіду взаємодії з брендом.

Також слід звернути увагу на аналіз конкурентів, оскільки знання стратегій і тактик конкурентів дозволить виявити слабкі та сильні сторони власного бізнесу. На основі цього можна розробити унікальні продукти та послуги, які виділять вас на тлі конкурентів.

Іншим важливим аспектом є використання цифрових каналів комунікації. Соціальні мережі, електронна пошта, месенджери та інші

інструменти дозволяють створити ефективний зв'язок з клієнтами та підтримувати їхню лояльність. Важливо враховувати, що кожен канал вимагає індивідуального підходу та вміння правильно донести інформацію до споживача.

Враховання психологічних аспектів споживацької поведінки також є важливою частиною маркетингового плану. Розуміння потреб, мотивації та емоцій клієнтів дозволяє розробити ефективні маркетингові стратегії, які привертатимуть увагу клієнтів та стимулюватимуть їх до покупки.

В цілому, розширення маркетингових заходів щодо стимулювання попиту на кондитерські вироби вимагає комплексного підходу, який включає в себе аналіз ринку, конкурентів, потреб клієнтів, а також використання інноваційних технологій та креативних ідей для створення унікального продукту та послуги, які відповідатимуть вимогам ринку та сприятимуть збільшенню продажів.

На завершення слід пам'ятати, що розширення маркетингових заходів повинно бути гармонійно вписано в загальну стратегію розвитку компанії. Тільки в такому випадку можна досягти максимального ефекту та забезпечити стабільне зростання продажів кондитерських виробів.

### **3.2 Удосконалення цінової стратегії щодо реалізації кондитерський виробів**

Для удосконалення цінової стратегії підприємства в сфері реалізації кондитерських виробів важливо врахувати наступні аспекти:

1. Витрати на виробництво: Ціна продукції повинна покривати всі витрати на її виробництво і приносити прибуток підприємству.

2. Цінність продукту для споживача: Необхідно вивчити, яку цінність має продукція для споживача і яку ціну вони готові за неї платити.



3. Цінова політика конкурентів: Аналіз цінових стратегій конкурентів дозволить встановити конкурентоспроможну ціну на власну продукцію.

4. Психологічний аспект ціноутворення: Важливо враховувати психологічну складову ціноутворення, оскільки ціна може впливати на сприйняття якості продукту споживачем.

5. Сегментування ринку: Потрібно визначити, на які сегменти ринку націлено продукт і яким чином це впливає на ціну.

6. Цінова еластичність попиту: Необхідно врахувати, як зміна ціни вплине на попит на продукцію.

7. Промоції та знижки: Розглянути можливість проведення акцій, знижок та інших маркетингових заходів для стимулювання продажів.

8. Моніторинг і адаптація: Важливо постійно моніторити ринкову реакцію на встановлені ціни та готовність адаптувати цінову політику в залежності від змін на ринку.

9. Програми лояльності та бонуси: Розробка програм лояльності та бонусів для постійних клієнтів. Це може включати знижки, бонусні товари або інші переваги, які зміцнюють відносини з клієнтами і стимулюють їх до повторних покупок.

10. Співпраця з партнерами: Пошук партнерів для спільних акцій та промоцій, які дозволять знизити витрати на маркетинг і одночасно збільшити вплив на потенційних покупців.

11. Позиціонування продукту: Визначення унікальної торгової пропозиції та позиціонування продукту на ринку. Це може включати в себе акцент на унікальних інгредієнтах, високій якості, ексклюзивному дизайні упаковки та інших факторах, які виділяють продукт серед конкурентів.

12. Аналіз ефективності цінової стратегії: Проведення регулярного аналізу ефективності цінової стратегії та її впливу на фінансові результати підприємства.

13. Моніторинг конкурентів: Систематичний аналіз цінової політики конкурентів для забезпечення конкурентоспроможності своїх виробів. Це включає в себе аналіз акцій, знижок та інших маркетингових заходів, які проводять конкуренти.

14. Проведення цінових експериментів: Проведення експериментів з цінами для визначення оптимального рівня цін, який буде задовольняти споживачів і забезпечувати потрібний рівень прибутку.

15. Оптимізація асортименту продукції: Аналіз продажів різних видів продукції для визначення найбільш прибуткових позицій і оптимізація асортименту на користь цих позицій.

16. Впровадження змін в упаковку та дизайн: Оцінка можливостей впровадження змін в упаковку та дизайн продукції для стимулювання попиту і збільшення обсягів продажів.

17. Розвиток власного бренду: Постійна робота над розвитком власного бренду, його просуванням і підтримкою позитивного іміджу в очах споживачів.

Цінова стратегія повинна бути гнучкою та адаптованою до змін на ринку, попиту споживачів та дій конкурентів. Правильний підхід до ціноутворення може стати важливим фактором конкурентоспроможності підприємства і його успішного розвитку на ринку. [32]

Пункт 3.2 Удосконалення цінової стратегії є ключовим елементом бізнес-плану міні-кондитерської, який впливає на фінансові показники підприємства і його конкурентоспроможність на ринку. Успішна реалізація цього пункту забезпечить стабільний попит на продукцію, зростання обсягів продажів і збільшення прибутку.

Серед перерахованих аспектів стратегії розглянемо трьох ключових, які можуть найбільш значуще вплинути на успіх міні-кондитерської:

1. Розробка нових продуктів: Цей аспект є ключовим для підтримки інтересу клієнтів і привертання уваги нової аудиторії. Розширення

асортименту, впровадження оригінальних та унікальних продуктів може стати конкурентною перевагою на ринку і сприяти збільшенню частки ринку. Розвиток нових виробів також важливий для адаптації до змін у смаках та перевагах споживачів.

2. Використання сучасних технологій для взаємодії з клієнтами: Застосування інноваційних технологій для залучення клієнтів і підтримки з ними зв'язку може значно вплинути на репутацію бренду і збільшити лояльність покупців. Використання соціальних мереж, мобільних додатків та інших інструментів для комунікації з клієнтами може покращити якість обслуговування і забезпечити більш персоналізований підхід.

3. Проведення рекламних кампаній: Рекламні кампанії можуть істотно вплинути на розпізнаваність бренду і привернення уваги нових клієнтів. Ефективна реклама може не тільки стимулювати попит на продукцію, але й позитивно впливати на імідж підприємства. Проведення рекламних кампаній також може допомогти виробнику виділитися на тлі конкурентів і визначити своє місце на ринку.

Підводячи підсумок, стратегія ціноутворення повинна бути гнучкою і враховувати як зовнішні ринкові фактори, так і внутрішні можливості підприємства. Важливо знайти оптимальний баланс між конкурентоспроможними цінами, які приваблюють клієнтів, і необхідністю покривати витрати і отримувати прибуток.

Для досягнення оптимального рівня ціноутворення можна використовувати різні стратегії, такі як диференціація продукції, зниження витрат або створення спеціальних пропозицій для клієнтів. Також важливо враховувати фактори, які можуть вплинути на ціноутворення, включаючи конкуренцію, попит та сезонність. [23]

Важливо постійно аналізувати ринок і коригувати стратегію ціноутворення відповідно до змін умов ринку та поведінки споживачів. Це

допоможе зберегти конкурентоспроможність і забезпечити стабільні продажі.

### 3.3 Оцінка ефективності бізнес-проекту

Ефективна оцінка дозволяє оцінити, наскільки вигідним є інвестування грошей у певний проєкт або підприємство. Під час оцінки враховуються різні фактори, такі як потенційні ризики, очікувані доходи, затрати на реалізацію проєкту, ринкові умови і багато іншого.

Точність та об'єктивність оцінки дуже важливі, оскільки невірно розрахована ефективність може призвести до негативних наслідків, таких як втрата капіталу, збитки або недосягнення бажаних результатів. Успішна інвестиційна діяльність підприємства залежить від того, наскільки добре виконана оцінка ефективності інвестицій та наскільки вона відповідає реальним умовам і потребам бізнесу.

Точка беззбитковості (англ. breakeven point) є важливим показником в обліку та фінансовому аналізі підприємства. Це та точка, де виручка від продажу товарів або послуг дорівнює сумі всіх витрат, пов'язаних з виробництвом та продажем (Табл. 3.1)

Таблиця 3.1

#### Загальні витрати

иру чка	
итр ати	
ості йні вит	

рат  
и

мін  
ні

вит  
рат  
и

риб

уто  
к

до  
вир

аху

ван  
ня

под  
атк

у  
на

при  
бут  
ок

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

Коли підприємство досягає точки беззбитковості, воно не заробляє прибутку, але також не зазнає збитків. Це значить, що весь отриманий дохід

витрачається на покриття витрат. Якщо обсяг реалізації продукції або послуг перевищує точку беззбитковості, підприємство отримує прибуток; якщо менше - воно зазнає збитків.

Точка беззбитковості визначається як відношення витрат до виручки

(у відсотках). Цей показник показує, яка частка виручки потрібна для покриття всіх витрат.

НУБІП УКРАЇНИ

Точка беззбитковості, % = (Витрати / Виручка) \* 100

Точка беззбитковості, % = (2 658 877 / 5 924 811) \* 100 ≈ 44.88%

Точка беззбитковості в гривнях визначається як сума виручки,

необхідна для покриття всіх витрат.

Точка беззбитковості, грн = Витрати

Точка беззбитковості, грн = 2 658 877 грн.

Для визначення точки беззбитковості в середньому на місяць, потрібно розділити суму витрат на кількість місяців.[10]

Точка беззбитковості, грн в середньому на місяць = Витрати /

Кількість місяців

Наприклад, якщо ми розглядаємо період у 12 місяців:

Точка беззбитковості, грн в середньому на місяць = 2 658 877 грн / 12

≈ 221 573 грн.

Величина операційного важеля визначається як відношення прибутку до виручки. Вона показує, на скільки зміниться прибуток при зміні виручки на 1 грн.

Величина операційного важеля = (Прибуток до вирахування податку на прибуток / Виручка) \* 100

Величина операційного важеля = (3 265 934 / 5 924 811) \* 100 ≈ 55.1%

Занесемо ці дані в таблицю (Табл. 3.2).

Таблиця 3.2

### Значення точки беззбитковості

онок	
а	
без	
зби	
тко	
вос	
ті,	

ре  
ліза  
ції  
про  
дук  
ції

НУБІП України

очк  
а

НУБІП України

без  
зби  
тко  
вос  
ті,

НУБІП України

грн  
ре  
ліза  
ції

НУБІП України

про  
дук  
ції

НУБІП України

очк  
а

НУБІП України

без  
зби  
тко  
вос  
ті,  
грн

НУБІП України

в  
сер

НУБІП України

едн  
бом  
у  
на  
міс.

НУБІП України

ели  
чин  
а  
опе  
рац  
ійн  
ого  
важ  
еля

НУБІП України

НУБІП України

Для того щоб намалювати точку беззбитковості на графіку, нам знадобиться інформація про залежність між виручкою та витратами.

Ми вже маємо дані про виручку та витрати на різних рівнях реалізації продукції:

Виручка: 5 924 811 грн

Змінні витрати: 1 692 369 грн

Постійні витрати: 966 508 грн

Точка беззбитковості (ТБЗ) виражається у реалізації продукції, тобто у відсотках від потенційної максимальної реалізації продукції.

Для побудови графіка точки беззбитковості, нам потрібно знаходити значення виручки та витрат на різних рівнях реалізації продукції і зобразити ці точки на координатній площині.

Розрахуємо вартість продукції на різних рівнях реалізації, виходячи зі значень змінних витрат та постійних витрат.

ТБЗ, % реалізації = 44.88%

Вартість продукції, грн = Виручка - Змінні витрати - Постійні витрати

НУБІП України



Наприклад, при ТБЗ 20%.

$$\begin{aligned} \text{Вартість продукції (ТБЗ 20\%)} &= 5\,924\,811 - (1\,692\,369 \cdot 0.2) - 966\,508 \\ &= 5\,924\,811 - 338\,473.8 - 966\,508 \approx 4\,619\,829.2 \text{ грн} \end{aligned}$$

Зобразимо точку беззбитковості та інші точки на графіку. Осі координат будуть представляти обсяг реалізації продукції (в грн), а на вертикальній осі будуть показані витрати (в грн).

З'єднаємо всі точки лінією, і місце перетину цієї лінії з віссю відобразить точку беззбитковості.

Таким чином, маючи значення виручки та витрат на різних рівнях реалізації, можна побудувати графік та знайти точку беззбитковості, де виручка дорівнює загальним витратам (Рис. 3.1).

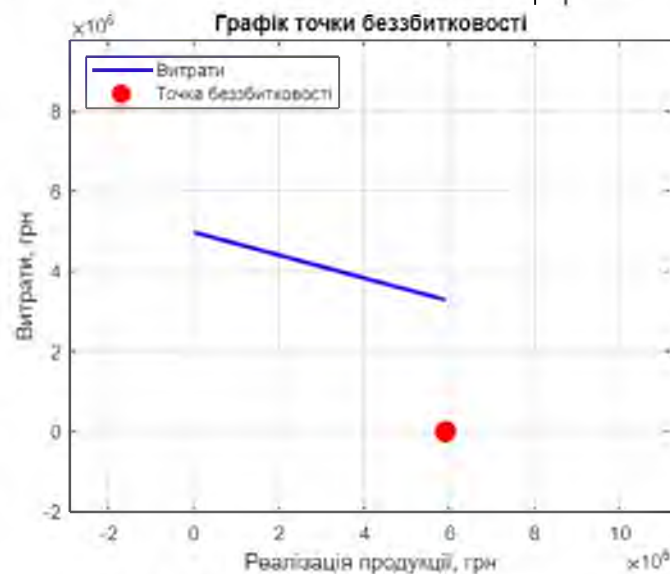


Рис. 3.1 Графік точки беззбитковості

Термін окупності (Payback Period) визначає, за який час інвестиції повністю окупляться і прибуток почне надходити. Цей показник вимірюється в періоді часу, наприклад, в місяцях.

Термін окупності розраховується як відношення суми інвестицій до середньої місячної чистої прибутку (Прибуток до вирахування податку на прибуток - Змінні витрати - Постійні витрати).

Термін окупності = (Сума інвестицій) / (Середньомісячний чистий прибуток)

Для розрахунку середньомісячного чистого прибутку, спочатку знайдемо суму чистого прибутку за певний період (наприклад, 1 рік) і розділимо його на кількість місяців:

Чистий прибуток за рік = Прибуток до вирахування податку на прибуток - Змінні витрати - Постійні витрати

Термін окупності = (Сума інвестицій) / (Середньомісячний чистий прибуток)

Знову знайдемо середньомісячний чистий прибуток за рік:

Чистий прибуток за рік = 3 265 934 грн - 1 692 369 грн - 966 508 грн = 607 057 грн

Середньомісячний чистий прибуток = 607 057 грн / 12 ≈ 50 588 грн.

Тепер розрахуємо термін окупності:

Термін окупності = 473 000 грн / 50 588 грн ≈ 9.35 місяців.

Отже, з урахуванням суми інвестицій в розмірі 473 000 грн, термін окупності для міні кондитерської становить приблизно 9.35 місяців. Тобто, інвестиції повністю окупляться приблизно за 9.35 місяців, і після цього підприємство почне отримувати прибуток (Табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Інвестиційний аналіз (простий термін окупності) [28]

ист ий при бут ок, грн тве	
--	--

сти  
ці,  
грн

озра

хун

ок

тер

мін

у

оку

пно

сті в

міся

цях

Доходність за проектом можна розрахувати, поділивши прибуток до вирахування податку на прибуток на загальні витрати.

Доходність за проектом =  $\frac{\text{Прибуток до вирахування податку на прибуток}}{\text{Витрати}} * 100$

Доходність за проектом =  $3\,265\,934 / 2\,658\,877 * 100 \approx 122.83\%$

Проект є досить доцільним, оскільки доходність перевищує 100%, що свідчить про те, що прибуток перевищує витрати, і проект приносить прибуток. Зазвичай, проекти з доходністю понад 100% вважаються привабливими для інвесторів, оскільки вони дозволяють отримати більше прибутку, ніж витрати.

## ВИСНОВКИ

Кондитерський ринок України є різноманітним та динамічним. Окрім безпосередньої взаємодії з кінцевими споживачами, важливим сектором є співпраця з міні-кондитерськими, готельно-ресторанними закладами, сервісами швидкої доставки їжі та іншими громадськими закладами. Зростаючий попит на заморожені напівфабрикати кондитерських виробів сприяє розвитку цього сектора.

Основними факторами розвитку ринку є збільшення кількості малих пекарень, які гнучко адаптують асортимент до потреб клієнтів, популярність пекарень-кафе, де можна купити та споживати вироби на місці, а також застосування сучасних технологій з автоматизацією виробництва напівфабрикатів, що забезпечує якість та різноманітність продукції.

Ці фактори позитивно впливають на обсяги продажу заморожених напівфабрикатів кондитерських виробів та сприяють розвитку ринку. Для міні-кондитерських та закладів громадського харчування такий підхід є вигідним, оскільки дозволяє їм ефективніше задовольняти попит споживачів на свіже та смачне кондитерське мистецтво. Використання сучасних технологій допомагає зберігати високу якість продукції, розширювати асортимент та виходити на нові ринки.

Протягом 2022 року українська кондитерська галузь стикнулася зі значними змінами та викликами, зокрема через воєнні дії та інші негативні фактори.

Приблизно 20% підприємств зазнали проблем або були змушені закритися, що призвело до зменшення обсягів виробництва кондитерських товарів на 10-12%.

Така ситуація ставить під загрозу стабільність галузі та вимагає від підприємств активних заходів для протидії негативним наслідкам. Щоб

зберегти конкурентоспроможність та відновити обсяги виробництва, компанії мають розглянути можливості оптимізації процесів, залучення нових ринків та інноваційні підходи до виробництва.

Паралельно, урядові органи можуть сприяти галузі, надаючи підтримку підприємствам та стимулюючи розвиток українського кондитерського виробництва.

Основні цілі проєкту міні-кондитерської полягають у створенні привабливого іміджу, залученні постійних клієнтів, підвищенні впізнаваності бренда та досягненні рентабельності протягом перших років діяльності.

Для досягнення успіху необхідно зосередитися на кількох ключових аспектах, зокрема на розробці сильного бренда, забезпеченні високої якості продукції, ефективних маркетингових зусиль та здійсненні ефективного управління. Важливим фактором успіху є наполеглива та цілеспрямована робота команди проєкту, що має впевнено працювати для досягнення поставлених цілей та завдань.

З урахуванням потенціалу проєкту, його успіх є досяжним, але вимагає постійного зусилля та зосередженості на реалізації стратегічних планів.

Міні кондитерська - це підприємство, яке спеціалізується на виробництві та продажу кондитерських виробів. Його організаційна структура є лінійно-функціональною і включає такі відділи: засновник або керівник, маркетинговий відділ, фінансовий відділ, виробничий відділ, відділ з постачання та клієнтська служба.

Керівництво підприємства здійснює стратегічне управління та приймає ключові рішення на рівні всього підприємства. Маркетинговий відділ займається розробкою маркетингової стратегії, рекламою та дослідженням ринку. Фінансовий відділ відповідає за фінансове планування, бухгалтерський облік та контроль за витратами та прибутком.

Виробничий відділ керує виробничим процесом та контролює якість продукції. Відділ постачання забезпечує закупівлю інгредієнтів та матеріалів. Клієнтська служба забезпечує зв'язок з клієнтами, обробку замовлень та розв'язання рекламаций.

Міні кондитерська спеціалізується на виготовленні унікальних тортів та десертів з унікальним арт-стилем оформлення інтер'єру. Заснована з метою надавати клієнтам вишукані десерти, які виконані як шедеври мистецтва.

Основні характеристики підприємства:

Виручка за останній період становить 5 924 811 грн, що свідчить про популярність та попит на продукцію.

Витрати складають 2 658 877 грн, включаючи постійні витрати (966

Прибуток до вирахування податку на прибуток становить 3 265 934 грн, що свідчить про успішність підприємства.

Точка беззбитковості виражена в відсотках реалізації продукції складає 44.88%, або 2 658 877 грн в середньому на місяць, що є досить низькою індикативною позначкою.

Підприємство досягне успіху завдяки унікальному підходу до виробництва та оформлення своєї продукції, що здатне привертати увагу клієнтів та забезпечувати стабільний рівень продажів. Незважаючи на це, важливо продовжувати вдосконалюватись та розвивати бізнес, враховуючи ефективність витрат та маржинальність продукції для підвищення рентабельності та доходності підприємства.

НУБІП УКРАЇНИ

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

2. Андрійчук В.Г. Постійні і змінні витрати [Електронний ресурс].

3. Б  
4. Б  
5. Болтянська Л.О. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації.

Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор. 2016. 378 с.  
Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: монографія. За ред. В.Д. Лагунна. К.: Київ. нац. торг.-екон.

Державна служба статистики України- URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>  
9. Жигірь А.А. Різновиди підприємницьких ризиків та їх класифікація [Електронний ресурс]. 2012. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1063>.

10. Зиновій О. Як розрахувати точку безбитковості [Електронний ресурс]. URL: [https://pidru4niki.com/841381/ekonomika/kontseptsiya\\_suchasni\\_modeli\\_rozvitku\\_pidpriemstv](https://pidru4niki.com/841381/ekonomika/kontseptsiya_suchasni_modeli_rozvitku_pidpriemstv)

12. Кучер Д. Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємства: Юридичні аспекти [Електронний ресурс]. с.41.

13. Кузьменко Ю. Чим ми ласуємо: Аналіз ринку кондитерських виробів. URL: <https://nashkraj.ua/uk/blog/chym-my-lasuyemo-analiz-ryнку-konditerskykh-vyrobiv/>

14. Кроніковський Д. О. Тенденції кондитерської промисловості

# НУБІП України

15. Максимова Т.С. Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України [Електронний ресурс]. с.

№63. 2014. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60827739.pdf>.

# НУБІП України

17. Мельніченко О. Ключові показники ефективності (KPI) у житті команди підтримки: які бувають та як їх вимірювати [Електронний ресурс]. 2022. URL: <https://helpcrunch.com/blog/uk/kpi-abo-kliuchovi-pokaznyky-efektyvnosti/>.

# НУБІП України

18. Метель Х.О. Управління ефективністю експортної діяльності

19. Навіщо бізнесу потрібний SWOT [Електронний ресурс]. 2023.

# НУБІП України

20. Іелсп В.М. Інвестиційний план. URL: <https://buklib.net/books/29632/>

21. П

22. Проблеми SMM-просування в соціальних мережах: подолання

# НУБІП України

23. Пашкевич М.С. Ціноутворення [Електронний ресурс] с. 68.

# НУБІП України

24. Романчук С.А. Унікальна торгова пропозиція, як спосіб активізувати увагу споживача. [Електронний ресурс]. URL:

<https://core.ac.uk/download/pdf/84825177.pdf>.

# НУБІП України

25. Савіна Г. Г. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на рівень ефективності управління підприємством комплексу комунальних

# НУБІП України

26. Семенов І.А. Бізнес-ідея розвитку сучасного підприємства. [Електронний ресурс]. 2023. URL: <http://kk.nau.edu.ua/article/3487>.



27. Сорокіна А. М. Тенденції розвитку сучасної кондитерської  
НУБІП України

28. Цапліна А. Маркетингові стратегії бізнесу [Електронний

р  
е  
у  
30. Чепець О.Г. Особливості організації обліку процесу реалізації  
продукції [Електронний ресурс]. 2017. URL:

р  
у  
31. Чеховська О.В. Формування і вдосконалення системи  
ціноутворення на продукцію підприємства [Електронний ресурс]. 2020.

НУБІП України  
32. Шинкаренко К. А. Розробка та організація рекламної кампанії

Підприємства на ринку кондитерських виробів [Електронний ресурс] –

Р  
Л  
ре  
а  
33. Шкурко Ю. Ринок кондитерських виробів: Продукція має бути  
тільки смачною, а й гідною Instagram. URL:

PEST-аналіз мікросередовища підприємства [Електронний ресурс]. 2017.

U  
R  
L  
НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України