ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи
доц. Данько Н.І.
_____

Кваліфікаційна робота

бакалавра

на тему: «Бізнес-план відкриття ресторанного підприємства (на прикладі мережі чайних «Teabook»)»

Виконав:
студент 4 курсу, групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Позьомін Максим Євгенович
Керівник:
к. е. н, доц. Писаревський Микола Ілліч
_____
Рецензент
к.е.н. доцент Іванова Ольга Анатоліївна
_____

Підсумкова оцінка:
за шкалою ЗВО: _____
кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

_____ _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2024 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

Студента Позьоміна Максима Євгеновича
Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Бізнес-план відкриття ресторанного підприємства (на прикладі мережі чайних «Teabook»)

затверджена наказом від 12.04.2024 року № 4002-5/809

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи розробки та обґрунтування бізнес-плану відкриття ресторанного підприємства	25.12.2023	
Бізнес-план Відкриття мережі чайних «Teabook»	22.04.2024	
Економічне обґрунтування бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook»	15.05.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 10.06.2024 р.
3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ: канд екон. наук, доц. Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ

Дата видачі завдання 1.12.2023 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником Максим ПОЗЬОМІН

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

АНОТАЦІЯ

Позьомін Максим Євгенович. Бізнес-план відкриття ресторанного підприємства (на прикладі мережі чайних «Teabook»)

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню розробці та обґрунтуванню бізнес-плану мережі чайних. Проаналізовано сутність бізнес-плану та особливостям його розробки та обґрунтування для відкриття ресторанного підприємства. Розроблено бізнес-план відкриття мережі чайних «Teabook». Надана характеристика концепції бізнес-ідеї створення чайної «TeaBook». Здійснено аналіз цільової аудиторії та конкурентного середовища. Розроблено виробничий, організаційний, фінансовий план відкриття мережи чайних. Здійснено економічне обґрунтування бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook».

Ключові слова: Бізнес-план, мережа чайних, бізнес-модель, франчайзинг.

ANNOTATION

Maksym Pozyomin. Business Plan for Opening a Restaurant Enterprise (based on the example of the "Teabook" tea house chain)

The qualification work is dedicated to the research, development, and justification of a business plan for a tea house chain. The essence of the business plan and the specifics of its development and justification for opening a restaurant enterprise are analyzed. A business plan for opening the "Teabook" tea house chain is developed. The concept of the business idea for creating the "Teabook" tea house is characterized. An analysis of the target audience and competitive environment is conducted. The production, organizational, and financial plans for opening the tea house chain are developed. The economic justification for the business plan of opening the "Teabook" tea house chain is carried out.

Keywords: business plan, tea house chain, business model, franchising.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА 8
1.1. Сутність «бізнес-плану» та особливості його розробки та обгрунтування..... 8
1.2. Характеристика типів ресторанних підприємств 12
1.3. Методичні підходи до розробки бізнес-планів та її особливості.... 15
Висновки до розділу 1 19
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ МЕРЕЖІ ЧАЙНИХ «TEABOOK» . 21
2.1. Характеристика концепції бізнес-ідеї створення чайної «TeaBook»21
2.2. Аналіз цільової аудиторії та конкурентного середовища..... 34
2.3 Виробничий та організаційний план..... 47
Висновки до розділу 2 52
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ МЕРЕЖІ ЧАЙНИХ «TEABOOK»…….…….. 55
3.1 Обґрунтування грошових потоків та фінансовий план закладу……55
3.2 Оцінка економічної ефективності бізнес-плану…….….58
Висновки до розділу 3 63
Висновки 65
Список джерел..... 70
Додатки ……76

ВСТУП

Не зважаючи на важкі часи, в Україні відкриваються нові заклади харчування. Аналіз ресторанного ринку демонструє, що найбільша частка нових закладів, які відкриваються, але можуть швидко закритися, є кав'ярні. Основним напоїм, який пропонують кав'ярні є кава, але інший напій, який є також дуже популярним є чай. Закладів, які спеціалізуються на чаї, як основному напої, що пропонуються клієнтам, є чай. Але культура та ситуації, коли клієнти обирають чай, відрізняються від ситуацій, коли обираються кава. Актуальність відкриття нової чайної може обумовлюватися великою кількістю чинників. Так, зростанням популярності чайної культури обумовлюється популяризацією здорового способу життя – все більше людей турбуються своїм здоров'ям, де чай грає важливу роль як корисний напій з багатьма оздоровчими властивостями. Крім того, зростає інтерес до культурних традицій. Люди все частіше цікавляться культурними традиціями різних народів, і чайні церемонії мають велику популярність серед тих, хто цікавиться Сходом.

Відкриття чайної також обумовлюється необхідністю розширення ринку, а саме диверсифікацією пропозиції: чайні можуть пропонувати різні сорти чаю, включаючи рідкісні та екзотичні види, що приваблює гурманів; освітні заходи: організація майстер-класів, дегустацій та чайних церемоній може залучити більше клієнтів, бажаючих дізнатися більше про чай.

Розглядаючи тренди споживання, можна відмітити, що чай є альтернативою кави: збільшується кількість людей, які шукають альтернативу каві, і чай може стати чудовим вибором завдяки своїй різноманітності смаків і меншому вмісту кофеїну. Крім того, зростає популярність трав'яних чаїв, що допомагають у лікуванні різних захворювань, стають все більш популярними. Але, чайна формує інший соціальний та культурний простір. Це, перш за все місце для відпочинку. Чайні можуть стати місцем для спокійного відпочинку, де люди можуть відпочити від міського шуму, провести зустрічі або працювати.

Крім того, чайні заклади можуть стати центром культурних та соціальних заходів, сприяючи розвитку місцевої спільноти.

Відкриття саме чайних в Україні дадуть можливість отримати такі конкурентні переваги: може бути розроблена унікальна концепція, зокрема пропонування унікальних сортів чаю або ексклюзивних чайних церемоній може створити конкурентну перевагу; можна зробити акцент на високій якості обслуговування. Високий рівень обслуговування та індивідуальний підхід до клієнтів забезпечать лояльність і постійних відвідувачів.

Таким чином, відкриття нової чайної є актуальним і перспективним бізнесом, який може залучити різноманітну аудиторію завдяки зростаючому інтересу до здорового способу життя, культурних традицій та альтернативних напоїв. Пропонуючи унікальні продукти і досвід, нова чайна може зайняти своє місце на ринку і стати улюбленим місцем для відпочинку та соціалізації.

У зв’язку з чим ціллю кваліфікаційної роботи бакалавра є обґрунтування бізнес-плану відкриття мережі чайних «TeaBook».

Об’єктом роботи є процес обґрунтування бізнес-плану.

Предметом роботи є бізнес-план відкриття мережі чайних «TeaBook».

Для досягнення наведеної вище цілі мають бути вирішені такі завдання:

– Розглянути сутність «бізнес-плану» та особливості його розробки та обґрунтування;

– Охарактеризувати типи ресторанних підприємств;

– Проаналізувати методичні підходи до розробки бізнес-планів та її особливості;

– Надати характеристику концепції бізнес-ідеї створення чайної «TeaBook»;

– Проаналізувати цільову аудиторію та конкурентне середовище;

– Розробити виробничий та організаційний план;

– Обґрунтувати формування грошових потоків та фінансовий план закладу;

– Оцінити економічну ефективністьбізнес-плану.

Емпіричною базою дослідження є актуальні наукові монографії, статті вітчизняних та закордонних авторів, навчальні посібники за тематикою бізнес-планування, стандарти створення закладів харчування, матеріали офіційних досліджень ринку, конференцій, дані Держстату України, власні дослідження, а також інформація з Інтернету.

Методи дослідження включають теоретичний аналіз, вивчення монографічних публікацій і статей, порівняльний аналіз, аналітичний метод, аналіз наукової літератури з бізнес-планування, прогнозування, фінансовий аналіз, концепція грошового потоку, а також графічний аналіз.

Структура дослідження включає вступ, три розділи, висновки та рекомендації, список використаних джерел і додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність «бізнес-плану» та особливості його розробки та обґрунтування

Власники бізнесу, що здійснюють підприємницьку діяльність, завжди намагаються збільшити шанси їх успішності. Одним з ключових інструментів, що допомагає збільшити шанси створення успішного та прибуткового бізнесу, є розробка бізнес-плану, тобто докладної покрокової інструкції для реалізація бізнес-ідеї, який також містить розрахунок її успішності чи невдачі, обґрунтування фінансових результатів та визначає можливі ризики [1].

Практика показує, що вже на етапі розробки бізнес-плану можуть бути виявлені і виправлені недоліки бізнес-ідеї, їх можна переглянути на папері, а не під час реалізації бізнес-ідеї, побудувавши незавершений механізм реалізації бізнесу [2]. Однак це існують й інші фактори на користь бізнес-планування. В умовах с розвитку інноваційної економіки та зростання значущості в ній високотехнологічного бізнесу підвищується необхідність оперативного вирішення проблем, що пов’язані зі змінами зовнішнього середовища та необхідності постійного розширення інвестицій, залучення додаткових ресурсів. Бізнес-план дозволяє розглядати різноманітні варіанти залучення різних видів інвесторів та отримати необхідні кошти на реалізацію бізнес-ідеї [3].

Згідно зі світовою практикою саме створення реального бізнес-плану є необхідною умовою успішного відкриття бізнесу з нуля або подальшого розвитку вже існуючих підприємств. Бізнес-план дозволяє визначати суть і мету проєкту, обсяги необхідних інвестицій, моделювати діяльність компанії, обґрунтувати ефективність запропонованих заходів [4]. Бізнес-план – це документ, який визначає та описує минуле й майбутнє бізнес-ідеї, та спрямований на демонстрацію перспектив на найближчі 3-5 років. Також, бізнес-план є основою фінансування бізнес-ідеї, залучення інвесторів, тому інформація

в цьому документі має бути максимально повною, точною, лаконічною, зрозумілою для інвесторів та структурованою [2].

Дослідження світової практики показали, що за інших рівних умов обґрунтування бізнес-плану та його реалізація сприяють успіху нових компанії та ідеї. За статистикою, на 16 % більше компаній успішно починають свій бізнес, якщо вони розробляють бізнес-план та діють відповідно до нього. Крім того, підприємці-початківці, які досягли успіху та швидко розвиваються, на 7% частіше розробляють бізнес-плани, ніж інші підприємці-початківці. Дослідження також демонструють, що компанії, які шукають інвестиційні ресурси та залучають інвесторів, на 19% частіше розробляють бізнес-план, ніж інші компанії [5] (Greene, & Hopp, 2017), оскільки такий документ дозволяє аргументувати свої дії для інвесторів та дає більше шансів на успіх в отриманні фінансування [6] (Ding, & Hursey, 2010). За результатами іншого дослідження, яке аналізує розвиток 11046 компаній, демонструє, що розробка бізнес-плану в значній мірі сприяє зростанню існуючих компаній. Дослідники пояснюють такі результати насамперед тим, що існуючі компанії збирають більше інформації про своїх клієнтів, партнерів, конкурентів, а отже, вони мають можливість планувати свою майбутню діяльність на більш адекватній та реалістичній основі [7] (Brinckmann et al., 2010). Бізнес-план та його обґрунтування забезпечує компаніям зростання на 30% швидше порівняно з компаніями, які не планують [8] (Burke et al., 2010).

Зважаючи на результати світового досвіду бізнес-планування, варто розглянути основні факти, які обґрунтовують необхідність розробки бізнес-плану:

- комплексне бачення розвитку бізнес-ідеї. Розробляючи та обґрунтовуючи бізнес-план, необхідно визначити відповіді на всі проблемні питання, всі складні ситуації, які можуть виникати під час реалізації бізнес-ідеї. Крім того, розробляючи бізнес-план визначається цільова аудиторія, ринки та тенденції у ніші бізнесу, конкуренти (усі їх конкурентні переваги і слабкі сторони) і, формуються ключові фактори успіху в компанії в обраній ніші. Завдяки бізнес-

плануванню формується узгоджений своєчасний план дій, що забезпечує ефективне управління бізнесом та обґрунтовує відповідну поведінку в усіх проблемних ситуаціях на шляху до реалізації бізнес-ідеї [9].

- створює розуміння командою реалізації бізнес-ідеї. Коли розробка бізнес-плану здійснюється керівниками компанії або з максимальним їх залученням взаєморозуміння стає особливо легким. Наявність такого документу полегшує не тільки розробку стратегії бізнесу, але й її схвалення від ради директорів, акціонерів та інших стейкхолдерів.
- вимірювання та визначення необхідних ресурсів. Бізнес-план дає можливість точно визначити потреби підприємства в усіх необхідних ресурсах, тобто встановлюються необхідні обсяги коштів та джерела їх фінансування, людські, матеріальні ресурси з точним розмежуванням цих потреб у часі.
- прогноз виникнення ризиків та життєздатності стратегії розвитку бізнес-ідеї. Головною перевагою бізнес-плану є формування основи для успішного управління інвестиціями [10].

Вадливо пам’ятати, що бізнес-план має визначати та оцінювати всі ризики, які можуть виникати в процесі реалізації бізнес-ідеї, та передбачати розробку різноманітних заходів для нівелювання, уникнення або усунення їх наслідків [9; 10].

Стейкхолдерами бізнес-плану зазвичай є власники бізнесу, інвестори, рада директорів/акціонери, працівники підприємства, кредитори, ділові партнери [11].

В умовах сучасних глобалізаційних процесів та розширення джерел фінансування бізнес-проєктів виникає об’єктивна необхідність дослідження зарубіжного та вітчизняного досвіду щодо структури та вимог до бізнес-планів, а також його значення в розвитку сучасного бізнес-середовища.

У зв’язку з чим виникає необхідність дослідження сутності поняття «бізнес-план» [12-30]. Так, у відповідності до визначення Беррі та ін. «бізнес-план» – це путівник чи дорожня карта для створення або розвитку бізнесу, яка окреслює цілі та докладно описує, як компанія планує досягти цих цілей [18].

Кентон вводить таке визначення сутності поняття «бізнес-план» - це стандартний письмовий документ, який детально описує, як нова компанія збирається досягати своїх цілей, та включає письмовий план з маркетингової, фінансової та операційної діяльності [25].

За іншими визначеннями «бізнес-план» - це дорожня картою, яка містить вказівки, як бізнес зможе спланувати своє майбутнє, а також сприяє уникненню «нерівностей» на дорозі. Час, який розробник витрачаєте на обґрунтування бізнес-плану є інвестицією, яка приносить дивіденди в довгостроковій перспективі [19]. Крім того, «бізнес-план» - є аргументованим документом, мета якого полягає у переконанні його читачів вкласти гроші в компанію або проєкт. Таким чином, добре обґрунтований бізнес-план покликаний залучати потенційних інвесторів або майбутніх стратегічних партнерів [21]. «Бізнес-план» – це структурований документ, який з метою перевірки певної бізнес-ідеї всебічно обґрунтовує та описує маркетингові, фінансові, виробничі, організаційні та інші аспекти її реалізації та доцільність інвестування в новий бізнес-проєкт чи вдосконалення існуючого бізнесу [30].

Основними важливими характеристиками успішного бізнес-плану є такі [29]:

- чіткість визначення коротко- та довгострокових цілей.
- визначення шляхів досягнення обраних цілей відповідно до актуальних реалій ведення бізнесу в ринкових умовах, що зараз сформовані.
- наявність детального опису усіх процесів реалізації бізнес-плану у відповідності до потреб і бажань інвесторів [26].

Бізнес-план має відповідати на такі важливі питання: статус компанії (юридична структура, місцезнаходження, форма власності тощо); об’єкт бізнес-плану (товар, послугу); цільові ринки збуту (клієнти); засоби реалізації (канали збуту, просування, маркетинговий план); рівень конкуренції; етапі реалізації (часовий вимір, етапи, розклад); технології (процесів виробництва, постачання, збуту, залучення кадрів тощо); вимоги до фінансування (сума, джерела

фінансування); очікуванні результати та оцінка їх ефективності (прогноз грошових потоків, рівня прибутку, рентабельності та ін.) [22].

Основним завданням успішного бізнес-плану є надання цілісної, системної та науково-обґрунтованої оцінки проєкту, спрямованою на різних стейкхолдерів [31-33]: інструмент оцінки ефективності інвестицій - для інвесторів; програма дій для реалізації бізнес-проєкту - для підприємця; засіб регулювання та контролю законності дій та відносин у відповідній сфері - для державних органів.

Таким чином, необхідно розуміти, що бізнес-план кожної сфери діяльності може мати певні відмінності. Для того, щоб розробити актуальний бізнес-план необхідно розумітися у відповідній сфері діяльності.

1.2. Характеристика типів ресторанних підприємств

Ресторанний бізнес – є різновидом підприємств, які пропонують на ринку специфічні продукти у вигляді кулінарної продукції та різноманітні послуги, які надаються клієнтам. Згідно з ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства класифікація (34057) [34], основними видами ресторанних підприємств є такі, як ресторани, бари, кафе, кав’ярні, закусочні та інші. Проте, у контексті вищезазначеного стандарту, ресторанційно-господарські підприємства можуть класифікуватися за стадіями виробництва, що призводить до існування підприємств таких типів як заготівельні-фабрики, комбінати напівфабрикатів та кулінарні фабрики. З огляду на обсяги виробництва кулінарної продукції, існують фабрики-кухні та комбінати харчування. З метою розширення спектру послуг, в межах поняття «ресторанних підприємств» створюються підприємства, які забезпечують обіди з доставкою додому, буфети, а також різноманітні кулінарні магазини.

Згідно з ДСТУ 3862-99 Ресторанне господарство. Терміни та визначення [35], представляють визначення сутності послуг, що надаються ресторанними підприємствами, поділяються на такі категорії:

- послуги харчування;
- послуги з організації харчування та обслуговування клієнтів;
- послуги з виготовлення кондитерських виробів та кулінарної продукції;
- послуги з реалізації кулінарної та кондитерської продукції;
- інформаційно-консультативні послуги ресторанних підприємств;
- послуги з організації дозвілля;
- інші послуги.

Правила надання послуг ресторанними підприємствами, затверджені чинним українським законодавством та регулюють взаємини між споживачами (клієнтами закладів) та виконавцями послуг у цій галузі. Ці правила розроблені відповідно до чинного законодавства України щодо захисту прав споживачів. Послуги ресторанних підприємств повинні відповідати встановленим вимогам до якості, безпеки та їх екологічності, а також забезпечення комфортності та задоволення клієнтів.

Розглянимо сутність основних видів ресторанних підприємств у відповідності до чинного законодавства.

Ресторан – це заклад громадського харчування з різноманітним асортиментом страв, які можуть готуватися як власноруч, так і закуповуватися, з високим рівнем обслуговування та характеризуються затишною атмосферою, спрямованістю на задоволення потреб клієнтів у відпочинку та розвагах.

Ресторан-бар – є різновидом ресторану, де обов’язково присутній бар, а торговельна зона бару може перетинатися з торговельною зоною ресторану, або налічують барну стойку, що може бути розташована безпосередньо в торговій зоні ресторану.

Кафе – це заклад громадського харчування, в якому пропонується широкий вибір простих за технологією виготовлення страв, кондитерських виробів та напоїв, та обслуговування в якому може бути організовано, як самообслуговування або за допомогою офіціантів.

Кав'ярня – це тип кафе, в якому пропонується різноманітний асортимент кавових напоїв.

Кафе-бар – це кафе, яке обов’язково має бар, торговельна зона якого може містити барну стійку, що розташована поруч з торговельною зоною кафе, або з барною стійкою, що розташована в торговій зоні кафе.

Кафе-пекарня – це кафе, в якому здійснюється обслуговування клієнтів та де виробляються і продаються хлібобулочні та кондитерські вироби на місці.

Чайний салон (чайна) – це заклад громадського харчування із різноманітним асортиментом чаю та продуктів харчування, які можуть бути як власного виробництва, так і закупованими, що організований на забезпечення та сприяючий відпочинку та релаксації споживачів.

Кафетерій – це заклад самообслуговування, в якому доступний широкий вибір простих за технологією виготовлення страв та напоїв, а торговельна зона обладнана спеціальним устаткуванням для роздавання їжі.

Закусочна або шинок – це заклад ресторанного типу, де переважно пропонуються гарячі та холодні закуски, а також страви нескладного за технологією приготування для швидкого обслуговування споживачів.

Бар – це місце, де пропонуються для продажу алкогольні, безалкогольні та змішані напої через барну стійку.

Нічний клуб – це заклад ресторанного типу, який працює в основному в нічні години та пропонує різноманітні розважальні програми із музичним супроводом.

Пивна зала – це місце, де можна знайти широкий вибір пивних напоїв.

Їдальня – це заклад ресторанного типу для обслуговування певного контингенту споживачів, в якому пропонуються різноманітний асортимент страв, які можуть надаватися у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

Буфет – це заклад ресторанного типу з обмеженим вибором готових страв та напоїв, з особливим типом обслуговування: їжу можна споживати стоячи або придбати на винос.

Фабрика-заготівельня – це специфічний заклад, який виготовляє власну продукцію механізованим способом і централізовано постачає її іншим закладам ресторанного типу та об'єктам роздрібної торгівлі.

Фабрика-кухня – це заклад ресторанного типу, де централізовано готують та постачають готову до споживання їжу в різноманітні місця.

Домова кухня – це заклад, який виготовляє продукцію власного виробництва та пропонує її до продажу її домашнім господарствам, офісам, приймаючи замовлення на кулінарну продукцію та надаючи консультації щодо готування їжі.

Ресторан за спеціальними замовленнями (catering) – це заклад, який готує та постачає готову їжу та організовує обслуговування споживачів в різноманітних інших місцях за спеціальними замовленнями, такими як фірмові прийоми, банкети та інші святкові заходи.

Виходячи з сутності різних видів закладів ресторанного типу потребу у релаксації, спокійного відпочинку найкращім чином задовольняють чайні салони.

1.3. Методичні підходи до розробки бізнес-планів та її особливості

В корпоративному середовищі часто вважається, що створення бізнес-плану в умовах невизначеності, яка пов’язана з повномасштабними воєнними діями, не може бути продуктивним, тому що економічна ситуація може суттєво змінюватися надто швидко та різко, тому для внесення суттєвих змін у такий ємний документ знадобиться певний час. Однак існують вагомі аргументи проти такої думки [11]:

- весь процес створення проєкту «бізнес-плану» є так само цінним, як і остаточний документ «бізнес-плану». Проєкт бізнес-плану спонукає керівників підприємств розраховувати варіанти та актуалізувати цілі плану, враховуючи фактори, що створюють умови невизначенності. Крім того, інформація, отримана в процесі підготовки проєкту, може служити важливим та цінним джерелом оцінки поточної та майбутньої діяльності підприємства.

- бізнес-план не розглядається як якась «незмінна модель», яка не допускає відхилення від початкового плану дій під час реалізації багаторічного плану. Але треба ураховувати, що як інструмент контролю, бізнес-план має висвітлювати відхилення та пропонувати гнучкі засоби регулярного оновлення факторів ризику, що впливають на компанію, і проблем, які з них випливають. Бізнес-план дозволяє швидко та гнучко реагувати на можливі ринкові та економічні зміни для ефективного досягнення запланованих цілей [24].

Проблемним питанням цього документа для підприємців є його структура та зміст. Оскільки коло стейкхолдерів бізнес-плану різноманітне, що обумовлює факт, що вимоги до його структури відрізняються.

У світовій практиці на сьогодні не існує єдиної методики складання та структури бізнес-плану, але всі методи, що існують можна розділити на три основні групи за специфікою його розробника та масштабами інноваційно-інвестиційного проєкту [11; 25]: а) міжнародні (методи, що відповідають міжнародним стандартам та вимогам міжнародних організацій); б) урядові (методи державних і регіональних органів влади, органів місцевого самоврядування та ін.); в) корпоративні (методи, сформовані з урахуванням вимог конкретних корпорацій).

У світовій практиці найбільш поширеними та апробованими є такі міжнародні методики:

- методологія, що запропонована ЮНІДО (The United Nations Industrial Development Organization - Організація ООН з промислового розвитку) для країн, які розвиваються.
- методологія Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР), яка спрямована на захист інтересів кредиторів.
- методологія TACIS (Технічна допомога Співдружності Незалежних Держав), що була розроблена Європейським Союзом для Нових Незалежних Держав та базується переважно на вимогах аналогічних вимогам ЮНІДО.
- методологія стандартів KPMG (International Cooperative - Swiss Association), яка спрямована на допомогу в організації процесів фінансування

конкретних інвестиційних проєктів та комплексних програм розвитку бізнесу; пропонує плани впровадження найбільш ефективних шляхів фінансування;

Урядові методи бізнес-планування, що уніфікують та сприяють процесам і процедурам обґрунтування та розробки бізнес-планів, включають такі [29]:

- методичні рекомендації щодо розробки бізнес-планів інвестиційних проєктів (Держагентство України з інвестицій та розвитку) – представляє вітчизняну методику забезпечення єдиного підходу до розробки та обґрунтування бізнес-планів інвестиційних проєктівсуб'єктами господарювання.
- методичні рекомендації щодо розробки та обґрунтування бізнес-планів за стандартами BFM Group (пропонований українською інвестиційною проєктною компанією) адаптовані до вітчизняних умов.
- методичні рекомендації щодо розроблення та обґрунтування бізнес-планів МЕРТ (запропоновані Міністерством економічного розвитку та торгівлі України) – узагальнюють світову та вітчизняну практику та включає методичні рекомендації по складанню річних та перспективних планів їх розвитку на основі інвестицій.

Результати систематизації основних методів розробки бізнес-планів у межах різних напрямів та цілей планування представлені в табл. 1.1.

Як видно з табл. 1.1, деякі методичні підходи, які стосуються міжнародного фінансування схожі між собою, але не українські методичні підходи можна вважати більш практичними, простими та логічними. Це пояснюється тим, що в західній діловій практиці існує думка, що бізнес-план повинен бути лаконічним, невеликим, але бути змістовними.

Крім того, систематизація підходів до структури бізнес-плану свідчать про наявність загальних складових бізнес-планування: резюме, план маркетингу, виробничий план, організаційні заходи, загальна інформація про компанію, фінансовий план, фактори ризику та їх страхування.

Таблиця 1.1

Аналіз структури бізнес-плану за різними методиками

Структура	автор / джерело методології розробки бізнес-плану									
	Ягідний t. методологія	методологія бізнес-планування	міжнародний стандарт бізнес-плану розвиток eBrd	міжнародний стандарт бізнес-плану розвиток унідо	методичні рекомендації для в розробка бізнес-планів інвестиційнихпроектів державного агентства України з	unctad, як підготувати свій бізнес-план	Бізнес-план	Методологія Kpmg (Kpmg міжнар кооператив	рекомендації щодо розробки бізнес-планів за стандартами Bfm	методичні рекомендації щодо розробки бізнес-планів за медт
Резюме	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Опис компанії	√	√	√		√	√	√	√	√	√
послуги або продукти	√			√	√	√		√		
Маркетинг	√	√		√	√	√	√	√	√	√
Організаційний план	√			√	√		√		√	√
Людські ресурси	√					√	√			
Фінансовий план	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Виробництво		√		√	√				√	√
Фактори ризику		√		√	√	√			√	√
Процес управління		√						√		
Меморандум про конфіденційність			√		√			√	√	√
Виробнича потужність		√	√	√	√			√	√	√
Оцінка ефективності				√	√					√
Загальні відомості					√					√
Нормативна база						√				
Ринкова стратегія							√			
Інформація про підтримку проекту									√	

Джерело: [17-33]

Проте всі розділи наведених вище методичних підходів маючи різний рівень деталізації включають також стандартні загальноприйняті структурні елементи бізнес-плану.

Загалом кожна з методик розробки та обґрунтування бізнес-планів у кожному конкретному випадку може бути модифікованою в залежності від типу стейкхолдерів та логіки подання інформації, тобто передбачається більш

детальне розкриття окремих розділів, важливих з точки зору інтересів інвестора. Вибір методології залежить від цілей скрадання, специфіки розробника бізнес-плану.

Висновки до розділу 1

Проведений аналіз підходів зарубіжних та українських авторів до визначення сутності та формування концепції бізнес-планування дозволяє сформувати наступне визначення терміну «бізнес-план»: структурований та аргументований документ для обґрунтування та реалізації певних бізнес-цілей через певну кількість ресурсів і визначених етапів організації процесу, який дозволяє оцінити ефективність інвестицій за часовим критерієм та отримати необхідне фінансування.

Професійний та комплексний підхід до розробки бізнес-плану забезпечує оцінку ефективності проєкту, можливість коригування та адаптації початкових планів у процесі їх реалізації та моніторингу впливу факторів змін на прибутковість проєкту; показує прибутковість та інвестиційну привабливість бізнес-ідеї.

Структурно-порівняльний аналіз зарубіжних та українських методів розробки та обґрунтування бізнес-плану показав, що в сучасній практиці господарювання не існує єдиної стандартної структури бізнес-плану. Це пов’язано з тим, що вимоги стейкхолдерів відрізняються, але логіка змісту єдина – на основі економічних розрахунків визначається найреалістичніші, найпереконливіші, найвигідніші шляхи реалізації бізнес-ідеї.

Досвід ведення бізнесу в Україні виявив деякі недоліки, які зумовлюють небажання підприємців розробляти бізнес-плани. Шляхами виправлення цих проблем, є наступні: унормування вимог до розробки бізнес-плану як обов'язкового документа для створення підприємства, що сприятиме ефективному вкладанню коштів та зменшить ризик банкрутства. Це також покращить співпрацю між носіями бізнес-ідей, центрами підтримки бізнесу та консалтинговими фірмами, а також допоможе виявити потенційні проблеми на

ранніх етапах, що сприятиме оптимізації процесу бізнес-планування; збільшення обсягу наукових досліджень у галузі бізнес-планування з метою знаходження рекомендацій щодо спрощення цього процесу для українських підприємців та ознайомлення їх з передовим світовим досвідом. Це дозволить збагатити наукове поле цінною для бізнесу інформацією; розширення інформаційного простору шляхом систематичних досліджень ринку, які включатимуть якісну інформацію разом зі статистичною. Подібні огляди ринку збільшать довіру підприємців до досліджень і стануть підґрунтям для вибору типу бізнесу та інструментів його розвитку. Наразі, на жаль, органи статистики не надають такого обсягу інформації відповідно до методичного підходу.

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ МЕРЕЖІ ЧАЙНИХ «TEABOOK»

2.1. Характеристика концепції бізнес-ідеї створення чайної «TeaBook»

Традиційна чайна культура існує тисячі років, але зараз вона переживає справжній піднесений стан по всьому світу. В Україні лише за останній час з'явилися десятки нових чайних закладів, які привертають увагу як поціновувачів, так і новачків [36]. Деякі з них підкреслюють традиційність та церемоніальність, тоді як інші ставлять на простоту та доступність. Проте всі вони переживають нову еру розвитку чайної культури. Кожен день на ринку з'являються нові тенденції, включаючи ті, що пов'язані з розвитком чайної індустрії.

Аналіз тенденцій ринку, що склалися чинників сприяли популяризації чаю [36]:

1. Науковий аспект – з’явилася значна кількість сучасних наукових досліджень, які доводять та популяризують корисні властивості чаю для покращення загального стану організму, збереження молодості, боротьби з великою кількістю захворювань, зокрема раком та ожирінням. Одночасно в науковій спільноті сталася «демонізація» кави, як повсякденного напою — іноді не завжди обґрунтована.

2. Психологічний аспект – пандемія коронавірусу та війна в Україні змінили якість та пришвидшили темп життя, що привело до бажання багатьох людей сповільнити його. У масовій культурі кава фактично стала символом активності: людина поспішає зранку в кав'ярню, бере з собою улюблений кавовий напої — і поспішає в справах. Натомість, приготування та споживання чаю вимагає більше часу, він асоціюється з відпочинком, релаксацією. Цей процес став важливою естетикою та опорною точкою в складні часи.

3. Попкультурний (споживчий) аспект – відомі інфлюенсери відмовляються від споживання кави та алкоголю, в своїх блогах вони діляться

секретами краси, показують своє власне чайне приладдя і сприяють поширенню ідеї: «Чай — це забезпечення здоров'я та майбутнього». Такий вплив особливо помітний після появи чаю (матча) на основі порошку зеленого чаю, який став популярним у соцмережах та серед молоді.

4. Культурний - чай також відображає культуру різних країн світу, які, можливо, не завжди можна відвідати особисто. Тому процес приготування та споживання чаю (чайні церемонії) стають своєрідними подорожами та символізують знайомство з іншими культурами.

Головні чинники популярності чаю в Україні — це зацікавленість населення країни у цій справі та попит на повільний спосіб життя (slow living).

Взагалі, традиція чаєваріння (чайних церемоній) має глибші коріння, ніж культура споживання кави. Більш ніж 2000 років тому культури у споживанні чаю сформувалася в Китаї та Японії. Саме там виникли найдавніші та найвишуканіші чайні церемонії. Пізніше чай вже розповсюдився в Європі, а потім у США. Внаслідок торгівлі чаєм зростав добробут багатьох компаній і навіть цілих держав. Чайні та чайні будинки були так важливі, що за їхнє володіння навіть розпочиналися збройні конфлікти. Наприклад, високі мита на чай призвели до суперечок між США та Великобританією, які нерідко згадують як "Бостонське чаювання". В різні часи чай відзначався лікарями як шкідливий для здоров'я, а також продавався у аптеках як лікарський засіб [37].

На пострадянському просторі відбулася спрощення до чаювання від елементів елегантних церемоній до дешевих закладів громадського харчування. Чай почали завозити в країну за найнижчими цінами. Однак ставлення до чайних в цей час зазнало змін, і вони почали набирати популярності. Це підтверджується появою спеціальних чайних кімнат у багатьох ресторанах або принаймні наявністю спеціальної чайної карти з різноманіттям як чаїв, так і коктейлів на основі використання чаю.

Створення спеціальних чайних як окремого бізнесу стає цілком обґрунтованим. Проте спроби створення чайних за аналогією з кав'ярнями малоймовірні. Очевидно, що стратегія позиціонування чайних повинна

базуватися на інтимності та вишуканості. Вони мають спрямовуватися на інший контингент публіки, ніж кав'ярні — на старший, заможний і вимогливий шар населення [38].

Чайні можуть мати різні формати — від традиційного східного чаювання до спрощеної версії чи міксу різних культурних традицій, але існує одна вимога – чай має бути якісним. Однак у цьому напрямку можуть виникнути труднощі, оскільки дуже мало людей добре розуміють східні чайні церемонії без поглибленого вивчення східної культури та загальна культура Європейського чаювання також широкому шару населення, погано відома. Тому для тих, хто просто хоче спробувати чаювання у східному стилі, це може бути або нецікаво, або втомливо та одноразово. Здається, що чайні в елегантному східному стилі мають існувати поруч з ресторанами, причому їх кількість повинна бути обмеженою, навіть у великих містах. Імовірно, кількість таких закладів у великих містах України складатиме від 10 до 15. Вважається, що зробити їх мережевими буде досить складно, оскільки кожен з закладів має мати свою унікальну атмосферу та характеристики, які важко відтворити. Але ми намагаємося запропонувати унікальну бізнес-модель, яку буде доцільно масштабувати у різних містах України [39].

Таким чином, виходячи зі зазначених характеристик – чайна має забезпечувати потребу сучасної людини у відпочинку та релаксу. Розуміючи потреби потенційних споживачів, можна запропонувати додатковий елемент відпочинку – книгу (як звичайну, так й аудіо-книгу), яка асоціюється саме з тривалим відпочинком.

Бізнес-ідея створення чайної «TeaBook» полягає у наступному – створити комфортне місце відпочинку у безпечному місці з можливістю читання у закладі та придбання для подальшого використання книг, як звичайних, так й аудіо. Наш заклад має створювати комфортну та безпечну атмосферу, надавати можливість відпочити та розслабитися, саме тому, наш заклад відкривається у невеликому за площею підвальному приміщені, де створюється відповідний комфорт та забезпечується можливість для тривалого відпочинку. В закладі пропонуються

високоякісні сорти чаю на будь який смак – від традиційних до екзотичних. Пропонуються місця для відпочинку як для поодиноких відвідувачів, так й для тих, хто відпочиває в невеликій компанії. Це рай для інтроверта, який хоче насолодитися вишуканим смаком чаю, відволіктися від проблем зовнішнього світу, відчути себе у безпеці та обрати собі книгу за своїм смаком. В закладі пропонується широкий асортимент книг вітчизняних авторів та виробників, як у звичайному вигляді книги, так й у вигляді аудіо-книги. Відвідувачі зможуть безкоштовно обрати собі будь-яку книгу, отримати відповідні консультації у фахівців, насолодитися гарною книгою у закладі та придбати її, щоб продовжувати читання вдома чи подорожі.

Концепція закладу передбачає переваги для мандрівників, які перебувають в незнайомому місті, роблять пересадку на інший маршрут, здійснюють одноденний робочій візит до міста та прагнуть перепочити перед подальшою подорожжю. Також, це місце для людини, що прагне відпочинку від міського гомону, життєвих проблем, зупинитися на деякий час на перевести дух, відпочити від суєти та просто обрати собі цікаву книгу.

Заклад також буде цікавим для невеликих компаній, котрі хочуть розслабитися та поспілкуватися у тихому місті, можливо, разом почитати книгу, обсудити її зміст та випити смачний чай на будь-який смак.

Заклад пропонує дуже широкий асортимент високоякісного чаю, який сприяє відновленню організму, рівноваги та дасть можливість получити задоволення від вишуканого смаку та покращити своє здоров’я.

Деякі сорти чаю відомі своїм позитивним впливом на організм людини. Вони можуть знижувати рівень холестерину та цукру в крові, стабілізувати артеріальний тиск і покращити роботу серцево-судинної системи. Це позитивно впливає на якість життя і сприяє тривалому життю.

Дослідження, опубліковане у Європейському журналі профілактичної кардіології [39], показало, що особи, які регулярно вживають чай, мали на 1,41 року довше період без серцево-судинних захворювань та на 1,26 року довше тривалість життя у віці 50 років.

Вживання чаю пов'язане зі значним зниженням ризику серцево-судинних захворювань та загальної смертності, особливо серед постійних споживачів чаю.

Корисними сортами чаю вважаються зелений, чорний, улун, білий та трав’яні чаї, які містять сотні, якщо не тисячі, біологічно активних речовин, що можуть мати позитивний вплив на здоров'я людини, включаючи амінокислоти, лігніни, кофеїн, білки, ксантини, флавоноїди та ін.

Дослідження свідчать, що катехіни, що містяться в чаї, поліпшують кров'яний тиск, нормалізують рівень холестерину та цукру в крові. Вони допомагають запобігти діабету та серцево-судинним захворюванням, якщо денне споживання становить від 400 до 600 мг на добу. Для досягнення цього ефекту достатньо щодня випивати по дві чашки зеленого або чорного чаю [39].

Трав'яні сорти чаю містять поліфеноли, які мають антиоксидантні, протизапальні та противірусні властивості.

Розглянемо деякі з сортів чаю, що пропонуються в закладі та їх корисні властивості [40].

Чай улун – популярний різновид чаю, який вживають в Китаї. Цей сорт чаю містить сполуку EGCG, яка має протиракові властивості. Дослідження, що порівнювало звички щодо вживання чаю серед пацієнтів з раком яєчників та контрольної групи, було доведено, що ті, хто не мав раку яєчників, пили більше зеленого чаю або чаю улун, порівняно з тими, хто мав це захворювання. Доведено, що регулярне вживання чаю улун було пов'язане зі зниженням ризику раку яєчників на 71%.

Чай з куркумою – є дуже корисним для здоров'я. Чай з куркумою впливає на тривалість життя. Цей напій містить поліфенол, який за результатами одного дослідження вважається однією з найбільш «багатообіцяючих біологічно активних природних речовин», особливо з точки зору його потенціалу у лікуванні декількох типів раку. Крім того, що чай з куркумою позитивно впливає на загальний стан організму, має властивості щодо відновлення організму та сприяє зменшенню зайвої ваги.

Зелений чай також допомагає знизити ризик розвитку раку, а також підтримує роботу мозку і навіть покращує стан шкіри, зберігаючи її молодість. Зокрема, японський зелений чай матча містить велику кількість речовин, які володіють антиоксидантною та протизапальною дією. Він надає додаткового заряду енергії, подібно до кави. Дослідження доводять, що ті, хто випивав більше двох чашок зеленого чаю на день зменшували ризик смерті від серцево-судинних захворювань на 22-33 % менший порівняно з тими, хто випивав менше половини чашки.

Білий чай – є важливим джерелом речовин, які сприяють загальному покращенню здоров'я. Білий чай може містити більшу кількість катехінів, ніж інші види чаю, і, за словами вчених, він має антиоксидантні властивості, які спрямовані проти ракових клітин.

Класичний чорний чай може сприяти збільшенню тривалості життя, підтримуючи здоров'я серця та зменшуючи ризик серцево-судинних захворювань. З результатами досліджень люди, які регулярно споживають більше трьох чашок чорного чаю на день, зменшують ризик серцевих захворювань та інсульту. Інші дослідження свідчать, що ті, хто п'ють більше трьох чашок чорного чаю щодня, мають на 9-13% менший загальний ризик смерті порівняно з тими, хто не вживає чорний чай.

Чай каркаде. Навіть якщо чай з гібіскусу не містить тих самих рослинних сполук, що і справжні чаї, він може пропонувати унікальні переваги завдяки своїм природним речовинам. "Деякі дослідження показують, що щоденне споживання цього чаю може допомогти знизити кров'яний тиск, що, в свою чергу, сприяє здоровому способу життя", - говорить Манакер. Дослідження показали, що лікування чаєм з гібіскусу призводить до зниження артеріального тиску незалежно від віку, статі чи використання дієтичних добавок. Цей чай також має противірусні властивості і може знижувати рівень "поганого" холестерину і тригліцеридів.

Чай з ромашки – є дуже корисним та популярним різновидом траав’яних чаїв. Чай з ромашки асоціюється з довголіттям та здоров’ям. Дослідження,

проведене вченими з Техаського університету в Галвестоні, показало, що вживання цього чаю пов'язане з меншим ризиком смертності серед жінок старше 65 років. Ромашковий чай також асоціюється з уповільненням втрати кісткової маси, зменшенням ризику смертності від серцево-судинних захворювань, підтримкою імунної системи та захистом від деяких видів раку [41].

Крім того, заклад пропонує креативні комбінації чайних напоїв разом із смаками ф'южн. Хоча ідея смакових інновацій не нова, в закладі пропонується надзвичайне поєднання традиційних сортів чаю з екзотичними травами, спеціями та навіть квітковими відтінками, які приємно дивують смакові рецептори споживача. Ці змішання не лише мають новий та захоплюючий смак, але й ідеально поєднують у собі різноманітні корисні властивості для здоров'я, відповідно до нового тренду функціонального харчування, який стає все популярнішим серед тих, хто стежить за своїм здоров'ям. Фахівці закладу, що постійно експериментують з цими ф'южн-смаками та новітніми функціональними напоями, вже не просто представляють нові чаї, вони значно розширюють саме уявлення про те, яким може бути чай.

На основі концепції до розробки бізнес-моделей Остервальдера була розроблена бізнес-модель чайної «TeaBook» [42; 43]. Бізнес-модель чайної «TeaBook» представлена в табл. 2.1

Зміст основних блоків обгрйнтування бізес-ідеї створення чайної «TeaBook» на основі бізнес-моделі Canvas наведено нижче.

Блок 1-й. Споживчі або цільові сегменти чайної «TeaBook».

Для того щоб чайна «TeaBook» була ефективною та приносила стабільний прибуток, обґрунтовано основні елементи її цільової аудиторії.

Деяка інформація щодо клієнтської бази чайної «TeaBook» була наведена раніше.

Таблиця 2.1

Бізнес-модель чайної «TeaBook»

<table>
<tr><th>Ключові
партнери</th><th>Ключові види
діяльності</th><th>Ціннісні
пропозиції</th><th>Взаємини
з клієнтами</th><th>Споживчі
сегменти</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Постачальники продуктів та чаїв, постачальники обладнання, друкарська продукція,</td><td>Високоякісне обслуговування гостей, виготовлення напоїв, консультування щодо культури чаювання та вибору книг, ведення сайту та сторінки в Instagram, рекламна діяльність</td><td rowspan="4">Широкий вибір якісних сортів чаю;
Комфортна, затишна, безпечна атмосфера;
Значний асортимент книг та аудиокниг вітчизняних авторів чи видавництв;</td><td>Індивідуальний підхід до кожного клієнта,
Програми лояльності, організація клубу поцінувачів чаю книг та спокою та створенная персональні NFT,</td><td rowspan="4">Забезпечені місцеві жителі пошанувачі чаю;
Гості міста, які мають вільний час;
Поціновувачі здорового способу життя;
Поціновувачі книг;
Мандрівники-читачі;</td></tr>
<tr><td>Ключові ресурси</td><td>Канали збуту</td></tr>
<tr><td>Оренда приміщення, якісна сировина, готові продукти харчування, обладнання, друкарська продукція</td><td>Прямі продажі в закладі;
Сайт закладу
Сторінка в Instagram,
Сарафанне радіо</td></tr>
<tr><td colspan="2">Структура витрат: Орендна плата, витрати на продукти та напої, покупка обладнання, посуду, витрати на рекламу, оплата праці, податки</td><td colspan="3">Потоки надходження доходів: доходи від послуг харчування, доходи від продажу книг та аудіо-книг</td></tr>
</table>

Визначено такі основні цільові сегменти:

1. Забезпечені місцеві жителі пошанувачі чаю та спокою, які мешкають поруч з закладом;
2. Гості міста, які мають вільний час, прагнуть відпочити, очікують свого потяга або інших видів транспорту;
3. Інтроверти – які хочуть тиші, спокою, усамітнення та відпочинку;
4. Поціновувачі здорового способу життя;
5. Люди, що прагнуть з комфортом перечекати повітряну тривогу;
6. Поціновувачі книг, та відпочинку з гарною книгою;
7. Мандрівники, що прагнуть купити добру книгу чи аудіо-книгу в дорогу та хочуть обрати ту, що буде їм цікавою.

Визначена цільова аудиторія є потенційно сильним споживчим сегментом, що буде підтримувати ефективність та прибутковість бізнесу протягом цілого року.

Блок 2-й. Ціннісні пропозиції чайної «TeaBook».

Ціннісні пропозиції закладу відповідають запитам визначених споживчих сегментів ринку.

У чайної «TeaBook» представлений дуже широкий асортимент чаїв. Серед яких основними є такі:

- Білі чаї (Бай Хао Інь Чжень, Бай Му Дань, Юе Гуан Бай, білий пуер, Білий чай Шоу Мей, Я Бао, білі бруньки пуеру);
- Зелені чаї (Порошковий чай Маття, Зелений чай Хуаншань Мао Фен, Зелений чай із жасмином Молі Люй Чай, Чуань Люй Ча, Лун Цзін);
- Улуни (Алішань улун, Лао Те Гуань Інь, Великий Червоний Халат, Так Хун Пао Цин Сян, південнофуцзянський улун)
- Червоні чаї (Дянь Хун Мао Фен, Цзінь Цзюнь Мей Преміум, Сяо Чжун Преміум, Бай Лінь Гун Фу);
- Пуери (Гунтін Му Джі, Іу Лью Фан, Шу пуер "Пломбір", Чорний пуер Буланьшань Цзінь Я, чорний пуер, Шен пуер "Каліграфія").

Серед вибору "Трав’яних чаїв" також доступні такі можливості для споживачів:

- Анчан - синій тайський чай;
- Ку-Цяо - Гречаний чай;
- Генмайча - японський чай з рисом;
- Трав'яні збори (Альпійський Луг, Карпатські трави, Полісся, Релакс, Бадьорість та ін.);
- Каркаде;
- Ромашковий чай;
- Виноградний чай;
- Ягідні чаї (полуниця, суниця, чорниця, малина, вишня, обліпиха та ін.)
- Імбирний чай;
- Чай з чебрецем.

Також, може бути запропонована будь-яка комбінація чаїв.

Основна цінність для споживачів чайної «TeaBook» формується за рахунок дуже різноманітного асортименту високоякісних чаїв. Це також є конкурентною перевагою цього закладу.

Наступною ціннісною пропозицією для споживачів є дуже комфортні умови для відпочинку в закладі – розташування в підвальному приміщені, що забезпечує безпечність перебування під час повітряної тривого, зручні крісла, комфортне освітлення.

В цьому закладі комфортним є перебування на одинці чи в невеликій компанії однодумців, можливість безкоштовно почитати чи послухати книгу та для продовження читання чи в дорогу.

Можливість почитати чи послухати в закладі гарну книгу вітчизняних авторів або видань та купити її в дорогу чи просто для власного користування.

Цінність послуг чайної «TeaBook» складається з наступних елементів: новизна послуги, високий рівень комфорту, індивідуальний підхід до кожної групи споживачів та ексклюзивність пропозицій.

Блок 3-й. Канали збуту чайної «TeaBook».

Основними каналами збуту чайної «TeaBook» будуть прямі продажі - продає свої послуги безпосередньо кінцевим споживачам. Продаж франшиз на відкриття аналогічних закладів в інших містах. Прямий збут послуг чайної «TeaBook» виступає в таких формах: продаж без попереднього бронювання місця, продаж через служби бронювання, електронна торгівля через сайт чайної «TeaBook» та соціальні мережі.

Для чайної «TeaBook» буде розроблений сайт – для якого основними компонентами є мапа закладів на території України, каталог чаїв та друкованої продукції вітчизняних авторів та виробників, а також аудио-книг. Також, передбачено створення сторінки в Instagram.

Бронювання столиків у чайної «TeaBook» здійснюється телефоном, СМС, в соціальних мережах та електронною поштою.

Блок 4-й. Взаємини із споживачами чайної «TeaBook».

Визначаються типи відносин, які встановлюються закладом зі споживчими та гостями.

Клієнти можуть стати членами клубу «TeaBook» та отримати знижку на обслуговування у всіх чайних мережі по всій Україні – карта лояльності для клієнта розуміє формування бази даних про постійних клієнтів з визначенням їх уподобань щодо вживання чаїв та літератури, якою вони цікавляться, можливості формування спеціальних пропозицій. Карта лояльності буде у незвичному форматі – форматі NFT-картинки, тобто вона буде унікальною у кожного споживача та її можна буде перепродавати, дарувати – це окремий цифровий актив.

Також проводяться PR-заходи у ЗМІ по всій країні, щоб ім'я чайної «TeaBook» стало відоме широкій аудиторії та всі мали уялення про послуги, що тут надаються.

Блок 5-й. Потоки формування доходів чайної «TeaBook».

У бізнес-моделі чайної «TeaBook» існують наступні типи потоків доходів: регулярні доходи від гостей чайної за рахунок продажів чаїв та супутніх продуктів (чай, чайні напої), а також за рахунок продажів кондитерських

виробів, десертів та випічки до чаю, доходи від продажу друкованих книг та аудіо-книг.

Ціни на продукцію власного виробництва чайної «TeaBook» формуються за витратною моделлю, а саме витрати на виготовлення чаю плюс відсоток на прибуток. Ціни на десерти, випічку та кондитерські вироби формуються на основі встановлених договірних цін з виробниками. Ціни на друковані книги та аудіо-книги вітчизняних авторів або вітчизняних виробників формуються також за витратною моделлю. Чайна «TeaBook» встановлює націнку на ціни виробників кондитерських виробів, десертів та випічки у розмірі 30%, на друковані книги – 40% та аудіо-книги – 60%.

Клієнти чайної «TeaBook» будуть готові платити за дуже високу якість обслуговування, широкий асортимент чаю, ексклюзивність пропозиції, високий комфорт, безпеку та зручність.

Оплата за послуги може відбуватися, як карткою так й у готівковому вигляді. Передбачено можливість оплати у криптовалюті

Прогнозується вклад у загальний рівень доходу чайної «TeaBook», який формує грошовий потік від визначених груп клієнтів та споживачів на рівні, що наведений в табл. 2.2

На перших етапах існування чайної «TeaBook» найбільша частка доходів прогнозується у сегменті ринку – поціновувачі здорового способу життя, якнайбільш чутлива аудиторія до послуг, що пропонуються [45; 46]. Згодом, коли буде розвиватися мережа чайних «TeaBook» в різних містах країни збільшиться кількість гостей міста, які мають вільний час, прагнуть відпочити, мандрівники, що прагнуть купити добру книгу чи аудіо-книгу в дорогу та взагалі, поціновувачі книг, та відпочинку з гарною книгою взяти участь у нашому проєкті.

Таблиця 2.2

Структура доходу від окремих груп споживачів чайної «TeaBook»

Групи споживачів закладу	Структура доходу продовж виходу на ринок	Структура доходу після розширення ринку
Забезпечені місцеві жителі пошанувачі чаю та спокою	14	10
Гості міста, які мають вільний час, прагнуть відпочити	17	20
Інтроверти – які хочуть тиші, спокою, усамітнення	12	11
Поціновувачі здорового способу життя	18	15
Люди, що прагнуть з комфортом перечекати повітряну тривогу	8	2
Поціновувачі книг, та відпочинку з гарною книгою	15	20
Мандрівники, що прагнуть купити добру книгу чи аудіо-книгу в дорогу	16	22
Разом	100	100

Джерело: розробка автора

Блок 6-й. Ключові ресурси чайної «TeaBook».

Для розвинення мережі чайних «TeaBook» необхідні такі ключові ресурси:

- Підвальні приміщення, які розташовуються біля вокзалів та аеропортах – оренда;
- Чай та інші інгредієнти для виготовлення чайної продукції – закупівля у постачальників;
- Обладнання для чайних – закупівля;
- Десерти, випічка, кондитерські вироби – співпраця з приватними виробниками;

- Інтернтет-сайт, сторінки у відомих соціальних мережах;
- Висококваліфікований персонал.

Блок 7-й. Ключові види діяльності чайної «TeaBook».

Основними напрямами діяльності є:

- Обслуговування гостей;
- Виробництво та реалізація різних видів чаїв;
- Встановлення контактів та заключення договорів на постачання чаїв та інших ресурсів для обслуговування гостей в чайній;
- Розробка рецептів чаїв;
- Заключення договорів на постачання десертної та кондитерської продукції, випічки;
- Заключення договорів на постачання друкованої продукції та аудіо-книг вітчизняних виробників;
- Просування чайних «TeaBook» в мережах Інтернет.

Блок 8-й. Ключові партнери чайної «TeaBook».

Основними партнерами чайної «TeaBook» є постачальники сировини та приватні підприємства та підприємці-кондитери, які виробляють десерти. Також, партнерами кав’ярні «Десерт» є керівництво міста, Саду Шевченка.

Блок 9-й. Структура витрат чайної «TeaBook».

За структурою витрат чайної «TeaBook» по попереднім оцінкам будуть такі витрати: сировина, оренда, меблі, обладнання, заробітна плата, просування та реклама, комунальні платежі.

2.2. Аналіз цільової аудиторії та конкурентного середовища

Кав'ярні та чайні заклади є популярними місцями для зустрічей, відпочинку та споживання гарячих напоїв. Однак вони мають деякі відмінності у своїй концепції, атмосфері та асортименті продуктів. Ось деякі з них [45; 46]:

1. Кав'ярні:

– Основний продукт: Головний акцент робиться на каві та кавових напоях. Кав'ярні спеціалізуються у виготовленні різних видів кавових напоїв, таких як еспресо, капучино, латте, американо та інші.
– Атмосфера: Кав'ярні часто мають стильний та сучасний дизайн. Вони можуть бути оформлені в індустріальному, мінімалістичному або елегантному стилі. Зазвичай це місця з активною атмосферою, де люди скуштовують кавові напої, розмовляють з друзями або працюють за ноутбуками.
– Супровідні продукти: Крім кави, у кав'ярнях часто можна замовити солодощі, десерти, сендвічі та інші легкі страви. Багато кав'ярень також продають кавові зерна та аксесуари для приготування кави вдома.

2. Чайні заклади:

– Основний продукт**:** Основний акцент робиться на чаї та чайних напоях. Чайні заклади спеціалізуються у виготовленні різних видів чаю, включаючи чорний, зелений, білий, фруктовий та трав'яний чай.
– Атмосфера: Чайні заклади зазвичай створюють спокійну та затишну атмосферу. Вони можуть мати етнічний дизайн або бути викладені у класичному англійському стилі. Це місця, де люди можуть розслабитися, насолодитися чашкою чаю та спокійно розмовляти.
– Супровідні продукти: Крім чаю, у чайних закладах часто можна замовити солодощі, сандвічі, дрібні закуски та справжній чайний сервіс з цукерками та лимоном. Також деякі чайні заклади можуть пропонувати великий вибір китайських або японських чаїв.

Отже, хоча кав'ярні та чайні заклади спільно надають гарячі напої та місця для суспільства, вони мають свої відмінності у своїй концепції, атмосфері та продуктах.

Споживчі сегменти чайних та кав'ярень можуть відрізнятися залежно від різних факторів, таких як цільова аудиторія, місце розташування, концепція закладу та інші. Однак, ось деякі загальні розділи:

1. Чайні заклади:

– Любителі чаю: Основна аудиторія чайних закладів складається з любителів чаю, які цінують різноманіття смаків, ароматів та корисних властивостей чаю. Вони можуть бути зацікавлені у спокійній та затишній атмосфері чайного закладу, де можна насолодитися вишуканими чаєвими сумішами та відпочити від метушливого життя.
– Цінителі чайних традицій: Деякі клієнти можуть бути зацікавлені у чайних традиціях та церемоніях, таких як японський чайний церемоніал або китайська церемонія гунфу. Вони шукають аутентичний досвід та можливість вивчити більше про культуру чаю.
– Люди, які шукають здорові альтернативи: Деякі клієнти можуть відвідувати чайні заклади заради їхніх корисних властивостей чаю. Вони можуть цінувати чайні суміші, які пропонують різні корисні властивості, такі як зняття стресу, покращення імунітету та підвищення енергетики.

2. Кав'ярні:

– Любителі кави: Головна аудиторія кав'ярень складається з любителів кави, які цінують смак і аромат свіжої кави. Вони можуть бути експертами у смакуванні кави та цінувати вибір кавових зерен і методів приготування.
– Фахівці та студенти: Багато клієнтів кав'ярень можуть бути фахівцями, студентами або фрілансерами, які шукають місце для роботи, зустрічей або навчання. Вони можуть оцінювати бездротовий доступ до Інтернету, комфортні місця для роботи та можливість купувати кавові напої.
– Люди, які шукають соціальні контакти: Деякі клієнти можуть відвідувати кав'ярні з метою зустрічей з друзями, колегами або потенційними партнерами. Вони можуть шукати місце для невимушених розмов та спілкування у приємній атмосфері.

У кожному випадку успішність кав'ярні чи чайного закладу залежить від того, наскільки вони можуть задовольнити потреби своєї цільової аудиторії.

Визначено такі основні цільові сегменти:

1. Забезпечені місцеві жителі пошанувачі чаю та спокою, які мешкають поруч з закладом;

2. Гості міста, які мають вільний час, прагнуть відпочити, очікують свого потяга або інших видів транспорту;

3. Інтроверти – які хочуть тиші, спокою, усамітнення та відпочинку;

4. Поціновувачі здорового способу життя;

5. Люди, що прагнуть з комфортом перечекати повітряну тривогу;

6. Поціновувачі книг, та відпочинку з гарною книгою;

7. Мандрівники, що прагнуть купити добру книгу чи аудіо-книгу в дорогу та хочуть обрати ту, що буде їм цікавою.

Цільові сегменти характеризують цільову аудиторію чайної «TeaBook». Комплексний опис цільової аудиторії представляє собою портрет клієнта, також відомий як персона покупця, профіль користувача або аватар клієнта.

Таблиця 2.3

Портрет клієнта чайної «TeaBook»

Портрет клієнта	Характеристика
1. Демографічні характеристики:	
– вік;	Від 16 до 75
– стать;	Чоловіча, жіноча
– національності;	Будь-яка
– релігія;	Будь-яка
– сімейний стан;	Будь-який
2. Географічні характеристики:	
– мі́сце;	Жителі міст країни
– культурні уподобання.	Поцінувачі культури чаювання різних країн світу
3. Психографічні характеристики:	
– хобі;	книголюби
– інтереси;	Уповільнення життя, релакс, відпочинок, безпека; поцінувачі якісних сортів чаю
– звички.	Шанувальники спокійного відпочинку, відпочинку з книгою
4. Соціально-економічні характеристики:	
– рівень доходу;	Середній та вище середнього
– освіта;	Вища, спеціальна

Виходячи з аналізу портрету клієнта можна зробити висновок, що конкурентами чайної «TeaBook» є інші заклади, що пропонують чай та кав'ярні-книгарні. Аналогічного закладу, концепцію якого ми пропонуємо – немає [47; 48].

Так, в Києві є такі заклади, що поєднують послуги з продажу книг та послуги щодо приготування кави:

Кафе-книгарня "Старий Лев", пов'язане з однойменним видавництвом, має дві філії в Києві. У цих затишних закладах з великою кількістю книжкових полиць і стелажів відвідувачі можуть не лише почитати, але й придбати різноманітну літературу для дорослих і дітей, а також насолодитися натуральною кавою. Є два відділи: кав'ярня та книжковий. Адреси: Григорія Сковороди, 6; Прорізна, 10.

"Хармс" - книжкова кав'ярня та крамниця у центрі Києва, яка гарантує захоплення від мистецтва та якісну літературу. Тут можна насолодитися кавою, поснідати або перекусити, а також придбати книги. Адреса: Володимирська, 45А.

"Моя книжкова полиця" - кав'ярня третьої хвилі, яка пропонує різні види кави та літературні новинки. Тут можна відкрити для себе вітчизняних письменників та придбати книги за доступними цінами. Адреси: Чикаленка, 7; Срібнокільська, 1А.

"Сяйво книги" - книжкова кав'ярня, що активно працює над українізацією. Тут представлено більше 1500 книг різних жанрів, а також можна скуштувати каву та десерти. Адреса: Велика Васильківська, 6.

"Сенс" - книжковий простір на Арсенальній, де можна насолоджуватися кавою та сніданками, а також придбати видання для дорослих і дітей. Адреса: Микільський провулок, 1/25.

"Книгарня-кав'ярня Vivat" - єдина в Києві книгарня-кав'ярня від українського видавництва Vivat. Тут можна купити книги, пограти в настільну гру та переглянути мистецькі виставки. Адреса: Петра Сагайдачного, 8.

"Espresso Patronum" - кав'ярня на Оболоні, де зібрана колекція магічних атрибутів світу Гаррі Поттера. Тут можна випити каву, скуштувати десерти та перечитати улюблену частину серії. Адреса: Оболонський проспект, 1.

"Файні Букс" - книжкова кав'ярня на Лівобережці, де представлені новинки дитячих книг, альбоми для культурного розвитку та література для батьків. Адреса: Микільсько-Слобідська, 4В.

"Paliturka" - кав'ярня у центрі Києва з різноманітною кавою, чаєм та лимонадами, а також місце для буккросингу. Адреса: Хрещатик, 46А.

"Zakapelok" - кав'ярня на Подолі, яка поєднує у собі кав'ярню, книжкову крамницю та магазин. Тут можна випити каву, придбати книги та насолодитися затишною атмосферою. Адреса: Верхній Вал, 62.

Здійснимо аналіз конкурентоспроможності нового закладу чайної «TeaBook» з книгарнями-кав'ярнями на основі опитування думок потенційних споживачів. Результати проведеного опитування наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Оцінка конкурентоспроможності нового закладу чайної «TeaBook» відносно кав'ярень книгарень

Параметри оцінки	№ Ф		Ранг параметрів закладів-конкурентів									
		чайна «TeaBook»	Старий Лев	Хармс	Моя книжкова полиця	Сяйво книги	Сенс	Книгарня-кав'ярня Vivat	Espresso Patronum	Файні Букс	Paliturka	Zakapelok
1. Асортимент чаю	Ф1	5	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2
2. Асортимент книжок	Ф2	5	3	3	3	4	3	3	5	5	4	4
3. Ціна	Ф3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4. Якість обслуговування	Ф4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4
5. Рівень комфорту	Ф5	5	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2
6. Безпека надання послуг	Ф6	5	2	3	4	3	4	4	3	4	5	5
7. Рівень інформаційної підтримки	Ф7	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3
Інтегральний показник	4,7	3,4	3,1	3,3	3,1	3,1	3,3	3,7	3,6	3,7	3,4	3,4

Результати оцінки думок потенційних споживачів чайної «TeaBook» свідчать, що послуги нового закладу є унікальними та конкурентоспроможними у порівнянні з конкурентами кав'ярнями-книгарнями. Саме діяльність чайної «TeaBook» задовольняє потребу відповідного кола споживачів (поцінувачів книг) в високоякісному відпочинку завдяки широкого асортименту високоякісних сортів чаїв, комфортів, безпеки та якісного обслуговування.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна порівняти конкурентоспроможність чайної «TeaBook» по відношенню до основних конкуруючих відповідного сегменту ринку. На рис. 1.1 представлена діаграма полігону конкурентоспроможності чайної «TeaBook», що характеризує рівню розвитку кожного з визначених факторів з точки зору споживачів і гостей.

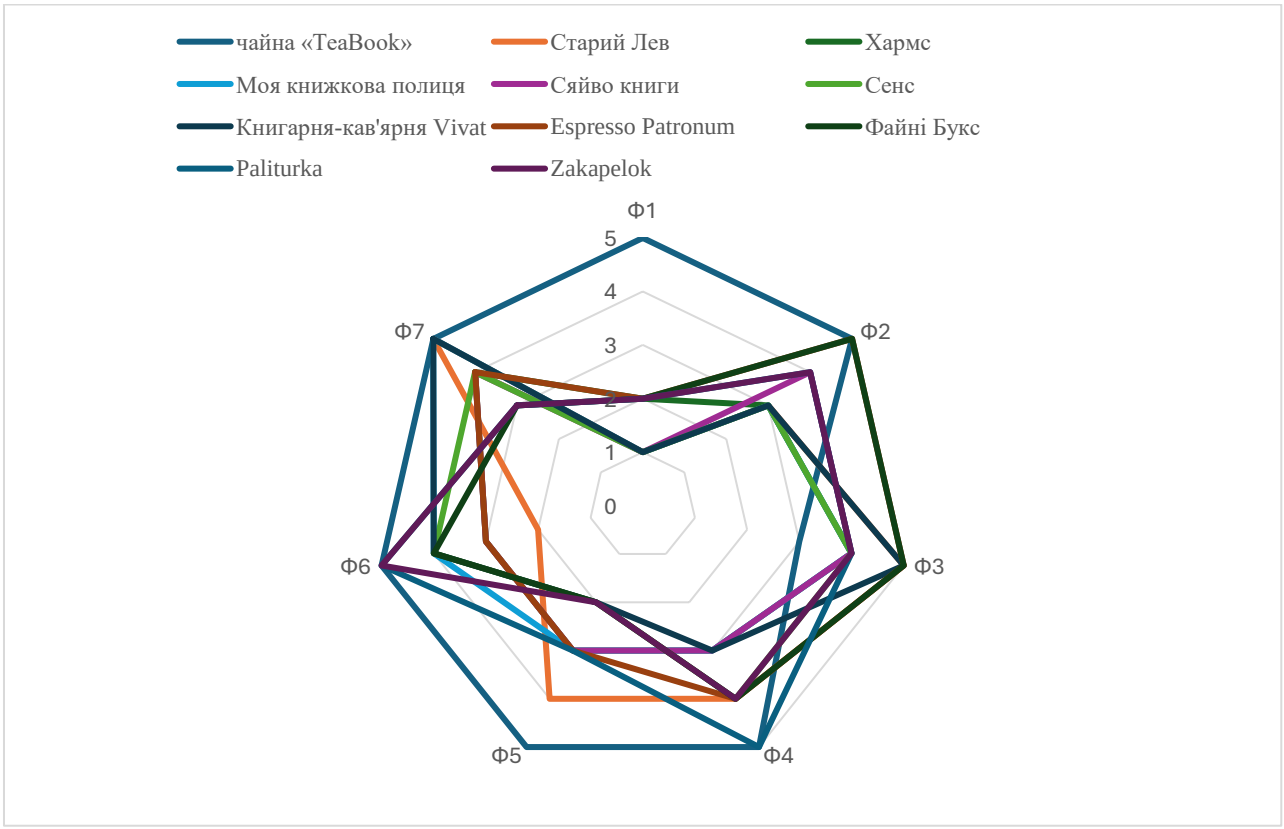

Рис. 1.1. Діаграма полігону конкурентоспроможності чайної «TeaBook»

Важливим аспектом аналізу конкурентоспроможності є розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності закладу. Порівняти рівень

конкурентоспроможності чайної «TeaBook» з конкурентами книгарнями-кав'ярнями можна на основі діаграмі, що наведена на рис. 1.2.

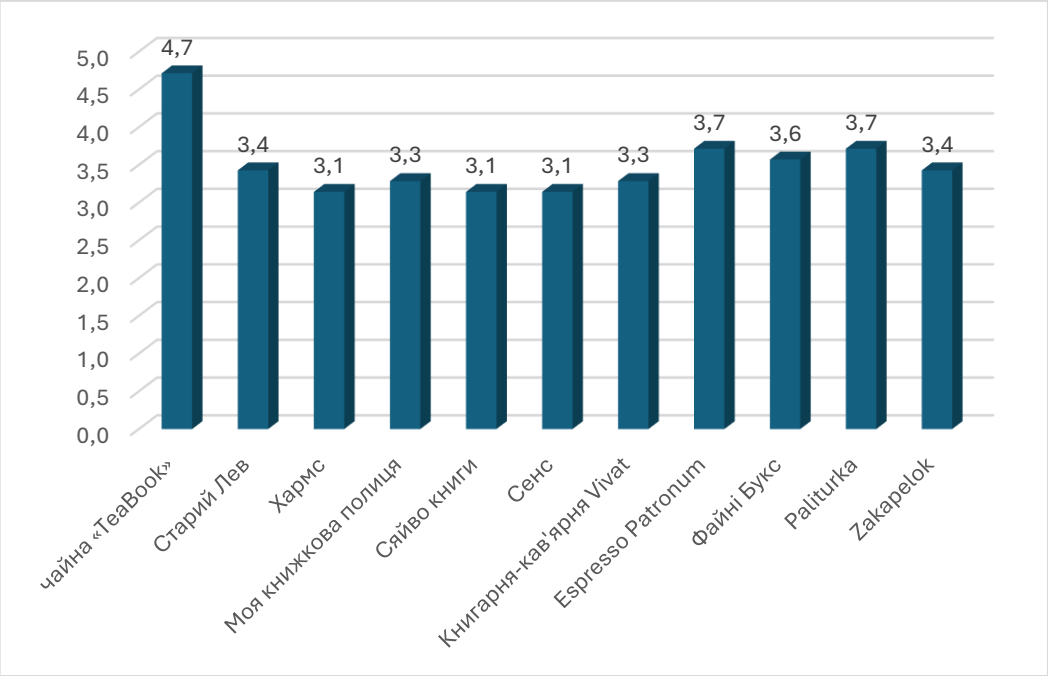

Рис. 1.2. Порівняння інтегральних показників конкурентоспроможності чайної «TeaBook» та кав'ярень-книгарень

Таким чином, можна відмітити, що чайної «TeaBook» буде мати вищій рівень конкурентоспроможності у обраному сегменті споживачів у порівнянні з конкурентами.

Також, в Києві є такі заклади, що спеціалізуються на чаї. Це такі заклади [48]:

1. «Чайний Клуб», що розташований на бульварі Дружби Народів, 7. Чайний клуб - перший подібний заклад в Україні! Тут можна відновити душевну та фізичну гармонію. Заклад включає приміщення для чаювання та чайних церемоній, зал для проведення майстер-класів і семінарів з йоги, цігун, тайцзи тощо. Регулярно проводяться чайні школи, дегустації та майстер-класи.

2. «Чайна Студія "Біла Сова"», що розташована на вулиці Рибальської, 11. Чайна студія Інеси Анохіної та Стефана Завівалка. Магазин пропонує колекцію з понад трьохсот видів високоякісного китайського чаю та ручний

посуд. Тут проводяться виключно чайні церемонії для тих, хто шукає духовну практику через чай.

3. «Chaguan», що розташована на вулиці Верхній Вал, 62в. Чайна Chaguan - місце для справжніх поціновувачів чаю, де можна не тільки насолодитися напоєм, а й придбати його. Місія закладу - розвивати чайну культуру в Україні, знайомлячи гостей з традиціями китайського чаювання. Власники часто відвідують Китай, де особисто обирають чай.

4. «Tea Army Club», що розташований на вулиці Кудрявська, 16а. Затишний простір у центрі Києва. Крім чаювань, тут часто проводяться музичні концерти та інші події.

5. «One Tea Tree», що розташована на вулиці Рейтарська, 30. У чайній готують фермерський чай із китайської провінції Юньань. Команда співпрацює з дрібними фермерами та майстрами з Юньнаню.

6. «Monthang», що розташована на вулиці Велика Васильківська, 1 (Pinchuk Art Centre, 6 поверх) - чайний простір з фермерськими чаями та керамікою від українських майстрів на шостому поверсі PinchukArtCentre.

7. «Just Punk Tea», що розташований на вулиці Василя Тютюнника, 58/1. Just Punk Tea просуває культуру чаювання без зайвого пафосу та складних ритуалів. В асортименті - широкий вибір колекційних чаїв, які знаходять і привозять чайні мисливці зі Сходу.

8. Чайна «NewTea», що розташований на Оболонському проспекті, 26 - світле й затишне місце з інтер'єром, доповненим живими рослинами та декоративними деталями в китайському стилі. Тут можна не лише випити чаю, але й досягти душевного спокою та фізичного розслаблення.

9. «Teahouse Boichuka», що розташована на вулиці Михайла Бойчука, 9/12. Тут зібрана колекція якісних чаїв з понад п’яти країн світу. Простір підходить для проведення тематичних заходів і чаювань під час робочого процесу. В асортименті також є посуд для чаювань та зернова кава.

10. «Teahouse Lipinka», що розташована на вулиці Сергія Данченка, 18 - це не просто магазин або кафе, а місце для підтримки та отримання енергії, будь

то через чашку кави чи чаю. Головне - духовна близькість з кожним відвідувачем.

11. «Medita Tea», що розташована на вулиці Костянтинівська, 22/17, - це чайний проєкт, створений Владою та Владом. Місце, де можна знайти спокій і гармонію, що ідеально доповнює київський трамвай, старовинні будівлі та хмари, які так приємно споглядати з балкона, спостерігаючи за перехожими.

12. «Chaism», що розташована на вулиці Пушкінська, 33, пропонує відвідувачам спробувати високоякісні японські Матча, Сенча та тайванські улуни Алішань. У самому центрі Києва на Пушкінській, 33, цей простір створений для знайомства з якісним японським чаєм та розвитку чайної культури. В асортименті - найкращі японські та тайванські чаї.

13. «Nice Tea». що розташована на Оболонському проспекті, 16 - це місце для справжніх поціновувачів чаю. Команда відданих шанувальників створила магазин, де люди можуть насолоджуватися високоякісним чаєм, зануритися в унікальну атмосферу і дізнатися більше про чайні традиції.

14. «Yokochay», що розташована на бульварі Миколи Міховського, 32а - це проєкт, що об'єднує людей, природу і всесвіт. Тут можна придбати якісний китайський чай та посуд, замовити чайну церемонію або пройти навчання в чайній школі.

15. «Бā», що розташована на Бессарабській площі, 2 - це чайна нової генерації на Бессарабській площі, 2. Місце створене для об'єднання людей і створення невимушеної атмосфери, де можна насолоджуватися складним чайним продуктом без снобізму та обмежень. Назва закладу означає "8" китайською, що приносить удачу.

16. «Тут І Зараз», що розташована на вулиці Спаська, 13 – це громадська чайна на Подолі, де можна насолодитися різними видами китайського чаю, взяти окропу та посидіти в тіні дерев або в Самосаду. Простір є pet-friendly та безалкогольним, пропонуючи також кратом і комбуча.

17. «Жнива (Чайне Коло)», що розташована на вулиці Костянтинівська, 4 - це місце творчих проявів на Подолі, де можна сховатися від тривог. Тут межі

між митцями та глядачами стираються, і кожен може приєднатися до творчого процесу. Також є чайний простір "Чайне Коло" для чаювання або проведення чайних церемоній.

18. «Морфема», що розташована на вулиці Кропивницького, 12 - поєднує фотолабораторію та чайну кімнату. Тут можна заварити органічний фермерський чай, проявити фотоплівку, придбати принти або насолодитися чаєм у тиші.

19. «Tea G Spot», що розташована на вулиці Кожум'яцька, 10А (Воздвиженка) - це чаярня, що пропонує 14 видів чайних напоїв та різні способи подачі чаю, включаючи використання кавової машини. Тут поєднують китайську та британську чайні традиції.

20. «Фурусато», що розташована на вулиці Городецького, 11Б - чайний куточок, відкритий у співпраці з творчим простором Кут. Тут можна не лише насолодитися старовинною архітектурою міста та мистецтвом, а й випити запашного чаю.

Здійснимо аналіз конкурентоспроможності нового закладу чайної «TeaBook» з іншими чайними міста Київ на основі опитування думок потенційних споживачів. Результати проведеного опитування наведені в табл. 2.5.

Результати оцінки думок потенційних споживачів чайної «TeaBook» свідчать, що послуги нового закладу є унікальними та конкурентоспроможними у порівнянні з конкурентами кав'ярнями-книгарнями. Саме діяльність чайної «TeaBook» задовольняє потребу відповідного кола споживачів (поцінувачів книг) в високоякісному відпочинку завдяки широкого асортименту високоякісних сортів чаїв, комфортів, безпеки та якісного обслуговування.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна порівняти конкурентоспроможність чайної «TeaBook» по відношенню до основних конкуруючих відповідного сегменту ринку. На рис. 1.3 представлена діаграма полігону конкурентоспроможності чайної «TeaBook», що характеризує рівню розвитку кожного з визначених факторів з точки зору споживачів і гостей.

Таблиця 2.5

Оцінка конкурентоспроможності нового закладу чайної «TeaBook» відносно інших чайних в Києві

Параметри оцінки	№ Ф	Ранг параметрів закладів-конкурентів																				
		чайна «TeaBook»	Чайний Клуб	Чайна Студія "Біла	Chaguan	Tea Army Club	One Tea Tree	Monthang	Just Punk Tea	NewTea	Teahouse Boichuka	Teahouse Lipinka	Medita Tea	Chaism	Nice Tea	Yokochay	Бā	Тут І Зараз	Жнива (Чайне Коло)	Морфема	Tea G Spot	Фурусато
1. Асортимент чаю	Ф1	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4
2. Асортимент книжок	Ф2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Ціна	Ф3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	2	4	5	5	3	2
4. Якість обслуговування	Ф4	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	5	4	4	3	5	4	5	3	3	4
5. Рівень комфорту	Ф5	5	4	4	3	3	5	2	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5
6. Безпека надання послуг	Ф6	5	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	5	3	3	3
7. Рівень інформаційної підтримки	Ф7	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	4	4	3	3	2	4	5	4	3	3	4
Інтегральний показник		4,7	3,6	3,6	3,3	3,4	3,7	3,3	3,3	3,1	3,1	3,3	3,7	2,9	3,1	2,9	3,4	3,3	4,1	2,9	2,7	3,1

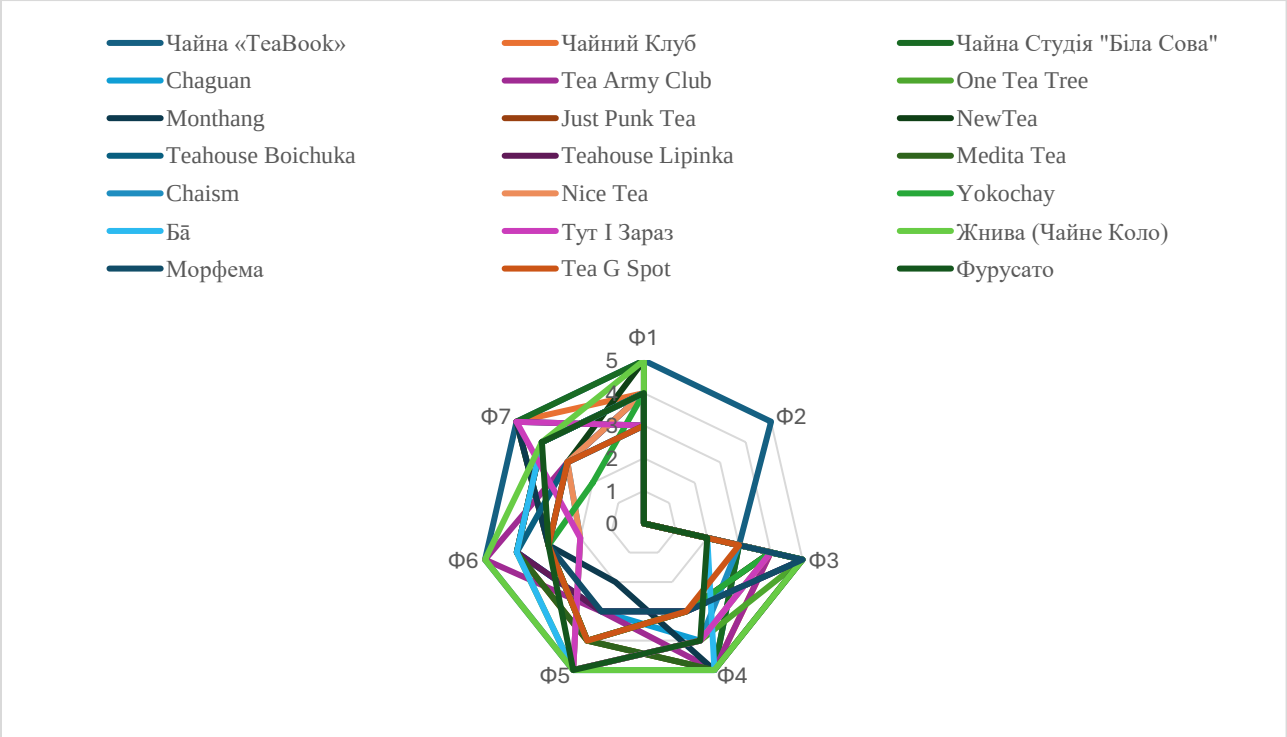

Рис. 1.3. Діаграма полігону конкурентоспроможності чайної «TeaBook» відносно інших чайних міста Київ

Важливим аспектом аналізу конкурентоспроможності є розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності закладу. Порівняти рівень конкурентоспроможності чайної «TeaBook» з конкурентами іншими чайними міста Київ можна на основі діаграмі, що наведена на рис. 1.4.

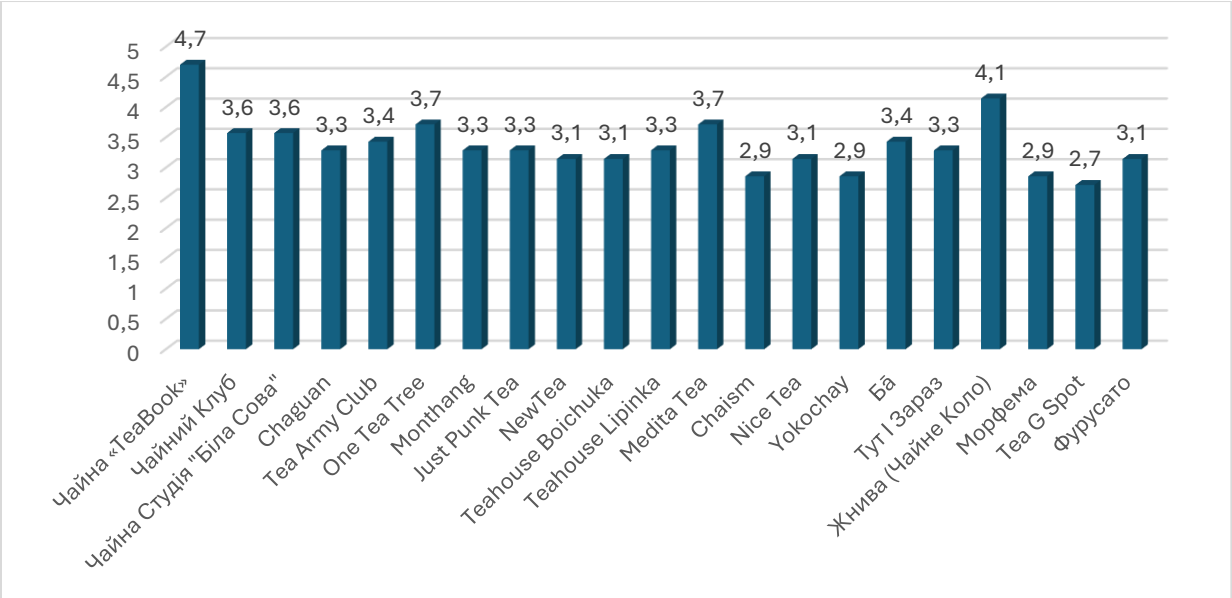

Рис. 1.4. Порівняння інтегральних показників конкурентоспроможності чайної «TeaBook» та інших чайних міста Київ

Таким чином, можна відмітити, що чайної «TeaBook» буде мати вищій рівень конкурентоспроможності у обраному сегменті споживачів у порівнянні з конкурентами.

2.3 Виробничий та організаційний план

Для відкриття підприємства потрібно зареєструвати бізнес, підготувати необхідні документи та вибрати систему, за якою власник чайної «TeaBook» буде сплачувати податки [49].

Для відкриття чайної «TeaBook» будемо зареєструвати ТОВ (товариство з обмеженою відповідальністю). На першому етапі існування бізнесу передбачається відкриття 2-х точок в місті Київ та по одній точки в містах Львів, Харків, Дніпр та Одеса. Всього за розробленою бізнес-моделлю на першому етапі передбачається відкриття 6-ти чайних «TeaBook». На другому етапі передбачається збільшувати кількість точко чайної «TeaBook» за франшизою.

Для відкриття ТОВ передбачено підготовку таких документів: заповнення заявки; розроблений статут організації; протокол загальних зборів засновників організації; квитанції про сплату державних платежів; копії паспортів засновників, що нотаріально завірені; обрана система оподаткування та ін.

Також, для відкриття чайної «TeaBook» необхідні такі документи:

1. Договори оренди;
2. Дозволи санітарної служби;
3. акти пожежної безпеки;
4. адміністративні дозволи на торгівлю;
5. Санітарні книжки для співробітників;
6. Договори на роботи з вивезення відходів та дезінфекції;
7. Висновки про правильну роботу ваг;
8. Сертифікати якості продукції.

Для діяльності чайної «TeaBook» підходять такі коди КВЕД:

1. 47.2 - Роздрібна торгівля напоями;
2. 47.61 - Роздрібна торгівля книгами
3. 56.1 - Діяльність ресторанів
4. 56.2 - Постачання готових страв
5. 56.3 - Обслуговування напоями
6. 58.1 - Видання книг.

Значний внесок в успіх майбутньої мережі чайних «TeaBook» залежить від вибору місця розташування закладів.

Ідеальним місцем розташування для чайної «TeaBook» є центр міста поруч з вокзалом.

Київ 1: вул. Жилянська, 30. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Банки та офіси IT.

Київ 2: вул. Володимирська, 4. Поруч знаходяться значна кількість офісів.

Харків: вул. Юлаговещінська, 38д. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Банки та офісні центри.

Львів: вул. Залізнична 8/5. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал, банки, офісні приміщення.

Дніпр: вул. Пастера, 6. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал.

Одеса: вул. Косівська, 2. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал.

Для відкриття чайної «TeaBook» буде достатньо приміщення площею 100-150 квадратних метрів в підвальному приміщенні.

Оренда приміщення для закладів чайної «TeaBook» площею в 150 квадратних метрів в Києві обійдеться в 125 тис. грн в місяць. В Львові орендна плата за приміщення під чайну «TeaBook» такого ж формату складе 90 тис. грн. В Харкові, Одесі та Дніпрі – 50 тис. грн.

Крім орендної плати, в закладі потрібно буде провести відповідний до обраного дизайну ремонт. На ремонт має бути виділено не менше 200 тис. грн. на кожний заклад.

Для забезпечення високого рівня обслуговування в закладі необхідно встановити якісне обладнання. Купівля та монтаж обладнання обійдеться підприємцю приблизно в 886,5 тис. грн. Ціна може змінитися у зв'язку з можливим зростанням цін, пов'язаним зі зростанням курсу валют, підприємці стали віддавати перевагу вживаній техніці, але ми не рекомендуємо використовувати цей варіант, оскільки ремонт вживаної.

При виборі персоналу для чайної «TeaBook» слід звертати увагу на компетентність та минулий досвід всіх співробітників. Також, передбачається навчання персоналу, навчання технології обслуговувати клієнтів у відповідності до бізнес-моделі закладу за пару тижнів стажування.

Також, необхідно враховувати особисті якості співробітників. Ключовими компетентностями співробітників має бути: готовність навчатися, чесність, відповідальність, зацікавленість в задоволенні потреб клієнтів, порядність, пунктуальність, ввічливість. Також, необхідно враховувати, що персонал, що буде обслуговувати клієнтів має бути добре обізнаним, як в особливостях чайної продукції, також має володіти компетентностями рекомендувати книги різних жанрів. Кількість персоналу та фонд оплати праці (ФОП) чайної «TeaBook» представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Кількість персоналу та фонд оплати праці чайної «TeaBook»

Персонал закладу	Оклад, грн/міс.	Кількість	Сумарна плата в місяць, грн	Відрахування, грн	Річний фонд оплати праці, тис. грн
Керуючий закладу	50000	1	50000	11000	732000
Офіціант-консультант	35000	3	105000	23100	1537200
Чайний майстер	45000	1	45000	9900	658800
Прибиральниця	17000	1	17000	3740	248880
Помічник кухара	22000	1	22000	4840	322080
Разом ФОП	169000	7	**239000**	52580	**3498960**

ФОП чайної «TeaBook» в Києві складає приблизно 3498960 грн за рік.

Для відкриття чайної «TeaBook» дуже важливими є постачальники чаю. Передбачається придбання чаю у найкращих виробників в світі. Саме ексклюзивність пропозиції щодо широти та якості чаю в закладі має стати конкурентною перевагою.

Під час вибору постачальників необхідно враховувати наступне. Важко переоцінити оздоровчі властивості листяного чаю. З давніх-давен ці напої використовувалися як ліки та тонізуючі еліксири, що сприяють нормалізації та покращенню процесів життєдіяльності. Серед переваг вживання найдорожчих сортів чаю варто відзначити: покращення травлення; антибактеріальні властивості; відновлення при застудних захворюваннях; захист печінки від токсинів; активізація імунної системи; розщеплення жирів; вирівнювання артеріального тиску; зміцнення серцево-судинної системи; прискорення обміну речовин; зміцнення волосся, нігтів та поліпшення стану шкіри; зниження рівня "поганого" холестерину; очищення від токсинів і шлаків. І це лише частина корисних впливів як найдорожчих, так і доступних сортів чаю.

Основні критерії оцінки високоякісного чаю включають:

1. Свіжість. Аромат повинен бути яскраво вираженим, але не різким.
2. Натуральність. У складі не повинно бути барвників, ароматизаторів і консервантів, оскільки ці добавки негативно впливають на організм і погіршують смак та аромат натурального напою.
3. Текстура листя. Якісний чай складається з цілісного листя, а не з порошку або чайного пилу, як це часто трапляється в пакетованих чаях.
4. Однорідність. Листя має бути однакового розміру, кольору та форми.
5. Природний аромат. Під час заварювання якісний натуральний чай випромінює приємний запах.

Фактори, які слід враховувати при виборі найбільш якісного та дорогого чаю у світі:

1. Додавання лимона до чорного чаю знижує його антиоксидантні властивості, але значно підвищує антибактеріальні завдяки підвищеній концентрації вітаміну С.

2. Якщо ви віддаєте перевагу міцному чаю, краще обирати сорти з насиченим смаком, а не збільшувати час заварювання, оскільки тривале настоювання зменшує корисні властивості чаю. Винятком є трав'яний чай, який слід заварювати 10-15 хвилин.

3. Деякі сорти зеленого чаю можна заварювати 3-5 разів без втрати корисних якостей. Важливо, щоб між заварюваннями листя залишалося без води, а проміжок між наступним заварюванням не перевищував 20 хвилин.

Згідно з дослідженнями світових експертів, сьогодні можна виділити 8 найдорожчих та найвишуканіших сортів чаю:

1. 8 місце – «Байча»: Китайський білий чай, який коштує 1200 доларів за кілограм. Його висока вартість обумовлена тим, що його вирощують лише в околицях китайського поселення Аньцзи, і він виробляється лише з перших проростих листочків.

2. 7 місце – «Ті Гуанінь»: Китайський чай, назва якого означає "Богиня милосердя". Вартість цього чаю становить 1700 доларів за кілограм. Він популярний з 18 століття і є проміжним між зеленим і чорним чаєм за своїми властивостями.

3. 6 місце – «Tea Forte»: Японський чай, який коштує 6200 доларів за кілограм. Цей чай славиться своїми чудовими смаковими якостями, що досягаються особливим способом обробки листя, яке пропарюється, а потім скручується в тонкі стебла.

4. 5 місце – «Цзюнь-Шань Інь-Чжень»: Жовтий китайський чай, вартістю 8000 доларів за кілограм. До початку 20 століття його вивезення за межі Китаю каралося смертною карою. Головний секрет цього чаю досі залишається невідомим.

5. 4 місце – «Дарджилінг»: Індійський чорний чай, який коштує 18 000 доларів за кілограм. Його унікальність полягає в особливій технології виробництва та вирощуванні лише на одній гімалайській плантації.

6. 3 місце – «Ан-Сі»: Китайський білий чай з ціною 160 000 доларів за кілограм.

7. 2 місце – «Тай ши У-лун»: Тайванський чай, назва якого перекладається як "Тайванський Чорний дракон". Його вартість становить 250 000 доларів за кілограм. Хоча цей сорт відноситься до зеленого чаю, він має смакові властивості червоного чаю.

8. 1 місце – «Да Хун Пао»: Найдорожчий китайський чай, назва якого перекладається як "Великий червоний халат". Його можна придбати тільки на аукціонах, де ціна досягає 700 000 доларів за кілограм.

Звісно, дорогі сорти чаю не завжди доступні в загальному продажу. Щоб придбати справжній, натуральний чай, варто спочатку знайти надійного та перевіреного постачальника, який пропонує автентичні китайські чаї.

Постачальниками закладу будуть «Чайний світ», «Royal-life», які пропонують широкий асортимент високоякісної продукції.

Щодо друкарської продукції основними постачальниками будуть вітчизняні видавництва, такі як: «Апріорі», «Білка», «Брайт Букс», «Видавництво XXI», «Віват», «Віхола», «Дух і Літера», «Зелений Пес», «Комора», «Моноліт-Bizz», «Наш Формат», «Основи», «Піраміда», «Ранок», «Смолоскип», «Фабула» «Фоліо», «Човен», «Чорні вівці», «Ярославів Вал». А також студії звукозапису, що постачають аудіо-книги.

Таким чином, на основі розробленого організаційного та виробничого планів може бути обґрунтовано фінансовий план чайної «TeaBook».

Висновки до розділу 2

Бізнес-ідея створення чайної «TeaBook» полягає у наступному – створити комфортне місце відпочинку у безпечному місці з можливістю читання у закладі

та придбання для подальшого використання книг, як звичайних, так й аудіо. Наш заклад має створювати комфортну та безпечну атмосферу, надавати можливість відпочити та розслабитися, саме тому, наш заклад відкривається у невеликому за площею підвальному приміщені, де створюється відповідний комфорт та забезпечується можливість для тривалого відпочинку. В закладі пропонуються високоякісні сорти чаю на будь який смак – від традиційних до екзотичних. Пропонуються місця для відпочинку як для поодиноких відвідувачів, так й для тих, хто відпочиває в невеликій компанії. Це рай для інтроверта, який хоче насолодитися вишуканим смаком чаю, відволіктися від проблем зовнішнього світу, відчути себе у безпеці та обрати собі книгу за своїм смаком. В закладі пропонується широкий асортимент книг вітчизняних авторів та виробників, як у звичайному вигляді книги, так й у вигляді аудіо-книги. Відвідувачі зможуть безкоштовно обрати собі будь-яку книгу, отримати відповідні консультації у фахівців, насолодитися гарною книгою у закладі та придбати її, щоб продовжувати читання вдома чи подорожі.

Концепція закладу передбачає переваги для мандрівників, які перебувають в незнайомому місті, роблять пересадку на інший маршрут, здійснюють одноденний робочій візит до міста та прагнуть перепочити перед подальшою подорожжю. Також, це місце для людини, що прагне відпочинку від міського гомону, життєвих проблем, зупинитися на деякий час на перевести дух, відпочити від суєти та просто обрати собі цікаву книгу.

Заклад також буде цікавим для невеликих компаній, котрі хочуть розслабитися та поспілкуватися у тихому місті, можливо, разом почитати книгу, обсудити її зміст та випити смачний чай на будь-який смак.

Заклад пропонує дуже широкий асортимент високоякісного чаю, який сприяє відновленню організму, рівноваги та дасть можливість получити задоволення від вишуканого смаку та покращити своє здоров’я.

Виходячи з аналізу портрету клієнта можна зробити висновок, що конкурентами чайної «TeaBook» є інші заклади, що пропонують чай та кав’ярні-книгарні. Аналогічного закладу, концепцію якого ми пропонуємо – немає.

Так, в Києві є такі заклади, що поєднують послуги з продажу книг та послуги щодо приготування кави, заклади, що спеціалізуються на чаї.

Проведений аналіз показав, що чайної «TeaBook» буде мати вищій рівень конкурентоспроможності у обраному сегменті споживачів у порівнянні з конкурентами.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІДКРИТТЯ МЕРЕЖІ ЧАЙНИХ «TEABOOK»

3.1 Обґрунтування грошових потоків та фінансовий план закладу

З метою обґрунтування ефективності бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» необхідно визначити механізм формування грошових потоків.

Вхідний грошовий потік формується з доходів від реалізації чайної продукції та супутніх страв (десерти, випічка), а також печатних та аудіо-книг у власних чайних «Teabook», що відкриваються на першому етапі реалізації бізнес-плану. На другому етапі до грошового потоку додаються доходи від продажу франшиз та роялті за франшизами.

Вихідний грошовий потік чайних «Teabook» формується для власників бізнесу з інвестиційних витрат на відкриття власних чайних та поточних витрат на забезпечення їх діяльності, а також від реклами та просування бренду та продажу франшиз [51].

Розглянемо формування грошового потоку від роботи власних чайних «Teabook».

Зазвичай, вважається що заклади харчування (кафе, кав’ярні) мають в попиті на свої послуги сезонний та циклічний характер. Мережа чайних «Teabook» буде надавати послуги, що значно не змінюються протягом всього року. Різниця першого року щодо обсягів продажів буде обумовлюватися тільки тим, що специфіка закладу ще не відома широкому колу споживачів. Також, передбачається збільшення попиту у зв’язку з відкриттям чайних «Teabook» за франшизою та нарощуванням кількості членів клубу споживачів чайних «Teabook». Динаміка прогнозних обсягів продажу послуг з одного закладу у помісячному розрізі зведений в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Динаміка прогнозних обсягів продажу послуг з одного закладу у помісячному розрізі за перший рік

Напрямок послуг	Місяць												За рік
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й	11-й	12-й	
Чаювання, тис. грн	45	55,3	59,5	68,8	73,6	88,9	102,1	112,1	125,6	136,9	145,5	160,2	1173,5
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	10,2	11,3	13,6	15,4	16,8	17,8	18,9	23,1	24,2	26,2	27,6	28,8	233,9
Продаж десертів та випічки, тис. грн	23	26	25,3	27,4	28,9	32,1	35,3	37,5	39,1	42,1	43,5	45,5	405,7
Разом, тис. грн	78,2	92,6	98,4	111,6	119,3	138,8	156,3	172,7	188,9	205,2	216,6	234,5	1813,1

Таким чином, після відкриття чайної «Teabook» за рік передбачається, що загальний дохід від одного закладу складатиме 1813,1 тис. грн. Тоді як з 6-ти закладів відповідно – 10878,6 тис. грн. Згодом, дохід буде збільшуватися – середньомісячний дохід від діяльності одного закладу складатиме 234,5 тис. грн.

Динаміка прогнозних обсягів продажу за час реалізації проєкту – 5 років з власних закладів мережі чайних «Teabook», наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Динаміка прогнозних обсягів продажу за час реалізації проєкт

Напрямок послуг	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
На один заклад					
Чаювання, тис. грн	1173,5	1642,9	1971,48	2208,06	2473,02
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	233,9	327,46	392,952	440,106	492,919
Продаж десертів та випічки, тис. грн	405,7	567,98	681,576	763,365	854,969
Разом, тис. грн	1813,1	2538,34	3046,01	3411,53	3820,91
На мережу з власних шості закладів					
Чаювання, тис. грн	7041	9857,4	11828,88	13248,35	14838,15
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	1403,4	1964,76	2357,712	2640,637	2957,514
Продаж десертів та випічки, тис. грн	2434,2	3407,88	4089,456	4580,191	5129,814
Разом, тис. грн	10878,6	15230,04	18276,05	20469,17	22925,47

Витрати на відкриття закладу формують вихідний грошовий потік. Розглянемо його формування більш детально.

Інвестиційні витрати включають такі витрати, як інвестиції на придбання обладнання та меблів, ремонт, документальне та законодавче оформлення підприємства та ін.

Для відкриття закладів чайних «Teabook» необхідно зробити відповідний ремонт. Загальна концепція - заклади мають забезпечувати умови відпочинку та релаксу. Дизайн кожного закладу може відрізнятися – кожний заклад може мати сої особливості щодо підбору меблів та загального інтер'єру. Основна вимога – має бути комфортним для гостей. Тому вартість ремонту приміщення може відрізнятися. Готується дизайн проєкт закладу вартість якого 25000 грн. Вартість ремонту може коливатися від 150 до 300 тис. грн. – в середньому – 200 тис.

Обладнання та меблі також можуть відрізнятися в різних закладах. Проте середня кількість та вартість комплекту обладнання для відкриття однієї чайної «Teabook» наведена в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Середня кількість та вартість комплекту обладнання для відкриття чайної «Teabook»

Устаткування	Кількість, од	Вартість, грн	Сума витрат на один заклад, грн	Сумарні витрати на 6 закладів, грн
Столи	9	800	7200	43200
Крісла	36	3000	108000	648000
Вітрина	1	14000	14000	84000
Комплект речей для інтер'єру	1	60000	60000	360000
Шафи	3	3000	9000	54000
Світильники	9	8000	72000	432000
Устаткування для маленької кухні	1	330000	330000	1980000
Посуд	1	90000	90000	540000
Касовий апарат	1	5000	5000	30000
Комп'ютер	1	37000	37000	222000
Разом			732200	4393200

Крім того, для відкриття бізнесу необхідно зробити закупку чаю, заключити договори на поставку випічки та десертів та закупити на 2-3 дні, розробити сайт мережі, зареєструвати бізнес, здійснити розробку рекламної кампанії та реалізувати її. Всі необхідні витрати на відкриття мережі чайних «Teabook» зведені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Витрати на відкриття мережі чайних «Teabook»

Стаття витрат	На відкриття 1 закладу, тис. грн	На відкриття 6 закладів, тис. грн
Покупка комплекту обладнання	732,2	4393,2
Ремонт приміщення	200	1200
Оренда	60	360
Реклама	35	210
Закупка чаю	210	1260
Поставка десертів та випічки	23	138
Реєстрація бізнесу	3	18
Додаткові витрати	57	342
Разом	1320,2	7921,2

Таким чином, на відкриття мережі власних чайних «Teabook» необхідно витратити 7921,2 тис. грн.

Визначивши обсяг необхідних інвестицій та встановивши необхідні поточні витрати, обґрунтуємо ефективність створення мережі чайних «Teabook» з тільки власними закладами та закладами, що створені за франшизою.

3.2 Оцінка економічної ефективності бізнес-плану

Оцінка ефективності бізнес-плану здійснюється на основі розрахунку показників, що не враховують фактор часу: прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток, а також з урахуванням фактору часу: чистий приведений дохід (NPV), індекс доходності (IP), внутрішня норма доходності (IRR), дисконтований термін окупності (DPP) [52-56].

Для розрахунку прибутку передбачається встановити торгівельну націнку на чаї, випічку та десерти 100%, на книги та аудіо-книги – 30%. Інші витрати – це витрати на оплату праці, оренду, поточну рекламу, створення NFT-клубних карт.

Під час розрахунку прибутку враховується система оподаткування та податкові пільги на поширення україномовного контенту.

Розрахунок прибутку представлений в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок прибутку мережі чайних «Teabook»

Стаття	Розрахунок прибутку	
	Один заклад	Мережа власних закладів
ПДВ		
Чаювання, тис. грн	2464,35	14786,1
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	392,952	2357,71
Продаж десертів та випічки, тис. грн	851,97	5111,82
Разом, тис. грн	3709,27	22255,6
Доходи без ПДВ		
Чаювання, тис. грн	1971,48	11828,9
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	392,952	2357,71
Продаж десертів та випічки, тис. грн	681,576	4089,46
Разом доходи без ПДФ, тис. грн	3046,01	18276,1
Змінні витрати		
Чаювання, тис. грн	985,74	5914,44
Продаж книг та аудіо-книг, тис. грн	196,476	1178,86
Продаж десертів та випічки, тис. грн	340,788	2044,73
Разом змінні витрати, тис. грн	1523,01	9138,03
Постійні витрати		
Оренда, тис. грн	60	360
Оплата праці, тис. грн	583,16	3498,96
Реклама, тис. грн	167,8	1006,8
Виготовлення NFT-клубних карт, тис. грн	25	150
Разом постійні витрати, тис. грн	835,96	5015,76
Сумарні витрати, тис. грн	2358,97	14153,8
Прибуток, тис. грн	687,045	4122,27
Податок на прибуток, тис. грн	123,668	742,008
Чистий прибуток, тис. грн	563,377	3380,26

Розрахунок прибутку показує, що мережі чайних «Teabook» чистий прибуток мережі чайних «Teabook» складатиме 3380,26 тис. грн за рік.

На основі проведених розрахунків може бути запропоновані умови франшизи:

Щорічний дохід без ПДФ – від 3 млн. грн

Вартість франшизи (включає всі витрати на відкриття бізнесу під ключ) – 1,5 млн. грн.

Роялті - 3% від доходу без ПДФ

Чистий прибуток за рік – від 750 тис. грн

Окупність – від 18 до 24 місяців.

Витрати на рекламу та виготовлення NFT-клубних карт здійснює франчайзі.

Прогноз продажів франшиз мережі чайних «Teabook» за оцінками експертів за 5 років наведено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Прогноз продажів франшиз мережі чайних «Teabook»

Показник	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Кількість франшиз, од.	2	4	5	5	5
Доходи від продажу франшиз, тис. грн	3000	6000	7500	7500	7500
Витрати на організацію бізнесу, тис. грн	2640	5280	6600	6600	6600
Прибуток від продажу франшиз, тис. грн	360	720	900	900	900
Роялті, тис. грн	118,29	354,87	650,59	946,31	1242,03
Чистий прибуток, тис. грн	392,20	881,39	1271,48	1513,97	1756,47

Здійснимо обґрунтування бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» з урахуванням фактору часу.

Відповідно до ставки дисконтування в 20%, яка враховує ризики бізнесу здійснимо розрахунок прогнозованого грошового потоку з урахуванням фактору часу.

Рух грошових потоків під час реалізації бізнес плану відкриття мережі чайних «Teabook» наведено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Рух грошових потоків під час реалізації бізнес плану відкриття мережі чайних «Teabook»

Показники	Роки реалізації				
	1	2	3	4	5
Доходи від діяльності власних закладів, тис. грн	10878,6	15230,0	18276,1	20469,2	22925,5
Змінні витрати від діяльності власних закладів, тис. грн	5439,3	7615,0	9138,0	10234,6	11462,7
Постійні витрати власних закладів, тис. грн	2359,0	2359,0	2359,0	2359,0	2359,0
Чистий прибуток від роботи власних закладів, тис. грн	2525,9	4310,0	5558,8	6458,0	7465,1
Чистий прибуток від реазізації франшиз, тис. грн	392,2	881,4	1271,5	1514,0	1756,5
Сумарний чистий прибуток, тис. грн	2918,1	5191,4	6830,3	7972,0	9221,6
Коєфіцієнт дисконтування, од	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4
Дисконтований грошовий потік, тис. грн	2431,7	3605,1	3952,7	3844,5	3705,9
Грошовий потік накопиченим підсумком, тис. грн	2431,7	6036,8	9989,6	13834,1	17540,0

Джерело: складено автором

Здійснимо розрахунок показників ефективності реалізації бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook».

Визначені інвестиції на відкриття власних закладів мережі чайних «Teabook» складають 7921,2 тис. грн, Сумарний грошовий потік накопиченим підсумком дорівнює 17540 тис. грн. У відповідності до формули розрахунку NPV

буде дорівнювати 9618,8 тис. грн. Таке значення NPV означає, що бізнес-план відкриття мережі чайних «Teabook» вважаються ефективними.

Термін окупності, що визначається з урахуванням дисконтрованого грошового потоку та сумарних інвестицій 7921,2 тис. грн дорівнює - 2 роки та 6 місяців.

Внутрішня норма доходності IRR бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» була розрахована на основі використання вбудованих функцій Excel та дорівнює – 31%. IRR > d (31% > 20%). Отже реалізація бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» у відповідності до тлумачення цього показника є ефективним.

Показник PI рентабельності інвестицій в відкриття мережі чайних «Teabook» дорівнює: 1,21 – тобто, на 1 грн дисконтованого грошового вихідного потоку доводиться 1,21 грн дисконтованих вхідних грошових притоків. PI > 1.

Усі розраховані показники ефективності реалізації запропонованих напрямів вдосконалення маркетингової стратегії ресторану «Фігаро» зведено до табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Показники ефективності реалізації бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook»

Показник	Значення
Необхідні інвестиції, тис. грн	7921,2
Термін реалізації бізнес-плану, років	7
Кількість власних закладів мережі, од	6
Вартість франшизи	1,5 млн грн
Роялті, %	3% від доходу без ПДВ
Ставка дисконтування,%	20
Чистий дисконтований дохід, тис. грн.	9618,8
Дисконтований термін окупності	2 роки та 6 місяців
Внутрішня норма доходності, %	31
Рентабельність інвестицій	1,21

Джерело: складено автором

З табл. 3.8 видно, що розраховані показники економічної ефективності реалізації бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» мають достатньо

високі значення щоб зробити висновок про доцільність реалізації бізнес-плану, що пропонується.

Висновки до розділу 3

Вхідний грошовий потік формується з доходів від реалізації чайної продукції та супутніх страв (десерти, випічка), а також печатних та аудіо-книг у власних чайних «Teabook», що відкриваються на першому етапі реалізації бізнес-плану. На другому етапі до грошового потоку додаються доходи від продажу франшиз та роялті за франшизами.

Вихідний грошовий потік чайних «Teabook» формується для власників бізнесу з інвестиційних витрат на відкриття власних чайних та поточних витрат на забезпечення їх діяльності, а також від реклами та просування бренду та продажу франшиз.

після відкриття чайної «Teabook» за рік передбачається, що загальний дохід від одного закладу складатиме 1813,1 тис. грн. Тоді як з 6-ти закладів відповідно – 10878,6 тис. грн. Згодом, дохід буде збільшуватися – середньомісячний дохід від діяльності одного закладу складатиме 234,5 тис. грн.

Для відкриття закладів чайних «Teabook» необхідно зробити відповідний ремонт. Загальна концепція - заклади мають забезпечувати умови відпочинку та релаксу. Дизайн кожного закладу може відрізнятися – кожний заклад може мати сої особливості щодо підбору меблів та загального інтер’єру. Основна вимога – має бути комфортним для гостей. Тому вартість ремонту приміщення може відрізнятися. Готується дизайн проєкт закладу вартість якого 25000 грн. Вартість ремонту може коливатися від 150 до 300 тис. грн. – в середньому – 200 тис.

Інвестиції на відкриття мережі чайних «Teabook» - 7921,2 тис. грн.

Розрахунок прибутку показує, що мережі чайних «Teabook» чистий прибуток мережі чайних «Teabook» складатиме 3380,26 тис. грн за рік.

Відповідно до ставки дисконтування в 20%, яка враховує ризики бізнесу було здійснено розрахунок прогнозованого грошового потоку з урахуванням фактору часу.

Визначені інвестиції на відкриття власних закладів мережі чайних «Teabook» складають 7921,2 тис. грн, Сумарний грошовий потік накопиченим підсумком дорівнює 17540 тис. грн. У відповідності до формули розрахунку NPV буде дорівнювати 9618,8 тис. грн. Таке значення NPV означає, що бізнес-план відкриття мережі чайних «Teabook» вважаються ефективними.

Термін окупності, що визначається з урахуванням дисконтрованого грошового потоку та сумарних інвестицій 7921,2 тис. грн дорівнює - 2 роки та 6 місяців.

Внутрішня норма доходності IRR бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» була розрахована на основі використання вбудованих функцій Excel та дорівнює – 31%. IRR > d (31% > 20%). Отже реалізація бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» у відповідності до тлумачення цього показника є ефективним.

Показник PI рентабельності інвестицій в відкриття мережі чайних «Teabook» дорівнює: 1,21 – тобто, на 1 грн дисконтованого грошового вихідного потоку доводиться 1,21 грн дисконтованих вхідних грошових притоків. PI > 1.

ВИСНОВКИ

У відповідності до визначення цілі кваліфікаційної роботи в обґрунтовано бізнес-план відкриття мережі чайних «TeaBook».

Для досягнення цілі в роботі були вирішені такі завдання:

1. Розглянута сутність «бізнес-плану» та особливості його розробки та обґрунтування.

Бізнес-план дозволяє визначати суть і мету проєкту, обсяги необхідних інвестицій, моделювати діяльність компанії, обґрунтувати ефективність запропонованих заходів. Стейкхолдерами бізнес-плану зазвичай є власники бізнесу, інвестори, рада директорів/акціонери, працівники підприємства, кредитори, ділові партнери

Основними важливими характеристиками успішного бізнес-плану є такі: чіткість визначення коротко- та довгострокових цілей; визначення шляхів досягнення обраних цілей відповідно до актуальних реалій ведення бізнесу в ринкових умовах, що зараз сформовані; наявність детального опису усіх процесів реалізації бізнес-плану у відповідності до потреб і бажань інвесторів

2. Охарактеризовано типи ресторанних підприємств.

Згідно з ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства класифікація (34057), основними видами ресторанних підприємств є такі, як ресторани, бари, кафе, кав’ярні, закусочні та інші. Проте, у контексті вищезазначеного стандарту, ресторайційно-господарські підприємства можуть класифікуватися за стадіями виробництва, що призводить до існування підприємств таких типів як заготівельні-фабрики, комбінати напівфабрикатів та кулінарні фабрики. З огляду на обсяги виробництва кулінарної продукції, існують фабрики-кухні та комбінати харчування. З метою розширення спектру послуг, в межах поняття «ресторанних підприємств» створюються підприємства, які забезпечують обіди з доставкою додому, буфети, а також різноманітні кулінарні магазини.

Згідно з представленою інформації чайний салон (чайна) – це заклад громадського харчування із різноманітним асортиментом чаю та продуктів харчування, які можуть бути як власного виробництва, так і закупованими, що організований на забезпечення та сприяючий відпочинку та релаксації споживачів.

3. Проаналізовано методичні підходи до розробки бізнес-планів та її особливості.

Весь процес створення проєкту «бізнес-плану» є так само цінним, як і остаточний документ «бізнес-плану».

Всі методи обґрунтування бізнес-планів, що існують можна розділити на три основні групи за специфікою його розробника та масштабами інноваційно-інвестиційного проєкту: а) міжнародні (методи, що відповідають міжнародним стандартам та вимогам міжнародних організацій); б) урядові (методи державних і регіональних органів влади, органів місцевого самоврядування та ін.); в) корпоративні (методи, сформовані з урахуванням вимог конкретних корпорацій).

4. Надано характеристику концепції бізнес-ідеї створення чайної «TeaBook».

Традиційна чайна культура існує тисячі років, але зараз вона переживає справжній піднесений стан по всьому світу. В Україні лише за останній час з'явилися десятки нових чайних закладів, які привертають увагу як поціновувачів, так і новачків.

Бізнес-ідея створення чайної «TeaBook» полягає у наступному – створити комфортне місце відпочинку у безпечному місці з можливістю читання у закладі та придбання для подальшого використання книг, як звичайних, так й аудіо. Наш заклад має створювати комфортну та безпечну атмосферу, надавати можливість відпочити та розслабитися, саме тому, наш заклад відкривається у невеликому за площею підвальному приміщені, де створюється відповідний комфорт та забезпечується можливість для тривалого відпочинку. В закладі пропонуються високоякісні сорти чаю на будь який смак – від традиційних до екзотичних.

Пропонуються місця для відпочинку як для поодиноких відвідувачів, так й для тих, хто відпочиває в невеликій компанії. Це рай для інтроверта, який хоче насолодитися вишуканим смаком чаю, відволіктися від проблем зовнішнього світу, відчути себе у безпеці та обрати собі книгу за своїм смаком. В закладі пропонується широкий асортимент книг вітчизняних авторів та виробників, як у звичайному вигляді книги, так й у вигляді аудіо-книги. Відвідувачі зможуть безкоштовно обрати собі будь-яку книгу, отримати відповідні консультації у фахівців, насолодитися гарною книгою у закладі та придбати її, щоб продовжувати читання вдома чи подорожі.

Концепція закладу передбачає переваги для мандрівників, які перебувають в незнайомому місті, роблять пересадку на інший маршрут, здійснюють одноденний робочій візит до міста та прагнуть перепочити перед подальшою подорожжю. Також, це місце для людини, що прагне відпочинку від міського гомону, життєвих проблем, зупинитися на деякий час на перевести дух, відпочити від суєти та просто обрати собі цікаву книгу.

Заклад також буде цікавим для невеликих компаній, котрі хочуть розслабитися та поспілкуватися у тихому місті, можливо, разом почитати книгу, обсудити її зміст та випити смачний чай на будь-який смак.

Заклад пропонує дуже широкий асортимент високоякісного чаю, який сприяє відновленню організму, рівноваги та дасть можливість получити задоволення від вишуканого смаку та покращити своє здоров’я.

На основі концепції до розробки бізнес-моделей Остервальдера була розроблена бізнес-модель чайної «TeaBook».

5. Проаналізовано цільову аудиторію та конкурентне середовище.

Визначено такі основні цільові сегменти: Забезпечені місцеві жителі пошанувачі чаю та спокою, які мешкають поруч з закладом; Гості міста, які мають вільний час, прагнуть відпочити, очікують свого потяга або інших видів транспорту; Інтроверти – які хочуть тиші, спокою, усамітнення та відпочинку; Поціновувачі здорового способу життя; Люди, що прагнуть з комфортом перечекати повітряну тривогу; Поціновувачі книг, та відпочинку з гарною

книгою; Мандрівники, що прагнуть купити добру книгу чи аудіо-книгу в дорогу та хочуть обрати ту, що буде їм цікавою.

Цільові сегменти характеризують цільову аудиторію чайної «TeaBook».

Виходячи з аналізу портрету клієнта можна зробити висновок, що конкурентами чайної «TeaBook» є інші заклади, що пропонують чай та кав'ярні-книгарні. Оцінка конкурентоспроможності чайної «TeaBook» надала можливість визначити, що вона буде мати вищій рівень конкурентоспроможності у обраному сегменті споживачів у порівнянні з конкурентами.

6. Розробити виробничий та організаційний план;

Ідеальним місцем розташування для чайної «TeaBook» є центр міста поруч з вокзалом. Київ 1: вул. Жилянська, 30. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Банки та офіси ІТ. Київ 2: вул. Володимирська, 4. Поруч знаходяться значна кількість офісів. Харків: вул. Юлаговещінська, 38д. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Банки та офісні центри. Львів: вул. Залізнична 8/5. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал, банки, офісні приміщення. Дніпр: вул. Пастера, 6. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Одеса: вул. Косівська, 2. Поруч знаходиться вокзал та автовокзал. Для відкриття чайної «TeaBook» буде достатньо приміщення площею 100-150 квадратних метрів в підвальному приміщенні.

При виборі персоналу для чайної «TeaBook» слід звертати увагу на компетентність та минулий досвід всіх співробітників. Для відкриття чайної «TeaBook» дуже важливими є постачальники чаю. Передбачається придбання чаю у найкращих виробників в світі.

7. Обґрунтувати формування грошових потоків та фінансовий план закладу;

Вхідний грошовий потік формується з доходів від реалізації чайної продукції та супутніх страв (десерти, випічка), а також печатних та аудіо-книг у власних чайних «Teabook», що відкриваються на першому етапі реалізації бізнес-плану. На другому етапі до грошового потоку додаються доходи від продажу франшиз та роялті за франшизами.

Вихідний грошовий потік чайних «Teabook» формується для власників бізнесу з інвестиційних витрат на відкриття власних чайних та поточних витрат на забезпечення їх діяльності, а також від реклами та просування бренду та продажу франшиз.

Після відкриття чайної «Teabook» за рік передбачається, що загальний дохід від одного закладу складатиме 1813,1 тис. грн. Тоді як з 6-ти закладів відповідно – 10878,6 тис. грн. Згодом, дохід буде збільшуватися – середньомісячний дохід від діяльності одного закладу складатиме 234,5 тис. грн.

На відкриття мережі власних чайних «Teabook» необхідно витратити 7921,2 тис. грн.

8. Оцінити економічну ефективність бізнес-плану.

Оцінка ефективності бізнес-плану здійснюється на основі розрахунку показників, що не враховують фактор часу: прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток, а також з урахуванням фактору часу: чистий приведений дохід (NPV), індекс доходності (IP), внутрішня норма доходності (IRR), дисконтований термін окупності (DPP).

У відповідності до формули розрахунку NPV буде дорівнювати 9618,8 тис. грн. Таке значення NPV означає, що бізнес-план відкриття мережі чайних «Teabook» вважаються ефективними.

Термін окупності, що визначається з урахуванням дисконтрованого грошового потоку та сумарних інвестицій 7921,2 тис. грн дорівнює - 2 роки та 6 місяців.

Внутрішня норма доходності IRR бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» була розрахована на основі використання вбудованих функцій Excel та дорівнює – 31%. IRR > d (31% > 20%). Отже реалізація бізнес-плану відкриття мережі чайних «Teabook» у відповідності до тлумачення цього показника є ефективним.

Показник PI рентабельності інвестицій в відкриття мережі чайних «Teabook» дорівнює: 1,21 – тобто, на 1 грн дисконтованого грошового вихідного потоку доводиться 1,21 грн дисконтованих вхідних грошових притоків. PI > 1.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Тюріна Н., Назарчук Т., Мудрицька Т. Планування показників фінансово-економічної ефективності у бізнес-плані підприємницького проекту. *Modeling the development of the economic systems*, № 1: 83–91. http://dx.doi.org/10.31891/mdes/2022-3-11

2. Kovalenko N. O., Stoliarchuk N. V. Бізнес-план як інструмент управління авіакомпанією в умовах пандемічної кризи. *Transport development*, № 1(8) (29 квітня 2021): 7–14. http://dx.doi.org/10.33082/td.2021.1-8.01.

3. Михайленко О., Годун В., Юхименко Є. Розробка бізнес-плану підприємства. *Молодий вчений*, № 6 (94): 211–14. http://dx.doi.org/10.32839/2304-5809/2021-6-94-43.

4. Маматова Л. Ш. Роль бізнес-планування в управлінні підприємством. *Підприємництво і торгівля*, № 30: 44–47. http://dx.doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-07.

5. Greene F. J., Hopp C. Research: Writing a Business Plan Makes Your Startup More Likely to Succeed. 2017, July 25. URL: https://hbr.org/2017/07/ research-writing-a-business-plan-makes-your-startup-more-likely-to-succeed

6. Ding E., Hursey T. (2010). Evaluation of the effectiveness of business planning using Palo Alto's Business Plan Pro. URL:http://cassites.uoregon.edu/econ/wp-content/ uploads/sites/4/2014/07/EasonDing_TimHursey.pdf

7. Brinckmann J., Grichnik D., Kapsa D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning–performance relationship in small firms. Journal of Business Venturing, 25(1), 24-40. doi:10.1016/j. jbusvent.2008.10.007

8. Burke A., Fraser S., Greene F. J. (2010). The Multiple Effects of Business Planning on New Venture Performance. Journal of Management Studies, 47(3), 391-415. doi:10.1111/j.1467-6486.2009.00857.x

9. Кроніна, Т. В. "Бізнес-план малого підприємства: аналіз помилок та рекомендації щодо запобігання їм". *Держава та регіони. Економіка та підприємництво*, № 4 (2007): 284–88.

10. Чижевська Л. В. Організація управлінського звітування за бізнес-процесом “продажі” в системі контролінгу виробничо-торговельного підприємства. *Herald of Lviv University of Trade and Economics Economic sciences*, № 63 (1 жовтня 2021): 28–35. http://dx.doi.org/10.36477/2522-1205-2021-63-05.

11. Шалева О. І. Сучасні підходи до типізації, стандартизації та інформатизації бізнес-планів. *Підприємництво і торгівля*, № 26 (2 липня 2020): 109–17. http://dx.doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-16

12. How to prepare your business plan. (2003). New York: United Nations. Kak razrabotat biznes-plan. O., Mikhailenko, Shcherbak Yu., and Kolos T. "CREATING A BUSINESS PLAN FOR ENTERPRISE RESTRUCTURING." *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences*, no. 42 (June 25, 2021): 24–29. http://dx.doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-42-4.

13. Noskova S. A., Kuzmenko O. M. , Zablodska D. V. Business plan as the tool of innovative entrepreneurship in the context of interregional cooperation. *Economics and Law*, no. 2 (October 30, 2017): 93–100. http://dx.doi.org/10.15407/econlaw.2017.02.093.

14. Kovalenko N., Stoliarchuk N. Business Plan as an Element of Assessing the Effectiveness of Commercial Cooperation of Ukrainian Airlines in the Context of Globalization of World Aviation. *Central Ukrainian Scientific Bulletin. Economic Sciences*, no. 4(37) (2020: 203–9. http://dx.doi.org/10.32515/2663-1636.2020.4(37).203-209.

15. Рудь Н.Т., Богатко Б.В. Стартапи: тенденції розвитку та ризики. *Економічний форум* 2, № 2 2021: 46–54. http://dx.doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-2-6.

16. Котлубай В., Рединa Є., Примаченко І. Стратегічні пріоритети управління розвитком інноваційної складової сучасного бізнесу. *Review of*

transport economics and management, № 5 (21) (17 червня 2021): 36–44. http://dx.doi.org/10.15802/rtem2021/232860.

17. Bondarenko V., Diugowanets O., Kurei, O. (2020). Business Plan as a Basis for the Successful Investment Management, Etyka Biznesu i Zrównoważony Rozwój. Interdyscyplinarne studia teoretyczno-empiryczne/ Business Ethics and Sustainable Development. Interdisciplinary theoretical and empirical studies, 1, 7-24.

18. Berry T., Landau C., Parsons N. (2020, June 05). What Is a Business Plan? Retrieved from https://articles.bplans.com/what-is-a-business-plan/

19. Read J. T., Read T. M., Read M. S. (n.d.). Business Plan Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia. Retrieved from https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/ business-plan

20. Biznes-plan innovatsiinoho proiektu. (n.d.). Derzhavne pidpryiemstvo «Ukrainskyi instytut intelektualnoi vlasnosti». Retrieved from http://iii.ua/uk/biznes-plan-innovaciynogo-proektu

21. Blank S., Dorf B. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch Press, div. K&S Ranch, Inc.

22. Brouster G. L. (2019, December 09). What is a business plan and how to create one? Retrieved from https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/what_is_a_business_plan

23. Proekt Tasis po rasprostraneniiu tekhnicheskoi informatsii. (1996). Izdanie Jevropeiskoi komissii.

24. Shchehlova N.E. (2018). Sovremennyie metodiki biznes-planirovaniia i analiz prohram dlia sostavleniia biznes-planov. Oeconomia et Jus., (4), c. 29–34. Retrieved from http:// oecomia-et-jus.ru/wp-content/uploads/2018/12/OEJ_2018_4_s.29-34.pdf (in Rus.)

25. Kenton W. (2020, July 17). Business Plans: The Ins and Outs. Retrieved from https://www. investopedia.com/terms/b/business-plan.asp

26. Schwetje G., Vaseghi S., Gentilozzi J. (2011). The business plan: How to win your investors confidence. Berlin: Springer.

27. The LivePlan Tour. (n.d.). Retrieved from https://www.liveplan.com/how-it-works

28. Kochieva A.K. (2016). Spetsyfika sostavleniia biznes-plana innovatsionnoho proekta. Problemy ekonomiky i menedzhmenta, (7(59)). Retrieved from https://ideas.repec.org/a/ scn/032872/16873123.html (in Rus.)

29. Kvasha O.S., Fomina V.V. (2017). Biznes-planuvannia u diialnosti orhanizatsii: yevropeiski standarty, osnovni metodolohichni pidkhody ta bazovi protsedury. Ekonomika i suspilstvo, (12), c. 268–275 (in Ukr.)

30. Lavriv L.A. (2013). Biznes-planuvannia u diialnosti orhanizatsii: bazovi protsedury ta osnovni metodychni pidkhody. Innovatsiina ekonomika, (10), c. 104–111. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ inek_2013_10_19 (in Ukr.)

31. Metodychni rekomendatsii z rozrobky biznes-planiv investytsiinykh proektiv, Nakaz № 73 (2010) (Ukraina) Retrieved from http://parusconsultant.com/?doc=06OBG9B3D7&abz= AHDY7

32. Metodychni rekomendatsii z rozroblennia biznes-planu pidpryiemstv, Nakaz № 290 (2006). Retrieved from http://zakon.nau/ua/doc/?code=v0290665-06 (in Ukr.)

33. Writer B. S. (2020, July 07). 5 Best Business Plan Software and Tools in 2020. Retrieved from https://www.business.org/business/startup/best-business-plan-software-tools/

34. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація (34057) https://dnaop.com/html/34057/doc-????_4281_2004

35. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. (40988) https://dnaop.com/html/40988/doc-????_3862-99

36. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році https://joinposter.com/post/restaurant-trends

37. Найкращі Чайні Києва - повний та детальний гід URL:https://www.chanti.com.ua/post/kyiv-tea-guide

38. Як відбувається чайна церемонія URL:https://www.bodo.ua/ua/lvov/go/chaynaya-tseremoniya-dlya-chetverykh/

39. Еволюція чайної церемонії. URL:https://thetea.ua/blog/chayna-tseremoniya-v-kytayi-ta-yaponiyi

40. Чайні ритуали в різних культурах: традиції та особливості приготування. URL: https://1001coffee.com.ua/ua/a487266-chajnye-ritualy-raznyh.html

41. Як п'ють чай в усьому світі: традиції, рецептури, ритуали. URL:https://tea.ua/blog/article/yak-p-yut-chay-v-usomu-sviti-traditsii-retsepturi-rituali/

42. Організаційно-економічні аспекти розвитку підприємницьких структур в Україні та світі : моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2022. 400 с

43. Бізнес-модель Остервальдера: що це таке? URL:https://www.arpbc.com.ua/biznes-model-ostervalder-shho-cze-take/

44. Основні елементи бізнес-моделі Остервальдера простими словами. URL:https://akbassociation.com.ua/?p=660

45. Як скласти портрет клієнта та де брати дані. URL:https://sendpulse.ua/blog/target-audience-portrait

46. Портрет цільової аудиторії: покрокове керівництво по створенню. URL:https://linnikov.agency/ua/blog/client-portrait/

47. У Львові створюють унікальну книгарню-кав'ярню. 5 фактів про проект. URL: https://tvoemisto.tv/news/pislya_shkoly_innovatsiy_berlina_lvivyany_stvoryat_knygarnyukavyarnyu_82672.html

48. Книгарня у Миколаєві: інтелектуальний десерт до кави. URL:https://archive.chytomo.com/place/knigarnya-u-mikolayevi-intelektualnij-desert-do-kavi

49. Сухенко, Ю.Г. Особливості ресторанного бізнесу в Україні. URL: http:who-is-who.com.ua/bookmarket>.

50. Момот В.М. Способи управління якістю на підприємствах ресторанного типу/ Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2013. № 3 (15) С. 71 - 78.

51. Погайдак А.Б. Управління якістю послуг у контексті підвищення якості життя. Сталий розвиток економіки 2012. № 1 (11) С. 41 – 48.

52. Методичні рекомендації щодо забезпечення якості та безпеки товарів і послуг підприємств ресторанного господарства: Затверджено наказом міністерства економіки України від 22 липня 2008 р. № 295 URL:htpp://www.me.gov.ua/control/en/publish/article?art_id=119977&cat_id=38738 - 120k>.

53. Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) [текст] підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 304 с.

54. Оцінка ефективності бізнесу [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань та семінарських занять для студентів спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" освітньої програми "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" першого (бакалаврського) рівня / уклад. А. О. Литвиненко, О. П. Полтініна. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 71 с.

55. Як відкрити книгарню-кав’ярню та вижити. Розповідають власники закладів «Сенс» і «Книжковий Лев» https://www.village.com.ua/village/business/how/337297-yak-pratsyue-ekonomika-kav-yaren-knigaren

56. Податкові пільги для малого бізнесу в Україні https://inseinin.com.ua/business/tpost/u78u5muou1-podatkov-plgi-dlya-malogo-bznesu-v-ukran

ДОДАТКИ

Додаток А

Чайні церемонії в Китаї.	У Китаї чай є невід'ємною частиною культурного та історичного спадку. Чайні церемонії мають багатовікову традицію і проявляються в різних стилях та формах. Основні принципи китайської чайної церемонії включають шанобливе ставлення до гостей, насолоду смаком і ароматом чаю, а також усвідомлену присутність у моменті. Важливою складовою є правильний вибір чайного посуду, а також використання якісної води та оптимальної температури для заварювання чаю.
Чайні церемонії в Японії: особливості та історія.	У Японії чайна церемонія відома як чаною. Це мистецтво, яке розвивалося протягом століть, підкреслюючи естетику, простоту та гармонію. Основні принципи чаною включають повагу до гостей, насолоду моментом, зосередженість і ретельність у приготуванні та подачі чаю. Японські чайні церемонії часто проводяться у спеціально відведених чайних кімнатах, де кожен елемент, від посуду до декору, має своє символічне значення.
Індійське чаювання: особливості та історія.	В Індії чайна культура має свою унікальну історію та традиції. Індійське чаювання, відоме як чай-пау, є важливою частиною соціального життя. Основним компонентом індійського чаювання є масала чай, спеціальний напій на основі чорного чаю, молока та різних спецій, таких як кориця, імбир та кардамон. Чаювання в Індії – це не просто споживання напою, а й соціальний ритуал, де люди збираються разом, спілкуються та насолоджуються ароматним чаєм.
Традиції чаювання у Великій Британії: "five o'clock tea".	Великобританія славиться своїми традиціями чаювання, особливо відомими як "five o'clock tea". У британській культурі чаювання стало щоденним ритуалом, що супроводжується асортиментом чаю, свіжими тістечками та сендвічами. "Five o'clock tea" – це час, коли люди збираються разом, розслабляються і насолоджуються чаєм, спілкуючись один з одним.