

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 026 ПЗ

**ЯЦЮТИ ЄВГЕНА ІГОРОВИЧА**

**2023 р.**

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК 005.511(083.92)648.5

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету аграрного  
менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО  
ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри  
виробничого та інвестиційного  
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ КЛІНІЧНОЇ ОВІО КОМПАНІЇ»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

Євген ЯЦЮТА

(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 ДІСІНІ

(підпис)

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
СТУДЕНТУ

Яцюті Євгену Ігоровичу

(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 клінінгової компанії»

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: закони та нормативно-правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела; вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Тенденції розвитку ринку клінінгових послуг.
2. Бізнес-план відкриття клінінгової компанії.
3. Надання пропозицій з реалізації бізнес-плану.

Дата видачі завдання «30» грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Євген ЯЦЮТА

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

магістерської кваліфікаційної роботи

Ящоти Євгена Ігоровича

на тему: «Бізнес план з відкриття клінінгової компанії»

Структура дипломної роботи магістра включає: титульну сторінку, зміст, вступ, три розділи та список використаних джерел. У роботі міститься 24 ілюстративних матеріалів (19 таблиць та 5 рисунків). У списку використаних джерел 35 назв. Загальний обсяг роботи 71 сторінка.

Актуальність теми роботи полягає у дослідженні розвитку ринку клінінгових послуг, обґрунтуванні економічної ефективності діяльності відкриття клінінгової компанії та розробці пропозицій її розвитку.

Мета дослідження полягає у систематизації наукових та практичних знань щодо розвитку ринку клінінгових послуг та розробці і обґрунтуванні основ бізнес плану з відкриття клінінгової компанії.

Об'єктом дослідження є процес відкриття та організації діяльності клінінгової компанії.

Предметом дослідження є практичні та методичні аспекти обґрунтування бізнес-плану з відкриття власної справи.

Основні завдання роботи: дослідити розвитку ринку клінінгових послуг; бізнес-плану відкриття клінінгової компанії; надати пропозиції з реалізації бізнес-плану; обґрунтувати пропозиції з розвитку бізнесу.

Наукова новизна дослідження: полягає у визначенні основних теоретичних підходів і практичних рекомендацій з розробки бізнес-плану діяльності клінінгової компанії.

Практична значущість проекту полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо організації діяльності клінінгової компанії.

У першому розділі розглянуто закордонний досвід роботи клінінгових компаній, досліджено особливості внутрішнього ринку закордонний досвід роботи клінінгових компаній, розглянуто особливості організації клінінгового бізнесу.

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

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

Ключові слова: клінінг, компанія, послуги, бізнес-план, організація.

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1	9
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ	9
1.1. Закордонний досвід роботи клінінгових компаній	9
1.2. Особливості розвитку вітчизняного ринку клінінгових послуг	15
1.3. Особливості технології виконання клінінгових послуг	19
РОЗДІЛ 2 БІЗНЕС ПЛАН ІЗ ВІДКРИТТЯ КЛІНІНГОВОЇ КОМПАНІЇ	24
2.1. Резюме	24
2.2. Концепція, цілі та завдання проекту	26
2.3. Загальна характеристика бізнес-ідеї	29
2.4. Цільова аудиторія та аналіз конкурентного середовища	33
2.4 Організаційно-виробничий план	36
2.5 Структура витрат та доходів проекту	45
2.6 Оцінка ефективності бізнес-проекту	51
2.7 Джерела фінансування проекту	54
РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ	59
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	69

# НУБІП України

# НУБІП України

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Клінінг представляє собою спеціалізовану послугу, спрямовану на професійне прибирання приміщень та забезпечення їх постійної чистоти. Чистота є постійною потребою, в процесі життєдіяльності будь-якого приміщення накопичується бруд і сміття. Люди постійно вимагають чистоти та гігієни, як у домашньому оточенні, так і на робочому місці. Клінінгові компанії відповідають на ці потреби, надаючи професійні послуги з прибирання. Усі організації та звичайні громадяни, стикаються з проблемами з підтриманням чистоти у своїх приміщеннях, і виникає питання: чи варто наймати додаткового працівника на постійну роботу, або використовувати послуги спеціалізованої компанії. В Україні тенденція використання клінінгових компаній є ще досить новою, оскільки багато організацій звикли мати свого прибиральника у штаті. У той час як міжнародні компанії загалом відмовляються від зайняття прибиральників на постійну роботу та вибирають угоди з професійними клінінговими компаніями. Професійні клінінгові компанії беруть на себе відповідальність за прибирання будь-якої складності, що дозволяє власникам більше уваги приділити своїй основній діяльності. Тому, актуальність теми визначається потребою в вивченні теоретичного матеріалу та практичного досвіду відкриття клінінгової компанії.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам розвитку та визначення шляхів поліпшення бізнес-планування присвячені наукові праці багатьох вчених. Різні аспекти розвитку методів планування досліджували П.С. Березівський, Ю.Е. Губені, Н.М. Михайлюк, В.І. Дробот, А.П. Кісільов, А.В. Лисененко, В.О. Сизоненко, З.С. Варналий, К.Н. Петров. Метою їхньої праці було узагальнити досвід використання сучасних методів щодо вибору правильного методу планування при складанні бізнес-плану. Необхідність теоретичних засад розроблення бізнес-планів з відкриття клінінгової компанії з врахуванням світового досвіду та особливостей економіки України зумовлюють актуальність теми магістерської роботи.

**Метою дослідження** є систематизація наукових та практичних знань щодо розвитку ринку клінінгових послуг та розробці і обґрунтуванні основ бізнес-плану з відкриття клінінгової компанії.

Для досягнення зазначеної мети поставлено та вирішено такі завдання:

- дослідити закордонний досвід роботи клінінгових компаній;
- розкрити тенденції розвитку вітчизняного ринку клінінгових послуг;
- розглянути особливості організації клінінгового бізнесу;
- скласти резюме проекту та загальну характеристику бізнесу;
- проаналізувати ринок і конкуренцію та особливості цільової аудиторії;
- описати маркетингову стратегію;
- скласти організаційно-виробничий план;
- надати фінансову оцінку проекту та визначити джерела фінансування проекту;
- описати управління ризиками проекту;
- надати пропозиції з реалізації бізнес-плану.

**Об'єктом дослідження** є процес відкриття та організації діяльності клінінгової компанії.

**Предметом дослідження** є практичні та методичні аспекти обґрунтування бізнес-плану з відкриття власної справи.

**Методи дослідження.** В дослідженні задіяно сукупність загальнонаукових і спеціальних методів: аналізу й синтезу, індукції й дедукції, причино-наслідковий, графічний метод, методи співставлення та групування, аналогії та прогнозування, що дало можливість виявити основні тенденції розвитку досліджуваного бізнесу.

**Результати магістерського дослідження** доповідалися та обговорювалися на VI міжнародній науково-практичній конференції (17-18 листопада 2023 р.) “Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні

тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору”, що підтверджено тезами.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у формуванні рекомендацій щодо організації клінінгового бізнесу.

**Інформаційну базу дослідження** становлять наукові праці відомих учених, спеціальна економічна література, матеріали науково-практичних конференцій, електронні ресурси та результати особистих досліджень автора.

*Структура* роботи визначена метою і завданнями дослідження та включає в себе вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України



## РОЗДІЛ 1

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ

## НУВБІП України

## 1.1. Закордонний досвід роботи клінінгових компаній

НУВБІП України

За оцінками, до 2028 року світовий ринок клінінгових послуг принесе дохід у розмірі 462 476,8 млн. доларів США, збільшившись з 201 023,4 млн. доларів США в 2020 році, при примітному середньорічному темпі зростання в

11,5% [2].

НУВБІП України

Згідно з регіональним аналізом ринку, очікується, що ринок клінінгових послуг в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зростатиме в середньому на 12,4%, а виручка за звітний період становитиме 108 219,6 млн. дол. [2].

НУВБІП України

Ринок клінінгових послуг пережив помірне зростання за умов пандемії COVID-19. Оскільки вплив пандемії COVID-19 вплинув на здоров'я та благополуччя людей у всьому світі, уряд запровадив суворий карантин, через який було закрито більшість комерційних будівель, таких як офіси. Отже, не було потреби у великій кількості послуг з прибирання. Цей чинник негативно вплинув на зростання частки ринку клінінгових послуг у період пандемії. Однак

НУВБІП України

через суворі правила та норми санітарії з боку уряду попит на послуги з дезінфекції та санітарної обробки збільшився. Цей фактор, ймовірно, позитивно вплине на зростання обсягу ринку клінінгових послуг у найближчі кілька років.

НУВБІП України

Ринок клінінгових послуг розширюється швидкими темпами, завдяки чому ринку вийшли різні нові компанії з різними клінінговими послугами. У зв'язку з цим на ринку посилюється конкуренція за швидке зростання. Цей фактор, ймовірно, стримуватиме зростання частки ринку клінінгових послуг у найближчі кілька років.

НУВБІП України

Оскільки останнім часом темпи урбанізації збільшилися, будуються багато нових та великих комерційних будівель та офісних приміщень. Таким чином, попит на високотехнологічні послуги прибирання, такі як миття

підлоги, прибирання пылесосом та інші електронні пристрої для очищення, збільшився. Цей фактор, ймовірно, дасть можливість учасникам ринку надавати найкращі послуги зі збирання з меншими витратами грошей та часу.

Очікується, що такі фактори збільшать прибутки ринку клінінгових послуг у найближчі роки [4].

Прогнозується, що комерційний підсегмент матиме найвищий дохід на світовому ринку та зафіксує дохід у розмірі 263 450,5 млн. доларів США протягом прогнозованого періоду. Прогнозується, що цей підсегмент

продемонструє вражаюче зростання у майбутньому завдяки відкриттю

більшої кількості комерційних будівель, таких як офісні приміщення та торгові центри по всьому світу. Оскільки дуже складно щодня прибирати та обслуговувати великі комерційні приміщення, люди зазвичай обирають послуги зі збирання, що надаються відомими торговими майданчиками.

Очікується, що такі фактори збільшать ринковий дохід у найближчі кілька років. Очікується, що житловий підсегмент матиме найшвидше зростання ринку, і ринок має принести дохід у розмірі 199 026,3 млн. доларів у 2028 році.

Збільшення доходів підсегменту пов'язане з тим, що професіонали, що працюють, воліють вибирати послуги з прибирання з передоплатою або

післяплатою для економії їхній час. Крім того, очікується, що зростання рівня зайнятості та збільшення подвійного доходу у сім'ї стимулюватимуть ринок клінінгових послуг у встановлений період часу.

У 2020 році ринок клінінгових послуг у Північній Америці склав 76 388,9 млн. доларів, а до 2028 року, за прогнозами, виручка складе 173 428,8

млн. доларів. Крім того, дохід на душу населення в регіоні дуже високий, завдяки чому люди можуть дозволити собі добрі клінінгові послуги, які пропонують великі компанії. Очікується, що такі фактори сприятимуть зростанню ринку у регіоні [4].

Індустрія клінінгових послуг не має сезонного характеру, і це стало сприятливим фактором для зростання ринку. Очікується, що галузь професійного прибирання в США буде демонструвати зростання протягом

прогнозованого періоду, особливо після спалаху пандемії COVID-19 в 2020 році. Сегмент складається з послуг, що надаються в житлових приміщеннях. Очікується, що COVID-19, зростання автоматизації, сертифікація та консолідація ринку визначатимуть майбутнє ринку клінінгових послуг [5].

Після спалаху COVID-19 у США зріс попит на професійні клінінгові послуги в житлових приміщеннях. Прибирання підлоги та килимових покриттів, вікон та фасадів є одними з основних послуг, яким надають перевагу в різних сегментах житла. Очікується, що попит на чистку меблів та оббивки, боротьбу зі шкідниками та очистку систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря прискориться через попит на професійні послуги в домашніх умовах. Впровадження «зелених» технологій та обладнання може змінити динаміку ринку клінінгових послуг в США в найближчі 5 років [5].

Найбільш поширені клінінгові послуги та їх середня ціна у США наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1  
Асортимент клінінгових послуг та середня ціна у США

Послуга	Вартість у \$ США
Очищення меблів	від 120 до 220
Очищення килимів	від 120 до 230
Очищення димоходу та каміну	від 125 до 350
Мийка будинку зовні під тиском	від 175 до 400
Миття вікон (залежно від к-сті)	від 150 до 300
Очищення жолоба	від 275 до 500
Очищення даху під тиском	від 300 до 600
Очищення вентиляцій	від 275 до 500
Усунення цвілі	від 1100 до 3500

Джерело: складено автором за [5]

Перед тим, як клінінгова компанія розпочне роботу у приміщенні, вони, як правило, мають провести огляд, щоб зробити оцінку. Провести перевірку рівня чистоти, кількості місця, яке необхідно очистити, та часу, який, на їхню думку, займе прибирання. Якщо приміщення дуже брудне, вони ціна може бути вища. Вони також шукатимуть речі, які буде складно прибрати,

наприклад, кімнату дивної форми. Вони можуть навіть сказати, що не можуть прибирати певні ділянки, тому що це є складно або це може бути небезпечно.

Також ціна клінерської послуги залежить від штату в якому виконуються роботи. Чим більш економічно-розвинений штат, чим вища оплата буде за послугу. Вартість клінерських послуг у різних штатах США подано у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

### Вартість клінерських послуг відповідно до штату

Штат США	Вартість послуги у \$ США
Портленд, Орегон	120-300
Сієкл, Вашингтон	120-240
Трентон, Нью-Джерсі	125-260
Х'юстон, Техас	115-220
Нью-Йорк, штат Нью-Йорк	115-300
Пітсбург, Пенсільванія	100-200
Цинциннаті, Огайо	110-235
Ролі, Північна Кароліна	105-175
Сан-Франциско, Каліфорнія	125-260
Денвер, Колорадо	120-225
Чикаго, Іллінойс	90-190

Джерело: складено автором за [Ошибка! Источник ссылки не найден.,4, 5]

Найбільшим за чисельністю містом у США є Нью-Йорк з 19 млн осіб. Всього у Нью-Йорку налічується близько 22 клінерських компаній. Лідерами на ринку є компанії: Luxury Cleaning, Cleanly та Maid Sailors [2]. Послуги та середні ціни на послуги цих компаній наведено у табл. 1.3.

Розмір європейського ринку клінінгових послуг досяг 22,78 млрд доларів США у 2021 році. Очікується, що протягом прогнозованого періоду між 2023 і 2028 роками ринок зростатиме із середньорічним темпом зростання 3,40% і досягне вартості близько 27,84 млрд доларів США до 2027 року. [4]

Зростання числа підприємств і домогосподарств з подвійним доходом стане однією з ключових тенденцій європейського ринку клінінгових послуг у прогнозований період. Очікується, що літнє населення збільшить попит на

послуги з прибирання в житловому секторі, тому що, незважаючи на свої фізичні обмеження, вони можуть дозволити собі найняти прибиральницю.

Таблиця 1/3.

**Середня ціна послуг у компаній: Luxury Cleaning, Cleany та Maid**

### Sailors

Послуга	Тривалість прибирання	Вартість у \$ США
Прибирання офісу	1 год	60
Прибирання після ремонту	1 год	70
Прибирання студії	1 год	160
Прибирання квартири (1 спальня)	3-3,5 год	200
Прибирання квартири (2 спальні)	4-4,5 год	240
Прибирання квартири (3 спальні)	4,5-5 год	300
Прибирання квартири (4 спальні)	5,5 - 6 год	380

Джерело: складено автором за [2] [Ошибка! Источник ссылки не найден.]

[Ошибка! Источник ссылки не найден.]

Крім того, розширення інфраструктури, зростання інвестицій у нерухомість і збільшення кількості працюючих сприяють популярності клінінгових послуг. Крім того, одним із ключових драйверів зростання ринку клінінгових послуг є розширення будівництва як комерційних, так і некомерційних будівель.

Залежно від типу ринок ділиться на аутсорсинг і внутрішній. Ринок за кінцевим використанням можна розділити на офіси, навчальні заклади, торговельні комплекси, житлові будинки, державні установи, медичні установи та промислові підприємства. Основними країнами на ринку клінінгових послуг є Велика Британія, Німеччина, Франція, Італія, Іспанія та

Польща.

Очікується, що зі зростаючою економікою і зростаючим розвитком як комерційних, так і некомерційних будівель у країні Німеччина стане одним із

провідних регіонів із надання послуг із прибирання. Після пандемії в клінінговій галузі Німеччини спостерігався сплеск попиту внаслідок підвищення обізнаності про гігієну та захист від хвороб [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

У Німеччині лідерами на ринку клінінгу є компанії Sunshine Cleaning та Clean Whale. Послуги та середні ціни компаній на дані послуги наведено у табл. 1.4.

Таблиця 1.4.

### Середні ціни на послуги у компанії Sunshine Cleaning та Clean Whale\

Тип послуги	Одиниця виміру	Вартість у €
Прибирання квартири	Однокімнатна	69
	Двокімнатна	84
	Трьохкімнатна	99
	Чотирьохкімнатна	137
Прибирання квартири після ремонту	м. кв.	5
Миття вікон	м. кв.	45 (9 € за додаткове вікно)
Хімчистка оббивки дивану	Двомісний	89
	Чотирьохмісний	
Хімчистка оббивки вуглового дивану	Двомісний	139
	Чотирьохмісний	
Хімчистка матрацу	к-сть.	23
Хімчистка коврів	м. кв.	4
Хімчистка крісла	к-сть.	9

Джерело: складено автором за [Ошибка! Источник ссылки не найден.] [Ошибка!

Источник ссылки не найден.]

Ділова інфраструктура розширюється внаслідок швидкої урбанізації, яка підвищила попит на різні клінінгові послуги, зокрема на миття вікон. Очікується, що в очікувані терміни ці фактори збільшать ринкову виручку в Німеччині, тим самим сприяючи розвитку європейського ринку клінінгових послуг.

Очікується, що підвищення поінформованості людей про необхідність та важливість чистого довкілля прискорить зростання розміру ринку

клінінгових послуг у очікувані терміни. Як правило, людській праці важко прибирати великі комерційні приміщення, такі як торгові центри та офісні приміщення. Таким чином організація наймає компанію для виконання клінінгових послуг. Очікується, що такі фактори сприятимуть зростанню частки ринку клінінгових послуг.

## 1.2. Особливості розвитку вітчизняного ринку клінінгових послуг

Ринок комерційного клінінгу в Україні почав зароджуватися на рубежі 90-х – 2000-х. Невеликі компанії надавали свої послуги в основному приватним забезпеченим клієнтам і невеликим офісам. Розвиток економіки, вихід в українське бізнес поле міжнародних гравців призвели до необхідності надання професійних послуг з прибирання для великих об'єктів, таких як бізнес і торгові центри, супермаркети, виробничі підприємства, логістичні комплекси, об'єкти транспортної інфраструктури і т.д. Це підштовхнуло вітчизняну галузь професійного прибирання до розширення сфери діяльності, штату і надання сучасного, якісного сервісу.

Сучасний комерційний клінінг – це комплекс послуг з підтримки чистоти і порядку на території, що обслуговується, з використанням професійного інструментарію і кваліфікованого персоналу.

У зв'язку з нестабільною економічною ситуацією і бойовими діями на Донбасі, український ринок різко знизив темпи зростання, проте починаючи з 2017 року галузь комерційного клінінгу почала показувати стабільний приріст в 8-9% щорічно.

Ринок клінінгових послуг збільшується пропорційно ринку нерухомості України. З кожним роком девелопери вводять в експлуатацію нові торговельні, офісні та інші об'єкти. Крім того, на національний ринок виходять закордонні мережеві оператори, відкриваючи один за одним супер- і гіпермаркети в різних регіонах країни. У зв'язку з вищезазначеним виникає потреба у якісних клінінгових послугах. Вітчизняний клінінговий ринок зараз переживає період

інтенсивного зростання. Основна частина замовлень на клінінгові послуги в Україні припадає на місто Київ і великі обласні центри. Однак потрібно зазначити, що клінінг має великий потенціал для подальшого розвитку на всій території держави. Обсяг замовлень у великих клінінгових підприємств росте на 30-100 % у рік. Вони обслуговують практично всі види приміщень – офісні, торговельні, житлові, складські й виробничі, а також прилеглі до них території.

Оператори клінінгового ринку поряд зі зростаючою популярністю послуги відзначають, що підприємств які їй надають в Україні стає з кожним роком більше. Якщо проаналізувати підприємств-представників даної сфери, то український ринок клінінгу складається максимум із 10 підприємств, що дійсно надають якісні, відповідні європейським стандартам послуги. Інші підприємства, які припиняють свою діяльність незадовго після виходу на ринок [29].

Найбільше клінінгових компаній у Києві – 37. Найбільша кількість клінінгових компаній знаходяться в таких районах Києва: Шевченківському, Печерському, Доломіївському та Оболонському. У табл. 1.5. наведено дані про густоту населення Києва по районах та її насиченість клінінговими компаніями:

Таблиця 1.5

**Густота населення Києва по районах та її насиченість клінінговими компаніями**

Район	Чисельність населення (тис)	Кількість клінінгових компаній на район
Деснянський	368	1
Солом'янський	365	3
Дніпровський	353	3
Дарницький	343	4
Святошинський	340	3
Оболонський	319	5
Голосіївський	251	5
Шевченківський	228	5
Подільський	198	3
Печерський	151	5

Джерело: складено автором



# НУБІП УКРАЇНИ

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновки, що для розміщення клінінгових компаній більш сприятливе середовище є не густонаселені райони, а райони, в яких велика кількість бізнес-центрів, новобудов та зручна транспортна розв'язка, як наприклад у Печерському районі [28].

# НУБІП УКРАЇНИ

У Києві лідерами на ринку клінінгу є такі 3 компанії: Make Clean, Армія чистоти та Азалія. Вони надають широкий асортимент послуг серед яких є:

1. Генеральне прибирання квартир
2. Генеральне прибирання будинків/котеджів
3. Прибирання після ремонту квартир, будинків, офісів
4. Сезонна мийка вікон, мийка вікон після ремонту
5. Хімчистка

# НУБІП УКРАЇНИ

Інформація щодо детальнішого асортименту послуг та середніми цінами

на них, на основі даних попередніх трьох компаній наведені у табл. 1.6.

# НУБІП УКРАЇНИ

Таблиця 1.6.

**Середні ціни на послуги у компанії Make Clean, Армія чистоти та Азалія**

Послуга	Одиниця виміру	Вартість
Генеральне прибирання квартир	до 40 м <sup>2</sup>	3000 грн
	40-75 м <sup>2</sup>	3000 – 4500 грн
	75-100 м <sup>2</sup>	4500 – 5800 грн
Генеральне прибирання будинків, котеджів	100 м <sup>2</sup>	6200 грн
	100-150 м <sup>2</sup>	6200 – 8200 грн
Прибирання після ремонту квартир, будинків, офісів	до 45 м <sup>2</sup>	3500 грн
	45-75 м <sup>2</sup>	3500 – 4800 грн
	75-105 м <sup>2</sup>	4800 – 5900 грн
Сезонна мийка вікон	м <sup>2</sup>	Від 35 грн
Мийка вікон після ремонту	м <sup>2</sup>	Від 45 грн
Мийка вітрин	к-сть	Від 50 грн
Мийка москітних сіток	м <sup>2</sup>	30 грн
Мийка вікон у офісі	м <sup>2</sup>	Від 40 грн
Хімчистка синтетичних коврів з ворсою до 1 см	м <sup>2</sup>	Від 35 грн
Коври з натуральною ворсою до 1 см	м <sup>2</sup>	Від 45 грн
Хімчистка матраців	одиниця	Від 500 грн
Хімчистка стільців	к-сть	Від 100 грн

Хімчистка  
диванів

крісел,

посадкове

Від 250 грн

*Джерело:* складено автором за [24] [25] [27]

Клінінговий бізнес в Україні має потенціал для зростання у зв'язку з конфліктом, що триває, та подальшими зусиллями з відбудови. З відновленням інфраструктури та будівель зростає попит на клінінгові послуги. Клінінговий бізнес в Україні охоплює широкий спектр послуг, включаючи прибирання житлових і комерційних приміщень, чищення килимів, миття вікон і глибоке прибирання. Комерційні клінінгові послуги користуються особливо високим попитом в Україні, оскільки підприємства потребують регулярного прибирання своїх офісів, складів і заводів.

Однак відкриття клінінгового бізнесу в Україні може бути пов'язане з певними труднощами, зокрема, з отриманням фінансування. Банківська система України є складною та бюрократизованою, і банки можуть неохоче надавати кредити стартапам без солідного послужного списку або застави. Крім того, триваючий конфлікт та економічна нестабільність можуть змусити інвесторів вагатися щодо вкладення коштів в український бізнес, особливо в клінінгову галузь.

Незважаючи на ці виклики, в Україні все ще існують можливості для фінансування клінінгового бізнесу. Урядові програми та гранти можуть бути доступні для підприємств, які сприяють економічному розвитку країни та створенню робочих місць. Приватні інвестори також можуть бути зацікавлені в інвестуванні в клінінговий бізнес з надійним бізнес-планом і потенціалом зростання. Краудфандинг також може бути варіантом для бізнесу, який може продемонструвати сильний соціальний або екологічний вплив [31].

Окрім фінансування, є й інші фактори, які слід враховувати при відкритті клінінгового бізнесу в Україні. Наприклад, бізнес повинен відповідати місцевим нормам і стандартам надання клінінгових послуг, у тому числі вимогам охорони здоров'я та безпеки. Також може знадобитися

інвестувати в навчання персоналу та обладнання для забезпечення якісного надання послуг.

Загалом, клінінговий бізнес в Україні створює як можливості, так і виклики для потенційних інвесторів. Маючи сильний бізнес-план і зосереджуючись на якості та дотриманні вимог законодавства, можна подолати виклики і побудувати успішний клінінговий бізнес на цьому ринку.

Для забезпечення подальшого розвитку і зростання, клінінгові підприємства повинні дотримуватись наступних рекомендацій:

1. сертифікувати послуги за системою менеджменту ISO;
2. використовувати хімічні засоби для чищення, які не тільки гарно видаляють бруд, а й підвищують зносостійкість об'єктів чищення;
3. постійно підвищувати кваліфікацію працівників (професійний співробітник клінінгового підприємства повинен знати особливості прибирання як квартири, так і музею чи спорткомплексу для підготовки плавців);
4. створити умови, щоб посада «прибиральник» лишилася свого звання «не престижна», шляхом надання гідної заробітної плати та гнучкої системи мотивації;
5. забезпечити своїх працівників якісним спецодягом та засобами особистої гігієни;

Отже, клінінгові підприємства України використовуючи закордонний досвід та пристосовуючи його до національних особливостей, у час активного використання бізнес-моделі управління підприємством на основі аутсорсингу, мають усі шанси вийти на якісно новий рівень та бути високорентабельними.

### 1.3. Особливості технології виконання клінінгових послуг

Професійне прибирання важливе не тільки з погляду естетики, але і для економії матеріальних ресурсів, так як регулярне прибирання офісів і інших приміщень дозволяє відкласти їх ремонт на триваліший термін. Клінінгові

послуги можуть надавати тільки спеціалізовані компанії, співробітники яких пройшли спеціальне навчання. Фахівці з прибирання здійснюють профілактичні роботи і догляд за системами сміттєпроводу, взаємодіють з міськими службами, проводять інші необхідні роботи. Стандарт і нормативно-правова база визначають санітарно-гігієнічну спрямованість і послідовність виконання операцій прибирання. Клинінгові компанії забезпечують широкий спектр робіт по прибиранню приміщень. Сервіс ґрунтується на сучасних технологіях, організаційних принципах, ефективній техніці і високоякісних хімічних засобах. Але головним чинником якості послуг є співробітники, які спеціально підібрані і підготовлені [Ошибка! Источник ссылки не найден].

Обладання та миючі засоби, які застосовують клінери при професійному прибиранні можуть бути не надто безпечними для здоров'я. Хімікати і засоби для чищення, які використовуються для прибирання будинку та екстер'єру будівлі:

1) Гіпохлорит натрію (він же відбілювач) є однією з найбільш часто використовуваних хімічних речовин у світі. Розчин гіпохлориту натрію часто використовують як дезінфікуючий і відбілювальний засіб. Часто його називають просто «відбілювач», хоча цю назву іноді дають і іншим хімічним речовинам. Гіпохлорит натрію використовується як дезінфікуючий засіб/знищувач цвіль. Гіпохлорит натрію чинить залишкову дезінфікуючу дію. Гіпохлорит натрію може бути небезпечною і корозійною речовиною. Під час роботи з гіпохлоритом натрію необхідно дотримуватися заходів безпеки для захисту робітників і навколишнього середовища. Слід дотримуватися обережності, щоб звести до мінімуму вплив повітря, тепла або сонячного світла на гіпохлорит натрію, щоб запобігти хімічному розкладанню.

2) Мийний засіб - це очищувальна речовина, яка діє аналогічно милу, але складається з хімічних сполук, а не з жирів і лугу. Для очищення використовуються мийні засоби та мило, оскільки чиста вода не може видалити жирні органічні забруднення. Мило очищає, діючи як емульгатор.

По суті, мило дає змогу олії та воді змішуватися, тож маслянистий бруд може бути видалений під час полоскання.

3) Бутил - Бутил являє собою водорозчинний органічний розчинник, призначений для очищення і знежирення поверхонь. Для очищення фасадів будівель бутил добре працює в міських районах, де присутні смог, вихлопні гази автомобілів і забруднювачі, що переносяться повітрям, як-от реактивне паливо. Бутил часто використовується для видалення розводів кислотних дощів з пофарбованих поверхонь

4) Поверхнево-активні речовини. Поверхнево-активні речовини являють собою змочувальні речовини, які знижують поверхневий натяг рідини, полегшуючи її розтікання, і знижують міжфазний натяг між двома рідинами. Поверхнево-активні речовини становлять найважливішу групу компонентів мийних засобів. Як правило, це водорозчинні поверхнево-активні речовини, що складаються з гідрофобної частини, зазвичай довгого алкільного ланцюга, приєднаного до гідрофільних функціональних груп або функціональних груп, що підвищують розчинність у воді [Ошибка! Источник ссылки не найден].

Сьогодні багато компаній беруть на себе екологічні та екологічні ініціативи, щоб мати більш позитивний вплив на навколишнє середовище та здоров'я людини. Програма сертифікації LEED створює основу для більшої екологічної відповідальності будівель і визнає ці досягнення різними рівнями сертифікації. Ці позначення привабливі для потенційних мешканців та орендарів, а також інвесторів і широкої громадськості.

Хоча сертифікація LEED охоплює безліч різних аспектів будівництва, проєктування та повсякденної експлуатації будівлі, величезну її частину становлять засоби для чищення та методи, що використовуються в будівлі.

Використання тільки нетоксичних засобів для чищення сприяє більш позитивному впливу на навколишнє середовище, а також більш здоровому середовищу всередині будівлі. Вибір комерційних клінінгових компаній,

сертифікованих LEED, допомагає будівлі досягти і підтримувати свій статус LEED, а також забезпечити кращу якість повітря і здоров'я людей [15].

Спочатку методи прибирання та витратні матеріали, які використовує об'єкт, можуть здатися не такими важливими, як інші аспекти сертифікації LEED, але вони можуть справити величезний вплив на загальну екологічну якість будівлі та, своєю чергою, на оцінку будівлі за шкалою LEED.

Екологічні та стійкі послуги з прибирання забезпечують більш безпечне середовище в приміщенні за допомогою нетоксичних засобів для чищення та більш ефективних методів очищення. Екологічний сертифікат очищення означає, що внутрішнє середовище об'єкта захищене, а вплив будівлі на навколишнє середовище і здоров'я людей, які використовують об'єкт, також є пріоритетом [Ошибка! Источник ссылки не найден].

При отриманні сертифіката LEED для об'єкта необхідно буде реалізувати сертифіковану LEED програму екологічного очищення як частину загального плану екологічного обслуговування будівлі. Політика екологічного прибирання LEED повинна включати стандарти, яких необхідно дотримуватися щодо всього наступного і багато чого іншого:

- Засоби для чищення загального призначення. Будь-які чистячі розчини або хімічні речовини, що використовуються в будівлі, повинні відповідати суворим екологічним стандартам і стандартам безпеки, щоб відповідати сертифікації очищення LEED. Засоби для чищення мають використовуватися в правильних розведеннях і бути максимально м'якими розчинами, але при цьому ефективно виконувати свою роботу. Розчини для чищення мають вважатися нетоксичними в нерозбавленому вигляді, а також не спричиняти роз'їдання шкіри й очей і не повинні містити важких металів або інгредієнтів, що викликають рак, астму або порушення репродуктивної функції. Зелені засоби для чищення не повинні містити летких органічних сполук (ЛОС), які погіршують якість повітря в приміщенні, і не повинні залишати шкідливих залишків.

- засоби для миття підлоги та скла мають відповідати стандартам

очищення LEED, гарантуючи, що використовувані хімічні речовини не сприяють погіршенню стану довкілля, якості повітря або води та водних організмів.

- пылесоси, щоб відповідати стандартам LEED, пылесоси мають бути сертифіковані Інститутом килимів і килимових покриттів та їхньою програмою Green Label. Рівень шуму пылесосів під час роботи також не повинен перевищувати 70 децибел.

- килимові екстрактори, що використовується для глибокого очищення підлог і килимів, має мати Знак схвалення Інституту килимів і килимових покриттів, щоб забезпечити відповідність вимогам LEED.

- паперові вироби та мішки для сміття. Вкладніші або мішки для сміття, а також будь-які паперові предмети для прибирання, як-от паперові рушники, мають відповідати стандартам Агентства з охорони навколишнього середовища США (EPA). Усі ці продукти мають бути виготовлені з відновлюваних або перероблених ресурсів і не повинні містити деревні волокна.

- мило та дезінфікуючі засоби для рук, надані в будівлі для миття рук, не повинні містити антимікробних речовин, якщо тільки це не вимагається іншими санітарними нормами, наприклад, у лікарнях і будинках для людей похилого віку.

- плани з очищення від небезпечних речовин мають бути передбачені процедури, що відповідають вимогам LEED, на випадок витоків хімікатів, розливів або інших ситуацій, пов'язаних з очищенням від токсичних речовин. Плани повинні зводити до мінімуму будь-яку шкоду здоров'ю людей і навколишньому середовищу [Ошибка! Источник ссылки не найден].

Засоби для чищення, що відповідають стандартам LEED, також часто упаковують у більш екологічно безпечні перероблені пляшки та пакети, які також мають бути придатними для вторинної переробки. Використання енергії та води, а також поновлюваність матеріалів також враховуються в процесі виробництва екологічних засобів для чищення.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України



## РОЗДІЛ 2 БІЗНЕС ПЛАН З ВІДКРИТТЯ КЛІНІНГОВОЇ КОМПАНІЇ

# НУБІП УКРАЇНИ

### 2.1. Резюме

Резюме бізнес-плану відкриття клінінгової компанії.

Назва бізнесу: «CleanKyiv»

Локація: м. Київ

Дата створення бізнес-плану: 10.10.2023

*Опис бізнесу:*

CleanKyiv – це інноваційний бізнес-проект, спрямований на надання високоякісних клінінгових послуг в місті Київ та його околицях. Компанія спеціалізується на різних типах послуг прибирання, включаючи прибирання після ремонту, генеральні прибирання та миття вікон.

*Місія:*

Ми створюємо чисті та здорові простори для наших клієнтів, сприяючи їхньому комфорту та благополуччю. CleanKyiv прагне надавати найкращі клінінгові послуги з використанням екологічно чистих технологій та створювати робочі місця для місцевого населення.

*Основні послуги:*

- прибирання після ремонту, видалення будівельних залишків, пилу та бруду, щоб забезпечити безпечне та чисте житло або офісне приміщення;
- комплексне прибирання, включаючи використання пилососу, миття підлог, прибирання меблів та видалення бруду з усіх поверхонь;
- професійне миття вікон та вітрин з використанням найсучасніших засобів та обладнання.

*Сервіс:* команда професіоналів забезпечить високий рівень обслуговування.

*Конкурентна перевага:*

- надійність і якість послуг, які задовольняють найвищі стандарти

# НУВБІП УКРАЇНИ

чистоти;

використання екологічно чистих засобів та методів;  
досвідчена та підготовлена команда професіоналів;

– гнучка ціноутворення та індивідуальний підхід до кожного

клієнта.

# НУВБІП УКРАЇНИ

*Цільова аудиторія:*

Цільовою аудиторією CleanKyiv є широкий спектр клієнтів, які шукають професійні клінінгові послуги в місті Київ. Основні сегменти включають:

– власники квартир та будинків, які потребують прибирання після

# НУВБІП УКРАЇНИ

ремонту або генерального прибирання;

комерційні організації, включаючи офіси, ресторани, готелі та різноманітні торговельні точки;

– адміністратори житлових комплексів та багатоквартирних

будинків;

# НУВБІП УКРАЇНИ

промаданни, які шукають послуги миття вікон для своїх особистих або комерційних приміщень.

*Маркетинг та реклама:* для досягнення успіху CleanKyiv буде

використовувати комплексний підхід до маркетингу та реклами, включаючи:

# НУВБІП УКРАЇНИ

– створення професійного веб-сайту та присутність в соціальних мережах для забезпечення онлайн-присутності;

– проведення рекламних кампаній в Інтернеті та на місцевих медіа-платформах;

– укладення партнерських угод з агентствами нерухомості,

# НУВБІП УКРАЇНИ

житловими комплексами та іншими комерційними партнерами;

– організація рекламних акцій та знижок для нових клієнтів;

– збільшення впізнавання бренду CleanKyiv через участь в місцевих

заходах та благодійних акціях.

# НУВБІП УКРАЇНИ

*Фінансовий план:*

– інвестиції: 141500 грн.

– прибуток: очікуємо досягти прибутку від 97843 грн/міс.

витрати: включають в себе оренду, оплату праці, закупівлю обладнання та спеціалізованих засобів та рекламні витрати.

*Соціальна відповідальність:*

CleanKyiv має за мету створювати робочі місця та сприяти соціальному розвитку, особливо в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну.

## 2.2. Концепція, цілі та завдання проєкту

Поняття «клінінг» має на увазі не просто миття підлоги, а комплексний підхід до збирання приміщення. Фахівці застосовують професійні очищаючі засоби, здатні впоратися зі складними плямами, і безліч технічних засобів: пілососи, парогенератори, апаратуру для мийки під тиском, які є дієвими помічниками у боротьбі з брудом.

Клінінгова служба – це компанія, що надає разові або періодичні професійні послуги з наведення порядку в приміщенні.

Серед найпоширеніших клінінгових послуг можна виділити:

1. Послуги з прибирання будинку. Завдання, пов'язані з цією послугою з прибирання житлових приміщень, охоплюють прибирання пилу, підмітання, миття підлог, полірування і прибирання пілососом.

2. Послуги глибокого очищення. Глибоке очищення в основному рекомендується для комерційних будівель і являє собою ретельне очищення приміщення: миття полов, очищення кухні та ін.

3. Миття вікон. Поширеною послугою є миття вікон на високоповерхівках, яка потребує спеціального обладнання на навичок працівників.

4. Послуги з чищення килимів. Очищення килимів може бути паровим та сухим, і являє собою видалення плям та неприємних запахів.

5. Послуги мийки під тиском. За допомогою мийки під тиском здійснюється очищення стін будинків, дахів, водостічних жолобів і вікон.

6. Послуги з чищення м'яких меблів. Оббивка – це тканина, обтягнута такими меблями, як крісла і дивани. Її неможливо очистити за допомогою регулярних методів і потрібні спеціальні рішення та методи.

7. Зелені послуги з прибирання. Зелене прибирання – це не окрема послуга, а радше відповідальний і професійний підхід до прибирання. Це практика очищення, за якої використовуються тільки біорозкладні, безпечні та нетоксичні продукти для пропонованих послуг.

8. Аварійне очищення та відновлення. Це дуже делікатний і складний вид очищення. Прибирання об'єкта, що постраждав від стихійного лиха, є великою проблемою, тому для цього потрібні високопрофесійні та кваліфіковані співробітники. Крім вивезення сміття, підмітання, прибирання та усунення пошкоджень, цей вид послуг вимагає хороших знань про тип стихійного лиха, ефективних методів прибирання від ушкоджень води, вогню, вітру, а також відповідних запобіжних заходів [Ошибка! Источник ссылки не найден].

Насиченість ринку клінінговими компаніями, які б виконували усі ці послуги якісно та з використанням безпечних, сертифікованих миючих засобів та обладнання є вкрай недостатньою.

Основним завданням відкриття клінінгової компанії полягає у наданні якісних клінінгових послуг у м. Київ та Київській області. Для успішного виконання завдання потрібно виконати певні цілі (рис. 2.1).

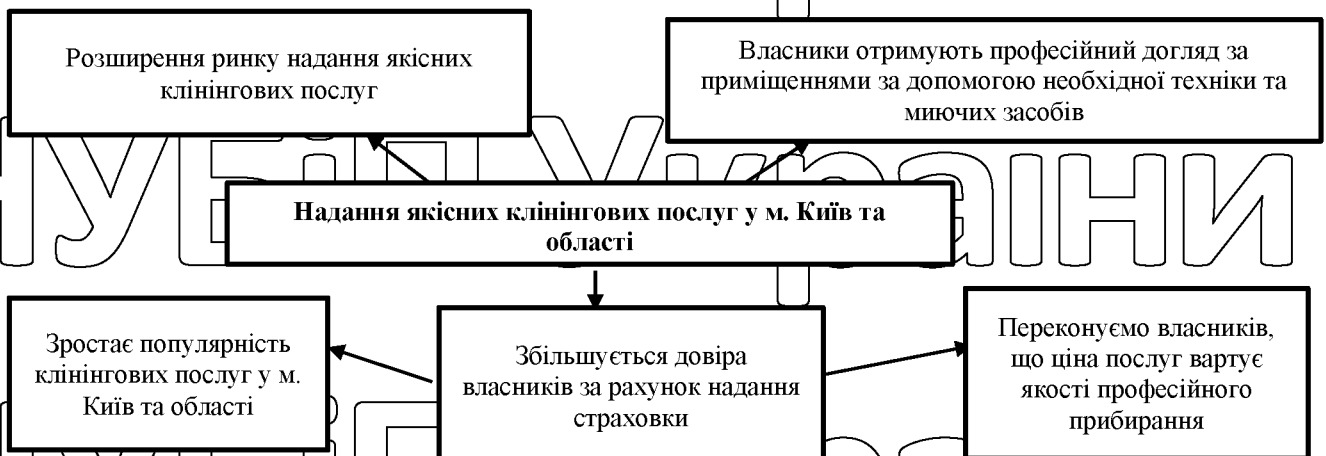


Рис 2.1. Дерево цілей

*Джерело: сформовано автором*

В основі концепції відкриття клінінгової компанії в Києві лежить ідея надання високоякісних клінінгових послуг приватним особам, бізнесу та власникам житлових приміщень. Компанія має на меті задовольнити зростаючий попит на професійні клінінгові послуги в Києві, особливо після війни та подальшої відбудови. Основними послугами, що надаватимуться компанією, будуть післяремонтне прибирання, генеральне прибирання та миття вікон. Компанія відрізнятиметься від конкурентів, надаючи ефективні, дієві та інноваційні рішення з прибирання, які відповідають конкретним потребам кожного клієнта.

Основна мета компанії – зарекомендувати себе як надійного постачальника клінінгових послуг у Києві, якому можна довіряти. Це буде досягнуто завдяки наданню високоякісних послуг, що відповідають специфічним потребам кожного клієнта, використанню новітніх технологій та методів прибирання, а також залученню команди кваліфікованих та досвідчених професіоналів у сфері клінінгу. Головна мета компанії – стати провідним постачальником клінінгових послуг у Києві та прилеглих регіонах, встановлюючи стандарти досконалості та інновацій у галузі.

Для досягнення цих цілей і завдань компанія буде реалізовувати ряд стратегій та ініціатив. Перш за все, компанія інвестуватиме в найсучасніше клінінгове обладнання, інструменти та технології, щоб забезпечити ефективність, результативність та найвищу якість своїх послуг. Компанія також розробить і впровадить комплексну навчальну програму для своїх співробітників, щоб забезпечити їх необхідними навичками, знаннями та досвідом для надання виняткових клінінгових послуг.

Крім того, компанія забезпечить сильну маркетингову присутність в Інтернеті та офлайн, щоб охопити потенційних клієнтів та підвищити визнаність бренду. Компанія також розвиватиме стратегічне партнерство з іншими підприємствами та організаціями, щоб розширити клієнтську базу та запропонувати ширший спектр послуг.

Цілі компанії будуть вимірюватися за допомогою низки ключових показників ефективності (KPI), таких як задоволеність клієнтів, утримання співробітників та зростання доходів. Компанія регулярно переглядатиме та коригуватиме свої стратегії та ініціативи, щоб гарантувати, що вона досягає своїх цілей та завдань.

Загалом, відкриття клінінгової компанії в Києві – це можливість надати цінну послугу громаді, а також створити прибуткове бізнес-підприємство. Зосередженість компанії на якості, інноваціях та задоволенні потреб клієнтів вирізнить її серед конкурентів і позиціонуватиме для довгострокового успіху в зростаючій галузі клінінгових послуг в Україні.

За рахунок надання якісних клінінгових послуг власники житлових та офісних приміщень отримають якісне та професійне прибирання. Власники будуть переконані, що ціна послуг повністю відповідає якості прибирання, яке здійснюється за допомогою необхідного обладнання та миючих засобів. За рахунок цього, популярність клінінгових послуг зросте.

Отже, клінінг – актуальний і перспективний напрям для розвитку власної справи.

### **2.3. Загальна характеристика бізнес-ідеї**

В останні роки клінінгові послуги набирають популярність як в приватному, так і в комерційному сегменті. У ритмі сучасного життя все більше повсякденних завдань віддаються на аутсорсинг. Підприємства користуються послугами сторонніх співробітників, які виконують роботу, що не входить в специфіку штатного розпису. Багато компаній практично відмовилися від практики утримання штатних прибиральників і користуються клінінговими послугами.

Проте, на ринку клінінгу існує проблема (рис 2.2) – недостатня кількість компаній, що надають якісні клінінгові послуги у м. Київ та Київській області.

Причинами недостатньої кількості компаній є те, що у Києві клінінгові компанії набирають обертів. Активне будівництво і збільшення введених в експлуатацію площ (житлових і комерційних) розширює коло потенційних клієнтів. Збільшується число торгових і бізнес-центрів, а також новобудов, мешканці яких користуються послугою з прибирання після ремонту.

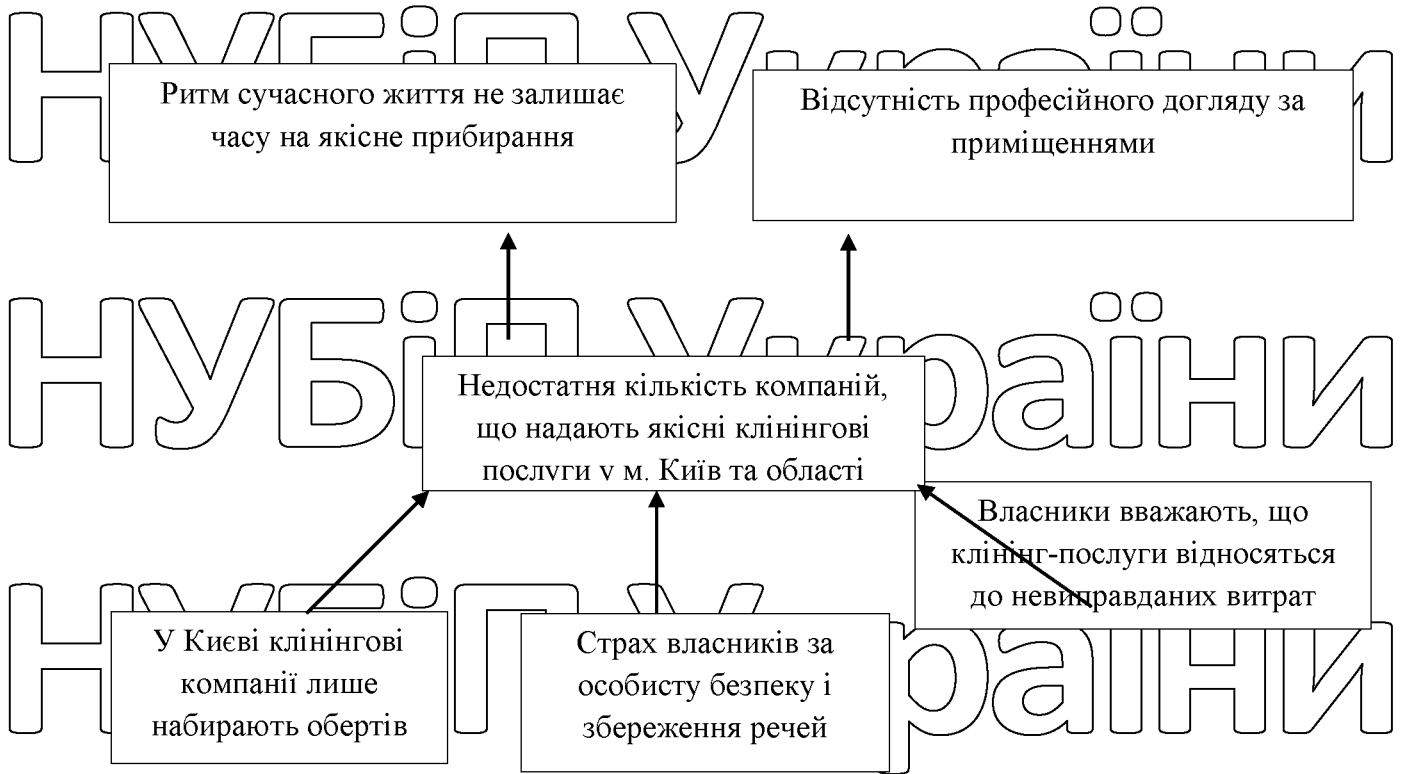


Рис. 2.2. Дерево проблем

Джерело: сформовано автором

Іншою причиною є страх власників за особисту безпеку і збереження речей. Тому, перед виконанням прибирання клінери мають надати страхування в разі пошкодження чи викрадення майна. Останньою причиною є те, що власники вважають клінінг-послуги невиправданими витратами, але компанії, які відмовились від найму традиційних прибиральників на користь аутсорсингу, на думку експертів, мають можливість принести економію в 20% для компанії.

Все більша кількість людей усвідомлюють необхідність професійного догляду за будівлями і спорудами. На сьогоднішній день клінінгові компанії використовують сучасну техніку, ретельно підбирають засоби для чищення.

Завдяки такому підходу час, який витрачається на повноцінне прибирання, помітно скорочується.

Прибутковість бізнесу оцінили ще мало підприємців, тому конкуренція на ринку зростає дуже повільно. Поріг для входу на ринок досить низький. Як показує статистика, в останні роки число клінінгових компаній залишається незмінним: щорічно на ринок приходять нові компанії, але стільки ж і йде з нього.

Основним трендом на ринку клінінгових послуг є укрупнення компаній і розширення спектра послуг, за рахунок чого і відбувається зростання ринку.

При цьому виживають і малі підприємства, оскільки вони здатні гнучко і оперативно реагувати на зміни ринкових умов.

Рентабельність цього бізнесу знаходиться в діапазоні 12-15%, якщо йдеться про щоденні роботи, і 25-40% для спецробіт.

Комплекс послуг клінінгової служби слід формувати, виходячи з цільової аудиторії і попиту на певні види послуг. Згідно зі статистичними даними, найбільшу частку за видами послуг займає комплексне щоденне прибирання, на другому місці – прибирання прилеглої території, вивіз сміття, прибирання після ремонту. Щоденне прибирання включає в себе протирання пілу, чистку дзеркал, прибирання підлоги. Прибирання прилеглої території передбачає миття вікон, фасадів, вивезення сміття, прибирання снігу / листя / трави (в залежності від сезону), підтримання чистоти елементів архітектури.

Також можливе генеральне прибирання, під яким розуміється видалення забруднень зі стін, миття плінтусів, видалення локальних забруднень з різних поверхонь, чищення швів, миття вікон і так далі.

Особливу увагу слід приділити такому виду послуги, як прибирання після ремонту – останнім часом цей вид послуг користується попитом.

Прибирання після ремонту включає в себе: винос будівельного сміття, миття вікон від нальоту, ретельне видалення пілу з різних поверхонь, сильних забруднень, миття підлоги, чистка меблів, миття люстр тощо.



Деякі клінінгові компанії пропонують спеціальні програми і види послуг. В якості таких послуг може бути прибирання житла перед народженням дитини, миття рекламних конструкцій, прибирання після свят, аутстафінг (оренда персоналу) та інші. Наявність таких специфічних видів послуг вигідно виділяє компанію на ринку.

Спектр клінінгових послуг досить широкий, але обмежений технічними можливостями

Клінінгова компанія матиме назву «CleanKyiv». Вона буде базуватись у місті Київ та спеціалізуватись на наданні послуг прибирання різних типів, таких як: прибирання після ремонту, генеральні прибирання та миття вікон.

Компанія має на меті задовольнити зростаючий попит на клінінгові послуги в країні, особливо після воєнного конфлікту, що триває в Україні.

CleanKyiv – новий учасник ринку клінінгових послуг в Україні, який прагне відрізнити себе від конкурентів, пропонуючи високоякісні, надійні та доступні клінінгові послуги. Управлінська команда компанії складається з досвідчених професіоналів у сфері клінінгу, включаючи директора (власника бізнесу), менеджера з підбору персоналу та водія (бригадира). Компанія також передасть бухгалтерські послуги на аутсорсинг надійному сторонньому провайдеру.

Цільовий ринок CleanKyiv – це насамперед власники будинків, девелопери, малий та середній бізнес у Києві та прилеглих районах. У зв'язку з реконструкцією, що триває в країні, зростає попит на послуги з прибирання після ремонту, і CleanKyiv має на меті скористатися цією можливістю.

CleanKyiv запропонує широкий спектр послуг з прибирання після ремонту для власників будинків, забудовників та підприємств. Ці послуги включатимуть прибирання сміття, чистку поверхонь та дезінфекцію приміщення, щоб забезпечити його безпеку та готовність до використання.

CleanKyiv надаватиме клієнтам регулярні послуги з прибирання, включаючи прибирання пирососом, витирання пилу та миття підлоги. Компанія буде використовувати екологічне чисті миючі засоби, щоб

гарантувати, що процес прибирання є безпечним для клієнтів та навколишнього середовища.

CleanKyiv також пропонуватиме клієнтам послуги з миття вікон, включаючи внутрішнє та зовнішнє миття вікон. Компанія використовуватиме спеціалізоване обладнання та технології, щоб забезпечити чистоту та відсутність розводів на вікнах.

CleanKyiv використовуватиме різноманітні стратегії маркетингу та просування для залучення потенційних клієнтів, включаючи онлайн-рекламу, соціальні мережі та цільові кампанії прямої поштової розсилки. Компанія

також встановить партнерські відносини з забудовниками та компаніями з управління нерухомістю, щоб отримати доступ до їхньої клієнтської бази.

CleanKyiv потребуватиме стартового фінансування для покриття початкових витрат, у тому числі на придбання обладнання, маркетингові та рекламні витрати, а також зарплати співробітникам. Компанія шукатиме фінансування через державні програми та гранти, приватних інвесторів та краудфандингові платформи.

Таким чином, CleanKyiv є багатообіцяючим новим учасником ринку клінінгових послуг в Україні, який зосереджується на наданні якісних, надійних та доступних клінінгових послуг для клієнтів. Очікується, що з відновленням країни попит на клінінгові послуги зростатиме, що надасть можливість CleanKyiv зарекомендувати себе як провідного гравця на ринку.

Зосередившись на якості, дотриманні нормативних вимог та надійному бізнес-плані, CleanKyiv може позиціонувати себе для досягнення успіху на цьому конкурентному ринку.

#### **2.4. Цільова аудиторія та аналіз конкурентного середовища**

Цільовий клієнт компанії «CleanKyiv» є людина, яка відповідає наступним критеріям:

віковий діапазон цільового клієнта може бути досить широким,

оскільки клінінгові послуги можуть бути корисними для людей різного віку.

Однак можна з упевненістю припустити, що офіси, бізнес-центри та сім'ї з маленькими дітьми можуть мати більшу потребу в клінінгових послугах.

Таким чином, цільовий віковий діапазон може бути десь від середини 20 до 45.

Цільовий клієнт клінінгової компанії в Києві повинен мати певний рівень платоспроможності, щоб дозволити собі послуги. Цілком ймовірно, що цільовим клієнтом будуть сім'ї середнього та вищого класу, які можуть

дозволити собі передати свої потреби у прибиранні на аутсорсинг. Однак

компанія також може запропонувати більш доступні пакети послуг для студентів або тих, хто має обмежений бюджет.

Цільовими клієнтами клінінгової компанії в Києві можуть бути приватні особи або підприємства в центрі міста, передмісті та в межах

Київської області. Компанія також може розглянути можливість орієнтуватися

на райони з великою кількістю нових будівельних або реконструкційних проектів, оскільки в цих районах може бути більший попит на послуги з прибирання після ремонту.

Київ - столиця і найбільше місто України з населенням понад 3 мільйони осіб. У місті поєднуються житлові та комерційні райони, що надає широкі можливості для клінінгових компаній орієнтуватися на різні сегменти клієнтів. Нижче наведено аналіз цільового ринку для клінінгового бізнесу в Києві.

Київ має багато густонаселених житлових районів, які потенційно можуть стати цільовими клієнтами для клінінгового бізнесу. Місто поділене на 10 адміністративних районів, серед яких найбільш густонаселеними є Дарницький, Деснянський та Оболонський. Ці райони мають велику кількість багатоквартирних будинків та багатоповерхівок, що робить їх потенційними клієнтами для послуг з генерального прибирання.

Крім того, спальні райони Києва мають високий рівень щільності населення, що пов'язано з такими факторами, як навчання, робота та особисті

причини. Це означає, що існує постійний приплив потенційних клієнтів на клінінгові послуги, оскільки нові мешканці в'їжджають і виїжджають з міста.

У Києві також є велика кількість комерційних районів, які можуть бути потенційними клієнтами для клінінгового бізнесу. Найважливішими комерційними районами є центральний діловий район, який включає вулицю Хрещатик, Майдан Незалежності та Бессарабську площу, а також інші райони, такі як Подільський, Печерський та Голосіївський.

Ці райони мають високу концентрацію бізнесу, включаючи офісні будівлі, ресторани, готелі та магазини, які потребують регулярного прибирання. Клінінговий бізнес може орієнтуватися на ці комерційні райони, пропонуючи спеціалізовані послуги, такі як прибирання після будівництва, миття вікон та догляд за підлогою.

Цільові клієнти клінінгового бізнесу в Києві можна розділити на дві основні категорії: побутові клієнти та комерційні клієнти.

До побутових клієнтів відносяться окремі особи або сім'ї, які проживають в квартирах або будинках і потребують послуг з прибирання. Ці клієнти можуть потребувати загальних клінінгових послуг, таких як регулярне прибирання житлових приміщень, або спеціалізованих послуг, таких як прибирання після будівництва, чищення килимів та миття вікон.

Комерційні клієнти – це підприємства, які потребують послуг з прибирання офісів, магазинів, ресторанів, готелів та інших об'єктів. Таким клієнтам може знадобитися цілий ряд послуг, таких як генеральне прибирання, догляд за підлогою, миття вікон, а також спеціалізовані клінінгові послуги для конкретного типу бізнесу.

На додаток до вищезгаданих категорій, зростає тенденція серед зайнятих людей, які віддають перевагу аутсорсингу домашніх обов'язків, таких як прибирання. Ці клієнти готові платити більше за надійні та якісні клінінгові послуги.

Дарницький, Деснянський та Оболонський райони мають високу концентрацію нових багатоквартирних будинків і комплексів. Ці райони є

особливо привабливими для потенційних клієнтів, оскільки вони потребують регулярних клінінгових послуг для підтримання житлових приміщень у належному стані. До інших районів з високою концентрацією новобудов належать Солом'янський, Шевченківський та Дніпровський райони. Ці райони

також мають велику кількість багатоповерхівок і нових житлових комплексів, що робить їх потенційними клієнтами для клінінгового бізнесу. Центральний діловий район, що включає вулицю Хрещатик, Майдан Незалежності та Бессарабську площу, є головним комерційним районом Києва. Іншими важливими районами для бізнесу є Поділ, Печерський та Голосіївський.

Окрім цих районів, у Шевченківському та Солом'янському районах також знаходиться велика кількість підприємств, особливо малих та середніх. Ці підприємства потребують регулярних клінінгових послуг, щоб підтримувати приміщення в належному стані та приваблювати клієнтів.

Ірпінь, Буча та Гостомель - міста Київської області, які постраждали від російської агресії. Ці міста зазнали значних руйнувань під час конфлікту і потребують масштабної реконструкції. Післявоєнний період надає можливість для клінінгового бізнесу надавати спеціалізовані послуги, такі як прибирання після будівництва та вивезення сміття.

Отже, цільовий ринок для клінінгового бізнесу в Києві різноманітний і пропонує кілька можливостей для роботи з різними сегментами клієнтів. Використовуючи різні маркетингові стратегії, клінінговий бізнес може ефективно вийти на цільовий ринок і збільшити свої доходи від продажів.

## 2.4 Організаційно-виробничий план

Найчастіше при відкритті клінінгової компанії використовується код 74.7 [Ошибка! Источник ссылки не найден.]. Це досить велика категорія, під яку підпадає більшість клінінгових послуг. Крім того, можна також вказати коди

93.01 (Чищення тканинних матеріалів килими, оббивка,

драпірування і так далі);

95.0 (прибирання домашнім персоналом).

Також для відкриття клінінгової компанії необхідно пройти наступні етапи:

З юридичного боку необхідно скласти посадові інструкції для ваших працівників; договір надання клінінгових послуг; гнучкий прайс-лист (щоб не шокувати клієнтів захмарними цінами чи, навпаки, не занижити «самооцінку»); комерційну пропозицію та візитки (реклама – двигун прогресу); технологічної карти прибирання об'єкта.

Документобіг, необхідний для ведення бухгалтерського обліку вашої організації: кошторис, рахунок, рахунок-фактура, затверджений порядок виплати заробітної плати та відповідно, складання податкової та бухгалтерської звітності.

Після реєстрації слід вирішити ще кілька важливих питань. Перш за все необхідний офіс. Це те місце, куди прийдуть клієнти в пошуку виконавця послуг. Це може бути невелике приміщення, яке крім приймальні кімнати повинно включати в себе невеликий склад – адже необхідно зберігати всі необхідні для роботи «інструменти». Необхідно скласти максимально докладний перелік пропонованих послуг і визначити їх вартість [17].

Клінінгова компанія буде спеціалізуватись на наданні таких послуг: регулярне прибирання, генеральне прибирання, прибирання після ремонту та миття вікон.

Регулярне прибирання: ця послуга передбачає регулярне прибирання будинку або офісу на регулярній основі. Частота прибирання може бути щотижневою, двотижневою або щомісячною, залежно від потреб клієнта. Регулярне прибирання зазвичай включає такі завдання, як сухе/вологе очищення за допомогою пилососа, витирання пилу, миття підлоги та дезінфекція поверхонь у місцях з великою прохідністю.

Генеральне прибирання: це більш ретельне прибирання, яке зазвичай проводиться рідше, ніж регулярне. Воно включає в себе більш комплексне

прибирання вашого будинку або офісу, в тому числі такі завдання, як миття ванних кімнат і ретельне чищення килимів. Генеральне прибирання ідеально підходить для тих, хто хоче якісно та професійно очистити свій простір, але не потребує регулярного прибирання.

Прибирання після ремонту: після завершення ремонту або реконструкції зазвичай залишається багато пилу та сміття. Клінінгова компанія може прийти і прибрати безлад, зробивши будинок або офіс знову бездоганним. Ця послуга може включати в себе миття стін та підлоги, а також вивезення сміття та матеріалів, що залишилися після ремонту.

Миття вікон. Ця послуга включає в себе миття вікон у будинку або офісі. Сюди входить миття скла, очищення рам і протирання підвіконь та карнизів. Миття вікон може здійснюватися на регулярній основі або як разова послуга, залежно від потреб клієнта.

Особливість надання даних послуг та конкурентна перевага полягає у:

1. Використання екологічно чистих засобів: клінінгова компанія, яка використовує екологічно чисті засоби для прибирання, може залучити клієнтів, які піклуються про навколишнє середовище та здоров'я своїх сімей або співробітників. Екологічні засоби також менш шкідливі для поверхонь, які вони очищають, і можуть продовжити термін їхньої служби.

2. Навчений і досвідчений персонал: клінінгова компанія, яка інвестує в навчання та розвиток свого персоналу, може забезпечити вищий рівень обслуговування, ніж конкуренти. Це означає, що їхній персонал обізнаний з новітніми технологіями та обладнанням для прибирання і може надавати ефективні та якісні клінінгові послуги.

Забезпечення якості: клінінгова компанія, яка має систему забезпечення якості своїх послуг, може забезпечити спокій своїм клієнтам. Це означає, що у них є процеси для перевірки та підтвердження того, що їхній персонал завершив прибирання на високому рівні, і що вони реагують на будь-які питання або проблеми, які піднімаються клієнтами.

Запорукою результативності клінінгового бізнесу є саме люди.

Найбільш оптимальні кандидати – відповідальні, сумлінні жінки і чоловіки у віці 25-40 років. Фахівці з прибирання обов'язково повинні бути

взаємозамінні. В ідеалі добре мати по одній бригаді робітників на кожен об'єкт і одну запасну бригаду. На початкових етапах розвитку бізнесу команду можна

не містити в штаті, а залучати від випадку до випадку – коли з'являється клієнт. В середньому, для роботи невеликої клінінгової компанії потрібен штат з десяти співробітників: 8 клінерів, менеджер з підбору персоналу та водій.

Клінінгова компанія буде налічувати 2 бригади клінерів по 4 людини у кожній.

Таблиця 2.1

Штат компанії «CleanKuiv»

Посада	Заробітна плата чиста	Заробітна плата із податком	Кількість працівників	Віплата праці, всього	ЄСВ
Менеджер з підбору персоналу	30 600	1	30 600	6732	30 600
Водій	18 360	1	18 360	4039,2	18 360
Клінери	12 240	6	73 440	16156,8	12 240
Директор	24 480	1	24 480	5385,6	24 480
<b>Разом</b>	<b>50 000</b>	<b>61 200</b>	<b>10</b>	<b>146 880</b>	<b>32313,60</b>

Джерело: складено автором

Припустимо, що кожна бригада може працювати 8 годин на день, а кожне замовлення потребує 4 години для виконання бригадою з 4 осіб. Це

означає, що кожна команда може виконати два замовлення за день. Отже, маючи дві команди, компанія може виконати загалом 4 замовлення за день.

Однак важливо зазначити, що це за умови відсутності затримок або інших факторів, які можуть вплинути на час, необхідний для виконання кожного замовлення.

Припускаючи, що кожна команда може працювати 8 годин на день і що кожне замовлення потребує 4 години для виконання командою з 3 осіб, ми знаємо, що кожна команда може виконати два замовлення за день. Таким



чином, обидві команди можуть виконати загалом 4 замовлення за день. Припускаючи, що в типовому місяці 22 робочих дні (без урахування вихідних та святкових днів), клінінгова компанія може виконати максимум 4 замовлення на день x 22 робочі дні на місяць = 88 замовлень на місяць.

Однак важливо зазначити, що це припущення передбачає, що клінінгова компанія має постійний потік замовлень протягом місяця, і що немає затримок або інших факторів, які можуть вплинути на час, необхідний для виконання кожного замовлення.

Початкові інвестиції для організації клінінгової компанії будуть використовуватися для:

придбання спеціалізованого обладнання та засобів для прибирання;

- організації роботи та підготовки персоналу;
- рекламної та маркетингової діяльності;
- забезпечення робочого капіталу на початковому етапі.

Для виконання послуг необхідне обладнання:

- професійний пилосос;
- підлогомиюча машина;
- дрібний інвентар (відра, рукавички, щітки, ганчірки, швабри, миючі засоби);
- спецодяг.

Таблиця 2.2

#### Обладнання необхідне для прибирання

Модель пилососа	К-сть одиниць	Вартість (грн)
Вертикальний пилосос для сухого прибирання TASKI Jet 38 - 7516255	4	30868 * 4 = 123472
Промисловий пилосос Festool CTL 26 EAC CLEANTEC	2	31242 * 2 = 62484
Каністровий пилосос Пилосос для сухого та вологого прибирання Karcher NT 70/2 Me Classic	4	22500 * 4 = 90000
Пилосос ранцевий для сухого прибирання Karcher BV 5/1	4	25150 * 4 = 100600

Підлогу мийна машина Karcher BD 43/35 C Er	2	H2400 * 2 = 224800
Всього		601356

Джерело: складено автором

Кількість необхідних пілососів буде залежати від розміру та частоти прибирання. Оскільки в компанії працює 2 бригади по 4 людини, рекомендується мати під рукою щонайменше 2-4 пілососи, щоб задовольнити потреби кількох замовлень одночасно.

Таблиця 2.3

### Хімічні засоби необхідні для прибирання (на один місяць роботи)

Найменування хімічного засобу	К-сть одиниць	Вартість, грн
УНІВЕРСАЛЬНИЙ МІЮЧИЙ ЗАСІБ КОНЦЕНТРАТ, PRIMATERRA UNI-1 (5КГ)	1	637
МІЙНИЙ ЗАСІБ ДЛЯ ДЕЗІНФЕКЦІЇ КОНЦЕНТРАТ DEZ-1 (6КГ)	1	744
МІЙНИЙ ЗАСІБ ДЛЯ САНТЕХНІКИ DEZ-3 (5,5КГ)	1	868
АНТИЖИР КОНЦЕНТРАТ ДЛЯ ВИДАЛЕННЯ ЖИРУ SUPRA LIGHT (6КГ)	1	840
МІЙНИЙ ЗАСІБ ДЛЯ СКЛА І ДЗЕРКАЛ INDUSTRY-3 (5КГ)	1	634
МІЙНИЙ ЗАСІБ ДЛЯ ПОЛОМІЙНОЇ МАШИНИ, PRIMATERRA SUPRA Б/П (6,5КГ)	1	740
КОНЦЕНТРАТ ДЛЯ МІЮЧИХ ПІЛЕСОСІВ PRIMATERRA (5 КГ)	1	658
КОНЦЕНТРАТ ДЛЯ ПІДСЛЯБУДІВНОГО КЛІНІНГУ МК МП (5,5КГ)	1	900
МІЙНИЙ ЗАСІБ ДЛЯ ПІДСЛЯБУДІВНОГО КЛІНІНГУ, МК ПНА (5,5КГ)	1	920
Всього		6941

Джерело: складено автором

Оскільки клінінгує сва компанія має 2 бригади по 4 людини в кожній, варто подбати про те, щоб у них була достатня кількість кожного місячного засобу,

щоб задовольнити потреби кількох робіт одночасно. Рекомендується, щоб компанія придбала достатню кількість хімічних засобів для прибирання, щоб їх вистачило принаймні на один місяць.

Таким чином, клінінговій компанії-початківцю може знадобитися закупити щонайменше 8-10 різних видів хімічних засобів для прибирання в достатній кількості, щоб охопити послуги, які вона пропонує, і задовольнити потреби кількох замовлень одночасно. Фактична кількість необхідних хімікатів може змінюватися залежно від конкретних потреб компанії та пропонуваніх послуг.

Таблиця 2.4

## Інвентар для прибирання

Найменування	К-сть. од.	Вартість (грн)
Контейнер для сміття	4	782 *4 = 3128
Відра-тележки з віджимом	4	2700 *4 = 10800
Швабри для полу Leifheit	4	626*4 = 2504
Набір гумок для миття Intensive T (10 шт)	4	342*4 = 1368
Набір для підмітання (щітка+совок) Leifheit 41404	4	767 *4 = 3068
Набір мікрофібрових серветок Pro service Standard (5 шт)	4	166*4 = 664
Набір серветок для скла Pro service Standard (5 шт)	4	168 * 4 = 672
Гумові нітрилові рукавички Nitrilex (100 шт)	4	175*4 = 700
Щітки для чищення RZTK FB 5-7	4	141 * 4 = 564
Дезинфекційні серветки AXD – 2000 (300 шт)	4	295 * 4 = 1180
Мішки для сміття 240 л (11шт)	4	160 * 4 = 640
<b>Всього:</b>		<b>25288</b>

Джерело: складено автором

Загальний план того, як може виглядати схема роботи клінінгової компанії:

1. Початкова консультація та оцінка: клінінгова компанія зустрічається з клієнтом, щоб обговорити його потреби та вподобання щодо прибирання. Компанія може також оглянути приміщення клієнта, щоб отримати уявлення про розмір площі та рівень необхідного прибирання.

2. Пропозиція та укладення договору: на основі первинної консультації та оцінки, клінінгова компанія надасть клієнту пропозицію щодо послуг з прибирання, які вона буде надавати. Щоб досягти того, як клієнт погодиться з пропозицією, буде підписано договір або угоду про надання послуг.

3. Планування: клінінгова компанія буде працювати з клієнтом, щоб визначити найкращий графік надання послуг з прибирання. Це може бути щоденне, щотижнєве, двотижнєве або щомісячне прибирання, залежно від потреб клієнта.

4. План прибирання: клінінгова компанія створить індивідуальний план прибирання на основі вподобань клієнта та рівня необхідного прибирання. Він може включати конкретні завдання, які необхідно виконувати під час кожного прибирання, такі як витирання пилу, пилосос, миття підлоги та дезінфекція.

5. Засоби для прибирання та обладнання: клінінгова компанія надасть усі необхідні засоби для прибирання та обладнання. Це можуть бути миючі засоби, інструменти та обладнання, такі як пилососи, швабри та пилососи.

6. Послуги з прибирання: клінінгова компанія надаватиме узгоджені послуги з прибирання в заплановані дати. Прибиральники дотримуватимуться індивідуального плану прибирання та використовуватимуть відповідні миючі засоби та обладнання.

7. Контроль якості: клінінгова компанія буде проводити регулярні перевірки якості, щоб переконатися, що послуги з прибирання відповідають очікуванням клієнта. Будь-які питання чи занепокоєння будуть вирішуватися оперативно.

8. Комунікація та зворотній зв'язок: клінінгова компанія буде підтримувати відкриту комунікацію з клієнтом, щоб гарантувати, що його потреби задовольняються. Клієнт матиме можливість залишити відгук про клінінгові послуги, і будь-які необхідні корективи будуть внесені.

9. Виставлення рахунків та оплата: клінінгова компанія виставляє клієнту рахунок згідно з узгодженим графіком та умовами оплати. Оплата може бути здійснена за рахунком-фактурою або онлайн-оплатою.

Подальші дії та продовження: клінінгова компанія буде підтримувати зв'язок з клієнтом, щоб переконатися, що він задоволений клінінговими послугами. Якщо клієнт бажає поновити договір або угоду про надання послуг, клінінгова компанія внесе необхідні корективи і підпише новий договір або угоду про надання послуг.

Клінінгова компанія не вимагає великих площ. Буде достатньо кабінету відділу продаж і приміщення для зберігання всього обладнання. Для цього буде потрібно орендувати приміщення площею близько 40 кв. м.

Усі необхідні пілососи будуть закуповуватись у офіційних компаніях такі як: Taski, Festool, Karcher. Хімічні засоби будуть закуповуватись у компанії Primaterra, яка спеціалізується на виробництві миючих засобів для клінінгу а також харчової промисловості.

Компанія буде налічувати 2 бригади клінерів по 4 людини та водій. На перших етапах можна заощадити на менеджері по роботі з клієнтами, офіс-менеджері і менеджері по кадрам. Всі ці функції разом з посадою директора зазвичай виконує власник бізнесу. Це дозволяє і заощадити на зарплаті і набратися необхідного досвіду. Далі необхідно буде знайти менеджера з підбору персоналу, оскільки плинність кадрів у цій сфері послуг дуже велика.

Перед початком діяльності необхідно навчити клінерів основним правилам прибирання та очищення різних поверхонь.

Коли клінінгова компанія тільки починає свою діяльність, важливо встановити міцну присутність на ринку і охопити потенційних клієнтів за допомогою різних каналів продажів і просування. Ось кілька каналів, які клінінгова компанія може використовувати для просування своїх послуг:

1) Реклама в Інтернеті: використання соціальних мереж, реклами в пошукових системах та онлайн-каталоги для просування своїх послуг. Вони можуть створювати оголошення, орієнтовані на конкретні демографічні

показники, такі як вік, місцезнаходження та інтереси.

2) Сарафанне радіо є потужним інструментом для просування послуг. Клінінгова компанія може попросити своїх перших клієнтів порекомендувати їх друзям і родичам, а також запропонувати заохочення за рекомендацію.

3) Плакати та флаєри: клінінгова компанія може створювати листівки та плакати і розповсюджувати їх у житлових районах, офісах та комерційних приміщеннях.

4) Місцеві ЗМІ: можливо розміщувати рекламу в місцевих газетах, журналах та інтернет-виданнях. Вони також можуть пропонувати інтерв'ю або статті про поради та підказки щодо прибирання, щоб зарекомендувати себе як експертів у своїй галузі.

5) Пряма поштова розсилка: створити список розсилки і надсилати листівки або листи потенційним клієнтам. Вони можуть пропонувати спеціальні акції або знижки, щоб заохотити їх спробувати свої послуги.

6) Нетворкінг: відвідування місцеві заходи, приєднуватися до місцевих бізнес-асоціацій та налагоджувати зв'язки з іншими потенційними клієнтами, щоб просувати свої послуги та будувати відносини.

7) Партнерство за рекомендаціями: співпраця з агентами з нерухомості або компаніями, що займаються ремонтом житла, щоб пропонувати додаткові послуги та отримувати повторні звернення.

## 2.5 Структура витрат та доходів проекту

Відкриття клінінгової компанії в Києві може бути прибутковою та корисною справою. Однак, як і будь-який інший бізнес, він вимагає ретельного планування і глибокого розуміння галузі та динаміки ринку. Одним з найважливіших аспектів відкриття клінінгової компанії є розробка комплексного фінансового плану, який включає в себе розуміння витрат, пов'язаних з веденням бізнесу. У зв'язку з цим аналіз структури витрат має

важливе значення для визначення основних факторів, що впливають на них, і розробки ефективних стратегій управління витратами. У цьому підрозділі я опишу динаміку витрат клінінгової компанії в Києві за трирічний період і поясню значення постійних витрат, змінних витрат і амортизації в управлінні фінансовими показниками бізнесу.

Прогноз витрат для відкриття підприємства з виробництва та реалізації грибів наведено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

### Прогноз витрат для відкриття «CleanKyiv»

Статті витрат	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
<b>Змінні витрати</b>	<b>381164</b>	<b>142580</b>	<b>119292</b>	<b>119292</b>
Хімічні засоби необхідні для прибирання	249876	83 292	83 292	83 292
Інвентар для прибирання	95288	47 288	24 000	24 000
Транспортні витрати	36000	12 000	12 000	12 000
<b>Постійні витрати</b>	<b>7889265</b>	<b>2646723</b>	<b>2612023</b>	<b>2630518</b>
Оплата праці	5287680	1762560	1762560	1762560
ЄСВ	1163290	387763	387763	387763
Оренда офісного та складського приміщення	468000	156000	156000	156000
Витрати на технічне обслуговування обладнання	16600	6400	5100	5100
Витрати на рекламу та маркетинг	288000	96000	96000	96000
Бухгалтер (аутсорс)	144000	48000	48000	48000
Хімічстка уніформи	108000	36000	36000	36000
Комунальні витрати	447500	148000	149200	150300
Непередбачувані витрати	18000	6000	6000	6000
Амортизація	1118952	372984	372984	372984
Всього	8270429	2789303	2731315	2749810
<b>Всього з урахуванням амортизації</b>	<b>9389381</b>	<b>3162287</b>	<b>3104299</b>	<b>3122794</b>

Джерело: складено автором

Рис. 2.3. відображає структуру витрат клінінгової компанії, що працює в Києві, за трирічний період. Витрати поділяються на різні типи, включаючи змінні витрати, постійні витрати та амортизацію.

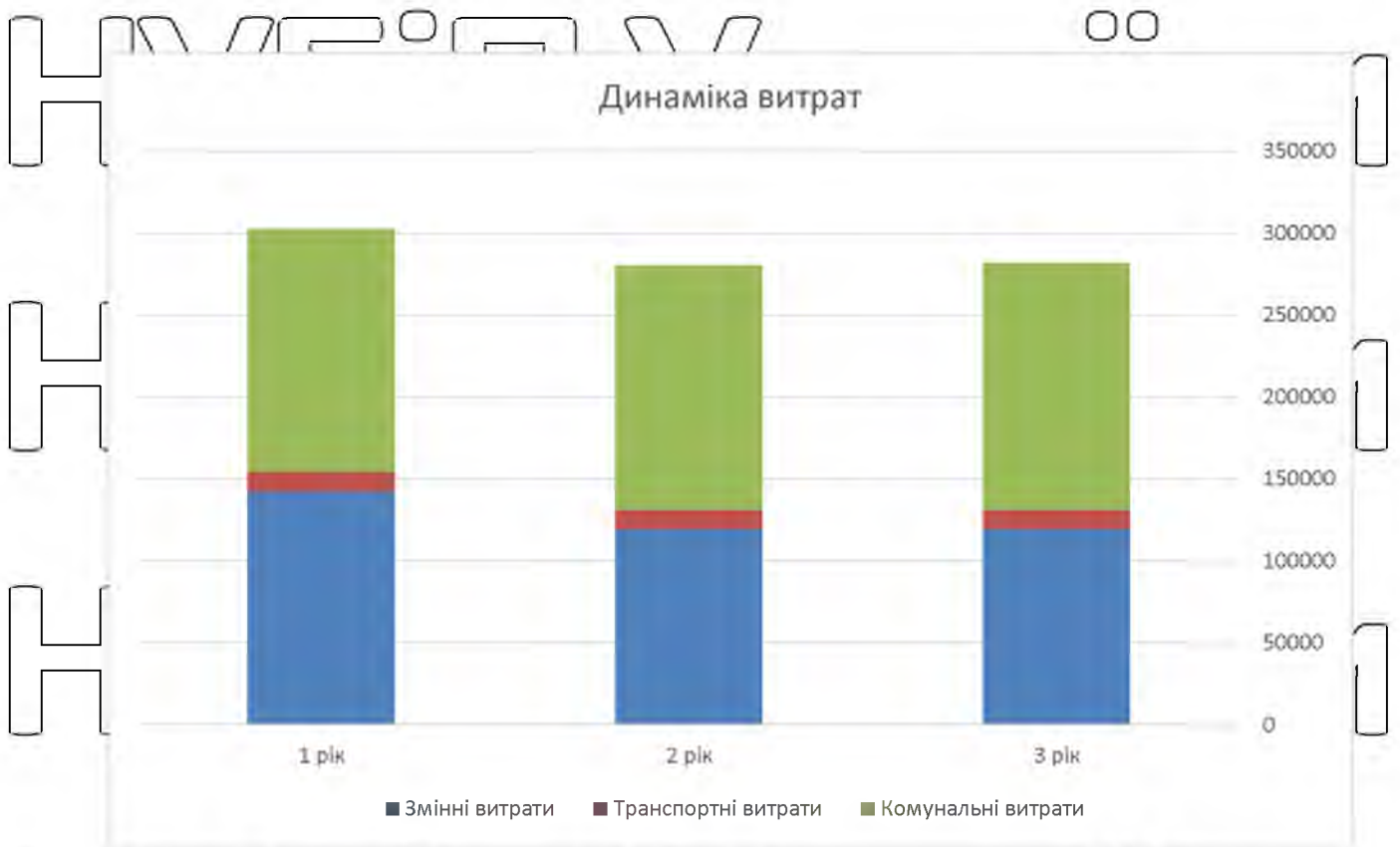


Рис. 2.3. Динаміка витрат

Джерело: складено автором

Змінні витрати включають витратні матеріали для обладнання та хімічні засоби для прибирання, транспортні витрати та витрати на навчання прибиральників. На графіку видно, що змінні витрати за перший рік становили 316 228,7 грн., які зменшилися до 310 429,9 грн. на другий рік та трохи збільшилися на третій рік 312 279,4. Аналогічно, витрати на витратні матеріали для обладнання та хімічні засоби для прибирання становили 47 288 грн у перший, 24 000 грн у другий і та третій роки. Транспортні витрати залишалися відносно стабільними і становили 12 000 грн.

Постійні витрати – це витрати, які не змінюються зі зміною обсягу виробництва або продажів. Ці витрати включають оренду офісу та складу, витрати на обслуговування обладнання, витрати на рекламу та маркетинг, хіміястику уніформи та непередбачувані витрати. На графіку видно, що



постійні витрати становили 2789303 грн у перший рік, зменшилися до 2731315 грн у другий рік, а потім збільшилися до 3122794 грн у третій рік.

Отже, для відкриття клінінгової компанії необхідно буде придбати обладнання, меблі, техніку та вантажівку (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

### Капітальні витрати для відкриття «CleanKyiv»

Назва	Сума, грн
Обладнання необхідне для прибирання	601356
Меблі, оргтехніка, авто	517600
<b>Всього</b>	<b>1118956</b>

Джерело: складено автором

Для розрахунку амортизації обладнання і устаткування, використовуємо метод лінійної амортизації. Припустимо, що термін служби цього обладнання

- 3 років. Порахуємо річну амортизацію:

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

$$\text{Річна амортизація} = 1118956 / 3 = 372985,3 \text{ грн}$$

$$\text{Амортизація на 1 міс.} = 372985,3 / 12 = 31082 \text{ грн}$$

Отже, річна амортизація для капітальних витрат складає 372985,3 грн, а амортизація у місяць буде складати 31082 грн.

Таким чином, структура витрат клінінгової компанії в Києві складається зі змінних витрат, постійних витрат та амортизації. Змінні витрати мають тенденцію до коливань у часі, тоді як постійні витрати є більш стабільними, але можуть змінюватися в довгостроковій перспективі. Амортизація – це негрошові витрати, які відображають зменшення вартості активів. Розуміння та управління цими витратами має важливе значення для забезпечення прибутковості та стійкості клінінгової компанії в Києві.

У будь-якому бізнесі активи, такі як основні засоби, є важливими для здійснення діяльності та отримання прибутку. Однак з часом вартість активів зменшується через зношення та моральне старіння. Таке зменшення вартості обліковується через амортизацію, яка є негрошовими витратами, що

зменшують балансову вартість активу протягом строку його корисного використання. Розуміння амортизації активів має вирішальне значення для фінансової звітності та управління. У цій частині підрозділу я опишу графік амортизації клінінгової компанії в Києві за трирічний період і обговоримо значення цих витрат для управління фінансовими показниками бізнесу.

У будь-якому бізнесі дохід є ключовим показником, який визначає його успіх і потенціал зростання. Це особливо актуально для клінінгового бізнесу в Києві, де конкуренція висока, а вимоги клієнтів постійно змінюються. Щоб проаналізувати потенціал доходу клінінгового бізнесу, важливо подивитися на динаміку доходів за певний період часу. Виручка для клінінгового бізнесу в Києві, буде включати три ключових джерела доходів: генеральне прибирання, миття вікон та прибирання після ремонту.

Таблиця 2.7

#### Ціни на послуги «CleanKyiv»

Назва послуги	Вартість, грн
Генеральне прибирання	3 000,00
Миття вікон	120,00
Післяремонтні роботи	4 800,00

Джерело: складено автором

Проаналізуємо план доходів майбутнього підприємства.

Таблиця 2.8

#### План грошових надходжень «CleanKyiv»

Стаття доходів	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
Генеральне прибирання	<b>5 665 806</b>	1 848 766	1 841 800	1 975 240
Миття вікон	<b>566 581</b>	184 877	184 180	197 524
Прибирання після ремонту	<b>6 798 967</b>	2 218 519	2 210 160	2 370 288
<b>Всього</b>	<b>13 031 354</b>	<b>4 252 162</b>	<b>4 236 141</b>	<b>4 543 051</b>

Джерело: складено автором

На рис. 2.4 наведено динаміку виручка для «CleanKyiv».

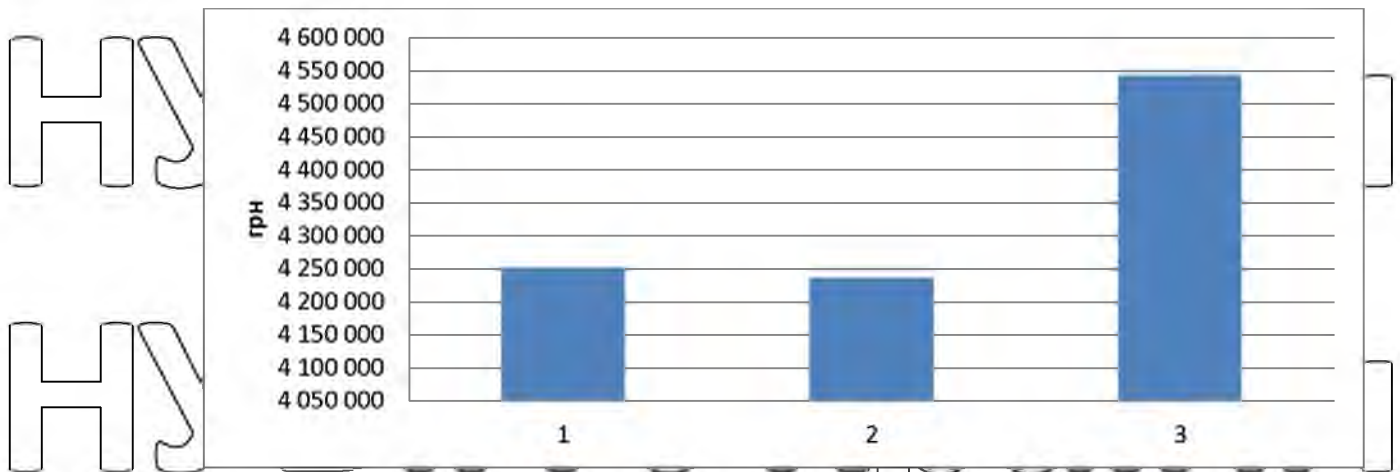


Рис. 2.4. Динаміка виручки

Джерело: складено автором

З рис. 2.5 видно, що генеральне прибирання є найвагомішим потоком доходів, на який припадає більша частина доходу, отриманого від клінінгового бізнесу. Доходи від генерального прибирання постійно зростали протягом трьох років, з помітним стрибком між 1 і 3 роками. Це можна пояснити зростанням бізнесу та залученням нових клієнтів. Мінтя вікон є порівняно меншими потоками доходів, але вони також демонструють стабільне зростання протягом трьох років.

Загалом, рис. 2.4. вказує на позитивну тенденцію зростання клінінгового бізнесу в Києві, причому всі три потоки доходів демонструють стабільне зростання. Однак бізнесу слід зосередитися на розширенні послуг з генерального прибирання, щоб максимізувати свій потенціал доходу.

Податкові платежі є важливим аспектом будь-якої бізнес-операції, і важливо відстежувати тенденції та динаміку цих платежів у часі. Для ведення бізнесу було обрано ФОП як платника єдиного податку третьої групи. На рис. 2.5 розглянуто динаміку податкових платежів для клінінгового бізнесу. Дані для графіка включають платежі з єдиного податку та ЄСВ за три роки. Виплати єдиного податку за перший, другий та третій роки становили 189 499, 188 785 та 202 462 гривень відповідно. Виплати ЄСВ за перший, другий та третій роки становили 17688 грн. У наступних розділах буде детально описано графік, включаючи тенденції та зміни податкових платежів по роках.

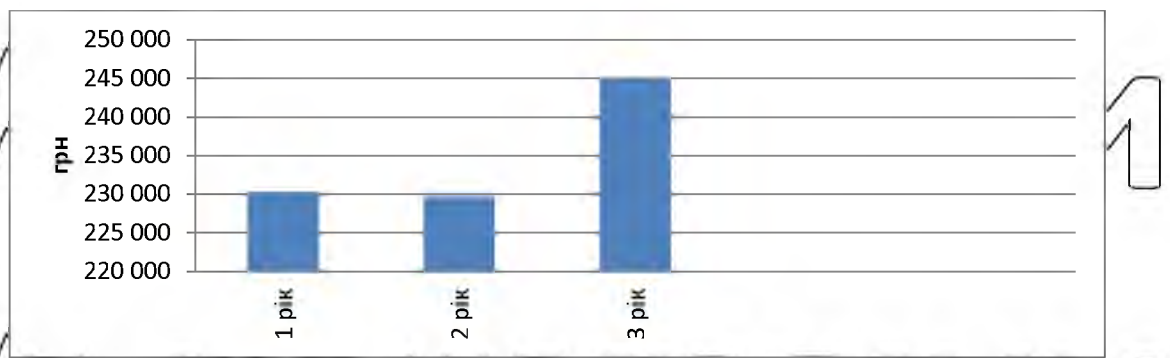


Рис. 2.5. Динаміка податкових виплат

Джерело: складено автором

Таблиця 2.9

## Податкові виплати

Податки	Всього	1 рік	2 рік	3 рік
ЄП	651 568	212 608	211 807	227 153
ЄСВ	53 064	17 688	17 688	17 688
<b>Всього:</b>	<b>704 632</b>	<b>230 296</b>	<b>229 495</b>	<b>244 841</b>

Джерело: складено автором

Графік показує, що податкові платежі є значною статтею витрат для клінінгового бізнесу в Києві. Збільшення виплат єдиного податку на третій рік можна пояснити зростанням бізнесу та відповідним збільшенням доходів. Відносно стабільні виплати ЄСВ можуть бути пов'язані з характером податку, який розраховується на основі заробітної плати працівників.

На завершення, графік динаміки податкових платежів дає важливе уявлення про податкові платежі клінінгового бізнесу в Києві. Він висвітлює тенденції та зміни у сплаті єдиного податку та ЄСВ з роками, вказуючи на важливість податкових платежів для ведення бізнесу.

## 2.6 Оцінка ефективності бізнес-проекту

Ефективність проекту аналізується з точки зору показників основної діяльності, показників продажів, показників прибутковості, показників

оборотності та інвестиційних показників. У табл. 2.10 представлена детальна інформація про ефективність проекту за кожним з цих напрямків. Мета цієї таблиці – надати загальне уявлення про показники ефективності проекту та допомогти в оцінці його фінансової доцільності.

Табл. 2.10. містить вичерпну інформацію про показники ефективності проекту клінінгового бізнесу.

Таблиця 2.10

**Показники ефективності**

<b>Показники основної діяльності</b>	<b>Середні значення за проектом</b>
Середній обсяг реалізації продукції, грн/міс.	217 189
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	155 690
EBITDA, грн/міс.	61 500
Чистий прибуток, грн/міс.	31 625
Грошовий потік, грн/міс.	68 430
Точка беззбитковості, % реалізації продукції	15%
Точка беззбитковості, грн реалізації продукції	32 670
Точка беззбитковості, грн в середньому на міс.	97%
Величина операційного важеля	8%
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	16%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	11,3%
Рентабельність активів	0,81
Оборотність	36
Термін прогнозу, міс.	150%
Ставка дисконтування	49,2%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	1 120 456
Загальний обсяг фінансування проекту	2 949 966
Чистий грошовий потік	2358 481
NPV (Чистий дисконтований дохід)	5 577 894
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	3 219 413
Термінальна вартість бізнесу	0,2
PB (Простий термін окупності), роки	0,2
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	3,13
PI (Індекс доходності за проектом)	

Джерело: складено автором

У категорії показників основної діяльності середній обсяг продажів на місяць становить 217 189 грн, а середня 155 690. Як наслідок, EBITDA та чистий прибуток становлять 61 500 грн. та 31 625 грн. відповідно, а грошовий потік – 68 430 грн. на місяць.

У категорії показників продажів точка безбитковості представлена у відсотках від обсягу продажів, у гривнях і в середньому в гривнях на місяць. Точка безбитковості знаходиться на рівні 15% від обсягу продажів, що означає, що проект повинен генерувати 1 960 646 грн продажів, щоб бути безбитковим. В середньому на місяць точка безбитковості становить 32 677 грн. Операційний важіль становить 97% в середньому на місяць.

Категорія показників рентабельності містить рентабельність реалізації продукції за чистим прибутком, рентабельність реалізації продукції за показником EBITDA та рентабельність активів. Рентабельність реалізації продукції за чистим прибутком проекту становить 8%, рентабельність реалізації продукції за EBITDA – 16%, рентабельність активів – 11,3%.

Категорія показників оборотності включає оборотність проекту, яка в середньому становить 0,81.

Нарешті, категорія інвестиційних показників включає прогностичний період, ставку дисконтування, внутрішню норму рентабельності (IRR), загальний обсяг фінансування проекту, чистий грошовий потік, чисту приведену вартість (NPV), кінцеву вартість бізнесу, простий період окупності (PB), дисконтований період окупності (DPB) та індекс прибутковості проекту (PI). Період прогнозування становить 36 місяців, а ставка дисконтування – 15,0%. IRR становить 49,2% на рік, а загальний обсяг фінансування проекту – 1 120 456 грн. Чистий грошовий потік становить 2 949 966 грн., а NPV – 5 577 894 грн. NPV, включаючи вартість бізнесу, становить грн, а кінцева вартість бізнесу – 3 219 413 грн. Простий період окупності (PB) та дисконтований період окупності (DPB) становлять 0,2 роки, а індекс прибутковості проекту (PI) – 3,13.

Загалом, таблиця демонструє, що проект клінічного бізнесу є

фінансово здійсненним і має потенціал для отримання значних прибутків у довгостроковій перспективі.

## 2.7 Джерела фінансування проекту

Проаналізуємо потребу та джерела фінансування проекту відкриття клінінгової компанії «CleanKyiv». Згідно табл. 2.11 загальна потреба в фінансуванні становить 1120456 грн, з яких 336137 грн будуть власні заощадження.

Таблиця 2.11

### Джерела фінансування проекту

Потреба в фінансуванні	грн	%
Загальна потреба в фінансуванні	1120 456	100%
Позичені гроші	784 319	70,0%
Власні кошти інвестора	336 137	30,0%

Джерело: складено автором

Таким чином, для реалізації проекту потрібно знайти додатково 784 319 грн. Щоб отримати фінансування для відкриття клінінгового бізнесу в Україні, можна розглянути наступні варіанти:

1) Банківські кредити: Є можливість звернутися до місцевих банків або міжнародних банків, що працюють в Україні, щоб подати заявку на отримання бізнес-кредиту. Для отримання банківського кредиту позичальник повинен подати заявку, яка включає детальний бізнес-план, фінансові прогнози та відповідну документацію, таку як реєстраційні документи компанії, податкові свідоцтва та документи, що посвідчують особу. Після цього банк оцінює кредитоспроможність позичальника, життєздатність бізнес-плану та здатність позичальника погасити кредит. Якщо заявка буде схвалена, позичальник повинен буде підписати кредитний договір і надати заставу або особисту гарантію для забезпечення кредиту. Після цього банк перерахує суму

кредиту на бізнес-рахунок позичальника, а позичальник повинен буде погасити кредит відповідно до умов договору.

2) Урядові програми: Український уряд пропонує різні програми фінансування для підтримки малого та середнього бізнесу. Ці програми включають кредити, гранти та субсидії. Можна звернутися до Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, щоб дізнатися більше про ці програми. Щоб подати заявку на участь у цих програмах, позичальник повинен дослідити та визначити відповідні програми, які відповідають його потребам та вимогам. Потім позичальник повинен подати заявку, яка включає детальний бізнес-план, фінансові прогнози та відповідну документацію, таку як документи про реєстрацію компанії, податкові свідчення та документи, що посвідчують особу. Уряд оцінює заявку на основі критеріїв програми, і якщо вона буде схвалена, позичальник отримає кошти відповідно до умов програми.

3) Приватні інвестори: Можна представити свою бізнес-ідею приватним інвесторам, венчурним капіталістам або ангельським інвесторам, які можуть бути зацікавлені в інвестуванні у ваш бізнес в обмін на акціонерний капітал або частку прибутку. Щоб отримати фінансування від приватних інвесторів, позичальник повинен презентувати свою бізнес-ідею потенційним інвесторам і переконати їх інвестувати в бізнес. Позичальник може зробити це за допомогою нетворкінгу, відвідування бізнес-заходів і конференцій або за допомогою онлайн-платформ, таких як AngelList або Gust. Позичальник повинен підготувати переконливу презентацію, яка включає бізнес-план, фінансові прогнози та іншу важливу інформацію про бізнес. Якщо інвестор зацікавиться бізнесом, він проведе переговори щодо умов інвестування та надасть кошти відповідно до умов угоди.

4) Краудфандинг: Є можливість розглянути краудфандинг як спосіб фінансування вашого бізнесу. Щоб отримати фінансування через краудфандинг, позичальник повинен створити кампанію на краудфандинговій платформі, такій як Kickstarter або Indiegogo. Позичальник повинен створити переконливе презентаційне відео та сторінку кампанії, яка описує бізнес, цілі



та винагороди, які можуть отримати спонсори за підтримку кампанії. Позичальник повинен встановити мету фінансування та кінцевий термін проведення кампанії, а також пресувати кампанію через соціальні мережі, електронну розсилку та інші канали. Якщо кампанія буде успішною,

позичальник отримає кошти і повинен буде виплатити винагороду спонсорам відповідно до умов кампанії.

Важливо зазначити, що конкретні вимоги та процедури отримання фінансування через кожне з цих джерел можуть відрізнятися залежно від кредитора, програми, інвестора або краудфандингової платформи.

Позичальники повинні ретельно вивчити та зрозуміти конкретні вимоги та процедури для кожного варіанту фінансування та обрати той, який найкраще відповідає їхнім потребам та цілям.

Найбільш привабливий варіант фінансування для інвестора, який розпочинає клінінговий бізнес в Україні, залежатиме від його індивідуальних обставин та уподобань. Однак, виходячи зі специфіки бізнесу та українського ринку, наведемо кілька аргументів на користь кожного з варіантів фінансування:

1) Банківські кредити можуть бути хорошим варіантом для засновників, які мають надійний бізнес-план, заставу та хорошу кредитну історію. Однак в Україні отримання банківського кредиту може бути тривалим процесом з високим рівнем бюрократії. Позичальник також може бути змушений сплачувати високі відсоткові ставки та надавати значну заставу, що може бути складно для бізнесу, який тільки починає розвиватися. Тому цей варіант може бути не найкращим для інвестора, який розпочинає клінінговий бізнес в Україні.

2) Державні програми можуть бути хорошим варіантом для грантодавців, які хочуть скористатися фінансовою підтримкою та стимулами, запропонованими українським урядом. Однак ці програми можуть мати суворі критерії прийнятності, а процес подання заявки може бути складним і тривалим. Крім того, позичальник може бути зобов'язаний дотримуватися

певних вимог, пов'язаних з використанням коштів або веденням бізнесу, що може обмежувати його гнучкість. Таким чином, хоча державні програми можуть бути хорошим джерелом фінансування, вони можуть бути не найкращим варіантом для всіх інвесторів, які розпочинають клінінговий бізнес в Україні.

3) Приватні інвестори можуть бути хорошим варіантом для тих, хто хоче швидко отримати фінансування і має переконливу бізнес-ідею. Однак в Україні пошук приватних інвесторів може бути складним завданням, особливо для стартапів без перевіреної репутації. Крім того, приватні інвестори можуть вимагати значну частку капіталу в бізнесі, що може обмежити контроль і потенціал для зростання. Таким чином, хоча приватні інвестори можуть бути життєздатним варіантом фінансування, вони можуть бути не найкращим варіантом для всіх інвесторів, які починають клінінговий бізнес в Україні.

4) Краудфандинг може бути хорошим варіантом для засновника, який хоче перевірити ринковий попит на свою бізнес-ідею і швидко зібрати кошти. Краудфандинг також може допомогти засновнику створити спільноту прихильників і захисників свого бізнесу. Однак в Україні краудфандинг ще не є широко розповсюдженим варіантом фінансування, і засновнику, можливо, доведеться інвестувати значний час і зусилля в просування своєї кампанії та створення мережі прихильників. Крім того, краудфандинг може не підходити для довгострокового фінансування бізнесу, який потребує постійного фінансування. Таким чином, хоча краудфандинг може бути хорошим джерелом початкового фінансування, він може бути не найкращим варіантом для всіх спонсорів, які розпочинають клінінговий бізнес в Україні.

Виходячи з цих аргументів, важко визначити один варіант фінансування як найбільш підходящий для інвестора, який розпочинає клінінговий бізнес в Україні. Плануючи залучення додаткового фінансування, варто ретельно прорахувати бізнес-план та впевнитися в ефективності та стабільності проекту. Також може бути доцільним звернутися за професійною порадою та підтримкою до фінансових експертів і бізнес-консультантів, щоб

переконатися, що вони обрали найбільш підходящий варіант фінансування та забезпечили кошти, необхідні для започаткування та успішного розвитку свого бізнесу.

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

### РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ

Започатковуючи свій бізнес у сфері прибирання, можливо отримати ряд потенційних можливостей для розвитку бізнесу, серед яких:

Ринок клінінгових послуг перебуває в стадії активного росту. Клінінгові послуги давно знайомі потенційному споживачеві і мають досвід успішного застосування в різних регіонах України;

Основу клієнтської бази складають юридичні особи, тому при високому рівні корпоративного обслуговування можна розраховувати на довгострокову співпрацю, що забезпечить компанію стабільним доходом;

Відносно низький рівень конкуренції і низький поріг входження на ринок: вкладення можуть обмежуватися покупкою прибирального інвентарю.

Щоб оцінити ризики клінінгового бізнесу, необхідно провести аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів належать загрози, пов'язані з економічною ситуацією в країні, ринків збуту. До внутрішніх – ефективність управління організацією.

Перелічимо основні фактори ризику при створенні клінінгової компанії і способи реагування на загрози. Отож, до зовнішніх ризиків відносяться:

Підвищення собівартості послуг, що тягне за собою зменшення маржинального доходу. Нівелювати ризик можливо шляхом створення запасу націнки на собівартість, що дозволить компенсувати зростання витрат без підвищення вартості послуг;

Відкриття в місті прямих конкурентів тягне за собою загрозу втрати клієнтів, демпінг, зростання витрат на маркетинг і рекламу. Знизити вплив цього ризику можливо при формуванні своєї клієнтської бази, створення програм лояльності, укладення довгострокових договорів ексклюзивного обслуговування.

До внутрішніх факторів ризиків відносяться:

Низький рівень компетенції персоналу, який може привести до падіння продажу, погіршення ділової репутації та посилення конкурентної боротьби. Знизити ризик дозволить ефективна система навчання і мотивація персоналу;

Сезонність бізнесу тягне за собою зниження продажу, підвищення додаткових витрат на утримання персоналу. Нівелювати ризик можливо за допомогою акційних пропозицій, організація на час простою навчання персоналу;

Поломка устаткування тягне за собою припинення діяльності та втрату частини прибутку. Уникнути цієї загрози дозволить проведення планових перевірок обладнання та співпраця з надійними виробниками техніки.

Сучасний комерційний клінінг – це комплекс послуг з підтримки чистоти і порядку на території, що обслуговується, з використанням професійного інструментарію і кваліфікованого персоналу. На сьогоднішній день основними користувачами послуг клінінгових компаній є торгово-розважальні центри. А ось в сегменті фізичних осіб дані послуги тільки починають набувати популярності. Бізнес на прибиранні надзвичайно перспективна та прибуткова справа, яка не потребує великих стартових капіталовкладень.

Для керування цими ризиками важливо розробити план управління ризиками, включаючи заходи щодо зменшення ризиків, перекриття можливих втрат та встановлення механізмів відповіді на непередбачені події. Матриця управління ризиками проекту відкриття клінінгової компанії «CleanKyiv» (табл. 3.1) допоможе ідентифікувати, оцінити, та контролювати ризики, які можуть вплинути на успішність проекту.

Таблиця 3.1

Матриця управління ризиками проекту

Найменування ризику	Негативний вплив	Способи нейтралізації
Недостатній попит	Низький попит на клінінгові послуги через економічну нестабільність	Додатковий маркетинг та акції для залучення клієнтів.
Конкуренція	Значна конкуренція на ринку клінінгових послуг	Розробка унікальних пропозицій для клієнтів та партнерство з різними агентствами.
Нехватка кваліфікованого персоналу	Важкість знайти та зберегти висококваліфікованих працівників	Проведення навчання та підвищення кваліфікації персоналу.
Зміни у законодавстві	Зміни у вимогах до клінінгових компаній та галузевому регулюванні	Постійна моніторинг законодавства та зміни у бізнес-процесах.
Зміни в сезонній активності	Збільшена активність в певні періоди року (наприклад, весною)	Планування робочого графіку та резервування додаткового персоналу.
Технічні проблеми	Пошкодження обладнання, що може вплинути на надання послуг	Проведення регулярних технічних перевірок та обслуговування обладнання.
Фінансові ризики	Непередбачувані фінансові витрати або заборгованості	Створення резервного фінансового фонду та точного обліку витрат.

Джерело: складено автором

Ця матриця допомагає ідентифікувати потенційні ризики, вказує на їх негативний вплив, пропонує відповідні заходи для їх попередження або зменшення впливу на проект відкриття клінінгової компанії «CleanKyiv» з метою визначення конкурентоспроможності проекту відкриття клінінгової компанії «CleanKyiv» проаналізуємо показники рентабельності та інші фінансові показники проекту (табл. 3.2).

## Фінансові показники проекту відкриття клінічної компанії

«CleanKyiv»

Показники рентабельності:	Середні значення за проектом
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	8%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	16%
Рентабельність активів	11,3%
Оборотність активів	0,81
Середній обсяг реалізації продукції грн/міс.	217 189
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	155 690
EBITDA, грн/міс.	61 500
Чистий прибуток, грн/міс.	31 625
Грошовий потік, грн/міс.	68 430

Джерело: складено автором

Високий рівень рентабельності реалізації продукції по чистому прибутку, яка дорівнює 8% і рентабельності реалізації продукції по EBITDA (16%) свідчить про здатність проекту генерувати чистий прибуток та EBITDA на кожен гривню обороту. Це свідчить про ефективну управлінську та операційну діяльність. Рентабельність активів (11,3%) вказує на те, що проект добре використовує свої активи для генерації прибутку. Високий рівень рентабельності активів свідчить про ефективне використання ресурсів. Значення 0,81 оборотності активів вказує на те, що активи ефективно використовуються для генерації обсягу реалізації, що сприяє збільшенню прибутку.

Досить високий середній обсяг реалізації продукції (217189 грн/міс.) свідчить про попит на послуги майбутньої клінічної компанії. Відсутність поточних витрат у проекті свідчить про високий рівень ефективності в управлінні витратами. EBITDA (61500 грн/міс.) свідчить про прибутковість операційної діяльності без врахування впливу фінансових операцій та податків. Чистий прибуток буде складати 31625 грн/міс. Грошовий потік 68430 грн/міс вказує на суму грошей, яка надходить в компанію щомісяця, він є позитивним, що означає, що проект генерує грошові кошти.

Загальний аналіз показує, що проєкт CleanKyiv має високий рівень рентабельності та ефективно використовує свої ресурси. Це свідчить про його конкурентоспроможність і здатність генерувати прибуток. Важливо продовжувати моніторити фінансові показники та вчасно реагувати на можливі ризики для підтримки стабільності та росту проєкту.

Конкурентоспроможність проєкту «CleanKyiv», клінінгової компанії в Києві, забезпечується за рахунок:

1. Якості та різноманітності послуг, включаючи прибирання після ремонту, генеральне прибирання, та миття вікон. Ця різноманітність дозволяє компанії задовольняти різні потреби клієнтів і залишати їх задоволеними високою якістю наданих послуг.

2. CleanKyiv активно використовує інноваційні технології для оптимізації процесів прибирання та взаємодії з клієнтами. Це дозволяє не лише підвищити ефективність, а й підтримувати конкурентоспроможність на ринку.

3. Компанія ставить великий акцент на навчання та розвиток свого персоналу. Кваліфіковані та досвідчені співробітники грають важливу роль у забезпеченні якості послуг та задоволення клієнтів.

4. CleanKyiv пропонує конкурентні ціни за свої послуги, що може привертати більше клієнтів і стимулювати зростання обсягів продажів.

5. Компанія прагне створити довгострокові відносини з клієнтами шляхом надання відмінного обслуговування та відповіді на їхні потреби та побажання. Ця підтримка сприяє збереженню клієнтів та отриманню повторних замовлень.

6. CleanKyiv може використовувати свою присутність на ринку для підтримки соціальних та екологічних ініціатив, що може сприяти позитивному відгуку клієнтів та підвищити свою репутацію.

З огляду на ці аспекти, CleanKyiv має потенціал для успішного виходу на ринок та підтримання своєї конкурентоспроможності завдяки якості послуг, ефективному використанню ресурсів та здатності до інноваційного розвитку.



## ВИСНОВКИ

1. Швидкий розквіт ринку клінінгових послуг призвів до виходу на нього різноманітних нових компаній, які пропонують різні види клінінгу. Це призвело до зростання конкуренції в галузі та підвищило вимоги до якості та інноваційності послуг. І, хоча цей фактор може тимчасово утримувати ринкову долю компаній, що працюють у секторі клінінгу, він водночас створює інcentиви для постійного удосконалення та розвитку. Закордонний досвід показує, що в умовах зростаючої конкуренції, компанії, які активно впроваджують інновації та відповідають на змінні потреби клієнтів, мають шанси на успіх та стабільне зростання у цьому галузі.

2. Клінінгова індустрія в Україні володіє потенціалом для росту завдяки триваючому конфлікту та подальшим відновлювальним проектам. З інфраструктурними та будівельними роботами зросте попит на клінінгові послуги, що охоплюють широкий спектр областей, включаючи прибирання житлових та комерційних приміщень, чищення килимів, миття вікон та глибоке прибирання. Особливо великим попитом користуються комерційні клінінгові послуги, оскільки підприємства потребують регулярного прибирання своїх офісів, складів і заводів. Відкриття клінінгового бізнесу в Україні може стикатися із певними викликами, включаючи питання отримання фінансування. Крім того, триваючий військовий стан та економічна нестабільність можуть заохочити інвесторів виявити обережність при вкладенні коштів в український бізнес.

3. Серед особливостей технології виконання клінінгових послуг можна вжити, що клінінгові послуги можуть надавати тільки спеціалізовані компанії, співробітники яких пройшли спеціальне навчання. Фахівці з прибирання здійснюють профілактичні роботи і догляд за системами сміттєпроводу, взаємодіють з міськими службами, проводять інші необхідні роботи. Стандарт і нормативно-правова база визначають санітарно-гігієнічну спрямованість і послідовність виконання операцій прибирання. Клінінгові компанії забезпечують широкий спектр робіт по прибиранню приміщень.

Сервіс ґрунтується на сучасних технологіях, організаційних принципах, ефективній техніці і високоякісних хімічних засобах. Ефективне та інноваційне використання технологій в процесі надання клінінгових послуг є критично важливим для забезпечення високої якості та задоволення потреб клієнтів. Застосування сучасних інструментів, екологічно чистих засобів та автоматизованих процесів дозволяє клінінговим компаніям підняти планку якості, зробити процес більш ефективним та сприяти сталому розвитку, що робить компанію конкурентоспроможною на ринку клінінгових послуг

4. CleanKyiv – це інноваційний бізнес-проект, спрямований на надання високоякісних клінінгових послуг в місті Київ та його околицях. Компанія спеціалізується на різних типах послуг прибирання, включаючи прибирання після ремонту, генеральні прибирання та миття вікон. CleanKyiv прагне надавати найкращі клінінгові послуги з використанням екологічно чистих технологій та створювати робочі місця для місцевого населення. Основні послуги: прибирання після ремонту, видалення будівельних залишків, пилу та бруду, щоб забезпечити безпечне та чисте житло або офісне приміщення; комплексне прибирання, включаючи пилососіння, миття підлог, прибирання меблів та видалення бруду з усіх поверхонь; професійне миття вікон та вітрин з використанням найсучасніших засобів та обладнання.

5. Аналіз ринкового середовища показав, що цільова аудиторія клінінгових послуг досить різноманітна, починаючи від приватних осіб і закінчуючи малим та середнім бізнесом. Цільовий ринок для клінінгового бізнесу в Києві пропонує кілька можливостей для роботи з різними сегментами клієнтів. Використовуючи різні маркетингові стратегії, клінінговий бізнес може ефективно вийти на цільовий ринок і збільшити свої доходи від продажів. Найефективнішими способами охоплення потенційних клієнтів є таргетована реклама та налагодження контактів. Зосередившись на якості, додержанні нормативних вимог та надійному бізнес-плані, CleanKyiv може позиціонувати себе для досягнення успіху на цьому конкурентному ринку.

6. Початкові інвестиції для організації клінінгової компанії будуть використовуватися для: придбання спеціалізованого обладнання та засобів для прибирання; організації роботи та підготовки персоналу; рекламної та маркетингової діяльності; забезпечення робочого капіталу на початковому етапі. Для виконання послуг необхідне обладнання: професійний пилосос; підлогомиюча машина; дрібний інвентар (відра, рукавички, щітки, ганчірки, швабри, миючі засоби); спецодяг. Загальна потреба в фінансуванні становить 1120456 грн, з яких 336137 грн будуть власні заощадження, для реалізації проекту потрібно знайти додатково 784 319 грн. Цю суму можна спробувати залучити через інші джерела фінансування, такі як інвестори, гранти, краудфандинг або спонсорські угоди.

7. Аналіз показників проекту свідчить про високу ефективність та обіцяючі перспективи CleanKyiv, клінінгової компанії. З надзвичайною рентабельністю та відсутністю поточних витрат, проект генерує значний чистий прибуток та грошовий потік щомісяця. Точка беззбитковості належним чином налаштована, і проект виявився прибутковим навіть відразу після запуску. Рентабельність реалізації продукції та активів демонструють високий рівень ефективності у використанні ресурсів. Оборотність також є задовільною, що свідчить про здатність компанії генерувати обсяг продажів. У категорії інвестиційних показників велика внутрішня норма рентабельності та позитивна чиста приведена вартість свідчать про прибутковість та фінансову привабливість проекту. Загалом, проект CleanKyiv демонструє обіцяючі фінансові перспективи та високий рівень ефективності, що робить його привабливим для інвесторів та партнерів. Проект клінінгового бізнесу є фінансово здійсненним і має потенціал для отримання значних прибутків у довгостроковій перспективі.

8. Було проведено оцінку ризиків відкриття клінінгового бізнесу, проведено аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів належать загрози, пов'язані з економічною ситуацією в країні, ринків збуву. До внутрішніх – ефективність управління організацією. Для керування цими

ризиками важливо розробити план управління ризиками, включаючи заходи щодо зменшення ризиків, покриття можливих втрат та встановлення механізмів відповіді на непередбачені події. Запропонована матриця управління ризиками проекту відкриття клінінгової компанії «CleanKyiv»

допоможе ідентифікувати, оцінити, та контролювати ризики, які можуть вплинути на успішність проекту.

9. Проаналізувавши різні аспекти відкриття клінінгового бізнесу в Києві, можна зробити висновок, що перспективи цього виду бізнесу досить

багатообіцяючі. Попит на ринку клінінгових послуг зростає у зв'язку зі збільшенням темпу життя і потребою людей в економії часу. Крім того,

низький рівень конкуренції на ринку клінінгових послуг у Києві робить цей бізнес ще більш привабливим. Загальний аналіз показує, що проект CleanKyiv

має високий рівень рентабельності та ефективно використовує свої ресурси.

Це свідчить про його конкурентоспроможність і здатність генерувати прибуток. Важливо продовжувати моніторити фінансові показники та вчасно реагувати на можливі ризики для підтримки стабільності та росту проекту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алфьорова І. Дослідження економічної сутності бюджетування та фінансового планування. Схід. 2010. № 3 (103).
2. Бізнес-план з відкриття клінінгової компанії: веб сайт URL: <https://biznes.top/chystyj-biznes-yak-vidkryty-kliningovu-kompaniyu/#6> (дата звернення 12.11.22)
3. Гриньова В. М. Фінанси підприємств: навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп. К: Знання. Прес, 2004.
4. Звіт про ринок клінінгових послуг у США: веб сайт. URL: <https://www.researchdive.com/8571/cleaning-services-market> (дата звернення: 10.11.22)
5. Звіт про європейський ринок клінінгу: веб сайт URL: <https://www.expertmarketresearch.com/> (дата звернення 26.11.22)
6. КВЕД 2010: веб сайт URL: [http://kyed.ukrstat.gov.ua/KVED2010/ky10\\_i.html](http://kyed.ukrstat.gov.ua/KVED2010/ky10_i.html) (дата звернення 13.11.22).
7. Кісіль М.І. Інвестиційне забезпечення розвитку аграрного виробництва та сільських територій. Менеджмент: Збірник наукових праць. К., 2009. № 11. 225 с.
8. Кирилов Ю. Є. Концептуальні засади конкурентоспроможного розвитку аграрного сектору економіки України в умовах глобалізації. Керсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 420 с.
9. Коротич О. Б. Підприємництво як соціально-економічне явище. Теорія та практика державного управління. 2010. Вип. 4. С. 211–216.
10. Коротич О. Б. Спільне підприємництво: навч. посіб. К.: УкрДАЗТ, 2004. 117 с.
11. Лаврів Л.А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи. Інноваційна економіка. 2013. № 48. С. 109–110.
12. Линенко А.В., Халтобіна Н.В. Особливості складання бізнес-

плану. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2007. № 2. с. 148-150.

13. Лосев В.А. Как составить бизнес-план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей. М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2011. 208 с.

14. Макаренко С.М. Бізнес планування: навчально-методичний посібник. Херсон: СТАР ЛТД, 2017. 224 с.

15. Миючи засоби, що використовуються для прибирання будинків: веб сайт URL: <https://commercialrestorations.com/> (дата звернення 9.12.22)

16. Параконний С.В. Напрями інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу підприємства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля: наук. журнал. Луганськ, 2011. № 11(153), ч.1. С. 51-58.

17. Пивоваров М.Г., Линенко А.В. Бізнес-планування та особливості використання в торгівлі. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2006. №1. с. 200-203.

18. Правдюк Н.Л. Розробка стратегічного набору управління інноваціо-інвестиційною привабливістю сільськогосподарських підприємств. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 7. С. 39-51.

19. Розцінки на прибирання дому у США: веб сайт URL: <https://www.homeadvisor.com/cost/cleaning-services/> (дата звернення 14.11.22)

20. Селезньова Г.О., Сиров В.В. Система бізнес-планування на підприємстві та її елементи. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2016. Вип. 4(04). С. 228-232. URL: [http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/4\\_2016/46.pdf](http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/4_2016/46.pdf) (дата звернення 04.10.2020).

21. Сертифікація LEED та комерційний клінінг: веб сайт URL: <https://shinefacilityservices.com/news/leed-certification-commercial-cleaning/> (дата звернення 10.11.22)

22. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької

діяльності: конспект лекцій. Харків: ХДУХТ, 2019. 93 с

23. Теоретичні аспекти організації технології клінінгу: веб сайт URL: [https://pidru4niki.com/18111210/turizm/teoretichni\\_aspekty\\_organizatsiyi\\_tehnologiyi\\_kliningu](https://pidru4niki.com/18111210/turizm/teoretichni_aspekty_organizatsiyi_tehnologiyi_kliningu) (дата звернення 8.12.22)

24. Ціни клінерських послуг у компанії Luxury Cleaning: веб сайт URL: <https://luxurycleaningny.com/> (дата звернення 14.11.22)

25. Ціни клінерських послуг у компанії Cleanu: веб сайт URL: <https://bookcleanu.com/> (дата звернення 18.11.22)

26. Ціни клінерських послуг у компанії Maid Sailors: веб сайт URL: <https://maidsailors.com/> (дата звернення 23.11.22)

27. Ціни клінерських послуг у компанії Sunshine Cleaning: веб сайт URL: <https://sunshine-cleaning.org/> (дата звернення 28.11.22)

28. Ціни клінерських послуг у компанії Clean Whale: веб сайт URL: <https://cleanwhale.de/> (дата звернення 29.11.22)

29. Ціни клінерських послуг у компанії Make Clean: веб сайт URL: <https://makeclean.com.ua/ru/> (дата звернення 30.11.22)

30. Ціни клінерських послуг у компанії Армія Чистоти: веб сайт URL: <https://armyclean.com.ua/ua/> (дата звернення 2.12.22)

31. Ціни клінерських послуг у компанії Азалія: веб сайт URL: <https://azalia.kiev.ua/> (дата звернення 4.12.22)

32. Ціхановська В.М. Сучасні інноваційні методи сприяння забезпеченню продовольчої безпеки України. Інноваційна економіка. 2012. №2. С. 25-29.

33. Чичун В.А. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. Соціум. Наука. Культура. 2010. С. 58-63.

34. Шевцова Я.А. Інвестиційне забезпечення діяльності підприємств: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Луганськ, 2003. 20 с.

35. Ішлюва О.Ю. Інвестиційне забезпечення розвитку підприємства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира

Далія: наук. журнал. Луганськ, 2012. №11(182), ч.1. С. 19-26.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України