

**РОЗРОБКА ВЛАСНОГО БІЗНЕС-ПЛАНУ  
КАВ'ЯРНЯ «BEAN & BLISS»**

## **ЗМІСТ**

<b>1. РЕЗЮМЕ</b>	<b>3</b>
<b>2. ОПИС ПРОДУКЦІЇ</b>	<b>5</b>
<b>3. ПЛАН МАРКЕТИНГУ</b>	<b>7</b>
<b>4. РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ</b>	<b>9</b>
<b>5. ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН</b>	<b>11</b>
<b>6. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН</b>	<b>13</b>
<b>7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН</b>	<b>15</b>
<b>8. РИЗИКИ</b>	<b>19</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>22</b>

## 1. РЕЗЮМЕ

Бізнес-план: відкриття та розвиток кав'ярні в центрі міста Київ.

Мета бізнесу - створення комфортного простору для відвідувачів з якісними кавовими напоями та смачними десертами. Основною метою є задоволення потреб ринку у високоякісному обслуговуванні за доступними цінами, а також забезпечення стабільного фінансового результату.

Аналіз ринку: у Києві спостерігається постійний попит на кавові напої, особливо в центрі міста, де велика кількість працівників, туристів та студентів. Потенційними конкурентами є як великі мережі кав'ярень, так і невеликі локальні заклади. Проте, на ринку є можливості для успішного старту нової кав'ярні завдяки інноваційним підходам у пропонованому меню, атмосфері та ціновій політиці.

Опис продукту: кав'ярня буде спеціалізуватися на продажу кавових напоїв, чаю, а також десертів (торти, кекси, печиво). Крім того, буде надано послугу з проведення тематичних заходів, майстер-класів та кавових дегустацій.

Маркетингова стратегія: для залучення клієнтів планується активне просування через соціальні мережі, співпраця з місцевими блогерами та використання програм лояльності. У кав'ярні планується створення унікальної атмосфери та індивідуального підходу до кожного відвідувача.

Організаційна структура: кав'ярнею буде керувати власник, який також буде займатися управлінням. Буде найнято баристу, адміністратора, а також персонал для обслуговування клієнтів. Всі співробітники пройдуть відповідне навчання та тренінги для забезпечення високої якості обслуговування.

Фінансовий план: для реалізації проекту необхідні інвестиції – 418 тис. грн. Інвестиції необхідні для оренди приміщення, проведення ремонту, закупівлі обладнання та інвентарю, маркетингу та інших додаткових елементів. За розрахунками, бізнес має вийти на беззбитковість через 4 місяці після відкриття, а річний прибуток в перший рік складе 305 тис. грн.

Ризики: серед основних ризиків для бізнесу - непередбачене зростання витрат на сировину; підвищена конкуренція на ринку та можливі зміни в податковій політиці. Для зниження цих ризиків планується створення резервного фонду та використання гнучкої цінової політики.

Очікувані результати: відкриття кав'ярні на основі бізнес-плану дозволить зайняти нішу у сегменті середнього цінового діапазону та стати популярним місцем серед місцевих жителів і туристів. Стратегічно важливою метою є досягнення стабільного доходу та позитивного іміджу бренду.

Висновки: відкриття кав'ярні в центрі Києва є економічно доцільним і перспективним бізнес-проектом. Потрібні інвестиції для реалізації проекту є обґрунтованими, а прорахунки фінансових результатів підтверджують можливість досягнення стабільного прибутку протягом перших двох років роботи.

## 2. ОПИС ПРОДУКЦІЇ

### 1. Опис галузі

Кав'ярня є частиною сфери громадського харчування та ресторанного бізнесу, яка активно розвивається в Україні. Ринок кави характеризується стабільним попитом завдяки популярності кавових напоїв серед різних вікових категорій. Зростає інтерес до якісних зернових кав, альтернативних способів заварювання, та закладів, які створюють унікальну атмосферу для відвідувачів.

### 2. Короткий опис підприємства

Назва кав'ярні: «BEAN & BLISS»

«BEAN & BLISS» - сучасна концептуальна кав'ярня в центрі міста, орієнтована на людей, які цінують якість напоїв, затишну атмосферу та швидке обслуговування. Основною ідеєю є створення місця для відпочинку, роботи чи спілкування за чашкою кави.

### 3. Цінності та стратегічні цілі підприємства

Цінності: якість у кожній деталі: від зерна до сервісу; створення затишної атмосфери для клієнтів; використання біорозкладних матеріалів та зменшення відходів; підтримка місцевих виробників і проведення кавових майстер-класів.

Стратегічні цілі:

- зайняти провідну позицію серед кав'ярень міста протягом 3 років;
- збільшити кількість постійних клієнтів до 70% загальної клієнтської бази;
- відкрити другу точку в іншому районі міста через 2 роки.

Опис продукції наведений у табл. 2.1.

**Таблиця 2.1. Опис продукції кав'ярні «BEAN & BLISS»**

Категорія продукції	Асортимент	Особливості	Цільова аудиторія
Кавові напої	Еспресо, американо, капучино, лате, макіато; альтернативні методи: аеропрес, кемекс, пуровер.	Використання свіжообсмажених зерен; кавові суміші з унікальним смаком.	Любителі класичної кави та кавових експериментів.

Продовж. табл. 2.1

Авторські напої	Гарбузовий лате, цитрусовий капучино, кавові коктейлі з додаванням натуральних сиропів.	Сезонні пропозиції, натуральні інгредієнти, креативний підхід.	Молодь, творчі особистості, поціновувачі нових смаків.
Чай та какао	Трав'яний чай, фруктовий чай, зелений чай, чорний чай, гарячий шоколад.	Широкий вибір натуральних чаїв, якісне какао.	Клієнти, які не вживають каву, сім'ї з дітьми.
Закуси	Круасани, сендвічі, сирники, печиво, десерти на основі натуральних продуктів.	Приготування на місці; фокус на свіжість та якість.	Офісні працівники, студенти, люди, які поспішають.
Додаткові послуги	Робоча зона з Wi-Fi, напої «із собою», замовлення через мобільний додаток, проведення кавових майстер-класів.	Зручність для клієнтів, креативні заходи для створення спільноти навколо кав'ярні.	Ділові люди, фрілансери, кавові ентузіасти.

#### Технології надання продукції:

- закупівля кавових зерен від місцевих та іноземних постачальників;
- обсмажування зерен на власному обладнанні для збереження свіжості;
- сучасне обладнання для приготування кави (експрес-машини, кавомолки, засоби для альтернативного заварювання);
- навчений персонал;
- використання сучасної системи обліку та CRM для обслуговування клієнтів і автоматизації процесів.

### 3. ПЛАН МАРКЕТИНГУ

В основі стратегії маркетингу кав'ярні «BEAN & BLISS» лежить орієнтація на обраний цільовий ринок – молодь, фрілансери, ділові люди та творчі особистості, які цінують якість напоїв, затишок та можливості для роботи або спілкування.

Основна увага приділяється концентрованому маркетингу: орієнтація на чітко визначену цільову аудиторію – активних міських мешканців та туристів віком від 18 до 45 років. Вибір такого підходу зумовлений обмеженими ресурсами на старті бізнесу та необхідністю створення сильного зв'язку з основною аудиторією. На початковій стадії важливо залучити клієнтів за рахунок унікальних авторських напоїв та високої якості.

Конкуренти на ринку орієнтовані на масовий маркетинг. У цьому контексті наша кав'ярня виділятиметься унікальним підходом до клієнтів і персоналізацією сервісу.

Канали збуту продукції:

- основний канал – обслуговування клієнтів у кав'ярні;
- додаткові канали – takeaway-замовлення через мобільний додаток, доставка через локальні сервіси доставки.

Обрана стратегія ціноутворення – стратегія проникнення на ринок. Встановлення конкурентоспроможних цін для залучення аудиторії та формування бази постійних клієнтів. Структура ціни: вартість сировини (40%), операційні витрати (30%), націнка для покриття прибутку (30%).

Обрана стратегія ціноутворення дозволяє досягти балансу між конкурентоспроможністю та прибутковістю, адже початкові ціни орієнтовані на стимулювання попиту. У подальшому ціни коригуватимуться з урахуванням попиту та динаміки витрат.

Основні інструменти для рекламної кампанії: соціальні мережі (Instagram, TikTok) – створення контенту про процеси приготування кави, історії клієнтів, акції; локальна реклама – постери в бізнес-центрах і університетах; програма

лояльності – кожна 10-та кава безкоштовно. Програма лояльності також складатиметься зі знижок для постійних клієнтів та сезонних акцій, знижок.

Дотримання даної стратегії дозволить швидко завоювати частку ринку, створити позитивний імідж кав'ярні та забезпечити стабільний дохід у довгостроковій перспективі.

#### 4. РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ

Рекламна кампанія кав'ярні «BEAN & BLISS» є складником стратегії маркетингу. Її мета – привернення уваги цільової аудиторії, формування позитивного іміджу бренду та стимулювання продажів.

Цілі рекламної кампанії:

- підвищення впізнаваності бренду на ринку кав'ярень міста до кінця першого року діяльності;
- залучення 1000 постійних клієнтів протягом перших 6 місяців;
- стимулювання продажів через мобільний додаток, щоб забезпечити не менше 30% замовлень у форматі «to-go».

Завдання рекламної кампанії:

- створення інтерактивного та привабливого контенту для соціальних мереж;
- забезпечення локальної присутності через друковану та зовнішню рекламу;
- запуск рекламних акцій та програм лояльності.

Способи, які будуть використовуватись для поширення рекламної інформації, наведені у табл. 4.1.

**Таблиця 4.1. Способи для поширення рекламної інформації**

Рекламний канал	Опис	Мета використання
Соціальні мережі	Instagram, Facebook, TikTok – публікації, відео, таргетована реклама.	Пряме залучення аудиторії, побудова комунікації, формування іміджу.
Інтернет-реклама	Google Ads, реклама на локальних новинних порталах.	Залучення трафіку до сайту кав'ярні.
Буклети та флаєри	Роздача в офісних центрах, університетах, на вулицях.	Локальне охоплення та інформування про акції та новинки.
Зовнішня реклама	Лайтбокси біля станцій метро, у центрі міста.	Привернення уваги пішоходів та мешканців міста.
Розсилка	Email-розсилки з акціями та новинами.	Підтримка лояльності клієнтів, інформування про оновлення.
Рекламні акції	Купон на безкоштовну каву при першому відвідуванні.	Мотивація нових клієнтів до першого візиту.

Бюджет витрат на рекламну діяльність наведений у табл. 4.2.

Таблиця 4.2. Бюджет витрат на рекламну діяльність

Види засобів поширення рекламної інформації	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Загалом
1. Інтернет	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
2. Соціальні мережі	5 000	6 000	6 500	6 500	7 000	7 500	8 000	8 500	9 000	9 500	10 000	10 500	94 000
3. Телебачення	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0
4. Буклети	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
5. Розсилка поштою	2 000	2 000	2 000	2 000	2 500	2 500	3 000	3 000	3 500	3 500	4 000	4 000	34 000
6. Щитова реклама	11 000	11 000	11 500	11 500	12 000	12 000	12 500	12 500	13 000	13 000	13 500	13 500	147 000
7. Світлова реклама	11 000	11 000	11 500	11 500	12 000	12 000	12 500	12 500	13 000	13 000	13 500	14 000	147 500
8. Інші види	2 500	3 000	3 000	3 500	4 000	4 500	4 500	5 000	5 500	5 500	6 000	6 500	53 500
Всього	38 000	39 500	41 000	41 500	44 000	45 000	47 000	48 000	50 500	51 000	53 500	55 000	554 000

Для прогнозування обсягів продажу застосовано підхід за часом. Враховано сезонність попиту на гарячі напої (вищий попит у зимовий період) та стабільне зростання клієнтської бази протягом року.

Консервативний прогноз: Продаж 1,000 чашок кави щомісяця з незначним зростанням.

Найімовірніший прогноз: продаж 1,500 чашок у перші місяці та до 2,000 чашок щомісяця до кінця року.

Оптимістичний прогноз: стрімке зростання продажу до 3,000 чашок на місяць за рахунок успішної рекламної кампанії.

## 5. ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН

Процес обслуговування в кав'ярні «BEAN & BLISS» складається з таких основних етапів:

1. Прийом замовлення.
2. Приготування напоїв та страв.
3. Передача готового замовлення клієнту в кав'ярні або пакування для доставки.

Для забезпечення високої якості обслуговування кав'ярня використовуватиме сучасне обладнання. Перелік необхідного обладнання, його ціна та інші характеристики наведені у табл. 5.1.

**Таблиця 5.1. Перелік необхідного обладнання для відкриття та роботи кав'ярні**

Найменування обладнання	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Вартість, грн	Строк служби (міс.)	Амортизаційні відрахування (за місяць), грн
Кавомашина	Купівля	Нове	80 000	60	1 328
Млин для кави	Купівля	Нове	15 000	60	249
Холодильне обладнання	Купівля	Нове	50 000	60	830
Касовий апарат	Купівля	Нове	10 000	36	166
Блендер	Купівля	Нове	5 000	48	83

Амортизація нараховується за сталим відсотком, який становить 1,66%.

Загальні амортизаційні відрахування: 2 656 грн/місяць.

Необхідні обсяги сировини, матеріалів та комплектувальних виробів наведені у табл. 5.2.

**Таблиця 5.2. Необхідні обсяги сировини, матеріалів та комплектувальних виробів**

Найменування	Постачальники	Ціна за одиницю	Примітки
Кава зернова (арабіка)	Caffein	300 грн/кг	Постачання раз на тиждень, місце розташування постачальника – Київ.
Молоко	GLORIA CUPS	28 грн/л	Постачання раз на тиждень, умови: охолоджене.

Продовж. табл. 5.2

Шоколад для напоїв	CAFFITALIA	145 грн/кг	Постачання раз на місяць, місце розташування – Львів.
Одноразовий посуд	EcoPack	1,5 грн/склянка	Постачання раз на два тижні, екологічно чисті матеріали.

Джерело: складено автором на основі [1-4]

Кав'ярня буде розташована в орендованому приміщенні в центрі міста.

Площа та характеристика необхідного приміщення для оренди наведена у табл.

5.3.

**Таблиця 5.3. Характеристика необхідного приміщення для оренди**

Параметр	Характеристика
Площа	60 м <sup>2</sup> (40 м <sup>2</sup> – зона обслуговування, 20 м <sup>2</sup> – кухня, склад, санвузол).
Розташування	Центр міста, поруч із офісними будівлями та житловими кварталами.
Логістика	Наявність паркувальних місць та майданчиків для розвантаження.
Інфраструктура	Забезпечено електро- та водопостачання, інтернет-зв'язок, вентиляція.

## 6. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН

Організаційний план кав'ярні описує обрану організаційну форму, потребу у персоналі, структуру управління та стратегію кадрової політики.

Форма організації бізнесу: ФОП II група (фізична особа-підприємець).

Вибір цієї форми обґрунтовано такими факторами:

- власник готовий брати на себе повну відповідальність за діяльність бізнесу;
- податки: 1420 грн єдиного податку і 710 грн військового збору [5];
- невеликі обсяги стартового капіталу співвідносяться з можливостями підприємця;
- простота управління та швидке реагування на зміни у середовищі бізнесу;
- мінімальні складнощі при припиненні діяльності у разі необхідності.

Потреби фірми в персоналі описані у табл. 6.1.

**Таблиця 6.1. Потреби фірми в персоналі**

Категорії працівників	Необхідні якості	Кількість	Зарплата	Джерела покриття потреб
Офіціанти	Досвід роботи в обслуговуванні клієнтів, вміння працювати з посудомийними машинами, підтримання чистоти	3	13 000 грн/місяць	Внутрішні та зовнішні
Адміністратор	Досвід роботи в управлінні, знання касової дисципліни	1	19,000 грн/місяць	Внутрішні та зовнішні
Бариста	Знання кавових напоїв, навички бариста	1	15,000 грн/місяць	Внутрішні та зовнішні

Загальна чисельність персоналу: 5 осіб.

Організаційна структура матиме лінійний характер і складатиметься з таких підрозділів: власник (загальне керівництво, стратегічне планування); адміністратор (управління персоналом, фінансовий облік, контроль поставчань); бариста (приготування напоїв), офіціанти (забезпечення чистоти, допомога у

приготуванні, обслуговування клієнтів). Організаційна структура наведена на рис. 6.1.

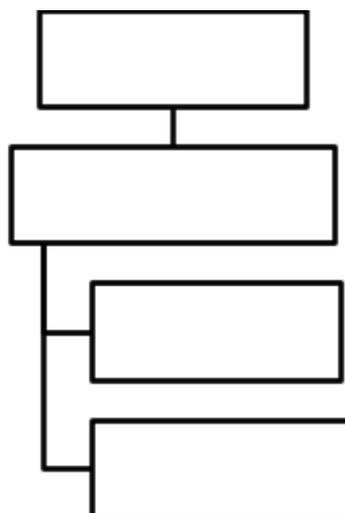


Рис. 6.1. Організаційна структура

За якісне виконання своїх обов'язків для працівників передбачені премії. Також для працівників буде соціальний пакет - безкоштовне харчування, оплачувані відпустки.



Продовж. табл. 7.2

6. Заробітна плата персоналу	Витрати на персонал	47	57	47	47	47	57	47	47	47	47	47	47	564
Всього	-	277	122,5	110	115,5	116	124	116	122	100,5	101	126,5	59	1490
Резервний фонд	На випадок непередбачених витрат	35	45	50	55	75	60	50	40	80	90	35	100	715

Для резервного фонду були заплановані витрати, які коливатимуться, залежно від місяця, від 35 до 200 тис. грн в залежності від поточних і непередбачуваних витрат (наприклад, зношення обладнання, аварійні витрати, непередбачені податки тощо).

У лютому та червні були враховані додаткові премії для персоналу в розмірі 10 000 грн на кожного співробітника, що збільшує фонд заробітної плати у ці місяці до 57 000 грн. Премія дозволить мотивувати персонал та компенсувати їхній додатковий вклад у роботу.

Розрахунок доходу за 12 місяців наведено у табл. 7.3.

**Таблиця 7.3. Розрахунок доходу за 12 місяців**

Стаття доходу	Примітки	Місяць												Загалом
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Продажі кави та напоїв, тис. грн	Основний дохід кафе (кава, соки, чай, коктейлі)	45	47	50	52	54	56	76	67	67	88	76	85	763
Продажі десертів, сніків, тис. грн	Продукція і супутнього споживання	25	26	28	29	45	46	56	54	61	76	65	43	554
Продажі подарункових наборів, тис. грн	Подарункові набори кави, чашки, упаковка	12	13	14	23	34	34	43	64	82	69	45	45	478
Всього доходу, тис. грн	Загальний дохід кафе	82	86	92	104	133	136	175	185	210	233	186	173	1795

Продажі кави та напоїв - це основне джерело доходу кафе. Прогнозоване зростання в місяцях пояснюється збільшенням популярності та відвідуваності

закладу. Кафе пропонує супутні продукти, які користуються попитом серед клієнтів (десерти і снеки).

Розрахунок прибутку за 12 місяців наведено у табл. 7.4.

**Таблиця 7.4. Розрахунок прибутку за 12 місяців**

Місяць	Загальний дохід (тис. грн)	Витрати (тис. грн)	Прибуток (тис. грн)
1	82	277	-195
2	86	122,5	-36,5
3	92	110	-18
4	104	115,5	-11,5
5	133	116	17
6	136	124	12
7	175	116	59
8	185	122	63
9	210	100,5	109,5
10	233	101	132
11	186	126,5	59,5
12	173	59	114
Загалом	1795	1490	305

Прибуто розраховано за такою формулою:

$$\text{Прибуток} = \text{Загальний дохід} - \text{Витрати} \quad (7.1)$$

Після п'ятого місяця кафе починає стабільно генерувати прибуток.

Визначено, що середній чек кав'ярні складатиме 100 грн. Середня кількість клієнтів в день (у стабільні місяці) – 80 осіб.

Розрахунок окупності проекту:

У табл. 7.5 наведено розрахунок накопиченого прибутку за 12 місяців.

**Таблиця 7.5. Розрахунок накопиченого прибутку за 12 місяців**

Місяць	Прибуток, тис. грн	Накопичений прибуток, тис. грн
1	-195	-195
2	-36,5	-231,5
3	-18	-249,5
4	-11,5	-261
5	17	-244
6	12	-232
7	59	-173
8	63	-110
9	109,5	-0,5
10	132	131,5

11	59,5	191
Продовж. табл. 7.5		
12	114	305

До кінця 12-го місяця накопичений прибуток складає 305 тис. грн, що менше за початкові інвестиції (418 тис. грн).

Термін окупності розрахований за формулою:

$$\text{Термін окупності} = \frac{\text{Початкові інвестиції}}{\text{Річний прибуток}} \quad (7.2)$$

Розрахунок терміну окупності для кав'ярні «BEAN & BLISS»:

$$\text{Термін окупності} = \frac{418000}{305000} = 1,37 \text{ років}$$

Термін окупності становить 16,44 місяців (1 рік і 5 місяців).

Проведені розрахунки показують, що бізнес кав'ярні є перспективним, оскільки прогнозований річний прибуток становить 305 тис. грн, дохід перевищує витрати після першого півріччя діяльності.

Термін окупності проекту складає 1 рік і 5 місяців, що є прийнятним показником для підприємств такого типу. Стабільне зростання доходів після четвертого місяця свідчить про підвищення попиту на послуги кав'ярні та ефективність маркетингових заходів.

Найбільший прибуток спостерігається в осінньо-зимовий період, що свідчить про сезонність бізнесу, яку потрібно враховувати при плануванні витрат та рекламних кампаній.

Загалом, впровадження даного проекту є доцільним, оскільки кав'ярня має всі шанси стати успішним і прибутковим бізнесом із потенціалом для розширення.

## 8. РИЗИКИ

У даному розділі бізнес-плану розглядаються основні ризики, які можуть виникнути в процесі реалізації бізнес-ідеї.

Види та причини виникнення ризиків наведені у табл. 8.1.

*Таблиця 8.1. Види ризиків і причини їх виникнення*

Вид ризику	Причини виникнення
Ризики, пов'язані з неправильним вибором місії та економічних цілей підприємницької діяльності	Необґрунтоване визначення пріоритетів загальної та ринкової стратегії фірми, неправильний прогноз ринку, неадекватна оцінка потреб
Ризики, пов'язані з незабезпеченістю підприємницької ідеї фінансовими ресурсами (інвестиціями)	Відсутність або недостатність фінансування, неефективний метод фінансування, втрата джерела фінансування
Ризики, пов'язані з недотриманням запланованих строків реалізації ідеї	Порушення графіків витрат і термінів отримання доходів
Маркетингові ризики	Невідповідність цін бізнес-плану і реальних ринкових цін, відмова постачальників від контрактів, недостатнє ресурсне забезпечення, неправильна сегментація ринку, помилковий вибір стратегії збуту та ціноутворення, неефективна реклама, не врахування сезонної циклічності
Ризики, пов'язані із взаємодією з партнерами та контрагентами	Налагодження недостатньо ефективної системи взаємодії з партнерами, непередбачені зміни в умовах співпраці
Ризики непередбаченої конкуренції	Виникнення нових конкурентів, диверсифікація конкурентів, зниження цін конкурентами, створення продуктів-замінників
Ризики, пов'язані із забезпеченням прав власності на запатентовані вироби	Недостатній рівень патентного захисту, низький рівень комерційних таємниць, затримка з отриманням патентів
Ризики непередбачених витрат	Несподіване зростання цін на ресурси, зміна процентних ставок, непередбачені витрати на термінові роботи, штрафи
Ризики, пов'язані з конфліктами в законодавстві та громадськості	Зміна податкової політики, нові екологічні та ліцензійні вимоги, витрати на «паблік рілейшнз»
Ризики, пов'язані з формуванням підприємницького проекту	Невиправдане використання коштів, завищення накладних витрат
Ризики, пов'язані з інноваціями	Недосягнення технічних параметрів, перевищення кошторису витрат, виникнення негативних наслідків при реалізації інновацій

Проведено кількісну оцінку ризиків для визначення ймовірності їх виникнення та впливу на фінансові результати (табл. 8.2). Для цього кожен ризик оцінений за шкалою ймовірності та потенційного впливу.

Шкала ймовірності:

- 1 (низька) — ймовірність виникнення ризику до 20%;
- 2 (середня) — ймовірність виникнення ризику від 20% до 60%;
- 3 (висока) — ймовірність виникнення ризику понад 60%.

Шкала впливу:

- 1 (низький) — мінімальний вплив на бізнес;
- 2 (середній) — помірний вплив на бізнес;
- 3 (високий) — значний вплив на бізнес.

**Таблиця 8.2. Оцінка ймовірності та впливу ризиків**

Вид ризику	Ймовірність (1-3)	Вплив на бізнес (1-3)	Оцінка ризику
Ризики, пов'язані з неправильною стратегією	2	3	6
Ризики, пов'язані з фінансовими ресурсами	2	3	6
Ризики, пов'язані з термінами реалізації	2	2	4
Маркетингові ризики	3	2	6
Ризики з партнерами	2	2	4
Ризики конкуренції	3	3	9
Ризики запатентованих виробів	1	2	2
Ризики непередбачених витрат	2	3	6
Ризики з конфліктами	1	2	2
Ризики в процесі реалізації проекту	1	3	3
Ризики інновацій	2	3	6

Для кав'ярні найбільшим ризиком є конкуренція, адже ринок насичений, і важливо знайти унікальний спосіб виділитися серед інших закладів. Якщо цього не зробити, можна втратити значну частину потенційної клієнтської бази.

Фінансові ризики також мають вагоме значення, оскільки можливе зростання витрат або непередбачені зміни на ринку можуть вплинути на прибутковість бізнесу. Помилки у стратегічному плануванні, вибір невдалого місця розташування чи неконкурентні ціни, здатні суттєво послабити позиції кав'ярні. Непередбачені витрати на ремонт, обслуговування або форс-мажорні ситуації вимагають наявності резервного фонду, але навіть за цих умов вони можуть створити фінансові труднощі.

Для зменшення негативних наслідків, кожен ризик вимагає відповідних запобіжних або коригуючих заходів. У разі виявлення критичних ризиків, зокрема ризиків з конкурентами, фінансуванням або маркетинговими стратегіями, планується здійснити наступні дії:

1. Диверсифікація каналів постачання - для зниження залежності від окремих постачальників та мінімізації ризиків відмови.
2. Гнучкість цінової стратегії - адаптація цін до змін на ринку для підтримки конкурентоспроможності.
3. Залучення додаткових інвестицій - у разі потреби збільшити джерела фінансування через венчурні інвестиції або кредитні лінії.
4. Створення резервного фонду - для покриття непередбачених витрат та зміни ціноутворення на ресурси.
5. Налагодження ефективної комунікації з партнерами - для уникнення непорозумінь та забезпечення стабільності в контрактах.
6. Моніторинг конкурентів - своєчасне реагування на зміни в конкурентному середовищі для запобігання значним втратам.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. EcoPack. URL: <https://eco-pak.com.ua/?srsltid=AfmBOorIwZA41eAMEvsMMU3zVZctZq-PzT9Wb5WIEModNfZuZBuYU8aE> (дата звернення: 06.12.2024).
2. Caffein. URL: <https://caffein.ua/uk/content/pro-caffein/> (дата звернення: 06.12.2024).
3. CAFFITALIA. URL: <https://caffitalia.com.ua/temnyi-shokolad-dlia-napoiv-50.1-callebaut-1-kh/> (дата звернення: 06.12.2024).
4. GLORIA CUPS. URL: [https://stakanopt.com.ua/catalog/slivki/page-all?srsltid=AfmBOor9I\\_QtFqP8W9pOSZb095bCEhO9qhoJAWgiezNTuhD1Jtew-sMu](https://stakanopt.com.ua/catalog/slivki/page-all?srsltid=AfmBOor9I_QtFqP8W9pOSZb095bCEhO9qhoJAWgiezNTuhD1Jtew-sMu) (дата звернення: 06.12.2024).
5. Скільки податків платитимуть ФОПи з 1 жовтня: розрахунок. 2024. URL: <https://zaxid.net/news/> (дата звернення: 06.12.2024).
6. Ільчук М.М., Коновал І.А., Барановська О.Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навчальний посібник. Київ: НУБіП України, 2024. 245 с.