

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота

бакалавра

**на тему: «Обґрунтування та розробка бізнес-плану відкриття закладу
харчування (на прикладі абсент-бару)»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи УГР-41
освітньої програми «Готельно-ресторанна
справа» за спеціальністю 241 «Готельно-
ресторанна справа»

Чаленко Юлія Сергіївна

Керівник:

д. е. н, доц. Решетняк Олена Іванівна

Рецензент

Харків – 2023 рік

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студентки Чаленко Юлії Сергіївни
 Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Обґрунтування та розробка бізнес-плану відкриття закладу харчування (на прикладі абсент-бару)»
 затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні аспекти розробки та обґрунтування бізнес-плану відкриття закладу харчування	25.12.2022	
Аналіз ринку та маркетингове обґрунтування концепції бізнес-плану	22.04.2023	
Обґрунтування ефективності бізнес-плану відкриття абсент-бару «Arsinthion»	15.05.2023	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 10.06.2023 р.
 3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ: доктор екон.наук, доцент

Олена РЕШЕТНЯК

Дата видачі завдання 01.12.2022 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником

Юлія ЧАЛЕНКО

Завідувачка кафедри
 міжнародної електронної комерції
 та готельно-ресторанної справи, доцент

Наталя ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Чаленко Юлія Сергіївна. Обґрунтування та розробка бізнес-плану відкриття закладу харчування (на прикладі абсент-бару) .

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей складання та розробки бізнес-плану для відкриття тематичного закладу харчування, такого як абсент-бар. Проаналізовано теоретико-методичні аспекти розробки та обґрунтування бізнес-плану відкриття закладу харчування. Досліджено ефективність використання різних методик бізнес-планування. Розроблено бізнес-план закладу ресторанного господарства, а саме: абсент-бар та спрогнозовано ефективність інвестиційних вкладень у його створення.

Ключові слова: Бізнес-план, обґрунтування, розробка, заклад харчування, абсент-бар, ринковий аналіз, маркетингове дослідження, фінансовий план, ефективність, ризики, конкурентоспроможність, концепція бару, фінансовий прогноз, інвестиційна привабливість, стратегічне планування, правові аспекти.

ANNOTATION

Chalenko Yuliia. Justification and development of a business plan for opening a food establishment (using an absinthe bar as an example).

The qualification work is devoted to the study of the features of compiling and developing a business plan for opening a thematic food establishment, such as an absinthe bar. Theoretical and methodological aspects of the development and justification of a business plan for opening a catering establishment are analyzed. The effectiveness of the use of various methods of business planning has been studied. A business plan for a restaurant business was developed, namely: an absinthe bar, and the effectiveness of investments in its creation was predicted.

Key words: Business plan, justification, development, eating establishment, absinthe bar, market analysis, marketing research, financial plan, efficiency, risks, competitiveness, bar concept, financial forecast, investment attractiveness, strategy planning, legal aspects.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ.....	7
1.1. Бізнес-план: сутність поняття, цілі та задачі.....	7
1.2. Методичні підходи до розробки бізнес-плану.....	11
1.3. Особливості обґрунтування бізнес-плану закладу харчування.....	18
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТА МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ.....	24
2.1. Характеристика концепції абсент-бару «Apsinthion»	24
2.2. Аналіз ринкового середовища та характеристика основних конкурентів.....	32
2.3. Обґрунтування маркетингового та виробничого планів відкриття абсент- бару.....	43
Висновки до розділу 2.....	58
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ АБСЕНТ-БАРУ «APSINTHION».....	59
3.1. Фінансовий план відкриття абсент-бару.....	59
3.2. Оцінка ефективності та ризиків бізнес-плану проєкта абсент-бару.....	68
Висновки до розділу 3.....	73
Висновки.....	74
Список використаних джерел.....	76
Додатки.....	84

ВСТУП

Актуальність теми: Бізнес-план підприємства є дуже важливим та стратегічним інструментом для підприємців. Хороший бізнес-план не тільки допомагає підприємцям зосередитися на конкретних кроках, необхідних для реалізації бізнес-ідей, але також допомагає їм досягати короткострокових і довгострокових цілей. Ключовою частиною розробки будь-якого бізнес-проекту є його ретельно написаний бізнес-план. Він може допомогти визначити цілі бізнесу та досягти успіху в майбутньому. Частина цієї інформації включає наступне:

- Аналіз ринку
- Прогноз руху коштів
- Конкурентний аналіз
- Фінансова звітність та фінансові прогнози
- Операційний план

Для підприємців-початківців бізнес-план є дієвим способом залучити потенційних інвесторів або отримати кредит у банку. Також з його допомогою можна спрогнозувати і показати майбутнім діловим партнерам, що бізнес буде успішно розвиватися і являється конкурентоспроможним.

Тому, на підставі вищесказаного, тема дипломного проекту «Обґрунтування та розробка бізнес-плану відкриття закладу харчування (на прикладі абсент-бару)» є актуальною.

Об'єкт дослідження: обґрунтування бізнес-планування.

Предмет дослідження: розробка бізнес-плану на прикладі абсент-бару.

Мета дослідження: вивчення сутності бізнес-плану підприємства та обґрунтування бізнес-плану відкриття абсент-бару в місті Харкові.

Завдання дослідження:

- Розкрити сутність поняття "бізнес-план".
- Дослідити цілі, задачі та необхідність бізнес-плану.
- Дослідити та проаналізувати методики розробки бізнес-плану.

- Проаналізувати особливості обґрунтування розробки бізнес-плану закладу харчування.
- Надати характеристику концепції абсент-бару «Arsinthion».
- Проаналізувати ринкове середовище та надати характеристику основним конкурентам.
- Надати обґрунтування маркетингового та виробничого планів відкриття абсент-бару.
- Розрахувати фінансовий план відкриття абсент-бару.
- Оцінити ефективність та ризики бізнес-плану проєкта абсент-бару.

Методи дослідження: робота розроблена на комплексному застосуванні таких загальнонаукових методах дослідження як: теоретичних та емпіричних і спеціальному практичному методу дослідження. У науковій роботі, примінілися теоретичні методи ,а саме : аналогія ,порівняння ,пояснення і класифікація. Та емпіричні методи наукового дослідження :моделювання ,розрахунок ,аналіз та опис. Також було використано практичний метод для розробки бізнес-плану. Комплекс вищеназваних методів дозволив провести аналіз обґрунтування та розробки бізнес-плану для закладу харчування (на прикладі абсент-бару).

Джерела інформації: інформаційною базою слугували навчальні посібники ; статті у журналах; статті з електронної мережі інтернет; публікації потрібної інформації на вітчизняних та зарубіжних сайтах.

Апробація результатів дослідження: Результати дослідження було апробовано на Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів "Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи", яка відбулася 22 травня 2023 року.

Структура роботи: робота складається зі вступу, 3 розділів , висновків, додатків ; містить 83 сторінки тексту, 11 рисунків, 22 таблиці. Список джерел включає 16 найменувань літератури, 7 законів та інших нормативних документів, 37 електронних публікацій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ

1.1. Бізнес-план: сутність поняття, цілі та задачі.

Бізнес-план — це письмовий документ, у якому викладено суть підприємницької ідеї, шляхи та засоби її реалізації, описано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього підприємства, особливості управління ним. [2,3,9]

У фінансовій літературі бізнес-план розглядається з кількох аспектів:

- Як інструмент автономного дизайну інтер'єру та аналог стратегічного плану;
- Як інструмент бізнес-планування, перш за все планування відносин з контактною аудиторією організації, від якої залежить обсяг її фінансових ресурсів (кредитори, інвестори);
- Як проектний документ, розроблений на рівні структурного підрозділу підприємства. [2,4,10]

У бізнес-плані міститься наступна інформація, яка представлена на рис.1.1.

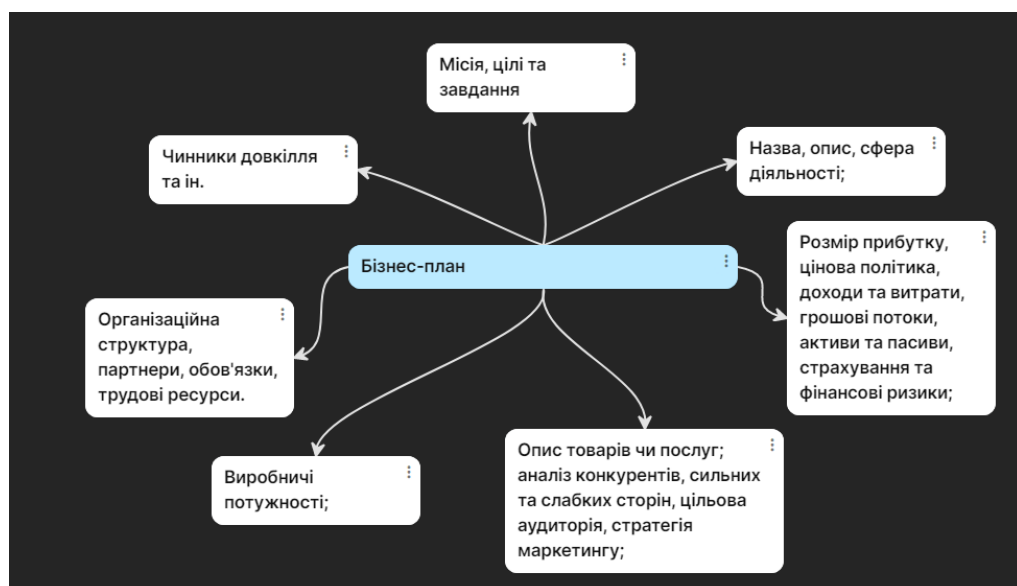


Рис.1.1. Складові бізнес-плану

Джерело: створена автором за допомогою сайту PADLET

Таким чином, мета бізнес-плану складається з трьох частин: він узагальнює стратегію організації для її реалізації у довгостроковій перспективі, забезпечує фінансування від інвесторів та допомагає прогнозувати майбутні потреби бізнесу.

Цілі створення бізнес-плану поділяються на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні виражаються у необхідності оцінки власних знань, розуміння ринку та систематизації інформації.[3,6,11]

Зовнішні цілі бізнес-планування виступають для показу ідеї різним особам і пояснення необхідності її впровадження. Документ складається для презентації та демонстрації майбутнього проекту, це є його візитною карткою та визначає співвідношення прибутковості та ризику[2,5,12,16].

В таблиці 1.1. представлені приклади зовнішніх та внутрішніх цілей бізнес-плану.[1,5,16]

Таблиця 1.1.

Зовнішні та внутрішні цілі бізнес-плану.

Зовнішні	Внутрішні
Одержання банківського кредиту. Усі без винятку банки перед видачою дозволу на кредит вимагають бізнес-план та проводять його всебічний аналіз.	Формування стратегії шляхом визначення місії та постановки завдань, аналізу можливих напрямів розвитку та необхідних ресурсів, оцінка та вибір оптимального варіанту, розрахунок необхідного фінансування.
Залучення інвестицій від приватних інвесторів, або від венчурних фондів.	Контроль процесів. Виступаючи основою функціонування майбутньої компанії, бізнес-план дозволяє визначити відхилення та виявити їх причини.
Пошук партнерів. Партнерство може полягати у наданні ресурсів, технологій або використанні досвіду.	Дослідження ринку, його особливостей, конкурентного середовища, переваг споживачів.
Злиття зі стороннім підприємством. За допомогою бізнес-плану можна оцінити можливі наслідки подібного рішення.	Оцінка можливостей підприємства, зокрема його виробничих потужностей, кадрової забезпеченості.

Продовження таблиці 1.1.

Отримання субсидій та інших грантів від держави. Для ухвалення рішення органам державної влади та місцевого самоврядування потрібне техніко-економічне обґрунтування у вигляді бізнес-плану.	Прогнозування прибутковості та термінів окупності.
	Аналіз ефективності вкладень, оскільки розраховуються такі показники як термін окупності, рентабельність інвестицій, дисконтований грошовий потік, внутрішня норма доходності та ін.
	Розрахунок необхідних витрат на будівництво, закупівлю устаткування, пошук персоналу, рекламні компанії, тощо.

Джерело: створено автором за допомогою інформації з джерел. [1,5,16]

Якщо розглядати задачі створення бізнес-плану, загалом можна виділити такі пункти[3,4,11,12]:

1. Забезпечення фінансування від інвесторів;
 - Оскільки зміст бізнес-плану обертається навколо того, як підприємства процвітатиме, отримувати прибуток. Він часто використовується як інструмент для пошуку капіталу. Цей документ — спосіб підприємця показати потенційним інвесторам чи кредиторам, в тому, що компанія заслуговує на довіру і гідне фінансування, і як їхній капітал в подальшому буде задіяний;
 - Усі банки, інвестори та венчурні фірми хочуть бачити бізнес-план, перш ніж передавати свої гроші, і інвестори зазвичай очікують 10% або більше від капіталу, який вони вкладають у бізнес;[3,4,11,12]
 - Таким чином інвестори повинні знати, чи повернуть вони свої гроші і коли. Крім того, вони хочуть знати про процес та стратегію того, як бізнес досягне цих фінансових цілей, і саме це має бути описано у бізнес-плані.
2. Документування стратегії та цілей компанії;
 - Крім того, бізнес-план може служити для того, щоб робітники компанії були в курсі стратегічних дій і прагнули досягнення поставлених цілей.

Для цього вивчається середовище компанії, аналізуються та оцінюються можливі результати, якщо були досягнуті цілі, встановлені в проекті. Також важливо, щоб бізнес-план містив на своїх сторінках різні змінні, що складають його цілі, та ресурси, які їм потрібно буде виділити для початку своєї діяльності та досягнення своєї мети. [3,4,11,12]

3. Визначення майбутніх перешкод і запобігання виникненню проблем на шляху до успіху;
 - При формуванні бізнес-плану можна : моделювати проблемні ситуації; розробляти різні сценарії ; з'ясовувати проблеми, які можуть з'явитися при створенні бізнесу, і передбачити їх; уникнути ускладнень або належним чином до них підготуватися. Звичайно, бізнес-план не може передбачити усі перешкоди при створенні підприємства, але дає шанс спрогнозувати дії на ситуації, які можуть виникнути. [3,4,11,12]
4. Розвиток та вдосконалення особистих управлінських якостей підприємця та його команди;
 - У процесі розробки бізнес-плану підприємець та його команда набувають досвіду щодо: оцінки конкурентоспроможності на ринку; засобів просування послуг або товарів на ринок; використання власних переваг ; подальшого фінансового планування . Навіть коли ця інформація ґрунтується на самих тільки припущеннях, процес її усвідомлення дає корисний досвід та набуття компетенцій.[3,4,11,12]
5. Можливість перевірити реалістичність бізнес ідеї ще до її практичної реалізації ;
 - Під час написання бізнес-плану може з'ясуватися , що ідея через економічні умови є нереальною або недоцільною. Тому ліпше це з'ясувати, коли бізнес існує лише в проекті, а не тоді, коли на нього вже витрачені кошти та час. [4,11,16]

1.2. Методичні підходи до розробки та структура бізнес-плану.

У процесі бізнес-планування виникає потреба в певних проектах, розрахунках, обґрунтуваннях. Це стає можливим завдяки використанню відповідних методів, що прискорюють ці функції, забезпечують чіткість та доступність процедур їх сприйняття. Бізнес-планування – це складний процес, що вимагає використання певних методів, що сприяють його здійсненню. І хоча такі методи мають самостійне значення та призначення, але в цьому випадку вони належать до методів бізнес-планування, представлені на рис.1.2.[9,28,32]



Рис.1.2. Методи бізнес-планування

Джерело: створена автором за допомогою сайту PADLET на основі статті [39]

Кожен із цих методів може бути використаний для обґрунтування відповідних положень бізнес-плану. Так, конкретно:[6,10,39,55]

- Метод оптимізації розраховує показники, обрані за результатами діяльності компанії, і таким чином дозволяє визначити оптимальні показники;

- Метод цільового прибутку дозволяє спланувати певну суму прибутку та визначити параметри факторних показників, які можуть на неї впливати. [6,10,39,55]
- Індикаторний метод використовується для визначення конкретних показників та їх рівнів, які необхідно враховувати в господарській діяльності для досягнення еталонного рівня;
- Балансовий метод забезпечує досягнення бажаного балансу між результатами та ресурсами підприємства для досягнення його цілей; [6,10,39,55].
- Нормативний метод передбачає формулювання та використання обґрунтованих і прийнятних лімітів на різні аспекти бізнес-процесів, ресурсне забезпечення та показники діяльності;
- Методи економічного аналізу використовуються для створення інформаційної бази планування на всіх рівнях, за всіма сферами діяльності, напрямками і процедурами; виявлення слабких місць і можливостей; оцінки наявних резервів; аналізу взаємозв'язку і взаємодії окремих елементів дослідження; [6,10,39,55].
- Альтернативні ціни для бажаних показників, метод прогнозування, що використовується для визначення цін для різних можливих сценаріїв подальшого розвитку ринку. [8,39,55]

У сучасному світі відзначають чотири найпоширеніші міжнародні методики складання бізнес-плану, такі як :UNIDO, KPMG ,ЄБРР, BFM Group . Хоча вони мають подібну структуру складання , все ж таки в них різне призначення. Тому у таблиці 1.2. наведено порівняння оформлення структури цих методик.[13,29,52]

Таблиця 1.2.

Порівняння структур оформлення міжнародних методик бізнес-планування

UNIDO	KPMG	ЄБРР	BFM Group
1. Резюме	1.Резюме	1.Титульний лист	1. Титульний лист
2.Ідея (суть) пропонуваного проєкту	2.Продукція і послуги	2.Меморандум про конфіденційність	2.Меморандум про конфіденційність
3.План Маркетингу	3.Аналіз ринку та галузі	3. Резюме	3. Коротке резюме бізнес-плану
4.План Виробництва	4.Цільові ринки	4. Підприємство	4.Загальні положення -Відомості про компанію. -Відомості про пропонуваній проєкт
5.Організаційний план	5.Стратегії реклами та просування	5. Проєкт	5. Маркетинговий план. -Галузева середовище бізнесу. -Характеристика продуктів / послуг. -Аналіз ринків збуту. -Конкуренція і конкурентні переваги - Стратегія плану маркетингу. -План продажів. -Витрати на маркетинг
6.Фінансовий план доходів та витрат	6.Управління	6. Фінансування	6.Організаційний план і менеджмент.
7.Додатки	7.Фінансовий аналіз	7. Додатки	7.Інвестиційний план
	8.Додатки		8.Виробничий план
			9.Фінансовий план.

Джерело: створено автором.[13,29,52]

Методика UNIDO рекомендує розробляти проєкт в вигляді циклу, що складається з трьох окремих фаз: передінвестиційної, інвестиційної та експлуатаційної. Даний метод добре підходить для малого та середнього бізнесу. Перевага полягає в тому що ця структура проста і трудомісткість відносно низька.

Компанія KPMG – це міжнародна мережа компаній, яка пропонує консультаційні, аудиторські та інші послуги. Орієнтований швидше на менеджмент та внутрішні процеси, ніж на інвесторів. Ця методика на відміну від UNIDO, більше підходить саме середньому та великому бізнесу. Так як даний вид бізнес-плану містить докладний опис цільових ринків збуту, конкурентів та опис можливого виробництва продукції.[13,29,52]

Організація ЄБРР (Європейський банк реконструкції та розвитку) є одним з найбільших інвесторів в Європі і центральноазіатському регіоні. У документі особлива увага приділяється фінансовим показникам. Підходить виключно для великого бізнесу з потужним економічним потенціалом. Вимагає опису всієї історії підприємства – від самого початку до нинішнього моменту, чим займалося та займається, історія фінансового стану, наявність судових розглядів, хто власник, склад управлінських посад. Найбільша відмінність ЄБРР від інших методик полягає в тому, що бізнес-план містить інформацію про всіх учасників проекту, починаючи з власника і закінчуючи кредиторами і поручителями.[11,12,29]

Бізнес-план розроблений за методикою консалтингової фірми BFM Group. Один із найдокладніших стандартів, основний акцент у якому робиться на маркетингу та фінансово-економічному аналізі. Так як дана методика представляє повний, докладний комплекс послуг підготовки інвестиційних проектів до залучення капіталу, то вона більше підходить для середнього та великого бізнесу.

Основою для будь-якого методу створення бізнес-плану належить покрокова структура його створення. Яка максимально використовує ресурси організації задля досягнення її цілей. Ця методологія представлена у вигляді серії етапів роботи з ключовими компонентами бізнес-плану, кожен із яких необхідно виконати перед переходом до наступного етапу. Як правило, методологія починається із заяви про ідентичність, цілі та основну інформацію про компанію. Потім проходить через фази компонентів аналізу, стратегії та закінчується компонентами тактичного плану. [2,28,32,39,52,55]

Далі представлені докладніше шість етапів структури методології бізнес-плану.

ЕТАП 1:

- Профіль компанії;

Профіль компанії – це короткий виклад сутності та цілей компанії, а також відправна точка для складання ефективного бізнес-плану. Крім того, профіль компанії зазвичай включає основну інформацію про підприємство, таку як дата реєстрації, тип юридичної особи, місцезнаходження штаб-квартири, річний дохід, імена та досвід засновників / ключового керівництва, а також кількість співробітників тощо. [2,28,32.39,52,55]

ЕТАП 2:

- Аналіз ситуації ;

Ситуаційний аналіз – це дослідження, вивчення та оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища організації з метою визначення позиції фірми або «загального стану справ» по відношенню до ринку, на якому вона працює. Зазвичай складається зі SWOT-аналізу, аналізу маркетингового комплексу та аналізу 5 сил Портера, але також може включати безліч інших моделей оцінки залежно від галузі та стадії зрілості фірми. [2,28,32.39,52,55]

ЕТАП 3:

- Аналіз ринку;

Аналіз ринку – це дослідження, вивчення та оцінка ринку, на якому фірма планує продавати товари або послуги. Мета аналізу ринку — визначити ринок на основі безлічі факторів та визначити його поточну та майбутню привабливість для бізнесу. Як правило, аналіз ринку фокусується на його розмірі, сегментах, зростанні та прибутковості. Також на структурі галузевих витрат, каналах збуту та ринкових тенденціях;

- Стратегія зростання;

Стратегія зростання — це довгостроковий стратегічний напрямок для сталого зростання доходів організації, пропозиції продуктів/послуг. Ефективна

стратегія зростання буде визначена після ретельного аналізу ситуації, порівняння зі стандартними моделями зростання бізнесу та порівняння з історичними стратегіями успішних організацій в аналогічних галузях чи бізнес-середовищах;

- Аналіз конкурентів;

Аналіз конкурентів – це «ключова дисципліна» компонента конкурентної стратегії організації, який забезпечує методичний підхід до визначення конкурентного середовища. Це дослідження, вивчення та оцінювання існуючих та потенційних організацій, з якими фірма розраховує конкурувати на ринку; [2,28,32.39,52,55]

- Аналіз галузі;

Галузевий аналіз є компонентом «основної дисципліни» конкурентної стратегії організації, який забезпечує методичний підхід до визначення галузі. Це дослідження, вивчення та оцінка структури та сил у галузі, в якій конкурує фірма, які виходять за рамки прямих конкурентів фірми. Мета галузевого аналізу полягає в тому, щоб краще зрозуміти становище, в якому знаходиться фірма, та визначити можливості та загрози, які представляє відповідна галузь. [2,28,32.39,52,55]

ЕТАП 4:

- Маркетингова стратегія;

Маркетингова стратегія — це певний «курс дій», спрямований на максимальне використання маркетингових ресурсів організації для досягнення її цілей, і вона є рушійною силою, що стоїть за стратегією розвитку бізнесу та тактикою. Ефективна маркетингова стратегія, як і ефективний бізнес-план, повинна постійно розвиватися і оновлюватися, для досягнення успішнішого результату;

- Стратегічне позиціювання / конкурентна перевага;

Стратегічне позиціювання – це процес, за допомогою якого фірма визначає і нарощує свою конкурентну перевагу. Мета полягає в тому, щоб створити образ або ідентичність у свідомості цільового ринку, які можна використовувати для

оптимізації проникнення на ринок та домінування у певній ринковій ніші (або кількох нішах);

- Конкурентна стратегія;

Конкурентна стратегія – це стратегічний план, який визначає, як організація може отримати конкурентну перевагу, щоб найбільш ефективно бути конкурентоспроможною. Ефективна конкурентна стратегія надає план дій для створення надійної позиції організації на ринку, що дозволить максимізувати цінність можливостей і виділити її серед конкурентів. [2,28,32.39,52,55]

ЕТАП 5:

- План маркетингу та продажів;

План маркетингу та продажів — це тактичний план, у якому всі компоненти внутрішнього аналізу та стратегії бізнес-плану перетворюються на «план дій», що використовується для залучення потенційних клієнтів та партнерів на зовнішній ринок;

- Фінансовий план;

Фінансовий план – це ключова частина визначення життєздатності бізнес-моделі та є необхідним для кредиторів та інвесторів, які хочуть бачити точні цифри, перш ніж вкласти гроші в компанію. Компонентом фінансового плану є звіт: про поточний фінансовий стан бізнесу, про його фінансові результати за минулі періоди, про його прогнозоване фінансове становище та про його стратегію пошуку інвесторів;

- Бізнес-процеси/операційний план;

План бізнес-процесів/операцій – це пояснення «основ» бізнесу. Це хто, що, де і як пропонує продукт / послугу, з описом процесів та систем, що використовуються для виробництва, зберігання, доставки та підтримки пропозиції продукту чи послуги. [2,28,32.39,52,55]

ЕТАП 6:

- Резюме.

Резюме — це стисла версія бізнес-плану, яка є першим розділом (після змісту), але останнім розділом, який необхідно написати. Ціль резюме полягає в

тому, щоб резюмувати кожен компонент бізнес-плану таким чином, щоб читач міг швидко зрозуміти ключові моменти матеріалу, не прочитавши весь документ. Як правило, це буде 1-2 сторінки (максимум 3) і складається з абзацу з коротким викладом для кожного розділу, зазначеного в змісті. Резюме також буде ефективним самостійним документом для інвесторів або нових членів виконавчої команди, коли потрібний короткий виклад суті бізнес-плану. [2,28,32.39,52,55]

1.3. Особливості обґрунтування бізнес-плану закладу харчування

Бізнес-план закладу харчування - це структура, яка допоможе спланувати та спрогнозувати кожен елемент управління закладом та його операціями; від дизайну меню, розташування, фінансів, навчання співробітників та багато іншого, і допомагає втілити ідеї в реальність.

Бізнес-план також визначає прогрес та розвиток закладу від концепції до довготривалої стратегії. Це не тільки робить плани ясними для потенційних партнерів, але й дає напрямок, якому потрібно слідувати, як тільки все почнеться. При плануванні відкриття нового закладу дуже важливим є складання бізнес-плану. Це пов'язано з тим, що незалежно від того, скільки зусиль витрачається на вивчення галузі чи концептуалізацію ідеї, без адекватного бізнес-плану заклад приречений на провал. [50,51,54,58]

У дослідженні, проведеному професором доктором HG Parsa ,представленому на рис.1.3., йдеться, що 59% об'єктів гостинності зазнають невдачі протягом перших трьох років після запуску через неправильне бізнес-планування. Найвищий рівень закриття відбувається в перший рік - 26%, за якими йдуть 19% і 14% у наступні два роки. [50,51,54,58]

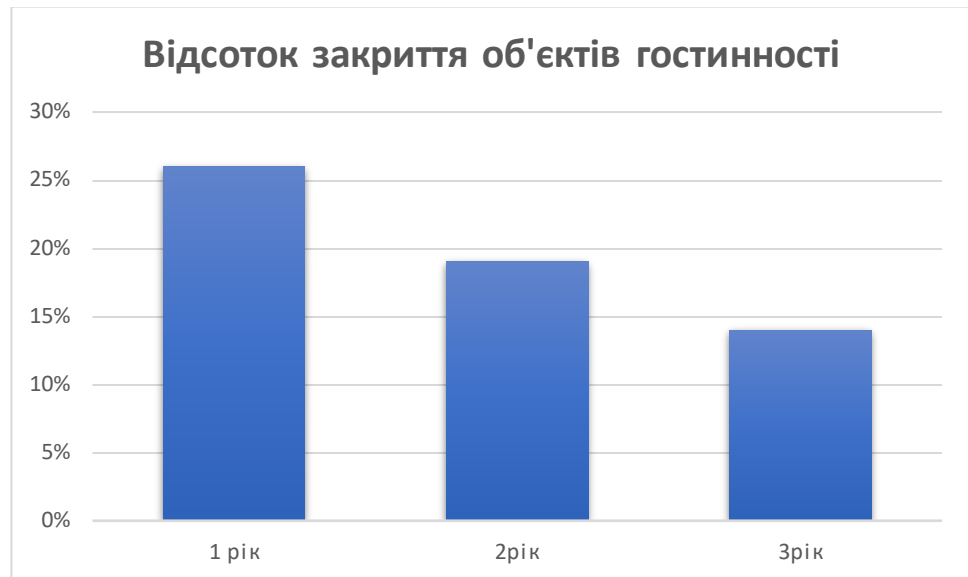


Рис.1.3. Відсоток закриття об'єктів гостинності .

Джерело: складено автором на основі дослідження професора ,доктора HG Parsa [50] .

Створюючи відповідний бізнес-план, можна зробити так, щоб заклад був у правильній частині статистики.

Бізнес-план закладу харчування - це те, що відображатиме, отримання прибутку від бізнесу, а також те, як заклад входить у ринок і як він планує виділитися в ньому. Небагато часу та зусиль на початковому етапі коштує винагорода у вигляді успішного закладу у довгостроковій перспективі.

У бізнес-план варто включити такі розділи (етапи реалізації з їх термінами та витратами):[5,6,13,50,51,54,58]

1. Резюме. Бізнес-план ресторану завжди повинен починатися з резюме. Але пишеться воно в останню чергу. Резюме — це не лише введення у бізнес-план, а й короткий виклад усієї ідеї. Загальні елементи резюме представлені на рис.1.4. Основна мета резюме – залучити читача (часто інвестора) до решти бізнес-плану.

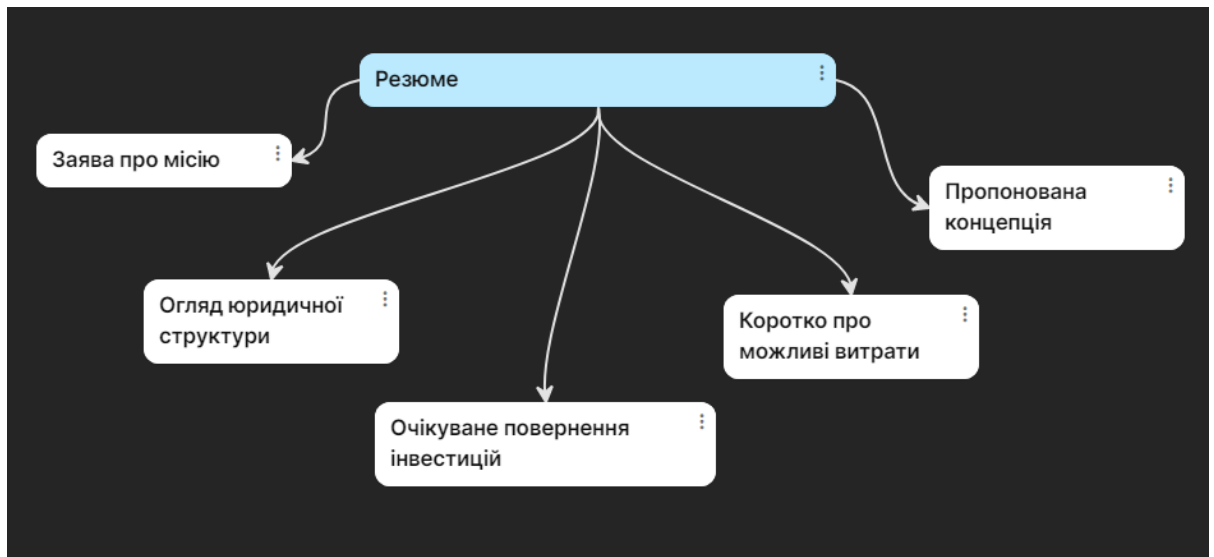


Рис.1.4.Загальні елементи резюме

Джерело: виконано автором за допомогою сайту PADLET.

2. Опис бізнесу та ідеї, аналіз ринку, визначення цільової аудиторії проекту. Цей розділ потрібен, щоб проаналізувати ринок та переконатися, що концепція закладу є актуальною та життєздатною. Щоб спланувати стратегію бізнесу, потрібно зрозуміти, хто ваші конкуренти та вивчити ситуацію в цьому допоможе аналіз ринку. Конкуренти вивчаються в три кроки:
 - Визначення прямих конкурентів (із схожою цільовою аудиторією, середнім чеком і каналом просування) і непрямих (аудиторія схожа, але інший середній чек, товар і збуту);
 - Порівняння конкурентів за основними критеріями (концепція, ключові характеристики, режим роботи, рекламні канали, особливості доставки та інші);
 - Аналіз конкурентів з сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, можна зробити за допомогою SWOT-аналізу. [5,6,13,50,51,54,58]
3. Опрацювання меню та концепції. Меню є серцем закладу, тому страви мають відповідати концепції підприємства. У бізнес-плані має бути представлений список страв з грамуванням та цінами. Також можна надати в додатках дизайн меню. Концепція - це опис споживчого досвіду, який

гість отримує від відвідування закладу харчування. Хороша і продумана концепція має вкладатися у кілька зрозумілих пропозицій. Блоки концепції представлені на рис.1.5.

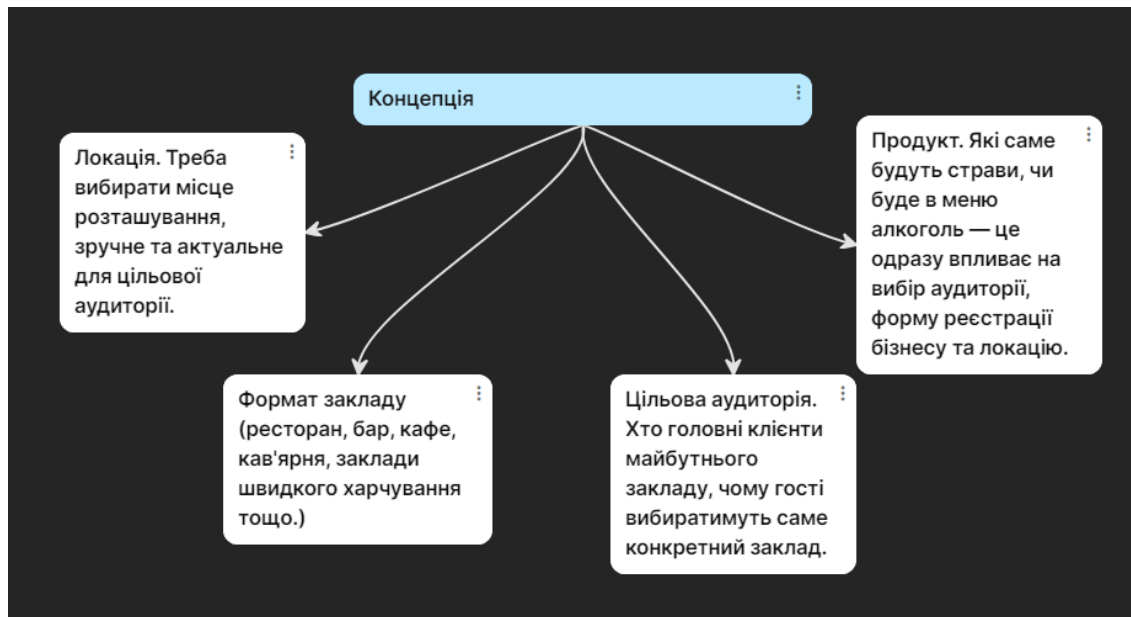


Рис.1.5. чотири основні блоки концепції.

Джерело: Виконано автором за допомогою сайту PADLET

4. Список обладнання . Насамперед для кухні та приготування страв, але відразу потрібно ще врахувати і обладнання для залу, бару, складу та інших господарських приміщень.
5. Реєстрація бізнесу. Приблизний мінімальний перелік витрат, який слід передбачити у бізнес-плані:[2,4,6,17,20,23]
 - Державне мито за реєстрацію бізнесу (якщо не подаватимете документи електронно);
 - Державне мито на алкогольну ліцензію;
 - Послуги юристів щодо оформлення ліцензії;
 - Послуги юристів щодо укладання договору та переговорів з оренди;
 - Оформлення медичних книжок;
 - Покупка онлайн-каси та реєстрація касового апарату;
 - Пошук приміщення та укладання договору оренди.

6. Проектування, розробка дизайну залу та кухні. Кошторис на ремонт та на монтаж обладнання.
7. Список співробітників, графік їх роботи, підрахунок витрат на оплату персоналу .
8. Маркетинг - розробка фірмового стилю, визначення каналів просування, розрахунок кошторису на маркетингові витрати.
9. Витрати на запуск: закупівля продуктів, алкоголю, посуду, інвентарю, витратних матеріалів.
10. Фінансовий розділ. У фінансовому плані проводяться фінальні розрахунки бізнес-плану: розраховуються інвестиції, витрати на відкриття закладу та на поточну роботу, прибуток, підсумкові показники — рентабельність та окупність бізнесу.
11. Аналіз ризиків. Мета аналізу — розробити план дій на випадок настання ризиків і подумати, як можна знизити їх ймовірність.

Частина етапів буде йти паралельно, а деякі етапи неможливо розпочати без попередніх кроків. Так, без реєстрації бізнесу не можна укласти договір оренди, а шукати приміщення краще, коли вже є уявлення про меню та список необхідного обладнання. [2,4,6,17,20,23]

Отже, бізнес-план закладу харчування діє як орієнтир для майбутнього розвитку бізнесу. Він має бути структурно простим, зрозумілим, логічним і відповідати дійсності. План закладу також має бути стійким у довгостроковій перспективі. При написанні бізнес-плану для закладу харчування потрібно враховувати всі можливості та підводне каміння ресторанного бізнесу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Виходячи з цього, можна зробити наступні висновки. Ідеальний бізнес-план - це те, що допоможе налаштувати позитивний розвиток бізнесу. Також він допоможе спрогнозувати непередбачені обставини та вжити коригувальних дій ще до того, як підприємець зіткнеться з реальною ситуацією. Також він може знадобитися як для структурування ідеї, так і для отримання фінансування та залучення партнерів. Залежно від переслідуваної мети він матиме свої специфічні особливості й наголошувати на тому чи іншому моменті.

Методологію бізнес-плану можна розкрити за допомогою використання методів та етапів цього документу. Наприклад таких методів як: метод оптимізації, метод цільового прибутку, балансовий метод, нормативний метод, методи економічного аналізу, метод прогнозування. Та використання певної структури етапів, таких як: профіль компанії, аналіз ситуації аналіз ринку, стратегія зростання, аналіз конкурентів, аналіз галузі, маркетингова стратегія, стратегічне позиціонування, конкурентна стратегія, план маркетингу та продажів, фінансовий план, бізнес-процеси та резюме.

Кожен із цих етапів передбачає реалізацію певних проєктів та завдань для досягнення відповідних результатів, які повинні спрямовуватися на одну мету – формулювання якісного бізнес-плану.

Слід також зазначити, що у будь-якому випадку, важливість цього документа для бізнесу не можна недооцінювати, оскільки він дозволяє ефективно керувати та контролювати процес. Тим паче бізнес-план для закладу харчування є орієнтиром для майбутнього розвитку підприємства. Перспективи якого безпосередньо залежить від детально складеного бізнес-плану. Треба пам'ятати, що якісно та професійно складений бізнес-план є запорукою успіху.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТА МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

2.1. Характеристика концепції абсент-бару «Apsinthion»

Форма власності: ТОВ - на спрощеній формі оподаткування.

Переваги реєстрації ТОВ: [42,45,46]

- Власників може бути більше одного (загалом до 100 засновників);
- На відміну від ФОП, де назвою компанії має бути лише прізвище власника, назва компанії може бути обрана довільно;
- Ризик обмежується втратою статутного капіталу, в той час як ФОП ризикує втратити заставлене майно;
- Також є можливість працювати з державними органами;
- Можна обрати різні види діяльності, включаючи основні.

Недоліки ТОВ: [42,45,46]

- Необхідно зібрати велику кількість документів;
- Компанія не може вільно розпоряджатися своїм прибутком;
- Потребує реєстрації адреси;
- Потребує підготовки бухгалтерських книг;
- Важко продати або закрити компанію.

Класифікація видів економічної діяльності: КВЕД 56.10 «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» та КВЕД 56.30 «Обслуговування напоями».

Назва бару : Apsinthion

Метою проєкту є створення та експлуатація абсент-бару в місті Харків. Проєкт спрямований на створення унікального та привабливого місця, яке буде обслуговувати прихильників абсенту та людей, які шукають особливий та приємний досвід вживання алкогольних напоїв. Пропонуючи широкий вибір брендів абсенту, інноваційні коктейлі та гостинну атмосферу, проєкт має намір

стати улюбленим місцем для любителів абсенту та тих, хто шукає незабутній вечір.

Галузь/сектор: Галузь сфера послуг “Ресторанний бізнес“, сектор Абсент-бар

Товари/послуги: Послуги з організації обслуговування споживачів, реалізація напоїв, послуги з організації дозвілля.

Кількість посадкових місць: 50 місць.

Інтер'єр залу: Бар стилізований під "золотий час", абсенту. Масивні арки, маленькі круглі столики на яких височіють наповнені крижаною водою графини, дерев'яні стільці з різьбленими спинками все в кращих традиціях барів двадцятих років минулого століття.

Обслуговування: виконується офіціантами, барменами. Офіціанти та бармени відіграють важливу роль у барах, адже саме вони створюють затишну атмосферу. Заклад має на меті не лише надавати послуги харчування, а й організовувати дозвілля для своїх клієнтів.

Режим роботи: з 16:00 до 02:00

Місце розташування: Відкриття бару планується за адресою: м. Харків Сумська вулиця (центр міста). Приклад приміщення для оренди представлений на Рис.2.1. Дане фасадне приміщення знаходиться в самому серці Харкова в історичній будівлі. Його місце розташування вже багато років користується популярністю серед місцевих жителів і гостей міста. Близькість до університетів та багатьох ресторанів приваблює великий потік клієнтів. Тому це місце ідеально підходить для відкриття абсент-бару. Високі та широкі вікна роблять інтер'єр більш помітним для перехожих і проїжджаючих повз автомобілів. Їх бачать тисячі потенційних клієнтів щодня, тому немає необхідності вкладати величезні кошти в інтернет-маркетинг і рекламу. З точки зору відповідності цільового призначення обрана будівля для проєкта є доцільною і перспективною. Орендна палат на місяць становить 145 410 грн.[60]

Характеристичні дані об'єкта:

- Площа: 250 м²;

- Тип нерухомості: підходить для бару, кафе, ресторану;
- Інфраструктура: Центр міста, університет, ресторани;
- Рентабельність проєкту на цьому місці : від 15%/місяць згідно з даними компанії «Proriat».[60]



Рис.2.1 Приклад приміщення для абсент-бару.

Джерело: фото взято з джерела [60]

Цільовий ринок: Цільова аудиторія - це потенційні або постійні споживачі певного товару чи послуги, які схильні виявляти інтерес до продукту або змінювати свої уподобання щодо нього, якщо на них відповідним чином (як правило, через рекламу) вплинути. Використовуючи методологію Шеррінгтона 5W, було проведено дослідження цільової аудиторії для абсент-бара . Дані дослідження представлені в таблиці 2.1. Сегментація клієнтів за принципом 5W - один з найпоширеніших підходів. Згідно з цим принципом, потрібно відповісти собі на п'ять запитань про потенційних клієнтів: [44,45]

1. Чому? Why? (Чому вони прийдуть до вашого закладу?)
2. Що? What? (Що ви їм запропонуєте?)
3. Хто? Who? (Хто це буде?)

4. Коли? When? (Коли вони прийдуть до вас?)

5. Де? Where? (Де вони зможуть вас знайти?)

Таблиця 2.1

Цільова аудиторія абсент-бара "Apsinthion " за методикою Шеррінгтона 5W

Who (Хто)	Моя цільова аудиторія - це дорослі люди віком 21-45 років, які цікавляться культурою, мистецтвом та новими враженнями. Вони мають сформований смак і зацікавлені у високоякісних, унікальних напоях.
What (Що)	Вони шукають автентичне та вишукане місце, де можна насолодитися розкішним розмаїттям абсенту, занурившись у надзвичайну атмосферу та неперевершену якість обслуговування.
When (Коли):	Моя цільова аудиторія шукає розслабляючий вечір або подію, яка додасть вечору особливого колориту, наприклад, концерт, виступ артиста або особливу подію.
Where (Де)	Мій абсент-бар розташований у центрі міста та історичних районах, в оточенні художніх галерей, культурних закладів та ресторанів. Це приваблює людей, яким подобається атмосфера, просякнута мистецтвом та історією.
Why (Чому)	Моя мета - створити місце, де люди зможуть відчутися магією і таємницею абсенту, зануритися в незабутню атмосферу і насолодитися унікальними смаками і культурою, пов'язаною з абсентом.

Джерело: розроблено автором.

Також було проведено дослідження цільової аудиторії абсент-бару за методом Філіпа Котлера. За яким ЦА розподіляється на різні сегменти, такі як: географічний, демографічний, поведінковий та психографічний. Додатково виділяється сегментація за : купівельною спроможністю, захоплення та інтереси, стиль життя. Результати дослідження ЦА представлені в таблиці 2.2.[15,44,45]

Таблиця 2.2.

Дослідження цільової аудиторії за методом Філіпа Котлера

Сегменти	ЦА
<i>Географічний сегмент:</i>	– Велике місто :розташування абсент-бару в мегаполісі або культурному центрі, де збираються мешканці міста та туристи; – Район: зазвичай це район з культурними установами, галереями та ресторанами, що створює атмосферу творчості та культурного багатства.
<i>Психографічний сегмент:</i>	– Поціновувачі культури: ті, хто має смак до мистецтва, музики, літератури та вишуканості. Прагнуть перебувати в стимулюючому середовищі, де вони можуть взаємодіяти з іншими любителями культури; – Творчі професіонали: художники, письменники, музиканти та інші творчі люди, які шукають натхнення і місце для зустрічей з колегами та однодумцями.

Продовження таблиці 2.2.

<i>Поведінковий сегмент:</i>	– Експериментатори: люди, зацікавлені в експериментах з новими відчуттями та смаками. Прагнуть спробувати нові види абсенту та коктейлів, цікавляться історією та процесом виробництва абсенту; – Гості спільноти, які цінують можливість познайомитися зі спільнотою ентузіастів абсенту та обмінятися ідеями й досвідом.
<i>Демографічний сегмент:</i>	– Вік: зазвичай від 21 до 45 років; – Стать: рівна кількість чоловіків і жінок. Абсент-бари приваблюють чоловіків і жінок, які цікавляться вишуканими напоями та культурою; – Соціальний статус: мають середній та високий соціальний статус і зазвичай є активними споживачами. Вони мають достатньо вільних фінансових ресурсів, щоб насолоджуватися розкішними та унікальними алкогольними напоями.
<i>Купівельна спроможність</i>	– Орієнтовані на ціну: цей сегмент споживачів готовий платити за якість і вишуканість. Вони цінують унікальність абсенту і готові інвестувати у вишуканий досвід; – Повторні покупки: клієнти, яким подобається абсент, зазвичай стають постійними відвідувачами абсент-барів. Вони повертаються, щоб спробувати різні види абсенту і відчувати унікальну атмосферу, яка спонукає до регулярних покупок.
<i>Захоплення та інтереси</i>	– Мистецтво та культура: ця демографічна група цікавиться різноманітними видами мистецтва, зокрема живописом, літературою, музикою та драматичним мистецтвом. Вони цінують атмосферу, яка стимулює і розвиває творчість; – Історія та традиції: люди захоплюються історією абсенту та його традиціями. Їх цікавить процес виробництва абсенту, різні види і способи його подачі.
<i>Стиль життя</i>	– Нічний спосіб життя: ця демографічна група любить нічне життя, вечірки та незвичайні враження. Вони шукають місце, де можна провести вечір з друзями в унікальній атмосфері; – Розслаблення і відпочинок: дехто шукає абсент-бар як місце, де можна розслабитися і відпочити в приємній атмосфері після напруженого дня.

Джерело: розроблено автором.

Отже, з таблиць 2.1. та 2.2. видно, що цільовою групою абсент-бару "Apsinthion" є дорослі люди середнього та високого соціального статусу, які цінують мистецтво та культуру і шукають унікальний та вишуканий досвід. Вони

хочуть насолоджуватися різноманітністю абсенту, спілкуватися з іншими культурними спільнотами та переживати особливі моменти в неповторній атмосфері абсент-бару.

Концепція закладу: "Apsinthion" - абсент-бар, де створено надзвичайну атмосферу, що переносить відвідувачів у богемні вулиці Парижа 20-го століття.

Концепція закладу включає наступні ключові особливості:

- Розширений вибір абсенту: "Apsinthion" має вражаючу колекцію преміум-класу автентичних абсентів з різних країн світу, в тому числі і від українських виробників. Барна карта включає класичні французькі абсенти, а також експериментальні суміші, які представляють різні смакові профілі, міцність і методи дистиляції. "Apsinthion" задовольняє потреби як досвідчених абсентоїстів, так і новачків у світі абсенту;
- Висококваліфіковані співробітники: Команда "Apsinthion" глибоко вивчає багату історію абсенту, традиційні ритуали та мистецтво його подачі. Співробітники мають знання про виготовлення абсенту, його склад і процес дистиляції. Вони готові поділитися своїми знаннями з гостями, розкриваючи цікаві факти, розвіюючи міфи та надаючи поради щодо належного споживання абсенту;
- Атмосфера історичного бару: "Apsinthion" докладно зусиль, щоб створити атмосферу старовинного паризького абсент-бару. З приглушеним освітленням, бархатними сидіннями і елегантним декором в стилі модерн, "Apsinthion" переносить гостей в минуле, дозволяючи їм зануритися в історичний контекст абсенту і відчувати його таємничу атмосферу;
- Особистий підхід: "Apsinthion" пропонує персоналізоване обслуговування, враховуючи індивідуальні смакові уподобання гостей. Співробітники допоможуть вибрати найбільш підходящий абсент, враховуючи особисті смакові пристрасті. Вони підкажуть, як насолоджуватися абсентом, чи вибрати класичний французький ритуал або сучасні коктейлі на основі абсенту;

- Гастрономічний досвід: "Apsinthion" пропонує гастрономічне меню, що відображає смаки та культуру регіонів, звідки походить абсент. Кожна страва створена з метою гармонійного поєднання зі складністю та нотками абсенту. Це доповнює абсентеїстичний досвід гостей та дозволяє їм насолодитися гастрономічною подорожжю, що доповнює їх пригоду з абсентом. Приклад концептуального меню та барної карти наведено в Додатку А;
- Культурні заходи: "Apsinthion" регулярно організовує виступи талановитих музикантів, поетів і художників, які втілюють дух богемної епохи. Ці заходи створюють захоплюючу атмосферу, яка підсилює містичність абсенту і забезпечує гостей захоплюючим досвідом.

"Apsinthion" - це бар, який пропонує вивчення та дослідження світу абсенту через помічників у вигляді співробітників бару. Абсент-бар надає гостям можливість зануритися в багату історію, смаки і культуру абсенту, створюючи унікальний досвід як для любителів цього унікального напою, так і для новачків в світі абсенту.

Бізнес-модель абсент-бара за методикою CANVAS: Business Model Canvas - це інструмент, призначений для опису та візуалізації бізнес-моделей. Він використовується для опису всіх ключових аспектів бізнесу в компактній і легкій для сприйняття формі, що дозволяє компаніям зрозуміти, як вони створюють цінність, доставляють її клієнтам і отримують прибуток. [48,53,54]

Бізнес-модель Canvas допомагає краще зрозуміти всі аспекти бізнесу, виявити сильні та слабкі сторони, визначити можливості для вдосконалення та інновацій, а також спростити комунікацію з працівниками та інвесторами. Ця модель дозволяє швидко переглянути весь бізнес-план і зрозуміти, як всі компоненти взаємодіють між собою. Бізнес-модель Canvas абсент-бара "Apsinthion" представлена в таблиці 2.3. [48,53,54]

Таблиця 2.3.

Модель CANVAS абсент-бара "Apsinthion"

Ключові партнерства	Ключові діяльності	Унікальна пропозиція цінності	Взаємини з клієнтами	Сегменти клієнтів
Партнери: Інвестори ,банки. Постачальники: Постачальники продуктів та міцного алкоголю (локальні, регіональні, іноземні). Партнерські відносини зі спільнотою місцевих культурних закладів, художників чи музикантів, для забезпечення додаткового елемента привабливості. Отримуємо продукти харчування, алкоголь , розширення партнерських зв'язків. Надаємо розширення бізнесу, оплату, рекламу партнерам	Створення бізнес-концепції, складання бізнес- плану, залучення інвесторів чи кредит у банку, оренда приміщення, оренда обладнання, розробка іміджу та бренду , складання технологічних карт та алкогольної карти, дизайн приміщення, набір персоналу, автоматизація бару , проведення подій і вечірок, контроль якості та обслуговування клієнтів. Ключові ресурси Постачальники, кваліфікований персонал, великий вибір абсенту, винятковий інтер'єр, високоякісне обладнання	Широкий вибір різних сортів абсенту, вишукані коктейлі, смачна кухня, атмосфера та середовище, що надихає та стимулює творчість. Гарне місце для нових знайомств. Ціна продукту відповідає його якості, найбільший вибір абсенту в різних варіаціях в місті. Заклад підходить як для тих хто куштує цей напій вперше, так і для поціновувачів. Перевагою бара є унікальність, подібного бара зі схожою концепцією в місті не існує, висококваліфікований персонал та якісний сервіс. Також регулярні майстер-класи, дегустації та вечора живої музики.	Якісне обслуговування, програми лояльності, пропозиції та знижки для постійних клієнтів, реклама в соціальних мережах, зовнішня реклама, промоактивності, реферальний маркетинг, за можливістю SEO-просування сайту. Канали збуту Соціальні медіа, офіційний сайт, участь у фестивалях та подіях, можливість онлайн-замовлення та резервування столів.	дорослі люди (чоловіки та жінки) віком 21-45 років, які цікавляться культурою, мистецтвом та новими враженнями. Вони мають сформований смак і зацікавлені у високоякісних, унікальних напоях. Хочуть: дізнатися та скоштувати щось нове, якісний рівень обслуговування, приємну атмосферу, відповідності ціна-якість.

Продовження таблиці 2.3

Структура витрат	Джерела доходів
Оренда приміщення, податки, виплата кредиту, заробітна плата для персоналу, закупівля абсенту та продуктів, маркетинг та реклама, обладнання та меблі, операційні витрати . такі як: витрати на комунальні послуги, страхування, управління запасами, технічне обслуговування та інші пов'язані витрати.	Основні : продаж абсенту різних сортів та приготування абсентних коктейлів для клієнтів, реалізація страв Додаткові: майстер-класи та дегустації, приватні заходи та оренда простору, продаж супутніх товарів, таких як: абсентні аксесуари, сувеніри або книги про абсент.

Джерело: розроблено автором.

Отже, бізнес-моделі Canvas є незамінним помічником в розробці бізнес-плану. За її допомогою можна структурувати всі аспекти абсент-бару, визначити потенційні ризики та переваги, а також розробити стратегії для досягнення успіху. Це інструмент, який допомагає краще розуміти бізнес і зробити процес розробки бізнес-плану більш систематичним і зручним. Також ця модель дає більш детально розібратися в фінансовій стороні абсент-бару, визначити прогнозовані витрати та доходи, а також зрозуміти, яким чином можливо отримувати прибуток.

2.2. Аналіз ринкового середовища та характеристика основних конкурентів.

Аналіз ринку є важливою частиною бізнес-плану, оскільки він допомагає визначити комерційну життєздатність бізнесу та зрозуміти його позицію в конкурентному середовищі. Також він допомагає зрозуміти фактори, що впливають на бізнес, і те, як можна реагувати на них для забезпечення успіху.

У зв'язку з впливом зовнішніх факторів, таких як воєнний стан та пандемія ситуація у ресторанному бізнесі не стабільна. Українська компанія з автоматизації закладів Poster провела дослідження, як змінилася кількість

відвідувачів закладів громадського харчування в Україні за рік повномасштабної війни.

Дослідження проводилося з 13 по 19 лютого 2023 року і охоплювало заклади, які продовжували працювати, незважаючи на війну. Для порівняння кількості транзакцій за основу було взято період 14-20 лютого 2022 року. У Києві кількість транзакцій у лютому зменшилася на 15% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. У Львові навпаки зросла на 25% порівняно з довоєнним рівнем. Трафік збільшився в західних і центральних регіонах України. Наприклад, у Закарпатській області кількість транзакцій зросла на 17%, у Кіровоградській - на 16%, у Чернівецькій - на 14%. [27,34,47]

Найскладніша ситуація склалася на півночі, півдні та сході України. У Херсонській області кількість транзакцій впала на 62%, у Харківській - на 45%, у Запорізькій та Донецькій - на 30%, у Луганській - на 24%. Аналітики ринку зазначили що, на початок 2023 року в Харкові працювало близько 50 відсотків довоєнної кількості ресторанів, кафе та інших закладів харчування. [26,27,47]

Проводячи дослідження за допомогою аналізу 5 сил Портера було визначено сильні та слабкі сторони бізнесу, а також виявлено загрози та можливості, що існують на ринку. Згідно цього було зроблено висновки та стратегії для подальшого розвитку бізнесу, які представлені на рис.2.2. [24]

Параметр	Значення	Опис
Загрози зі сторони товарів-замінників	Низький	Компанія має унікальну пропозицію на ринку, але тільки увійшли на ринок і їхня частка мала
Загрози внутрішньогалузевої конкуренції	Середній	Ринок компанії є високо конкурентним та перспективним. Відсутня можливість повного порівняння товарів різних фірм. Завжди є можливість до підвищення ціни для покриття зростання витрат та
Загрози зі сторони нових гравців	Високий	Високим є ризик входу нових гравців. Нові компанії з'являються періодично через низькі бар'єри входу та середній рівень початкових інвестицій.
Загрози втрати поточних покупців	Середній	Портфель клієнтів має середні ризики. Обсяг продажів рівномірно розподілено між усіма клієнтами, товар компанії частково унікальний, покупець буде переключатись тільки за значної різниці в ціні, споживачі повністю задоволені якістю
Загроза нестабільності постачальників	Середній	Середній рівень впливу постачальників.

Рис.2.2 Висновки згідно аналізу 5 сил Портера.

Джерело: розроблено автором.

На основі висновків були розроблені стратегії просування бізнесу:

1. Рекомендується дотримуватись стратегії зміцнення унікальності товару та концентруватися на такому цільовому ринку, для якого важливі унікальні характеристики. Дотримуватись стратегії лідерства в певній ринковій ніші, дотримання якості товару на високому рівні.
2. Зосередити більше зусиль на тому, щоб працівники підприємства на високу рівні знали товар та були обізнані про унікальні особливості товару.
3. Для збереження конкурентоспроможності необхідно постійно проводити моніторинг пропозицій конкурентів та появи нових гравців, а також підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку.
4. Слідкувати за ціновою політикою конкурентів.
5. Акційну активність сконцентрувати на побудові тривалих відносин із клієнтами та залучені нових клієнтів.
6. Рекомендується краще дізнатися більше про цільову аудиторію та розширити її.

7. Потрібні спеціальні програми для VIP - клієнтів та збільшити акції для споживачів, чутливих до ціни.
8. Зосередитись на усуненні всіх недоліків та підтриманні якості обслуговування.

Проводячи аналіз основних конкурентів абсент-бару "Apsinthion" було виявлено, саме абсент-барів в Україні є тільки два, перший знаходиться в Одесі називається «Zelda», інший в Києві «Палата №6». Тому відкриття саме абсент-бара в місті Харків є актуальним, тому що він в своєму роді є унікальним на ринку.

Для проведення порівняльного аналізу були взяті три коктейль-бари, які знаходяться на тій самій вулиці, де і планується відкриватися абсент-бар. Серед них: Benedict Daily Bar, Soft Bar та Mojo pre-party-bar. Порівняльний аналіз представлено в таблиці 2.4.[56]

Таблиця 2.4.

Порівняльний аналіз основних конкурентів абсент-бару "Apsinthion"

Назва	Місце розташування	Меню та асортимент	Цінова політика	Обслуговування та атмосфера	Маркетингові стратегії
Benedict Daily Bar	Вулиця Сумська 80	Спеціалізується на класичних та авторських коктейлях та якісних алкогольних напоях. У них є деякі альтернативи абсентам. Гастрономічна фішка- це авторські хот-доги.	Ціни на коктейлі від 150 до 260 грн. Ціни на різні види алкоголю варіюються від 50 до 600 грн за 50 мл. Ціни на хот-доги від 100 грн до 260 грн.	Високий рівень обслуговування та стильний дизайн. Комфортна та затишна атмосфера. У вихідні з вінілових вертушок діджеїв можна почути hip-hop, funk&disco, а в осінньо-зимовий період у Бенедикті звучить джаз у живому виконанні.	Акцентують увагу на ексклюзивних пропозиціях та високій якості. Використовують соціальні медіа та рекламні кампанії. Мають гарну репутацію та впізнавані через те що у 2019 році виграли премію «Соль» в номінації «Найкращий бар України».

Продовження таблиці 2.4

Soft Bar	Вулиця Сумська 57	Мають широкий вибір коктейлів та різноманітні алкогольні напої. Є декілька коктейлів на основі абсенту. Спеціалізуються на паназійській кухні.	Ціни на коктейлі від 89 до 159 грн. Ціни на різні види алкоголю різняться від 68 до 199 грн за 50 мл. Ціни на страви від 89 до 216 грн	Середній рівень обслуговування. Мають більш неформальну атмосферу, спрямовану на розмови та відпочинок. Стиль лофт. Приглушене світло допомагає розслабитися і зануритися в атмосферу відпочинку.	Використовують соціальні медіа та рекламу для залучення аудиторії, акцентують увагу на акціях, знижках та спеціальних пропозиціях для клієнтів.
Mojo pre-party-bar	Вулиця Сумська 57	Спрямований на молоду аудиторію та розважальні заходи, але також пропонують різноманітні авторські та класичні коктейлі та напої. Є декілька коктейлів на основі абсенту. Спеціалізуються на паназійській кухні.	Коктейлі від 89 до 199 грн. Ціни на різні види алкоголю різняться від 49 до 299 грн за 50 мл. Також у наявності є Шампанське ціна якого від 3100 до 10800 грн за пляшку. Кухня ціни від 89 до 319 грн.	Середній рівень обслуговування. Зосереджені на розвагах та жвавій атмосфері перед вечірками. Стильне і затишне місце.	Використовувати соціальні медіа та рекламу для залучення молоді аудиторії на вечірки та заходи.

Джерело: розроблено автором.

Аналізуючи цих конкурентів, можна зрозуміти їхні сильні та слабкі сторони, знайти прогалини, які можна заповнити, та розробити стратегії для привертання і утримання цільової аудиторії. Незважаючи на те, що конкуренти не спеціалізуються на абсенті, аналіз їхнього бізнесу може допомогти зрозуміти місцевий ринок, визначити можливості та розробити стратегії, що допоможуть залучити та утримувати клієнтів у новому абсент-барі.

В нашому випадку доцільно розширювати обсяги і асортимент послуг, тому що локальний ринок в нашому напрямленні є нерозвинутим, а тому легко відстежувати кроки конкурентів та вносити зміни до свого закладу, задля збереження конкурентоспроможності і для розширення своєї цільової аудиторії.

В майбутній перспективі є вірогідність вийти на національний ринок з локального. Розширити географічний сегмент, тобто відкрити нові заклади по всій Україні. Згодом можна вийти на міжнаціональний ринок та відкрити заклади за кордоном.

Предметом самої жорсткої конкуренції є якість, адже важко знайти висококваліфікованих повара, бармена для вузько направленої роботи. Також предметом жорсткої конкуренції є унікальність, для більшого приваблення клієнтів.

Для зменшення плинності кадрів, треба вводити інноваційну систему заохочування, яка значно підвищить продуктивність як окремого працівника, так і підвищить ефективність закладу в цілому.[25,35]

Аналіз ринку за допомогою інструменту такого, як SWOT-аналіз. Це інструмент стратегічного планування, який використовується для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей і загроз бізнесу або конкретного проекту. Він передбачає оцінку внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть вплинути на успіх або невдачу бізнесу. Чотири компоненти SWOT- аналізу це: [48,53,54]

- Сильні сторони: внутрішні фактори, які надають бізнесу конкурентну перевагу і сприяють його успіху;
- Слабкі сторони: Внутрішні фактори, які обмежують потенціал бізнесу і можуть поставити його в не вигідне становище порівняно з конкурентами;
- Можливості: Зовнішні фактори бізнес-середовища, які можна використати для зростання, розширення частки ринку або підвищення ефективності діяльності;

- Загрози: Зовнішні фактори, які потенційно можуть зашкодити бізнесу або перешкодити його розвитку.

Важливість використання SWOT-аналізу в бізнес-плані полягає в таких пунктах як : [48,53,54]

- Стратегічне планування: SWOT-аналіз допомагає бізнесу визначити свою поточну позицію, встановити цілі та розробити стратегії для їх досягнення. Він забезпечує чітке розуміння внутрішніх можливостей і зовнішніх факторів, які можуть вплинути на успіх бізнесу;
- Прийняття рішень: SWOT-аналіз надає цінну інформацію, яка допомагає приймати обґрунтовані рішення. Визначивши сильні та слабкі сторони, бізнес може скористатися можливостями та ефективно протистояти потенційним загрозам;
- Управління ризиками: Розуміння загроз і слабких сторін допомагає виявити потенційні ризики та вжити проактивних заходів для їх пом'якшення. Це дозволяє бізнесу бути краще підготовленим та адаптуватися до змін на ринку чи в галузі;
- Розподіл ресурсів: SWOT-аналіз допомагає ефективніше розподіляти ресурси, визначаючи сфери, де бізнес має конкурентну перевагу і може розподілити ресурси для досягнення максимального ефекту;
- Конкурентна перевага: Аналізуючи сильні та слабкі сторони по відношенню до зовнішнього середовища, бізнес може відрізнити себе від конкурентів і скористатися ринковими можливостями;
- Зростання бізнесу: SWOT-аналіз допомагає визначити можливості для зростання та розширення. Використовуючи сильні сторони та можливості, підприємства можуть розробити стратегії для збільшення своєї частки на ринку та підвищення прибутковості.

Отже, SWOT-аналіз було використано для оцінки ризиків проєкту абсент-бар «Arsinthion». Результати показано в таблиці 2.5. Завдяки цьому аналізу

можна розробити ефективні стратегії, мінімізувати ризики і досягати довгострокового успіху

Таблиця 2.5.

SWOT-аналіз проєкта абсент-бар «Apsinthion»

Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
1. Вигідне місцезнаходження в центрі 2. Впровадження інноваційних технологій 3. Висока кваліфікація персоналу 4. Унікальність закладу 5. Великий асортимент алкогольних напоїв	1. Вихід на національний ринок 2. Розширення асортименту барної карти 3. Участь у фестивалях або в інших заходах 4. Перспективи зростання доходів 5. Створення нових додаткових послуг
Слабкі сторони (Weaknesses)	Зовнішні погрози (Threats)
1. Конкуренція 2. Обмежена цільова аудиторія 3. Ціни вище середнього 4. Недостатньо розвинена маркетингова стратегія 5. Нестача коштів для розширення бізнесу	1. Воєнний стан в країні 2. Економічна нестабільність 3. Всесірні пандемії 4. Плинність кадрів 5. Збільшення податків на імпортовані товари

Джерело: розроблено автором.

Отже, згідно з таблицею 2.5. можна зробити висновки, що проєкт абсент-бару «Apsinthion» має такі сильні сторони, як місце розташування, інноваційний підхід, кваліфікований персонал, унікальна концепція та різноманітний асортимент продукції. Існують можливості для розширення ринку, зростання доходів та впровадження нових послуг. Однак, слід усунути слабкі сторони, пов'язані з конкуренцією, цільовою аудиторією, ціноутворенням, маркетинговою стратегією та фінансуванням. Крім того, слід пам'ятати про зовнішні загрози, такі

як політична нестабільність, економічні коливання, пандемії, плинність кадрів та податкові зміни, щоб пом'якшити потенційні ризики.

Іншим важливим інструментом для аналізу ринку являється PESTLE-аналіз. Це система, яка використовується в стратегічному плануванні та управлінні бізнесом для оцінки та аналізу зовнішніх факторів, які можуть вплинути на бізнес або проект. Це політичні, економічні, соціальні, технологічні, правові та екологічні фактори. PESTLE-аналіз вивчає фактори макросередовища, які можуть впливати на діяльність, можливості та ризики, з якими стикається організація. [53,54,55]

Важливість його використання на для аналізу ризиків бізнес-проекту полягає в:

- Розумінні зовнішнього середовища: PESTLE-аналіз допомагає бізнесу отримати уявлення про зовнішні фактори, які можуть вплинути на його діяльність;
- Стратегічному плануванні: Проводячи PESTLE-аналіз, організації можуть визначити потенційні можливості та загрози, що виникають у зовнішньому середовищі. Це допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо виходу на ринок, розширення, диверсифікації чи інших стратегічних ініціатив;
- Оцінці та зменшенню ризиків: Оцінка зовнішніх факторів за допомогою PESTLE-аналізу дозволяє підприємствам визначити потенційні ризики та виклики. Це допомагає їм розробити стратегії пом'якшення ризиків та плани на випадок непередбачуваних ситуацій для усунення або мінімізації впливу зовнішніх факторів на бізнес; [53,54,55]
- Аналізу ринку: PESTLE-аналіз надає цінну інформацію про ринок, аналізуючи такі фактори, як політична стабільність, економічні тенденції, соціальні настрої, технологічний прогрес, правове регулювання та екологічна стійкість. Ця інформація може допомогти бізнесу зрозуміти динаміку ринку, вподобання споживачів та нові тенденції;

- Адаптації та інновації: Розуміючи зовнішнє середовище, організації можуть адаптуватися до змін і використовувати нові можливості. PESTLE-аналіз полегшує виявлення технологічних досягнень, регуляторних змін або суспільних зрушень, які можуть вплинути на бізнес. Ці знання можуть стимулювати інновації та допомогти бізнесу залишатися конкурентоспроможним;
- Управлінні: PESTLE-аналіз допомагає організаціям визначити ключові зацікавлені сторони та зрозуміти їхні інтереси, проблеми та вплив на бізнес. Це дозволяє компаніям узгоджувати свої стратегії та дії з очікуваннями та вимогами зацікавлених сторін, таких як клієнти, постачальники, державні органи та громади; [53,54,55]

Тому PESTLE-аналіз було використано для оцінки ризиків проєкту абсент-бар «Apsinthion». Результати показано на рис.2.3.



Рис.2.3. PESTLE-аналіз абсент-бара «Apsinthion».

Джерело: розроблено автором у програмі Creately.

З огляду на SWOT та PESTLE-аналіз, абсент-бар «Apsinthion» має такі переваги, як вдале розташування в центрі міста, якісне обслуговування, унікальну концепцію та широкий асортимент алкогольних напоїв. Існують

також можливості для розширення асортименту продукції, виходу на національні ринки та створення нових додаткових послуг.

Однак потрібно враховувати і такі слабкі сторони, як конкуренція, обмежена цільова аудиторія, високі ціни, недостатність маркетингових стратегій та обмеженість коштів. Серед зовнішніх загроз - воєнний стан, економічна нестабільність, загроза виникнення повторної всемірної пандемії, плинність кадрів та підвищення податків на імпорتنі товари. Для успішного розвитку бізнесу необхідні стратегії, які враховують ці фактори, використовуючи можливості та долаючи перешкоди.

Отже, на основі SWOT- та PESTLE-аналізу для бару «Apsinthion» можна розглянути наступні стратегії:

- Стратегія введення інновацій: збільшення асортименту барних карт, впровадження нових інновацій та створення нових додаткових послуг для залучення більшої кількості клієнтів та збільшення конкурентних переваг абсент-бару на ринку.
- Освоєння нових ринків: вихід на національний ринок може створити нові можливості для залучення клієнтів і збільшення продажів;
- Удосконалення маркетингової стратегії: реклама, просування в соціальних мережах, формування лояльності клієнтів, участь у фестивалях та інших заходах тощо, можуть привернути увагу та залучити більше потенційних клієнтів;
- Фінансова стратегія: розробка фінансового плану та пошук додаткових джерел фінансування допоможе уникнути нестачі коштів і забезпечити розвиток бізнесу;
- Стратегії ефективного управління: підвищення ефективності управління, навчання та розвиток персоналу забезпечить бар висококваліфікованими працівниками, що в свою чергу покращить якість надаваних послуг;
- Стратегії швидкого реагування на зовнішні загрози: розробка планів на кризові ситуації, а також швидке реагування на зміни в політичній,

економічній та соціальній сферах, зможе зменшити вплив зовнішніх загроз на бізнес.

Ці стратегії дозволяють бару «Arsinthion» максимізувати свої сильні сторони, використати можливості, зменшити слабкі сторони та протидіяти зовнішнім загрозам, забезпечуючи сталий розвиток та успіх у конкурентному середовищі.

2.3. Обґрунтування маркетингового та виробничого планів відкриття абсент-бару.

2.3.1. Маркетинговий план.

Цей маркетинговий план описує стратегії та тактики для просування та закріплення бару "Arsinthion" як найкращого місця для любителів абсента у Харкові, розташованого на вулиці Сумській. За допомогою комплексного та цілеспрямованого підходу до маркетингу, ми сподіваємося привернути вірну клієнтську базу, збільшити усвідомленість бренду та забезпечити прибутковий ріст. Цей план акцентується на різних маркетингових каналах, промоційних заходах та стратегіях залучення клієнтів для досягнення наших цілей. [1,7,8,15]

Аналіз ринку:

- Визначення цільового ринку: Визначення демографічних та психографічних характеристик нашої цільової аудиторії, яка складається в основному з вишуканих гурманів, любителів абсента та тих, хто шукає унікальних нічних розваг;
- Аналіз конкуренції: Оцінка існуючих барів та закладів у Харкові, визначення їх сильних та слабких сторінок і визначення того, як бар "Arsinthion" може виділитися завдяки своїм унікальним пропозиціям, атмосфері та обслуговуванню.

Брендинг та позиціонування:

- Розробка привабливого бренда: Створення сильного та впізнаваного бренда, що передає суть культури абсента, поєднуючи елементи історії, таємниці та задоволення. Це включає створення привабливого логотипу, розробку вказівок щодо бренду та забезпечення послідовності у всіх маркетингових матеріалах;
- Стратегія позиціонування: Підкреслення бару "Apsinthion" як основного місця для унікального абсентного досвіду, виділяючи наш широкий вибір преміум-брендів абсента, кваліфікований персонал та чарівну атмосферу.
[1,7,8,15]

Маркетингові канали та стратегії:

- Присутність в Інтернеті: Створення візуально привабливого та зручного веб-сайту для бару, на якому будуть розміщені інформація про заклад, барна карта та меню, майбутні події та можливість резервування столиків. Використовування методів оптимізації пошукових систем (SEO), щоб покращити видимість і рейтинги в Інтернеті;
- Маркетинг у соціальних мережах: Створення та підтримка активних профілів на популярних соціальних медіа платформах (Facebook, Instagram, Twitter), де будуть розміщений захоплюючий контент, промоційні пропозиції, поради з міксології та оновлення про події;
- Електронний маркетинг: Впровадження стратегії електронної пошти для збирання адрес електронної пошти зацікавлених клієнтів, щоб надсилати їм інформацію про спеціальні пропозиції, події та новини. Сегментування списку адрес електронної пошти для надання персоналізованих рекомендацій на основі вподобань та історії покупок клієнтів;
- Місцеві партнерства: Співпраця з відповідними бізнесами, такими як місцеві виробники алкогольних напоїв, організатори подій та художники, для взаємного просування пропозицій та розширення аудиторії серед місцевих;

- Зв'язки з громадськістю: Співпраця з місцевими медіа, блогерами та впливовими особистостями для створення ажіотажу та отримання розголосу про унікальну концепцію та пропозиції бару "Apsinthion". Організація ексклюзивних дегустацій та майстер-класів для збільшення популярності бренду. [1,7,8,15]

Промоційні заходи:

- Відкриття: Організація великого відкриття, щоб представити бар "Apsinthion" громадськості, запрошуючи місцевих мешканців, представників ЗМІ та блогерів. Наявність безкоштовних дегустацій одноразово, жива музика та, щоб створити незабутню подію, яка надовго запам'ятається;
- Програма лояльності: Впровадження програми лояльності, щоб стимулювати повторні відвідини та зберігання відвідувачів. Нагородження вірних клієнтів ексклюзивними перевагами, знижками та можливістю доступу до спеціальних подій;
- Тематичні заходи та класи з міксології: Організація регулярних тематичних заходів, такі як дегустації абсента, майстер-класи з міксології та вечори гостей-барменів, щоб привернути нових клієнтів та надати їм унікальний досвід. Співпрацювати з експертами та міксологами, щоб збільшити довіру до бренду та надати можливості для освіти. [1,7,8,15]

Вимірювання та оцінка:

- Встановлення ключових показників ефективності (KPI): Визначення вимірюваних цілей, таких як швидкість залучення клієнтів, трафік на веб-сайті, взаємодія в соціальних медіа та дохід, отриманий від подій. Постійний моніторинг та оцінка цих показників дозволять оцінити успішність маркетингових ініціатив;
- Збір відгуків клієнтів: Регулярно збирати відгуки клієнтів за допомогою опитувань, відгуків в Інтернеті та взаємодії у соціальних мережах.

Використовувати ці відгуки для покращення досвіду клієнтів та оперативного вирішення будь-яких проблем. [1,7,8,15]

Характеристика та статистичні дані зовнішніх каналів комунікації для абсент-бару було надано в табл. 2.6. [8,15]

Таблиця 2.6.

Зовнішні канали комунікації для абсент-бару

Зовнішні канали комунікації	Характеристика	Статистичні дані
Зовнішня реклама	Вивіски в метро та транспорті. Такий спосіб поширення реклами вважається відносно недорогим та має можливість охопити велику кількість людей за географічною ознакою.	За даними дослідження на зовнішню рекламу (бігборди та вивіски) звертають увагу 16% українців, а на рекламу на транспорті — 11%. Але відсоток довіри до такої зовнішньої реклами становить лише 2%.
Динамічний ремаркетинг	Динамічний ремаркетинг дозволяє показувати користувачеві товари, які він раніше переглядав. Наприклад, можна запропонувати клієнту знижку на групу товарів, якою він цікавився. Вони дозволяють визначити, чим цікавиться користувач і де він. За підсумками цих даних система вибирає, кому показувати рекламу.	Під час використання пошукових систем на рекламні повідомлення звертають увагу 10% користувачів, 4% — звертають увагу на рекламу, яка розміщена на веб-сайтах, а 8% під час перегляду відеороликів. Відсоток довіри до інтернет реклами становить 3%.
Локальне SEO-просування	Згідно з дослідженням, користувачі щонайменше 3–4 рази на день шукають щось у Google та інших пошукових системах. Локальне SEO-просування дозволяє потрапити у топ пошуку в конкретному регіоні. Реєстрування в онлайн-каталогах — наприклад, у Google Мій бізнес. Так компанія почне відображатися на Google Картах, а ви збільшите шанси потрапити в топ-3 результатів, які показуються під геокартою. Публікування посилання на сторінки вебресурсу в соцмережах, а також ставайте активним учасником платформ на кшталт Reddit і просувати сайт там.	Google контролює трохи більше 92% світового ринку пошукових систем. Це включає 72% ринку настільних комп'ютерів та 92% ринку мобільних пошукових систем.

Продовження таблиці 2.6

Таргетинг у соцмережах	Таргетована реклама відповідає певним параметрам: стать, вік, освіта, геолокація, інтереси. Таку рекламу можна побачити у стрічці та stories, у розділі рекомендованих, у desktop-версіях соцмереж.	Число абонентів мобільного зв'язку до 2023 року становитиме 5,7 млрд людей, або 71% населення планети. Користувачі переключилися на смартфони, багато з них мають акаунти в соцмережах — 4,33 млрд станом на квітень 2021 року. Це величезна та активна аудиторія.
Комплексний SMM	SMM — один із найефективніших каналів просування бренду, якщо правильно створити стратегію. На основі цієї стратегії створено контент-план: прописується теми і дати публікацій, підготовуються якісні тексти, фото- та відеоконтент.	За даними eMarketers, 51% споживачів стали частіше використовувати соцмережі під час пандемії. У перші дні перегляди прямих ефірів у Instagram виросли на 70%, YouTube — на 15%, а TikTok — на 15%.
WOM-маркетинг	Створюється реферальна програма. Вона спонукає клієнтів запрошувати нових покупців за винагороду. Підвищується залученість до інтернету. Створюється конкурси, використовується інтерактивний контент та проводиться опитування у соцмережах. Використовування event-маркетингу. Івенти допомагають залучити аудиторію та мотивують учасників ділитися новинами з місця подій. Продумується система винагороди за відгуки. Стимулювання аудиторії розповідати про бренд у соцмережах.	За даними нашого дослідження, найбільш авторитетним джерелом інформації українці все ж таки вважають рекомендації родичів, друзів та знайомих, рівень довіри становить 46%. Також, 29% довіряють відгукам від покупців в мережі Інтернет. А ось до реклами за участю відомих людей та зірок відносяться менш довірливо, лише 3% опитаних довіряє такій рекламі.

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, цей маркетинговий план описує комплексну стратегію для встановлення бару "Apsinthion" як провідного місця для любителів абсента у Харкові. Завдяки використанню різноманітних каналів маркетингу, зацікавленості клієнтів унікальними враженнями та сильному бренду, ми впевнені у досягненні наших маркетингових цілей. Постійний моніторинг, адаптація та врахування відгуків клієнтів забезпечать успіх та прибутковість бару "Apsinthion". Приблизні маркетингові витрати на місяць складають **55000грн.**

2.3.2. Виробничий план

Запланований абсент-бар буде знаходитись в орендованому приміщенні(загальною площею 250 м²) в м.Харкові на вулиці Сумська , в якому буде розміщено торгова зала на 50 місць, барна зона, доготівельний та заготівельний цех.

На рік, витрати на оренду складуть: $145\,410 \text{ грн} * 12 = 1\,744\,920 \text{ грн}$, у зв'язку з тим що раніше в приміщенні був ресторан потрібен ремонт, витрати на капітальний ремонт, розробку дизайну інтер'єру складуть **900 000 грн.**[60]

Витрати на мебель разом з декором для торгового залу складають **500 000 грн.**

Характеристика основних постачальників сировини, продуктів та предметів матеріально-технічного забезпечення :

- Alcoclub, ArtDrink, Zelena Mavka та Магазин «Le Silpo» - постачальники абсенту та інших алкогольних напоїв;
- IceFish, ООО та Just Fish Trade, ТМ- постачальники риби та морепродуктів;
- МЕТРО та Магазин «Le Silpo» - постачальники м'яса, птиці, овочів та зелені, фруктів та ягід, бакалійні товари.

Обладнання для виробництва.

Для забезпечення виробництва необхідно мати різноманітне кухонне обладнання та інвентар. Загальна вартість обладнання та інвентаря становитиме **1 394 302 грн.**, детальний перелік якого наведено у Додатку Б.

Основними критеріями для вибору обладнання для заготівельного цеху є:

- Обсяг сировини, яка може бути оброблена за один раз;
- Функціональність та продуктивність обладнання;
- Вартість, енергоємність та габарити устаткування;
- Зручність та безпечність в експлуатації та обслуговуванні.

Основними критеріями для вибору обладнання для доготівельного цеху є:

- Функціональність та продуктивність обладнання;
- Вартість, енергоємність та габарити устаткування;
- Зручність та безпечність в експлуатації та обслуговуванні. [30,31]

Щорічні витрати на ремонт та експлуатацію обладнання становитимуть 5% від його вартості, що складає **69 715 гривень**.

Припускається, що середній термін корисного використання обладнання становить 4 роки, або 48 місяців.

Оскільки планується орендувати приміщення, яке раніше функціонувало як магазин, необхідно буде провести капітальний ремонт та оформлення в стилі абсент-бару. Вартість цих послуг оцінюється в **1 125 000 гривень**.

Амортизаційні відрахування є законним способом зменшення оподаткованого прибутку, що впливає на розмір податку на прибуток, який підприємство має сплатити. Розрахунок амортизаційних відрахувань для цього проєкту був проведений згідно зі статтею 144 Податкового кодексу України, використовуючи прямолінійний метод розрахунку амортизації. В розрахунок амортизації також додаткова увійшла вартість оренди будівлі за рік **1 744 920грн** та розробка веб-сторінки **50 000грн**. [17,38]

Детальна інформація про розрахунки амортизації наведені в таблиці 2.7., яку можна знайти в документі.

Таблиця 2.7.

Амортизація

Роки	Щомісяця	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Сума
Обладнання	35 533	438393,7	438393,7	438393,7	438393,7	438393,7	2191969
Всього	35 533	438393,7	438393,7	438393,7	438393,7	438393,7	

Джерело: розроблено автором.

Сума інвестицій на одноразові витрати складає: **4 658 937 грн.**

Виробнича потужність абсент-бара.

Графік роботи бара с 11:00 – 24:00. Прогнозовану динаміку завантаженості залу можна дізнатися з таблиці 2.8.

Таблиця 2.8.

Прогнозована динаміка завантаженості зали абсент-бара на 50 місць

Години роботи, год	Тривалість відвідування, год	Оборотність місця за годину, разів	Коефіцієнт завантаження зали, частка від одиниці	Кількість споживачів, осіб
16.00-17.00	40	1	0,5	25
17.00-18.00	40	1	0,5	25
18.00-19.00	40	1	0,5	25
19.00-20.00	40	1	0,6	30
20.00-21.00	60	1	0,8	40
21.00-22.00	90	1	0,8	40
22.00-23.00	90	0,5	0,6	15
23.00-24.00	60	0,5	0,4	10
24.00-01.00	40	0,5	0,3	7,5
01.00-02.00	40	0,5	0,3	7,5
Усього споживачів за день				225
Оборотність місця протягом дня				4,5

Джерело: розроблено автором.

Згідно прогнозованої кількості відвідувачів за день було розраховано приблизний обсяг реалізації продукції по групах і представлено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9.

Орієнтовані норми споживання страв за день

Група страв	Коефіцієнт споживання групи страв, осіб	Денна кількість страв групи, порцій
Холодні закуски	0,6	135
Основні гарячі страви та закуски	0,5	113
Солодкі страви (десерти)	0,4	90
Гарячі напої	0,3	68
Холодні напої	0,7	158
Алкогільні напої	1	225
Усього	3,5	789

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, згідно з розрахунками виробнича потужність абсент-бара на місяці складає 789 порцій.

Таким чином, була встановлена середня вартість на :

- Основні страви- 150 грн;
- Закуски-90 грн;
- Десерти-80грн;
- Алкогольні та безалкогольні напої – 125грн.

Дохід від реалізації представлено у фінансовому плані.

2.3.3.Необхідна дозвільна документація.

У юридично-правовому аспекті, згідно з чинним законодавством України, для реалізації організаційно-технічної сторони даного проєкту необхідно мати ряд дозвільних документів. Ці документи включають:[39,40,46]

- Реєстрацію юридичної особи;

- Укладення договору на оренду приміщення;
- Отримання дозволу від Державної служби з надзвичайних ситуацій (ДСНС);
- Отримання ліцензії на продаж алкоголю та тютюнових виробів;
- Реєстрацію торгової марки;
- Здійснення діяльності, пов'язаної з проєктом.

Щодо реєстрації юридичної особи, для ефективного функціонування проєкту найкращим варіантом буде створення Товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Таке товариство має статутний капітал, поділений на частки, і відповідає за свої зобов'язання лише своїм майном. Учасниками та засновниками ТОВ можуть бути як юридичні, так і фізичні особи. [39,40,46]

Для оренди приміщення необхідно укласти договір, який може бути простою письмовою угодою. Орендодавець передає приміщення орендареві за актом, що підписується обома сторонами договору. Крім того, приміщення для закладу громадського харчування повинно відповідати вимогам санітарно-епідеміологічної служби та пожежної безпеки.

Згідно зі законом "Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності" необхідно отримати висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи для об'єктів, що діють. Для отримання цього висновку потрібно подати заяву власника або уповноваженого ним органу, копію статуту, документ, що підтверджує правомірність володіння приміщенням (договір купівлі-продажу або оренди) та отримати погодження від СЕС щодо введення об'єкта в експлуатацію. Для отримання погодження СЕС слід звернутися до дозвільного центру, що знаходиться за місцезнаходженням підприємства. [18,19,20]

Для отримання дозволу від Державної служби з надзвичайних ситуацій (ДСНС) необхідно здійснити наступні кроки: [39,40,46]

1. Розробити декларацію відповідності матеріально-технічної бази суб'єкта господарювання вимогам законодавства щодо пожежної безпеки.
2. Подати та зареєструвати цю декларацію шляхом надсилання рекомендованим листом до державного адміністратора або до територіального органу ДСНС. Якщо декларацію подано безпосередньо державному адміністратору, вона передається територіальному органу ДСНС протягом одного робочого дня після надходження.
3. Засвідчити підписи на декларації: підпис фізичної особи – підприємця має бути засвідчений печаткою або нотаріусом, а підпис керівника юридичної особи має бути засвідчений печаткою юридичної особи.
4. Додатково, якщо суб'єкт господарювання має високий ризик у сфері пожежної безпеки, потрібно подати позитивний висновок щодо оцінки протипожежного стану підприємства, об'єкта або приміщення. Оцінку проводить сам суб'єкт господарювання, який має відповідну ліцензію.
5. Після подання декларації, ДСНС або її територіальний орган реєструють декларацію безоплатно протягом 5 робочих днів з дня надходження.

Враховуючи введення закону "Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності", місцева влада більше не надає дозволи на розміщення об'єктів торгівлі та послуг. Вимоги місцевих органів щодо отримання таких дозволів є неправомірними, оскільки законодавством не передбачено процедуру отримання таких дозволів. [39,40,46]

Отримати ліцензії на продаж алкоголю та тютюнових виробів можуть суб'єкти підприємницької діяльності, незалежно від форм власності, зокрема виробники, можуть здійснювати роздрібну торгівлю алкогольними напоями та тютюновими виробами за умови наявності ліцензій. [21,23,46]

Порядок отримання ліцензій встановлено Постановою Кабінету Міністрів України від 13.05.1996 р. № 493, оновленою 17.01.2014 р. [23]

Для отримання ліцензії потрібно подати такі документи:

- Заява;
- Довідка з податкової служби про взяття на облік;
- Копія документа, що підтверджує реєстрацію електронного касового апарату, засвідчена підписом керівника та печаткою підприємства.

Ліцензія видається протягом 10 календарних днів та має термін дії 1 рік.

Плата за ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями становить 8000 гривень на кожний окремий електронний контрольно-касовий апарат, зазначений у ліцензії. Цю плату можна сплатити щокварталу рівними частинами або наперед протягом року за вибором платника. [21,23,46]

До заяви необхідно додати копію виданої ліцензії, засвідчену нотаріально або посадовою особою органу ліцензування, а також документ, що підтверджує право користування приміщенням.

Окрім ліцензії, реєстрація торгової марки є бажаною, оскільки вона надає власнику численні переваги. Торгова марка дозволяє споживачам впізнавати продукцію та послуги підприємця. Власник торгової марки має ряд переваг, включаючи право використовувати марку, дозволяти або забороняти іншим особам використовувати її. Право на торговельну марку може бути передано як внесок у статутний капітал суб'єкта господарювання. Вартість права на торгову марку часто становить значну частину загальної вартості майна та майнових прав підприємства, особливо якщо марка є добре відомою. [21,23,46]

2.3.4.Організаційний план

Успіх будь-якого бізнесу залежить від професійної команди виконавців, починаючи від керівника і до робочих. Кадрова політика проєкту орієнтована на використання методів організації праці, які сприятимуть формуванню високопродуктивного та згуртованого колективу, здатного швидко виконувати свої обов'язки і реагувати на вимоги ринку.[9,11,16]

Загальне керівництво процесом створення абсент-бара, а також подальше управління господарсько-фінансовою діяльністю підприємства буде покладено на менеджера.

Для запланованого бару передбачається формування штату персоналу, в якому загалом буде 17 осіб. Орієнтовний штатний розклад наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10.

Штатний розклад абсент-бару «Arsinthion»

№ п/п	Посада	Кількість штатних співробітників	Місячний оклад на 1 особу	Єдиний соціальний внесок	Загальні витрати на оплату праці
1.	Адміністратор	1	22000	22%	26840
2.	Шеф повар	1	28000	22%	34160
3.	Су шеф	1	25000	22%	30500
4.	Повар 4 розряд	2	18000	22%	43920
5.	Бармен	2	18000	22%	43920
6.	Офіціанти	6	14000	22%	102480
7.	Прибиральниця-посудомийка	2	10000	22%	24400
8.	Менеджер	1	28000	22%	34160
9.	Гол.бухгалтер	1	23000	22%	28060
Усього		15	186000		368440

Джерело: розроблено автором.

Згідно з розрахунками загальні витрати на оплату праці з урахуванням єдиного соціального внеску на місяць складають **368 440 грн.** Кількість працівників виробничого персоналу визначається на основі функціональної потреби. Система оплати праці буде побудована на основі посадових окладів і буде залежати від фактично відпрацьованого часу та досягнень в роботі, що досягаються підприємством.

Структура організації визначає фіксовані зв'язки між підрозділами та працівниками. Вона є упорядкованою системою, що регулює управлінські завдання в організації. Організаційна структура є ключовим елементом для майбутнього успіху компанії. [11,16]

Організаційна структура управління абсент-бару представлена на рис. 2.4.

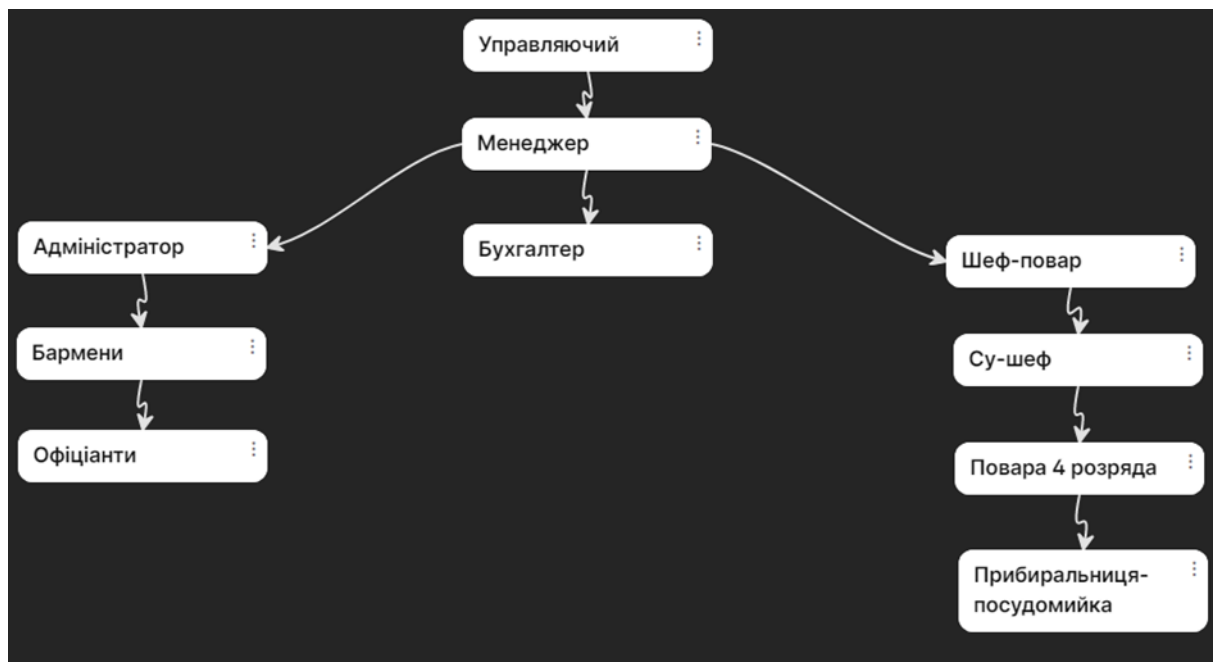


Рис.2.4. Організаційна структура абсент-бара

Джерело: Розроблено автором за допомогою програми PADLET

Директор підприємства відповідає за керування процесами фінансової діяльності, оплатою та стимулюванням праці, розробкою економічної стратегії та впровадженням прогресивних економічних ідей.

Бухгалтер займається керівництвом бухгалтерським обліком та звітністю, контролює своєчасне та правильне оформлення бухгалтерської документації, а також раціональне та економне використання ресурсів, дотримання правил бухгалтерського обліку та законодавства.

Адміністратор ресторану відповідає за організацію виробничого процесу, якість обслуговування клієнтів та постачання матеріально-технічних цінностей. Він також займається маркетингом, стратегією підприємства і вивченням ринку попиту на продукцію ресторанного господарства.

Персонал підприємства складають всі громадяни, які працюють на підприємстві на основі контракту (трудового договору) і беруть участь у його діяльності. .[11,16]

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Виходячи з цього розділу, можна зробити наступні висновки. Характеристика закладу його концепція та бізнес-модель розробляються на початку проєкта задля полегшення написання в подальшому бізнес-плану.

Також є важливим проаналізувати конкурентне середовище для визначення комерційної життєздатності бізнесу та його позиції на ринку. Аналіз конкурентів дозволяє визначити їхні сильні та слабкі сторони, які можна заповнити, та розробити стратегії для залучення та утримання цільової аудиторії.

SWOT- і PESTLE-аналіз допомагає визначити переваги та можливості бару, такі як місце розташування, сервіс, концепція та асортимент продукції, а також можливості для розширення асортименту продукції та послуг. Маркетинговий план допоможе зробити бар ключовим місцем для любителів абсенту за допомогою різних маркетингових стратегій і каналів.

Для забезпечення виробництва було визначено і пораховано вартість різноманітного кухонного обладнання та запасів. А також визначено важливі юридичні аспекти, такі як реєстрація підприємства, оренда приміщення та отримання дозволів і ліцензій для функціонування абсент-бара.

Згідно з розрахунками, було пораховано загальні витрати на оплату праці, включаючи єдиний соціальний внесок, які становлять 368 440 грн на місяць. Кількість виробничого персоналу визначається виходячи з функціональних потреб. Організаційна структура визначає фіксовані взаємовідносини між підрозділами та працівниками.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ АБСЕНТ-БАРУ «APSINTHION»

3.1. Фінансовий план відкриття абсент-бару.

3.1.1. Параметри проєкту.

Для організації розрахунків за проєктом, були прийняті наступні параметри бізнесу, які можна розділити на групи:[2,4,6]

- Загальні параметри;
- Параметри роботи бару;
- Оподаткування.

Загальні параметри використовуються для опису основних припущень у процесі розрахунків, які впливають на фінансову частину проєкту, представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Загальні параметри проєкта абсент-бар

Параметри	Допущення
Загальні параметри	
Валютний курс (USD / UAH)	1\$/36,5
Розрахункова процентна ставка за кредитом, % річних	7%
Ставка дисконтування, % річних	25%

Джерело: розроблено автором.

Параметри роботи, таблиця 3.2, абсент-бара, стосуються всіх параметрів загальної реалізації проєкту, тобто всіх його показників, які потрібні для проведення розрахунків за проєктом.

Таблиця 3.2.

Параметри роботи абсент-бара «Apsinthion»

Параметр	Припущення
Параметри роботи абсент-бара «Apsinthion»	
Споживання електроенергії, МВт/міс	30
Вартість електроенергії, грн/МВт з ПДВ	414,7
Споживання води на куб. м./міс.	418 куб. м.
Вартість води, грн/куб. м. з ПДВ	29,4
Витрати на зв'язок та Інтернет, грн/міс. з ПДВ	4400
Витрати на програмне забезпечення грн/міс. з ПДВ	2500
Витрати на обслуговування обладнання та ремонт грн з ПДВ	10000
Витрати на банківські послуги грн/міс. з ПДВ	2500
Витрати на придбання продуктів для виготовлення продукції грн/міс з ПДВ	400000
Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг з ПДВ	45000
Витрати на маркетингові послуги грн/міс. з ПДВ	55000

Джерело: розроблено автором.

Параметри оподаткування, таблиця 3.3., прийнято за проектом згідно з українським законодавством про оподаткування діяльності підприємства на території України.

Таблиця 3.3.

Оподаткування за проектом

Параметр	Припущення
Оподаткування	
Податок на прибуток	18%
ПДВ	20%
Єдиний соціальний внесок, %	22%

Джерело: розроблено автором.

3.1.2. Вихідні дані для розрахунків та їх документація

Вихідні дані для розрахунків умовно поділяються на такі групи:

- 1) Передумови до розрахунку необхідних інвестицій

Для створення абсент-бара «Apsinthion» за даним проєктом передбачається оренда будівлі. Загальна площа орендованого приміщення складатиме 250 м². Необхідний об'єм коштів для оренди строком на 12 місяців складає **1 744 920 грн.**

Обсяг інвестиційних витрат на будівництво, оснащення бару, можливий ремонт обладнання в майбутньому та створення сайту передбачається в розмірі **2 914 017 грн** і був прийнятий на підставі даних операторів ринку та ринкових цін на необхідні меблі та обладнання, а також витратні матеріали. Розмір даних витрат розрахований виходячи з інформації операторів ринку.

2) Передумови для формування плану продажів

Згідно з концепцією проєкту структура доходів складається з виручки від продажу страв, алкогольних та безалкогольних напоїв та доходу від додаткових послуг.[4,35,40]

Вихідними передумовами на формування плану доходів запланованого бару наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Вихідні дані доходів

Основні послуги	Середня вартість	Кількість днів	Коеф.завантаження	Кількість страв	Дохід
Основні страви	150	30	0,5	113	254250
Закуси	90	30	0,6	135	218700
Десерти	80	30	0,4	90	86400
Алкогольні та безалкогольні напої	125	30	1	451	1691250
Всього					2250600
Доходи від додаткових послуг					
	Вартість од	Кількість днів	Коефіцієнт завантаженості	Кількість людей	Дохід
Продаж абсенту	950	10	1	0,5	4750
Організація банкетів	20000	1	1	2	40000
Доставка	20	30	1	10	6000

Продовження таблиці 3.4.

Дегустації	1500	2	1	10	30000
Майстер-класи	500	1	1	10	5000
Всього					85750

Джерело: розроблено автором.

3.1.3. Джерела фінансування проєкту. Цільовий напрям інвестицій та графік вкладання коштів

Загальна вартість проєкту складає **4 658 937 грн.** Фінансування проєкту відбуватиметься за рахунок кредитних коштів у розмірі 80% необхідних інвестицій.

Напрями капіталовкладень у проєкт можна побачити в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Напрями інвестування проєкта абсент-бар «Apsinthion»

Статті витрат	Власні кошти	Позикові кошти	Усього
Оренда будівлі	348984	1395936	1744920
Капітальний ремонт	280000	1120000	1400000
Обладнання	278860	1115442	1394302
Сайт	10000	40000	50000
Можливий ремонт обладнання	13943	55772	69715
Процентне співвідношення	20%	80%	100%

Джерело: розроблено автором.

Найбільший обсяг інвестицій буде спрямований на оренду та капітальний ремонт приміщення – **3 144 920 грн**, що у відсотковому співвідношенні становитиме **82 %** від загальної суми інвестицій. Наступною суттєвою статтею початкових інвестицій виступає обладнання бару та кухні, на що буде витрачено **17,5%** від загальної суми всіх капіталовкладень, що у грошовому еквіваленті дорівнює **1 394 302 грн**. На можливий ремонт обладнання в майбутньому буде

виділено **69715 грн** або **0,3%**. На розробку та створення сайту буде направлено **50000** грн або **0,1%** від загального обсягу інвестицій.

Структура інвестиційних вкладень наведена на Рис.3.1.



Рис.3.1. Структура інвестиційних вкладень.

Джерело: розроблено автором.

3.1.4.Прогноз доходів за проєктом

Сумарний обсяг доходів було розраховано і записано в таблицю 3.6. Згідно з цих показників загальна сума за проєктом за 5 років реалізації складе **99 728 806 грн**.

Таблиця 3.6.

Схема доходів за проєктом абсент-бар «Apsinthion».

Реалізація	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Дохід (харчування та напої)	23068650	23299336,5	23532329,9	23767653	24005330	117 673 299,4
Дохід (дод.послуги)	878937,5	887726,9	896604	905570	914626	4 483 464,4
Всього	23947588	24187063,9	24428934,5	24673223,9	24919956	99 728 806

Продовження таблиці 3.6.

Щорічний приріст доходу	-	1%	2%	3%	4%	-
-------------------------	---	----	----	----	----	---

Джерело: розроблено автором.

Згідно з таблицею 3.6, сумарний обсяг доходів за проектом абсент-бару "Arsinthion" за п'ять років реалізації складе 99 728 806 грн. Дохід від харчування та напоїв зростатиме протягом п'яти років, починаючи з 23 068 650 грн у перший рік і досягаючи 24 005 330 грн у п'ятий рік. Дохід від додаткових послуг також збільшуватиметься, з 878 937,5 грн у перший рік до 914 626 грн у п'ятий рік.

На основі цих даних можна зробити висновок, що проект абсент-бару "Arsinthion" передбачає зростання доходів з року в рік. Ці дані свідчать про потенційну прибутковість проекту, оскільки загальна сума доходів зростатиме з часом. Однак, при оцінці проекту також слід враховувати витрати, ризики та інші фактори, щоб отримати повну картину щодо його прибутковості та рентабельності.

3.1.5.Звіт про доходи і витрати

За весь прогнозований період показники прибутку та витрат дозволяють сформувати обсяг накопиченого чистого прибутку, протягом 5 років. Результати показників представлені в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7.

Звіт про прибутки та збитки за проектом абсент-бар «Arsinthion».

Період проекту	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Sales (Валовий дохід)	23947587,5	24426539,25	25159335,4	26165708,8	27473994,3	127173165,25
ПДВ	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Net Sales	19956322,92	20355449,38	20966112,9	21804757,4	22894995,2	105977637,8

Продовження таблиці 3.7.

Собівартість надання послуг	4646691	4720184	4832628	4987051	5187801	24374355
Електроенергія, інші комунальні послуги	312000	312000	312000	312000	312000	1560000
Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ)	4421280	4509706	4644997	4830797	5072336	23479116
Обслуговування обладнання, ремонт	120000	120000	120000	120000	120000	600000
Придбання продуктів для виготовлення продукції	4800000	4800000	4800000	4800000	4800000	24000000
Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг	540051	540051	540051	540051	540051	2700255
Gross Profit (Валовий прибуток (збиток))	15309632	15635266	16133485	16817707	17707194	81603284
EBITDA	8990192	8695893	7961265	6194110	2202808	34044988
Амортизація	465894	465894	465894	465894	465894	2329470
EBIT	8263298	7968999	7234371	5467216	1475914	30409798
Відсотки за кредит	261000	261000	261000	261000	261000	1305000
Income Tax (на загальній системі - 18% з прибутку)	1487393,6	1434419,8	1302186,8	984098,8	265664,5	5473763,5
Net Profit	6775905	6534579	5932185	4483117	1210250	24936036

Джерело: розроблено автором.

Відповідно до прогнозних розрахунків, формування прибутку за проєктом в цілому представлено в таблиці 3.8., протягом п'яти років за такими

показниками як : Чистий дохід від реалізації , SG&A (витрати адміністративні та витрати на збут), Амортизація , Чистий прибуток -,а також графічно на рис.3.2.

Таблиця 3.8.

Формування прибутку за проектом абсент-бар «Arsinthion».

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Чистий дохід від реалізації	19956322,92	20355449,38	20966112,9	21804757,4	22894995,2
SG&A (витрати адміністративні та витрати на збут)	6319440	2859373	4092220	6543597	11424387
Амортизація	465894	465894	465894	465894	465894
Чистий прибуток	6775905	6534579	5932185	4483117	1210250

Джерело: розроблено автором.

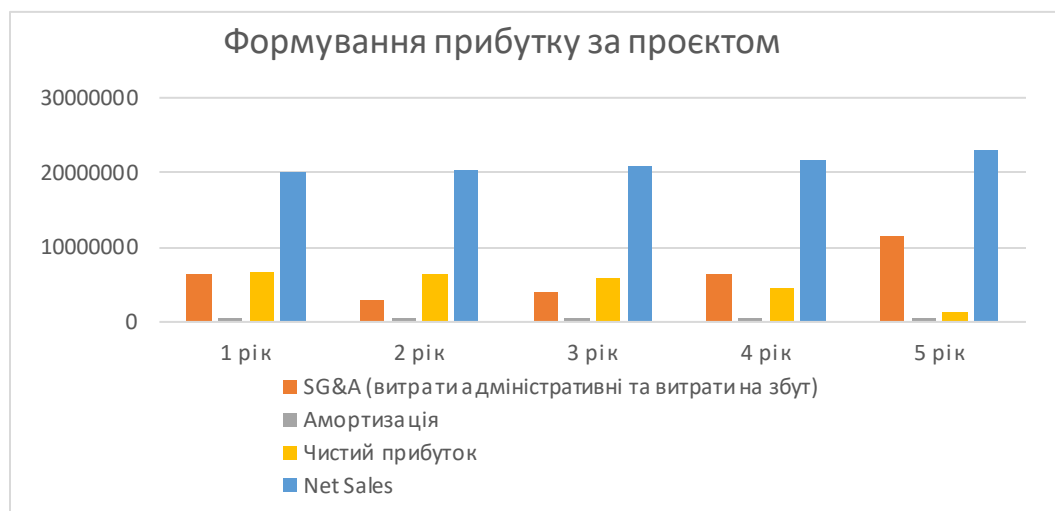


Рис.3.2. Формування прибутку за проектом.

Джерело: розроблено автором.

За прогностичними розрахунками, проект абсент-бару "Arsinthion" показує прибутковість протягом п'яти років. З таблиці 3.8. видно, що чистий дохід від реалізації зростатиме з 19 956 322,92 грн у перший рік до 22 894 995,2 грн у п'ятий рік. В той же час, витрати адміністративні та витрати на збут (SG&A) будуть змінюватись, зменшуючись від 6 319 440 грн у перший рік до 11 424 387 грн у п'ятий рік. Амортизаційні витрати залишатимуться на одному рівні протягом

всього періоду - 465 894 грн. Чистий прибуток також варіюватиметься від **6 775 905 грн** у перший рік до **1 210 250 грн** у п'ятий рік.

На основі цих даних можна зробити висновок, що проект абсент-бару "Arsinthion" виявляється прибутковим і показує зростання прибутку з часом. Однак, витрати на адміністративну та збутову діяльність також збільшуються, що може вплинути на чистий прибуток. Для отримання більш повної оцінки проекту, необхідно враховувати інші фактори, такі як інвестиційні витрати, податки, інфляція та інші ризики, які можуть вплинути на фінансові показники.

2.9.6.Звіт про рух грошових потоків за проектом

Початкові інвестиції проекту складають **4 658 937 грн**. Завдяки таким притокам як : прибуток, амортизація, коефіцієнт дисконтування, грошові потоки, дисконтовані грошові потоки та чистий дисконтований грошовий потік,- було розроблено звіт про рух грошових коштів протягом п'яти років за проектом абсент-бар "Arsinthion". Результат відображено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9.- Ефективність проекту абсент-бар «Arsinthion».

Притоки	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Прибуток	6775905	6534579	5932185	4483117	1210250
Амортизація	465894	465894	465894	465894	465894
Сума (Прибуток+Амор тизація)	7241799	7000473	6398078	4949011	1676144
Коефіцієнт дисконтування	0,8	0,64	0,512	0,4096	0,32768
CF (грошові потоки)	7241798	7000473	6398078	4949011	1676143
NCF (дисконтовані грошові потоки)	5793439	4480303	3275816	2027115	549239
Чистий дисконтований грошовий потік, NPV	1134502	5614804	8890620	10917735	11466974

Джерело: розроблено автором.

Отже, згідно з таблицею 3.9., чистий дисконтований грошовий потік (NPV) для кожного року протягом п'яти років складає:

- 1 рік: 1 134 502 грн;
- 2 рік: 5 614 804 грн;
- 3 рік: 8 890 620 грн;
- 4 рік: 10 917 735 грн;
- 5 рік: 11 466 974 грн.

Зазначені значення відображають чистий прибуток проєкту після врахування витрат та коефіцієнта дисконтування. Позитивне значення NPV свідчить про те, що проєкт може бути ефективним, оскільки чистий дисконтований грошовий потік перевищує початкові інвестиції, і окупність проєкту може настати 1 році.

3.2.Оцінка ефективності та ризиків бізнес-плану

3.2.1.Оцінка інвестиційної привабливості проєкту : NPV, IRR, DPP, PI.

Оцінка інвестиційної привабливості та прибутковості проєкту передбачає оцінку різних фінансових показників, зокрема: [16,52,58]

- NPV (чиста приведена вартість): NPV розраховує чисту вартість проєкту шляхом віднімання початкових інвестицій від поточної вартості очікуваних грошових надходжень і відтоків протягом певного періоду часу. Позитивне значення NPV вказує на прибутковість проєкту;
- IRR (внутрішня норма рентабельності): IRR являє собою ставку дисконтування, при якій NPV проєкту дорівнює нулю. Вона вимірює внутрішню норму прибутковості або рентабельність проєкту і порівнюється з необхідною нормою прибутковості інвестицій. ;[16,52,58]

- DPP (Дисконтований період окупності): DPP визначає час, необхідний для того, щоб дисконтовані грошові потоки проекту зрівнялися з початковими інвестиціями. Він враховує вартість грошей у часі;
- PI (Індекс прибутковості): PI - це відношення теперішньої вартості майбутніх грошових потоків до початкових інвестицій. Він вимірює прибутковість проекту, де значення більше 1 вказує на прибутковість. [16,52,58]

Ці показники дають уявлення про фінансову життєздатність і прибутковість інвестиційного проекту. Наша ставка дисконтування дорівнює 25%.

При даному рівні ставки дисконтування було отримано наступні показники, в таблиці 3.10, що характеризують ефективність реалізації проекту.

Таблиця 3.10.

Оцінка інвестиційної привабливості та рентабельності проекту абсент-бар «Apsinthion».: NPV, IRR, DPP, PI

Показник	Розмір вимірювання	Значення
Початкові інвестиції	UAH	4 658 937
Дисконтований період окупності (Discount payback period)-DPP	місяців	10
Проектний період (Project period) PP	місяців	8
Чиста поточна вартість проекту (Net Present Value) - NPV	UAH	11466974
Внутрішня норма дохідності (Internal rate of return)- IRR	%	147
Індекс прибутковості вкладень (Profitability index)- PI	Од.	2.461285437

Джерело: розроблено автором.

Показники ефективності проекту характеризуються наступним чином:

- Чиста поточна вартість проєкту (NPV). Даний показник, згідно з даними Таблиці більше «0». Отримана сума показника чистої наведеної вартості в **11 466 974 UAH** підтверджує прибутковість проєкту і свідчить про те, що всі наведені до сьогоднішньої вартості грошові надходження перевищують вкладені в проєкт кошти, що свідчить про високу ефективність інвестицій, що здійснюються. Показник NPV відображає різницю між сумою грошових надходжень та виплат, приведених до поточного моменту часу (моменту оцінки інвестиційного проєкту). Його також можна інтерпретувати як загальний прибуток інвестора за період реалізації проєкту, отриманий в результаті вкладення інвестицій у поточний проєкт;
- Внутрішня норма доходності проєкту (IRR) Внутрішня норма доходності (середній дохід на вкладений капітал, який забезпечується цим інвестиційним проєктом) дорівнює 147%. Внутрішня норма доходності визначає максимальну вартість капіталу, за якого інвестиційний проєкт залишається вигідним. Інакше кажучи, це середній дохід на вкладений капітал, який забезпечується цим інвестиційним проєктом, тобто ефективність вкладень капіталу в даний проєкт дорівнює ефективності інвестування під 7% відсотків у будь-який фінансовий інструмент з рівномірним доходом. Дисконтований період окупності проєкту складає 10 місяців. Це означає, що на 1 рік проєкт повністю окупиться з урахуванням фактора дисконту;
- Показники прибутковості вкладень проєкту: За цим проєктом індекс прибутковості вкладень становить 2.461285437, що означає наступне: кожна витрачена компанією грошова одиниця принесе їй у ході реалізації проєкту 2.461285437 одиниць дисконтованих грошових надходжень.

3.2.2. Специфічні ризики пов'язані з проєктом абсент-бар «Apsinthion».

Проект "Абсент-бар", як і будь-який інший бізнес, пов'язаний з певними ризиками, які можуть вплинути на ефективність бізнес-плану. Конкретні ризики, пов'язані з абсент-баром, та їхній потенційний вплив були наведені нижче:

- Юридичні та регуляторні ризики: Одним з основних ризиків є дотримання законів і нормативних актів, що стосуються продажу та споживання алкоголю. Неотримання необхідних ліцензій та дозволів або недотримання законодавчих вимог може призвести до штрафів та пені або навіть закриття закладу. Щоб мінімізувати цей ризик і утримати бізнес у правовому полі, важливо повністю розуміти і дотримуватися всіх відповідних законів і нормативних актів;[17,18,19,40]
- Ризики для здоров'я та безпеки: Управління баром пов'язане з ризиками для здоров'я та безпеки як для клієнтів, так і для працівників. Ці ризики включають належне поводження з алкоголем та його зберігання, підтримання чистоти та гігієни, запобігання інтоксикації алкоголем та пов'язаним з цим нещасними випадками, а також дотримання правил охорони здоров'я та безпеки. Недотримання цих вимог може призвести до проблем зі здоров'ям, нещасних випадків, юридичної відповідальності та завдання шкоди репутації бару; [17,18,22,40]
- Конкуренція на ринку: Успіх абсент-барів залежить від залучення та утримання клієнтів в конкурентному середовищі. Можуть існувати інші бари та підприємства, що пропонують подібні послуги та альтернативні алкогольні напої. Конкуренція може вплинути на прибутковість бару та його частку на ринку. Щоб зменшити цей ризик, важливо слідкувати за змінами на ринку. Та удосконалюючи регулярно концепцію пропонуючи унікальний досвід, широкий асортимент якісного абсенту, відмінне обслуговування та гостинну атмосферу;[27,33,34]

- Зміна споживчих уподобань: Споживчі вподобання та тенденції змінюються з часом і можуть впливати на попит на певні продукти та досвід. Популярність абсенту і концепцій барів може коливатися, впливаючи на аудиторію і доходи. Регулярні маркетингові дослідження та постійна увага до споживчих уподобань допоможуть завчасно виявити зміни та адаптуватися до мінливих тенденцій і залишатися актуальними та привабливими для клієнтів;[33,37,45]
- Економічні фактори: економічні умови, такі як інфляція та зміна наявного доходу, можуть впливати на кількість витрат. У періоди економічного спаду в країні споживачі можуть скоротити свої витрати на предмети розкоші та спеціалізовані послуги, що може вплинути на доходи бару. Розробка стратегії залучення клієнтів як у сприятливій, так і в несприятливій економічній ситуації може допомогти пом'якшити цей ризик;[37,47]
- Ризик з постачальниками: Наявність, якість і вартість абсенту та іншої сировини, що використовується в барах, можуть вплинути на прибутковість. Коливання в постачанні, зміни цін і труднощі з пошуком справжнього високоякісного абсенту можуть вплинути на роботу бару і задоволеність клієнтів. Побудова міцних відносин з перевіреними постачальниками та регулярна оцінка ланцюжка поставок можуть допомогти передбачити цей ризик;
- Репутація та управління брендом: Репутація має вирішальне значення для успіху бару. Негативний досвід клієнтів, погані відгуки в Інтернеті або проблеми зі зв'язками з громадськістю можуть зашкодити іміджу бару та вплинути на його клієнтську базу. Щоб зменшити цей ризик, важливо впровадити ефективне обслуговування клієнтів, підтримувати присутність в Інтернеті та постійно управляти репутацією бару.[49,50,55]

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Згідно з наданими даними, проект має хороші показники прибутковості та демонструє ефективність інвестицій. Основними показниками, що підтверджують це, є наступні:

- Чиста поточна вартість (NPV) проекту: значення NPV становить 11 466 974 грн, що більше нуля. Це свідчить про те, що сума грошових надходжень перевищує витрати та інвестиції;
- Внутрішня норма рентабельності (IRR): IRR проекту становить 147%. Це означає, що середня віддача на інвестований капітал проекту є дуже високою;
- Дисконтований період окупності: проект повністю окупиться протягом 10 місяців з урахуванням ставки дисконтування;
- Індекс прибутковості: значення індексу прибутковості становить 2,461285437.

Ці показники свідчать про те, що поточні проекти є високоефективними та прибутковими. З огляду на ці результати, інвестори можуть розраховувати на отримання прибутку та повернення інвестицій у короткий термін.

Проект абсент-бару пов'язаний з різними ризиками, які можуть вплинути на ефективність бізнес-плану. Ці ризики включають дотримання законодавчих та регуляторних норм, проблеми охорони здоров'я та безпеки, ринкову конкуренцію, зміну споживчих уподобань, економічні фактори, ризики, пов'язані з ланцюжком поставок та ціноутворенням, а також управління репутацією.

Проведення комплексної оцінки ризиків, розробка планів на випадок надзвичайних ситуацій, впровадження надійних операційних процедур, а також постійний моніторинг та адаптація бізнес-плану дозволяють пом'якшити потенційні негативні впливи.

ВИСНОВКИ

Бізнес-план - це комплексний документ, який окреслює цілі, стратегії, фінансові прогнози та операційні деталі бізнес-підприємства. Він слугує дорожньою картою для організації, забезпечуючи чіткий напрямок і структуру того, як бізнес буде запускатися, управлятися і розвиватися. Тому Бізнес-план є необхідним інструментом для відкриття абсент-бару «Arsinthion» або будь-якого іншого бізнесу з наступних причин:

- Стратегічне планування: Бізнес-план допоміг визначити бачення, місію та цілі абсент-бару;
- Управління фінансами: Добре розроблений бізнес-план включає фінансові прогнози, бюджетування та аналіз грошових потоків. Він допомагає зрозуміти витрати, пов'язані зі створенням і функціонуванням абсент-бару, визначити цінову стратегію та спрогнозувати доходи і витрати;
- Спілкування з інвесторами та кредиторами: Бізнес-план надає всебічний огляд бізнес-концепції, ринкового потенціалу та фінансових прогнозів, що викликає довіру у потенційних інвесторів та кредиторів;
- Операційне керівництво: Бізнес-план описує операційні аспекти роботи абсент-бару, такі як місце розташування, обладнання, вимоги до персоналу, управління запасами та маркетингові стратегії;
- Оцінка та зменшення ризиків: Завдяки дослідженню та аналізу ринку бізнес-план допомагає визначити потенційні ризики та виклики, з якими може зіткнутися абсент-бар;
- Моніторинг та оцінка: Бізнес-план є орієнтиром, за яким можна оцінити фактичну ефективність та вносити необхідні корективи в бізнес-стратегії для роботи абсент-бару.

Таким чином, в результаті розробки проєкту абсент-бару «Arsinthion» було встановлено, що для його реалізації знадобиться **4 658 937 UAH**. Проєкт фінансуватиметься за рахунок кредитних коштів, у розмірі 80% від вартості проєкту.

Було визначено, що проєкт є прибутковим та ефективним для впровадження, що підтверджують не лише показники прибутковості та рентабельності, а й показники інвестиційної привабливості:

- Рівень чистого прибутку за п'ять років становитиме **24 936 036 UAH**;
- CF грошовий потік за 5 проєктних років становить **27 265 503 UAH**.

Ставка дисконтування проєкту абсент-бару «Apsinthion» складає 25 %, за неї досягаються такі показники інвестиційної привабливості:

- Чиста поточна вартість проєкту NPV – **11 466 974 UAH**;
- Внутрішня норма доходності на рівні 147 %;
- Дисконтований період окупності – за перший рік.

Показники ефективності проєкту свідчать про наявність «запасу міцності» проєкту, що гарантує своєчасне повернення вкладених коштів навіть у разі негативних відхилень фактичних даних реалізації проєкту від розрахункових даних.

Створення абсент-бару «Apsinthion» для відпочинку є актуальним та рентабельним проєктом. Сумарний грошовий потік позитивний протягом усього проєктного періоду, що демонструє збалансованість доходних та витратних статей проєкту.

Таким чином, у цьому бізнес-плані описано концептуальні моменти організації такого бізнесу. Надалі, при реалізації цього проєкту досягнуті результати будуть багато в чому залежати від місця розташування проєкту, постачальників продуктів та алкогольних напоїв, встановлюваної вартості для страв та коктейлів і маркетингової стратегії, що проводиться.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В.М. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. - Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІКНТЕУ, 2016. – 224 с.
2. Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с.
3. Діденко Є. О., Нянчур Б. С. Бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством. Економіка та держава. 2016. № 12. С. 78–81
4. Должанський З. І., Загорна Т. О. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2019. 384 с.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 728 с.
6. Козловський В. О., Лесько О. Й. К59 Бізнес-планування. Навчальний посібник. Видання 2-е, доповн. та переробл. – УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 241 с
7. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. від традиційного до цифрового: посібник для кожного спеціаліста з маркетингу. –К.: КМ Букс, 2019. –224 с.
8. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. –К.: Хімджест, 2008. –720 с.
9. Кушлик Ю.О., Степанюк Г. С. Стратегічне управління: навч. посіб. Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, каф. менеджменту і адміністрування. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 235 с.
10. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3-7.

- 11.Макаренко С.М., Олійник Н.М. Бізнес-планування: Навч.посіб.- Херсон: ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД»,2017.-224 с.
- 12.Македон В. В. Бізнес-планування: Навч. посіб. - Київ: Центр учбової літератури, 2009. -236 с.
- 13.Опорний конспект лекцій та методичні вказівки до самостійного опанування дисципліни «Бізнес-планування» для студентів спеціалізацій
281Шапошнікова О.М. , В.А Шаповал. – Д.: НГУ, 2017. – 46 с.
- 14.Світлична О.С. Особливості бізнес-планування в страхових компаніях Вісник соціально- економічних досліджень. Вип. №4 (47) / ОНЕУ, 2012. – №4 (47). - С. 229 – 23
- 15.Стратегічний маркетинг / Л.І. Третьякова, Н.С. Косар // Навчальний посібник – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – 256 с.
- 16.Юрко І. В. Бізнес-планування в готельно-ресторанному господарстві : навч.-метод. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2019. 123 с.

Закони та інші нормативні документи:

- 17.Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI : станом на 6 трав. 2023 р. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
- 18.Правила пожежної безпеки В Україні(НАПБ А.01.001-95).
- 19.Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України № 4004-XII; зі змін. від 17.12.2020 № 1113-IX. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4004-12#Text>
- 20.Про затвердження Нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства та Порядку застосування нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства : Наказ № 1111 від 12.10.2009 р. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

- 21.Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-ХІІ : станом на 15 квіт. 2023 р. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
- 22.Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2695-ХІІ; зі змін. від 15.07.2021 № 1667-ІХ. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
- 23.Про Тимчасовий порядок видачі ліцензій на право імпорту, експорту, оптової торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами і роздрібною торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами : Постанова Каб. Міністрів України від 13.05.1996 р. № 493 : станом на 30 серп. 2019 р. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/493-96-п#Text>.

Інформаційні ресурси

24. 5 сил Портера. Дія.Бізнес - Головна сторінка. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/5-sil-portera>.
- 25.Бєбко-Мінаєва А. Як відновити ресторанний бізнес під час війни: Досвід співвласниці ресторанної мережі Rose Family. WoMo – Дайджест ділової жінки. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://womo.ua/yak-vidnoviti-restoranniy-biznes-pid-chas-viyni-dosvid-spivvlasnitsi-restorannoyi-merezhi-rose-family/> .
- 26.Білас М. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. VoxUkraine | «Вокс Україна» – більше ніж найкраща аналітика про Україну. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stand-ta-klyuchovi-tendentsiyi> .

27. Близько 50% харківських ресторанів та кав'ярень відновили роботу. Гвара Медіа. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://gwaramedia.com/blizko-50-harkivskih-restoraniv-ta-kav-yaren-vidnovili-robotu/>.
28. Богів Я. Формування бізнес-плану підприємства. Економічна наука. 2010. С. 88–89. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=736&i=23> .
29. Веселов В. Бізнес-план: значення, види, структура та покрокова інструкція створення. SendPulse. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/business-plan> .
30. Головач А. Як вибрати обладнання для бару. Poster POS – програма автоматизації HoReCa. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://joinposter.com/ua/post/yak-vybraty-obladnannya-dlya-baru>.
31. Головна. Барний інвентар Обладнання та інвентар бармена Київ Україна. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://bartrigger.com.ua/>.
32. Громов О. Бізнес план: приклади, структура та як скласти. Weblium. 2021. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://ua.weblium.com/blog/biznes-plan-sho-ce-yak-sklasti-prikladi>.
33. Гутгарц К. Відкриваємо заклад громадського харчування: ресторан, кафе, бар. Prostorova.ua. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: https://ua.prostopravo.com.ua/prava_biznesu/stvorenniya_biznesu/statti/vidkrivaemo_zaklad_gromadskogo_harchuvannya_restoran_kafe_bar .
34. Де рестораторам жити добре. Як змінився ринок кафе та ресторанів за пів року війни – інфографіка. Новини бізнеса, економіки НВ Бізнес. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/yak-za-pivroku-viyni-zminivsya-ukrajinskiy-rinok-kafe-ta-restoraniv-novini-ukrajini-50267978.html> .
35. Дія.Бізнес - Головна сторінка. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://business.diia.gov.ua/idea/gastronomia/bar>.

- 36.Коюда В., Пасько М. Методологічний підхід до бізнес-планування розвитку підприємства.Бізнесінформ.С.392–402. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/10721> .
- 37.Кулінарний батальйон: як ресторани годують військових ЗСУ й територіальної оборони . Програма підтримки підприємництва "Будуй своє". [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://buduysvoe.com/publications/kulinaryy-batalyon-yak-restorany-goduyut-viyskovykh-zsu-y-terytorialnoyi-oborony> .
38. Методи нарахування амортизації - бібліотека buklib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://buklib.net/books/28921/>.
- 39.Михайленко О., Годун В., Юхименко Є. Розробка бізнес-плану підприємства. «Youngscientist».2021.С.211–214. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/754/> .
- 40.Організація роботи закладів ресторанного господарства. Окремі види діяльності та господарські операції. Золотий фонд | Factor. Factor Про Податки та Бухоблік. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/golden/g-03/article-1706.html>.
- 41.Оренда фасадного приміщення - комерційна нерухомість в Харкові. Проріат Комерційна Нерухомість. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://proriat-realestate.com/uk/property/orenda-fasadnogo-primishchennya-komercijna-neruhomist-v-harkovi/>.
- 42.Програмний РРО (ПРРО) для ресторанів та кафе від Poster. Poster POS – програма автоматизації HoReCa. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://joinposter.com/ua/programniy-rro>.
- 43.Рейнікова В. Оборотність місця в ресторані та кафе. розрахунок графіку завантаження залу | Блог Poster. Poster POS – програма автоматизації

- HoReCa. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://joinposter.com/ua/post/oborotnist-mistsya-v-restorani-ta-kafe>.
- 44.Сегментація цільової аудиторії: техніка аналізу і як «влучити в ціль» - Idea Digital. IdeaDigital Agency. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://ideadigital.agency/blog/osnovni-metodi-segmentatsiyi-auditoriyi/>.
- 45.Силівейстр В. Цільова аудиторія ресторану. Як скласти портрет клієнта ресторану | Блог Poster. Poster POS – програма автоматизації HoReCa. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://joinposter.com/ua/post/tsilova-audytoriya-restoranu>.
- 46.Силівейстр В. Як відкрити бар: скільки коштує відкриття бару з нуля | Блог Poster. Poster POS – програма автоматизації HoReCa. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://joinposter.com/ua/post/yak-vidkryty-bar>.
- 47.Тріль М. Як ресторанний бізнес пережив 2022 рік: дослідження. AIN.Business. .[Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://ain.business/2022/12/30/yak-restorannyj-biznes-perezhyv-2022-rik-doslidzhennya/> .
- 48.Що таке Impact Canvas і чому обирати цю модель?. Дія.Бізнес - Головна сторінка. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://business.dia.gov.ua/en/handbook/impact-investment/so-take-impact-canvas-i-comu-obirati-cu-model>.
- 49.Як відкрити бар: покрокова інструкція для підприємця - Bizz Ідея. Bizz Ідея. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://bizznes.top/vidkryty-bar-jak-bizness/>.
- 50.Behmen A. 10 ways how restaurants failure can be avoid. POS Sector. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://possector.com/management/restaurant-failure> .

- 51.Bhasin H. 9 main objectives of business plan. Marketing91. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://www.marketing91.com/objectives-of-business-plan/> .
- 52.Businessplan.Marketing91. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL:<https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-plan>
- 53.Gray B. How to effectively conduct a PESTLE & SWOT analysis. LinkedIn. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://www.linkedin.com/pulse/how-conduct-pestle-swot-analysis-byron-gray>.
- 54.How to write a killer bar business plan. The Bottom Line by Square. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://squareup.com/us/en/the-bottom-line/starting-your-business/bar-business-plan>.
- 55.How to write A restaurant business plan in 2022- all you need to know. The Restaurant Times. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://www.posist.com/restaurant-times/resources/the-complete-guide-to-a-winning-restaurant-business-plan-2.html> .
- 56.MOJO pre-party bar. MOJO pre-party bar - Бар у Харків. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: https://mojo-pre-party-bar.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral.
- 57.Simplilearn. Business planning: it`s importance, types and key elements. Simplilearn.com. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://www.simplilearn.com/business-planning-article>.
- 58.Step by step guide to write A bar business plan. #1 Event Management Software | Perfect Venue. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://www.perfectvenue.com/post/bar-business-plan>.
- 59.Tips & tricks у проєктуванні кафе, барів та ресторанів. SKVOT / СКВОТ – онлайн-курси про рекламу, кіно та мистецтво | SKVOT. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://skvot.io/uk/blog/how-to-plan-a-cafe-bar-restaurant>.

60. You searched for - проріат комерційна нерухомість. Проріат Комерційна Нерухомість. [Електронний ресурс]- режим доступу до ресурсу URL: <https://proriat-realestate.com/uk/?s=&qodef-property-search=yes&qodef-search-type=&qodef-search-city=431&qodef-search-status=381>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Концептуальне меню

Назва страви	Вихід страви,г.
Холодні закуски	
Брускетта з анчоусом, в'яленим томатом і сиром моцарела (багет, консервовані анчоуси, моцарела, в'ялені томати, синя цибуля)	150
Брускета з ростбіфом, гусячою печінкою та желе мадера (багет, телячий биток, гусяча печінка, коньяк, цибуля, біле вино, вино Мадера, синя цибуля)	180
Овочевий сет брускетт (Класична брускетта з помідорами і базиліком, Брускетта з авокадо і в'яленими томатами, Кристини з кабачком і сиром рокфор, Брускетта з інжиром, рикоттой і рукколою)	400
М'ясний сет брускетт (Брускетта з куркою і пряним персиком, Брускетта з овочами і куркою, брускетта з яловичиною, томатами і песто, брускетта з хамоном.)	450
Сет брускетт з морепродуктів (Брускетти з кальмарами і гострим чилі, брускетта з крабом, брускетта із слабосоленим лососем і сиром філадельфія, брускетта з тунцем)	400
Коктейль із креветок з манго та авокадо (креветки, помідор, манго, авокадо, діжонська гірчиця)	160
Устриця № 3	1 шт
Устриця № 10	1 шт
Сирне асорті	
Хліб, крекери, оливки, томати. Сири: пармезан, грана падано, козиний сир(каприно, шевре), сир з блакитною пліснявою горгонзола, сир з молока буйвола BuffelKaas	500 гр
Великі оливки з кісточкою, два види горіхів, виноград, мед. Сири: один вид з білою пліснявою Булет д'Авен, один вид із зеленою пліснявою Стилтон, пармезан два сорти твердого молодого сиру(емменталь, маасдам)	500
Волоський горіх, кислі ягоди. Сири: з блакитною пліснявою(стільтон, рокфор) два види м'якого сиру з білою пліснявою Бюш-де-Шевр і Камбоцола, сир з козиного молока(клошет, шевре), твердий сир пармезан	500
Салати	
Салат з м'ясом краба апельсином і грейпфрутом (краб, ікра летючої риби, апельсин, грейпфрут, соус вінегрет)	170
Салат з креветками і манго (манго, креветки, листя салату, водорості чука, помідори чері, шніт-цибуля)	170
Теплий салат з телятиною, печеним фенхелем і смаженими грибами	200

(телячий ростбіф,фенхель, червоний солодкий перець, жовтий солодкий перець, баклажан, білі гриби, помідори черрі ,листя салату, несолодкий йогурт)	
Основні страви з м'яса	
Стейк на кістці з овочами гріль (стейк ті-боун,вустерський соус,баклажан, жовтий та червоний болгарський перець, спаржа, білі гриби, синя цибулина, томати чері)	330
Стейк з сиром камамбер (філе яловичини, сир камамбер, печериці, спаржа, суцвіття броколі,баклажан, болгарський перець, цукіні)	330
Основні страви з риби	
Морське асорті на грилі (сьомга, креветки, кальмари ,гребінці і інші молюски)	400
Філе лосося на грилі з овочами і соусам Песто (Лосось,баклажани ,цукіні, перець болгарський ,шампіньйони , помідори ,лук Шалот , соус Песто ,лимон)	500
Десерти	
Айвовий крамбл	170
Апельсиновий кекс	200
Лимонний тарт	200
Чізкейк	150
Ванільно-малинова панакота	200

Карта холодних та гарячих напоїв

Гарячі напої	
Чорний чай	350 мл
Зелений чай	350 мл
Espresso	70 мл
Americano	200 мл
Cappuccino	250 мл
Latte	200 мл
Flat White	250 мл
Холодні напої	
Лимонади:	
Манго-лічі (пюре манго, сироп лічі, ананасовий сік, сироп)	300 мл
Кокос-Лимонграс (лимонграс,кафір, кокосове молоко,імбир,сироп)	300 мл
Цитрусовий (лимон,апельсин, лайм , пюре юзу,сироп)	300 мл

Барна карта

Назва	Склад	Мл.в порції
Absinthe Drip Cocktail	Абсент, цукор, охолоджена вода	120
Absinthe Spider Highball	Абсент, ароматний біттер та імбирний ель	180
Absinthe by Jimmy	Абсент, сік лайма, охолоджена вода, цукровий сироп і ароматні біттери	150
Absinthe Frappe	Абсент, анісовий лікер, охолоджена вода, цукровий сироп	120
Absinthe Martini	Сухий джин, сухий вермут, абсент	90
Absinthe Mojito	Свіжий лайм, м'ята, абсент, лимонад	180
Absinthe Sour	Абсент, цукровий сироп, лимонний сік, яєчний білок і креольський біттер	150
Bohemian Mule	Абсент, сік лайма, цукровий сироп, імбирне пиво.	180
De La Louisiane	Житнє віскі, вермут, бенедектин, абсент, креольський біттер, охолоджена вода	120
Death in the Afternoon	Абсент, цукровий сироп, сухе шампанське або сухе ігристе-вино	120
Duchess	Солодкий вермут, сухий вермут, абсент, охолоджена вода, апельсиновий біттер	150
Fairy Cream	Абсент, монокрем, темний крем з какао, вершки	120
Green Swizzle	Світлий ром, білий ром, абсент, лікер Falernum, crème de menthe, сік лайма	150
Hemingway	Абсент, цукровий сироп, сік лайма, сухе ігристе вино	180
Neptunes Wrath	Сухий джин, абсент, лимонний сік, цукровий сироп, яєчний білок, Green Chartreuse	200
Obituary	Сухий джин, абсент, сухий вермут	120
Remember the Maine	Абсент, охолоджена вода, житнє віскі, бурбон, солодкий вермут, лікер з вишневого бренді	150
Sazerac Cocktail	Абсент, охолоджена вода, коньяк, житній віскі, бурбон, цукровий сироп, креольські біттери, ароматні біттери	90
Waldorf Cocktail No.1	Житнє віскі, солодкий вермут, абсент, апельсиновий біттер	120

Перелік обладнання заготівельного цеху

Найменування	Марка, виробник	Кількість одиниць, шт.	Ціна
Мийка одностороння з бортом	Метсейл, Україна Габаритні розміри: 600х600х850	4	9880
Вакуумний пакувальник	Sybo, Китай Габаритні розміри: 500х300х370	1	2299
Стіл з бортом і полицею	Метсейл, Україна Габаритні розміри: 500х700х850	5	13620
Стелаж настільний	Метсейл, Україна Габаритні розміри: 1650х350х750	1	1182
Кухонний промисловий візок 3 урівні	Sybo, Китай Габаритні розміри: 750х400х840мм	2	9840
Ваги 3кг ВТЕ-3-ТЗ-ДВ	Центровес, Україна	1	3185
Холодильна шафа	Sybo, Китай Габаритні розміри: 1220Х750Х2000	1	70000
Слайсер	RGV Lusso, Італія Габаритні розміри: 420×300×380	1	8400
Промислова м'ясорубка 30кг/час	ФАМА, Італія Габаритні розміри: 270х260х360	1	28380
Промислова овочерізка механічна	Sybo, Китай Габаритні розміри: 400х290х540	3	135000
Полка дворівнева навісна відкрита	Україна Габаритні розміри: 1000х300х500	2	2880
Куттер	Facem Італія Габаритні розміри: 210х210х400	1	14186
Разом			298 852

Перелік інвентарю заготівельного цеху

Найменування	Виробник	Кількість одиниць,шт	Ціна
Дошки	НАССР ,Нідерланди	5	2800
Кухонна трійка	Samura Damascus (SD0230)	2 комплекти (3 ножа в одному комплекті)	9200
Ніж для помідорів	"Tramontina Cor & Cor" №49752/23462/134(30)	2 шт	162
Ніж для стейків	elite Stalgast 293115	2 шт	820
Ніж для сиру	KELA Rondo	2 шт	700
Мусат	Arcos 30 см 278510	1 шт	568
Ножиці	Lessner 77842	2 шт	
Гастроємності	"GN1 / 1" "GN1 / 2" "GN1 / 4"	17 шт	5265
Усього			19515

Перелік обладнання доготівельного цеху

Найменування	Марка, виробник	Кількість одиниць, шт.	Ціна
Плита газова 4-х конфорочна з духовкою	CustomHeat Україна Габаритні розміри: 600 x 820 x 850	2	78840
Мікрохвильова піч професійна	Beckers Італія Габаритні розміри: 483x400x281	2	32544
Саламандра гриль електричний з суцільною поверхнею	CustomHeat Україна Габаритні розміри: 1000x420x400	1	82287
Шафа розстійна	CustomHeat Україна Габаритні розміри: 962 x 890 x 900	1	21912
Пароконвектомат	CustomHeat Україна Габаритні розміри: 975 x 960 x 1390	1	313470

Слайсер	FA 220 Celme (Італія)	1	13000
Холодильна шафа середньотемпературна	Cold S-1400	1	59740
Холодильна шафа низькотемпературна	Hurakan HKNGX650BT (код 02/2324)	1	68430
Ванна мийна	Ванна мийна 2-х секційна без полки 1300x700x850 мм Техно 2 Глибина 280 мм Україна	1	4645
Стіл с бортом и полкой	Метсейл, Україна Габаритні розміри: 900x700x850	6	27216
Подрібнювач харчових відходів	Hurakan Китай	1	8244
Разом			710 000

Перелік інвентарю доготівельного цеху

Найменування	Артикул ,виробник	Кількість одиниць, шт	Ціна
Дошки	НАССР ,Нідерланди	5	2800
Кухонна трійка	Samura Damascus (SD0230)	1 комплект(3 ножа в одному комплекті)	9200
Мусат	Arcos 30 см 278510	1 шт	568
Ножиці	Lessner 77842	2 шт	1300
Велика кухарська ложка	BRABANTIA 32,5 см (365201) Бельгія	2 шт	3460
Вінчик	BH 6207 - BERLINGER HAUS (Німеччина)	2 шт	400
Набір кухон. 7предм. (половник +картофел.+ ложка+ вилка+ лопатка+шумівка)	№МК-TL164	2 набори	5242

Щипці для грилю	Weber 6760	2 шт	3378
Виделка кухонна	Stalgast 320020	2 шт	300
Сито	Collapsible filter baskets	2 шт	350
Мірна ємність	"Еталон" №GR-03055/Горизонт/	2 шт	150
Електронний термометр	Digital Thermometer TP101	1 шт	375
Сковорода	Stalgast 35280	3 шт	6150
Гастроємності	"GN1 / 1" "GN1 / 2" "GN1 / 4" "GN1 / 6" "GN1 / 9"	20шт	9750
Усього			43423

Барне обладнання та барний інвентар

Найменування	Артикул ,виробник	Кількість одиниць, шт	Ціна
Барна станція з мийкою, рінзером, баком і полкою	549220 Україна	1	42 580
Льодогенератор	Arach ACB4925B A R290	1	48 568
Соковижималка	Sirman Apollo Eco Con Leva	1	15000
Фронтальна посудомийна машина (стаканомийка)	SILANOS S 021	1	40 994
Барний інвентар	Набір для бармена	2 набора	10000
Кассовий апарат (РРО)	програмний РРО від Poster	1	12000
Посуд і столове приладдя (чашки, тарілки, блюдця, склянки, ложки)	Бокали для абсенту 75 шт Винні бокали: 50-75 шт. Келихи для шампанського: 50-75 шт.	575 шт	132 250

	Рок-склянки (Old Fashioned): 75-100 шт. Коктейльні склянки: 75-100 шт. Шот-склянки: 100-150 шт.		
Автоматизація бару	Poster	1 рік	21120
Усього			322 512