

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.05 – МКР. 2143 “С” 2021.12.29. 014 ПЗ

**ШУБОВИЧА ЄВГЕНА ОЛЕКСАНДРОВИЧА**

**2022 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

# НУБІП України

УДК: 005.511(083.92):[613:664]

ПОГОДЖЕНО  
Декан факультету аграрного  
менеджменту

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

# НУБІП України

\_\_\_\_\_ **Анатолій ОСТАПЧУК**  
(підпис) (ПІБ)

\_\_\_\_\_ **Марина ДЄЛІНІ**  
(підпис) (ПІБ)

“ ” 2022 р. “ ” 2022 р.

# НУБІП України

## МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВИРОБНИЦТВА СНЕКІВ ДЛЯ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ»

Спеціальність 073 «Менеджмент»  
Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами  
Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

# НУБІП України

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

Лідія ПИНКАРУК  
(підпис) (ПІБ)

# НУБІП України

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ **Віталій ГАВРИЛЮК**  
(підпис) (ПІБ)

Виконав

Святослав ШУБОВИЧ  
(підпис) (ПІБ студента)

# НУБІП України

# НУБІП України

КИЇВ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та  
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор Марина ДЄЛІНІ

(підпис)

2021 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Шубовича Євгена Олександровича

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план виробництва снєків для здорового харчування»

завержена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2021р. №2143 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 1 листопада 2022р.

(рік, місяць, число)

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

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Особливості функціонування ринку снєків в Україні.
2. Розробка бізнес-плану виробництва снєків для здорового харчування.
3. Економічне обґрунтування ефективності проекту.

Дата видачі завдання «29» грудня 2021 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

(підпис)

Віталій ГАВРИЛЮК

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

(підпис)

Євген ШУБОВИЧ

(прізвище та ініціали студента)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ З ВИРОБНИЦТВА СНЕКІВ</b>	7
1.1. Історія походження та регіональні особливості споживання снєків у світі	7
1.2. Досвід компаній з виробництва снєків за кордоном та в Україні	11
1.3. Технологічні особливості виробництва снєків	17
<b>РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС ПЛАН З ВИРОБНИЦТВА СНЕКІВ</b>	22
2.1. Резюме проекту	22
2.2. Загальна характеристика бізнесу	24
2.3. Аналіз ринку і конкуренції	27
2.4. Особливості цільового ринку	31
2.5. Організаційно-виробничий план	32
2.6. Фінансова оцінка проекту	48
2.7. Джерела фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій	55
2.8. Управління ризиками проекту	56
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПЛАНУ</b>	59
<b>ВИСНОВКИ</b>	61
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	63

## ВСТУП

# НУБІП України

Здорове харчування упродовж життя – одна із складових профілактики

цілого ряду неінфекційних захворювань і порушень здоров'я. Але швидка урбанізація, зростання виробництва перероблених продуктів, зміна способу життя призвели до змін в моделях харчування. Саме завдяки цим факторам сучасна людина харчується «на ходу».

# НУБІП України

Снеки (від англійського слова *snack* – легка закуска) ідеально підходять для вирішення цієї проблеми. Це доступні натуральні сухі продукти, готові до вживання і розфасовані в індивідуальну упаковку, що дає змогу застосовувати їх у будь-якому місці і в будь-яких умовах.

# НУБІП України

Виробництво снєків – це доволі молода галузь харчової промисловості України. Але за останні роки ця продукція стала досить популярною серед споживачів. Проте постійне вживання снєкової продукції, не завжди корисної для здоров'я, спричиняє дефіцит поживних і мінеральних речовин, що потрапляють до організму.

# НУБІП України

Дослідження українського ринку снєкових виробів показують, що продукція, яка б містила достатню кількість усіх поживних речовин та могла б замінити повноцінний прийом їжі, не має широкого асортименту. Тому розширення виробництва снєків для здорового харчування має соціальний ефект, направлений на створення повноцінних за біологічною цінністю продуктів. Саме цим пояснюється **актуальність** теми магістерської роботи.

# НУБІП України

**Мета і завдання дослідження.** Метою є розробка та обґрунтування бізнес-плану з виробництва снєків для здорового харчування.

# НУБІП України

Для досягнення зазначеної мети поставлено та вирішено такі завдання:

- з'ясувати традиції споживання снєків у світі;
- дослідити вітчизняний ринок виробництва снєків;

# НУБІП України

- розглянути технологічні особливості виробництва снєків;
- розробити бізнес-план з виробництва снєків для здорового харчування;

– обґрунтувати пропозиції з реалізації бізнес плану.

**Об'єктом дослідження** є процес організації виробництва снєків для здорового харчування.

**Предметом дослідження** виступають теоретичні, методичні та прикладні засади обґрунтування бізнес плану з організації виробництва снєків для здорового харчування.

**Методи дослідження.** В основу дослідження покладено сукупність загальнонаукових і спеціальних методів: аналізу й синтезу, індукції й дедукції, причино-наслідковий, графічний метод, методи співставлення та групування, структурно-логічне моделювання, що дало можливість виявити основні тенденції розвитку досліджуваного бізнесу.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає у визначенні основних теоретико-методичних підходів і практичних рекомендацій з розробки бізнес плану виробництва снєків для здорового харчування.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у формуванні рекомендацій щодо організації бізнесу з виробництва снєків для здорового харчування.

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

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

## РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ З  
ВИРОБНИЦТВА СНЕКІВ1.1. Історія походження та регіональні особливості споживання  
снеків у світі.

Одним з видів снеків є чіпси. Вони з'явилися не завдяки кулінарній винахідливості, а як наслідок людського гніву. За легендою в 1853 році американський магнат Корнеліус Вандербільд зупинився в готелі «Moon's Lake House», що знаходився на курорті Саратога-Спрінгс (США). Однією з фірмових страв ресторану при готелі була картопля фри. Але замовивши знамениту смажену картоплю, клієнт був розчарований: скибочки картоплі були дуже товстими, і гостю довелося тричі повертати страву на кухню. Поведінка гостя дуже розлютила шеф-кухаря ресторану. Він не витримав і вирішив помститися прискіпливому мільйонерові. В помсту за вимогливість, Вандербільду повернули картоплю нарізану товщиною з папір. Новий рецепт прозвали «чіпси Саратога», які незабаром стали фірмовою стравою ресторану.

Чіпси в пакетах з'явилися лише в 1895 році. Це був період економічної кризи. Люди були змушені шукати альтернативні варіанти заробітку. Вільям Теппендон (автор даного продукту) почав робити чіпси на власній кухні і доставляти їх в найближчі магазини. Згодом комора за будинком Теппендона перетворилась в один з перших заводів з виробництва картопляних чіпсів в країні. А завдяки Лаурі Скаддер з'явилася концепція «пакетика чіпсів». Саме вона запропонувала використовувати вощений папір для упаковки.

Починаючи з 1920 року процес нарізання картоплі для чіпсів став автоматичним: Фріман Макбет винайшов машину, яка виконувала цей процес.

Вперше в Європі чіпси з'явилися в Ганновері у 1921 році (до цього часу це була суто американська страва), і починалося все знову з маленького сімейного бізнесу.

Перший національний бренд чіпсів з'явився в 1932 році в Нешвіллі, штат Теннессі. Це марка чіпсів Lay's, яка належить Герману Лею і, яка існує й зараз.

Тривалий період часу головним смаком чіпсів була картопля. До 1940 року чіпси виробляли без запаху і приправ. Вперше пакетик солі в добавок до картопляних шматочків запропонувала фірма «Tayto».

Зараз же смакові варіації приправ адаптують до потреб ринку: в Україні, наприклад, немає чіпсів зі смаком м'яти, хоча такі з легкістю можна знайти в Індії.

Але не вся продукція, яку ми знаємо, як чіпси, є чіпсами. Так, знамениті чіпси Pringles містять лише 42% картоплі. Все інше – це дріжджове тісто. Тому їх швидше можна віднести до пирогів чи печива.

Для чого потрібне повітря в пакетиках з чіпсами? По-перше, при такій упаковці чіпси менше ламаються. По-друге, повітря в паці збагачене азотом, що дозволяє картоплі залишатися свіжою до того, як відкриється пачка.

Крім картопляних чіпсів існують також фруктові. Ці чіпси, на відміну від картопляних, не шкодять здоров'ю. Їх можна використовувати як перекус. У них набагато менше калорій і зберігаються вітаміни, якими славені свіжі плоди. У якісних хрустких закусках з фруктів немає

консервантів і барвників, а також небезпечних канцерогенів, оскільки фруктові снеки не обсмажуються в маслі. Отримують такі продукти шляхом заморозки фруктів і подальшої обробки в сушильному апараті. Завдяки цим маніпуляціям з соковитих скибочок випаровується волога, а все корисне залишається на місці [5].

Фруктові чіпси – це продукти, які входять до групи зневоднених фруктів, вологість яких нижче рівноважної по відношенню до навколишнього середовища. Тому ці продукти, перш за все, захищають від зволоження, яке може привести до швидкого псування продукту [6].

Сучасний гастрономічний ринок має в наявності різні варіантами фруктових чіпсів: від традиційних бананових чи яблучних до екзотичних – з папайї чи пінтахайї. Фруктові чіпси – сучасний варіант сухофруктів для компоту. Гастрономічний ринок переповнений фруктовими чіпсами від різних виробників.

Найважливішим орієнтиром для виробників є смакові переваги споживача. Лідруючі позиції на ринку фруктових чіпсів відведені банану. Банан – універсальний продукт, який можна піддавати будь-якій термічній обробці. І це впливає на кінцевий смак і структуру продукту. До складу банана входить цілий набір корисних вітамінів. Банан приводить в норму шлунково-кишковий тракт, швидко і надовго насичує, дозволяє боротися з депресією. Не менш популярна категорія продуктів для чіпсів – цитрусові. Цитрусові багаті на вітамін С, який не тільки зміцнює внутрішнє здоров'я, а й впливає на зовнішню красу.

Але на ринку зустрічаються також фруктові чіпси, які містять цукор, які обсмажують в олії, які містять ароматизатори чи консерванти. Часте споживання такого продукту швидше принесе шкоду, ніж користь.

Тому при виборі даного продукту треба уважно ознайомитися із його складом.

Ще одним із видів снєків є фруктова пастила. Це староруські ласощі, які з'явилися в 14 столітті завдяки коломенським монахам. Рецепт пастили зберігався у великій таємниці. І повторити цей кулінарний шедевр вдалося лише в 19 столітті у Франції. Секретним інгредієнтом пастили були антонівські яблука, які складно було знайти за межами Київської Русі, тому смак її був неповторним. Готували її, в основному, з меду і яблук. А з часом, в рецептах стали з'являтися інші фрукти.

Незважаючи на свій простий склад, пастила багата вуглеводами, крохмалем, клітковиною, вітаміни РР, В2, такими мінералами як калій, кальцій, магній, залізо, йод та інші. Завдяки цим компонентам пастила

швидко відновлює енергію, покращує обмін речовин і очищає організм від шлаків і токсинів.

Однак, вся користь пастилки проявляється, якщо споживати її в міру.

При надмірному вживанні можливі деякі неприємні наслідки на кшталт алергії, нудоти, підвищення кислотності шлунка і карієсу. Також цей продукт

не рекомендований людям, що страждають на діабет, і тим, у кого індивідуальна непереносимість.

Протеїнові батончики — це поживні батончики, які містять велику частку білка у відношенні до вуглеводів/жирів. Ці снеки добре насичують,

дозволяють відчувати себе спортсменом на пару хвилин.

Але не всі протеїнові батончики є гарним вибором. З віком люди втрачають м'язову масу і силу (саркопенія). Протеїнові батончики, можуть

бути корисними для запобігання саркопенії.

Хоч правильні протеїнові батончики й уникають додавання цукру, багато магазинних снеків містять його найгірший варіант — кукурудзяний сироп з високим вмістом фруктози, дешевий підсолоджувач. Він швидше та простіше веде до ожиріння, ніж звичайний цукор, і підвищує апетит.

Деякі з протеїнових батончиків — просто замасковані цукерки. Багато

снеків зі смаком полуниці, малини чи тропічних фруктів насправді містять мало справжніх фруктів, а радше кольорове пюре, яке складається з

фруктози, цукру, кукурудзяного сиропу, модифікованого харчового крохмалю та пшеничного глютену. Один такий батончик може містити

близько 12 г доданого цукру. Тому при виборі даного продукту треба бути дуже уважним і вивчати його склад перед вживанням.

Енергетичні батончики або, як їх часто називають, батончики-мюслі, — це невеликі брикети із спресованих зернових пластівців, горіхів і сухофруктів.

Батончики-мюслі користуються великою популярністю серед тих, хто дотримується дієти, адже однією плиткою можна частково замінити вечерю і

не відчувати голод перед сном. Калорійність одного батончика коливається в межах від 100 до 200 ккал, залежно від складу інгредієнтів.

У «здорових» енергетичних батончиках в якості підсолоджувача використовують фруктозу або сахарозу. Необхідно також звертати увагу на вміст білка – його має бути не менше 10 г, інакше це вже буде не енергетичний батончик, а дорогі солодощі.

Однією з головних переваг батончиків-мюслі є їх компактність: можливо, пара яблук або груш є більш оптимальним варіантом для перекусу, але вони, на відміну від батончиків, обтяжують сумку і їх не візьмеш з собою на пробіжку.

## 1.2. Досвід компаній з виробництва снєків за кордоном та в Україні

Назва цієї групи продуктів походить від англійського *snack* – легка закуска. Снеки користуються величезною популярністю в усьому світі. Україна не стала винятком.

Снеки можуть бути солодкі чи несолодкі. До найпоширеніших видів снєків відносять: чіпси; сухарики; насіння; горішки; попкорн; шоколадні батончики; сухофрукти.

Ринок снєків України, подібно до інших продовольчих ринків, сильно залежить від ситуації на світовому продовольчому ринку. В останні роки він пережив значні зміни.

Виробництво снєків в Україні переживає спад. У 2015 році ринок снєків зменшився на 30%. У подальші роки падіння виробництва продовжилася. В основному це викликано падінням курсу гривні. Багато снєків не виробляються в Україні. Тут їх тільки фасують і упаковують (наприклад, арахіс і фістанки). Скачок курсу долара збільшив вартість цих продуктів, і українські виробники зменшили обсяги закупівель.

Криза також вплинула на купівельну спроможність населення. Люди не можуть дозволити собі купувати снеки преміального класу. Тому виробники скорочують їх виробництво. У 2013 році на частку преміальних снеків припадало 14% продукції. На сьогодні цей показник скоротився до 5%.

Замість продукції преміум класу українські компанії стали виробляти більше снеків середнього цінового сегмента.

Також все більше снеків виготовляють торгові мережі під *privat label*. Це полегшує просування і робить снеки не такими дорогими, завдяки економії на рекламі.

Структура ринку снеків в Україні неоднорідна, що впливає на показники експорту і імпорту. Деякі види снеків Україна тільки імпортує. Наприклад, снеки, зроблені з екзотичних фруктів і ягід. До цієї категорії відноситься і така популярна основа для снеків як арахіс.

Арахіс найчастіше імпортують з Аргентини, Бразилії, Індії, Китаю [7]. У 2018 році найбільші поставки арахісу були з Аргентини, Індії та Бразилії (рис.1.1).

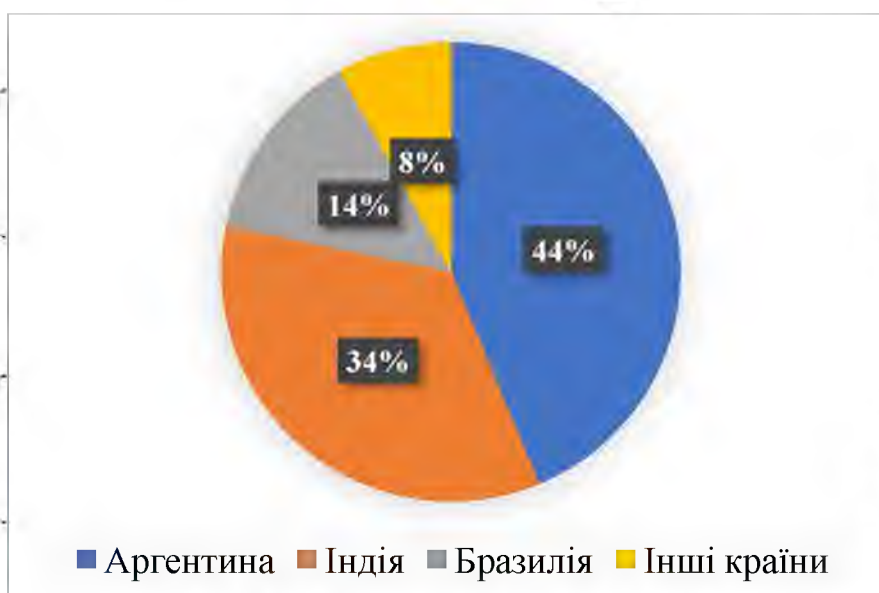


Рис.1.1. Імпорт арахісу у 2020 році.

Насіння – це популярний снєк, який Україна активно експортує в інші країни. До 2015 року великі поставки насіння здійснювалися до Росії. Починаючи з 2016 року головні напрямки експорту змінилися. В 2018 році найбільше насіння соняшнику експортували в Туреччину, Францію та Португалію (рис. 1.2).



Рис.1.2. Експорт насіння у 2020 році.

Найбільше насіння Україна імпортує з Туреччини, США, Франції (рис.1.3).

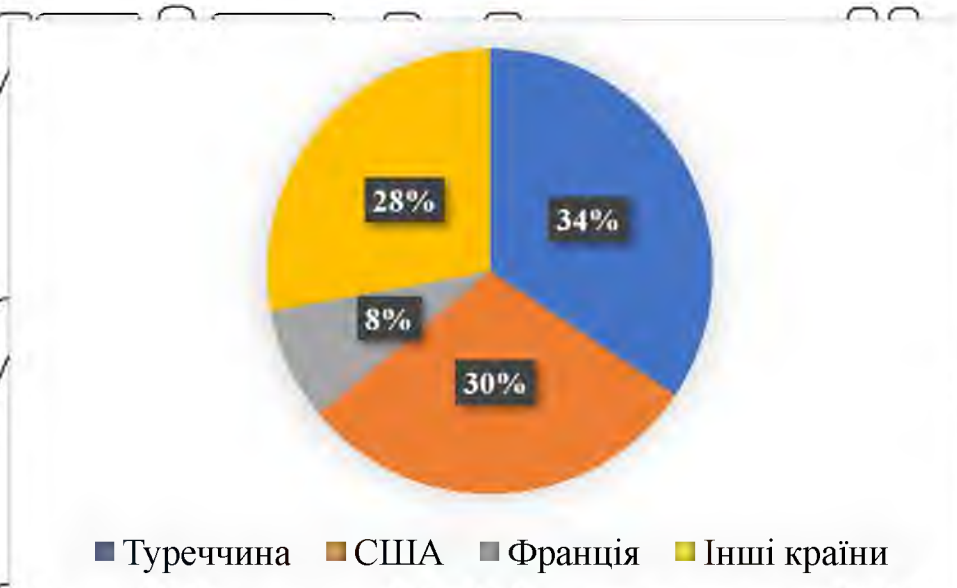


Рис.1.3. Імпорт насіння у 2020 році.

Досліджуючи ринок споживачів снєків в Україні, з'ясували, що жителі США з'їдають 10 кг снєків за рік, жителі європейських країн – 5-6 кг, а в Україні – 1,5 кг. Це свідчить про те, що в нашій країні вживання снєків розвинене менше. Але, у той же час, близько 25% населення України використовують снєки щодня.

Більшість жителів України виділяють на снєки 10-15 грн. в день. Снєки не належать до продуктів першої необхідності, тому в умовах кризи люди відмовляються від них.

Найчастіше люди вживають снєки в якості перекусу. Багато їдять снєки на ходу. Більшість снєків приємні на смак. Люди купують їх як солощі.

Дуже часто снєки входять в категорію імпульсивних покупок. Людей приваблює яскрава упаковка. Для багатьох споживачів снєк – спосіб побалувати себе. Смачний перекус допомагає відволіктися від повсякденних проблем і зменшує стреси.

Починаючи з 2015 року спостерігається зростання попиту на продукцію українських виробників снєків.

З ростом популярності здорового способу життя споживачі хочуть, щоб навіть снєки приносили користь. Помітивши цю особливість споживачів, виробники стали акцентувати увагу на корисні властивості своїх продуктів. Наприклад, позиціонувати насіння як джерело вітамінів, а не тільки перекус.

Споживачі, орієнтовані на здоровий спосіб життя, уважно читають склад продукту. Вони хочуть, щоб в снєках не було консервантів, підсилювачів смаку і шкідливих добавок. Близько 60% споживачів готові викласти додаткову суму, якщо це буде гарантувати якість товару. Популярністю користуються снєки, що містять вітаміни і мікроелементи. Завдяки цьому почав розвиватися ринок фруктових батончиків.

Популярність набирають снєки, виготовлені з екзотичних продуктів. Це можуть бути цільні какао-боби, ягоди асаї і годжі. Найчастіше такі снєки відносяться до преміум класу.

Незвичайні смаки і текстури користуються популярністю серед молоді. Саме вона чуйно реагує на рекламні гасла, які обіцяють більше хрускоту або солодості. Споживачі старшого віку насторожено ставляться до новинок.

Вибираючи новий, незвичайний товар вони орієнтуються на думку знайомих або експертів.

Крім смаку, при виборі снєків, споживачі орієнтуються на такі показники: зручність упаковки; дизайн; марка; ціна.

Найбільшим виробником снєків в Україні є корпорація S.Group. На території України компанія працює з 1995 року. Під брендом S.Group компанія існує з 2014 року. Компанії належать такі торгові марки снєків, як SEMKI (насіння соняшника), Snekin (чипси, грінки, сухарики), Lavka (насіння соняшника), «Козацька слава» (арахіс), «Мій рибалка» (рибні снєки), «Мачо» (фісташки).

Компанія виробляє снєки для privat label таких мереж, як METRO, Billa, Auchan, «Караван», «Гаврія В», «Велика Кишеня».

До найбільших виробників снєків відноситься також компанія «Монделіс Україна». До 2014 року компанія мала назву Крафт Фудз Україна.

Належить групі компаній Mondelez International. До складу підприємства «Монделіс Україна» входять: Тростянецька шоколадна фабрика «Україна»; ТОВ «Чипси Люкс». Популярністю користуються такі бренди компанії: «Ведмедик» Барні; «Belvita, Добрий ранок»; «Люкс»; TUC; Picnic. Компанія входить в число лідерів серед українських виробників солоних снєків.

Компанія «Захід» була заснована в 2000 році. Вона робить снєки під брендами «Капітан» (сушена риба), «Аміго» (сухарики), «Захід преміум» (горішки), «Міцний Горішок» (арахіс), «Захід» (насіння), «Веселі баранці» (попкорн). Компанія «Захід» співпрацює з такими закладами, як АТБ, Сільпо, WOG, MegaMarket, Novus.

Основними тенденціями в дизайні упаковки на ринку снєків є:

1. Зручність понад усе. Багато людей вживають снєки на ходу. Тому виробники намагаються розробити дизайн упаковки, яким буде зручно

користуватися і вдома, і на роботі, і на вулиці. Найчастіше це упаковки невеликих форматів. Також упаковка повинна легко відкриватися і закриватися.

2. Екоізм. Найчастіше використовується в дизайні упаковки, щоб підкреслити натуральне походження снека. Сюди входять зображення рослин, і кольору, що асоціюються з природою: зелений, жовтий, блакитний. За допомогою дизайну виробники сигналізують покупцям про корисність свого продукту і відсутності в ньому шкідливих добавок.

3. Сторітеллінг. Споживачі хочуть отримувати задоволення від дизайну. Популярністю користується дизайн упаковки снеків, який не просто розкриває властивість продукту, а розповідає цікаву історію. Наприклад, мережа супермаркетів Safeway (США) випускає снеки в упаковках оригінального дизайну. Кожен продукт представлений живим персонажем, який займається улюбленою справою.

4. Більше кольору. Яскраві, незвичайні, кричущі кольори привертають увагу споживачів. Особливо часто їх застосовують для снеків, які асоціюються з розвагами: попкорном, чіпсами.

5. Преміальність. Ця тенденція особливо поширена серед натуральних снеків: горіхів, фруктів і ягід. Такий дизайн повинен підкреслити елітність продуктів.

Враховуючи особливості життя українців за останні роки (падіння рівня життя, як наслідок карантинних заходів та військової агресії РФ), їх купівельна спроможність значно знизилась. Тому українці будуть намагатися урізати витрати на снеки. Щоб залучити споживачів виробники повинні зменшити ціну на свою продукцію. Для цього компанії можуть зменшувати розміри пачок. Заощадити на просуванні різних лінійок снеків можна створивши зонтичний бренд – це дозволяє зменшити витрати на маркетинг.

### 1.3. Технологічні особливості виробництва снєків

Основними складовими пастили є цукор, фруктове пюре і яєчний білок.

Щоб дрібнопориста піно подібна маса була стійкою, використовують гарячий агаро-цукро-патоковий сироп, який називають «клей» (клейова пастила).

Формована в процесі відливання клейова пастила має назву зефір. Якщо ж замість «клею» використовують гарячу фруктову-ягідну мармеладну масу, то пастилу називають заварною. Існує ще один вид пастили, яку називають

«білевська» пастила. Її особливість полягає в тому, що за основу беруть яблучне пюре із пенених яблук, яке збивається з цукром та білками, і клейовий сироп при цьому не застосовується.

Основні етапи виробництва пастили наведено на схемі, що зображена на рис.1.4.



Рис.1.4. Узагальнена схема виробництва пастили

Підготовка сировини. Пюре з яблук, що використовують для виробництва пастили повинне містити не менше 12-14 % сухих речовин та велику кількість пектинових речовин. Тоді воно матиме високі драгелєутворюючі властивості. Таке пюре знайти на ринку дуже важко. Тому

уварюють закуплені напівфабрики під вакуумом до вмісту сухих речовин 15-17 %. Після цього пюре різних партій купажують. Усі інші інгредієнти готують так само, як сировину для виробництва мармеладу. Сировиною для виробництва зефіру слугує яблучне пюре із вмістом сухих речовин близько 15% і вмістом пектину 1,2 %.

Приготування яблучно-цукрової суміші. Для приготування даної суміші потрібне спеціальне обладнання. Суміші доводять до стану, коли масова частка сухих речовин в ній становить 57-59 %. В деякі види пастили разом з яблучним пюре додають абрикосове, горбинове чи журавлинне пюре. Тоді смак пастили буде відрізнятися від класичного.

Приготування клейового сиропу. Агар слід замочити у воді, щоб він набряк. Потім його розчиняють в процесі нагрівання. В отриманий розчин додають цукор. Коли він розчиниться, додають патоку. Отриманий сироп фільтрують і уварюють до масової частки сухих речовин 79-78 %. Для зефіру використовують такий сироп з концентрацією сухих речовин 84-85 %. Його додають в змішувач при температурі 85°-90°С.

Збивання. Для даного процесу потрібне спеціальне обладнання. На початку в першому змішувачі яблучне пюре і цукор енергійно перемішують до повного розчинення цукру, потім масу перемішують в збивальні апарати, додають яєчний білок і проводять процес збивання. Під час збивання маса насичується киснем, її об'єм збільшується вдвічі. При цьому густина знижується і маса стає піноподібною, насиченою дрібними пухирцями повітря. В'язкість маси збільшується.

Збита маса надходить до другого змішувача, куди через спеціальні дозатори подають агаро-цукро-патоковий сироп, який має температуру 80°-85°С. якщо є необхідність, то до змішувача вводять також харчові кислоти, барвники, ароматизатори. Основна роль клейового сиропу – зафіксувати пінисту структуру пастильної маси. Вона повинна мати таку механічну міцність, щоб процес формування був легким. Рецептūra зефіру передбачає додавання більшої кількості яєчного білка – біля 60 кг на 1 т готового зефіру

у порівнянні з 23-26 кг для різаної пастили. Процес збивання яблучно-цукрової суміші триває більше ніж 25 хв, завдяки чому вона стає більш пухкою.

Формування. Для формування пастильної маса надходить до спеціальної воронки. Температура маси – 40°C, міцність 630-650 кг/м, масова частка сухих речовин 66-70 %.

У процесі формування масу для різаної пастили розмазують, а потім ріжуть. Формування відливної пастили (зефір) здійснюють відсаджуванням.

Пласт пастильної маси для різаної пастили транспортером подається до спеціальної шафи, де його охолоджують за допомогою холодного повітря, яке має температуру 8°-10° С. Саме на цьому етапі відбувається процес драглеутворення. Потім пласт пастильної маси проходить через камеру з інфрачервоним обігрівом, де він підсушується і на ньому утворюється кірочка. Кірочка складається із найдрібніших кристалів сахарози, що утворюються в результаті її кристалізації на поверхні пласта. Іноді в процесі формування масу розливають у спеціальні лотки. Тоді її направляють на вистоювання в камерах при температурі 38°-40°C протягом 2-2,5 год або в приміщенні цеху при температурі 20°-25°C протягом 6-8 год.

Готові пласти посипають цукровою пудрою і ріжуть на бруски розміром 70×21×20 мм. Після нарізання бруски ще раз посипають цукровою пудрою і розкладають на деякій відстані один від одного. Це дає змогу забезпечити вільну циркуляцію повітря між шматками пастили і не дозволяє їм склеюватись.

Сушіння. Обладнанням для сушіння пастили є безперервно діючі або камерні сушарки. Під час сушіння з продукту видаляється зайва волога, а також утворюється на поверхні кристалічна кірочка. Цей процес проводять таким чином, щоб волога видалялась рівномірно по всій товщині пастильного бруска. Процес сушіння не можна прискорювати, тому що це може призвести до утворення твердої кірочки при ще вологій середині, як наслідок – брусок деформується. Процес проводять в два етапи з різними

режимами сушіння. Під час першого етапу, що триває 2,5-3 год, підтримують температуру 50°-55°С. Другий етап триває близько 2 год при температурі 40°-45°С. Пастилу охолоджують в приміщенні цеху при температурі 20°-25°С

протягом 1-2 год, знову обсипають цукровою пудрою і направляють на фасування і пакування. Масова частка сухих речовин в готовій пастилі 80-86%.

**Пакування.** Клейові пастильні вироби фасують у коробки масою нетто не більше 1 кг, або в пакети чи пачки масою нетто до 250 г, загортають в целофан або полімерні плівки. Вагові вироби вкладають не більше ніж у три ряди в ящики з гофрованого картону чи деревини масою нетто до 6 кг.

Заварну пастилу упаковують в ящики масою нетто до 7 кг, а також фасують у коробки масою нетто до 500 г. При цьому ящики і ряди вистилають пакувальним матеріалом так, щоб їх краї закривали верхній ряд виробів. Фасовані вироби можна пакувати в ящики масою нетто не більше 17 кг.

У процесі виробництва цих ласощів можуть виникати деякі дефекти. Характеристики цих дефектів та причини їх виникнення наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

## Дефекти, які виникають в процесі виробництва пастили

Назва	Причини виникнення
Деформовані вироби	Порушення режиму зберігання, транспортування і реалізації
Сплюснута форма у зефіру	Низька якість сировини і порушення технологічного режиму
Нерівномірне забарвлення виробів	Недостатньо ретельне перемішування рецептурних компонентів.
Нерівномірна, обмежена пористість	Наявність жиру в збивальній масі, збільшення температури збивання вище від 60 С, порушення режиму збивання
Грубопориста структура	Недостатнє збивання пастильної маси
Занадто густа структура пастили	Низька якість сировини, порушення режиму збивання
Невідповідні смак і запах	Порушення умов і строків зберігання вихідної сировини, відхилення від рецептури.

## РОЗДІЛ 2

БІЗНЕС ПЛАН З ВИРОБНИЦТВА СНЕКІВ ДЛЯ ЗДОРОВОГО  
ХАРЧУВАННЯ

## 2.1. Резюме проекту

Метою проекту є організація виробництва і реалізації снеків для здорового харчування, а саме фруктової пастили, горіхових батончиків та фруктових чіпсів.

Проект буде реалізовано у вигляді відкриття торгової марки «ПоділляЕко»: відкриття цеху з виробництва снеків – пастили, чіпсів та батончиків. Цех буде знаходитись за адресою: вул. Шевченка 4в, с. Вернигородок, Глухівська ОТГ, Хмельницький район, Вінницька область. І займатиме площу 80 м<sup>2</sup>.

Основні цілі проекту:

- 1) забезпечити жителів Вінницької, Житомирської та Київської областей корисними снеками для легкого перекусу, виготовленими за високими стандартами якості;
- 2) запустити лінії виробництва снеків для здорового харчування;
- 3) організувати постачання снеків для здорового харчування цільовій аудиторії;
- 4) забезпечити населення робочими місцями;
- 5) реалізувати бізнес ідеї з виробництва снеків для здорового харчування, які набирають актуальності з кожним днем.

Основні завдання бізнес проекту:

- 1) оформлення документів з ведення бізнесу з виробництва пастили;
- 2) підготовка та ремонт приміщення під виробництво;
- 3) пошук, придбання і налагодження високотехнологічного обладнання;
- 4) формування партнерської програми та налагодження бізнес контактів з контрагентами (постачальниками і покупцями),

- 5) підбір кваліфікованого персоналу;  
 6) створення необхідних умов праці, забезпечення соціальних гарантій;  
 7) впровадження системи лояльності для менеджерів з продажу.

Таблиця 2.1.

### Резюме бізнес плану з виробництва снєків для здорового харчування

Назва проекту	Організація виробництва і реалізації снєків для здорового харчування
Ініціатор	Приватний підприємець Шубович Євген Олександрович
Галузь реалізації проекту	
КВЕД	КВЕД: 10.89 Виробництво інших харчових продуктів
Продукція	Фруктова пастила, фруктові чіпси горіхові батончики різного асортименту
Мета проекту	Виробництво і збут снєків здорового харчування, що підвищують фізичне здоров'я людини
Ціноутворення	Продаж продукції за оптовими цінами, з бонусами у вигляді знижок за купівлю великих партій
Збут	Реалізація продукту у закладах роздрібної торгівлі у Вінницькій, Житомирській та Київській областях
Вартість проекту	2128605 грн
Чистий приведений дохід	31054216 грн

Термін реалізації проекту	3 роки
Джерела фінансування	Власні кошти
Ставка дисконту	15,1%
Термін окупності	1,2 роки
Дисконтований період окупності	1,3 роки
Індекс дохідності	2,86
NPV	12453612 грн

Джерело розроблено автором.

Детально розглянемо бізнес план реалізації цього проекту.

Цінності – це основні переконання, на яких базується бізнес. Це основні принципи, які застосовуються під час взаємодії з компаніями, клієнтами та іншими співробітниками. Вони повинні впливати на всі аспекти бізнесу, від винагороди працівників і поведінки на робочому місці до визначення маркетингових стратегій та стратегій обслуговування клієнтів.

## 2.2. Загальна характеристика бізнесу.

Кожна справа завжди ризикована. Щоб максимально захистити себе, необхідно проводити маркетингові дослідження: що клієнти хочуть споживати, де і в якому вигляді. За результатами дослідження можна визначити найпопулярніший асортимент і місце, придатне для торгівлі.

Найбільш простою формою організації даного бізнесу є продаж снєків здорового харчування через заклади роздрібної торгівлі (малі локальні магазини, локальні або регіональні мережі продуктових магазинів), кав'ярні, на станціях АЗС.

Фактично, виробництво снєків для здорового харчування може знаходитись будь де, місце не має значення. Основною умовою успіху даного бізнесу є знаходження шляхів продажу снєків для здорового харчування

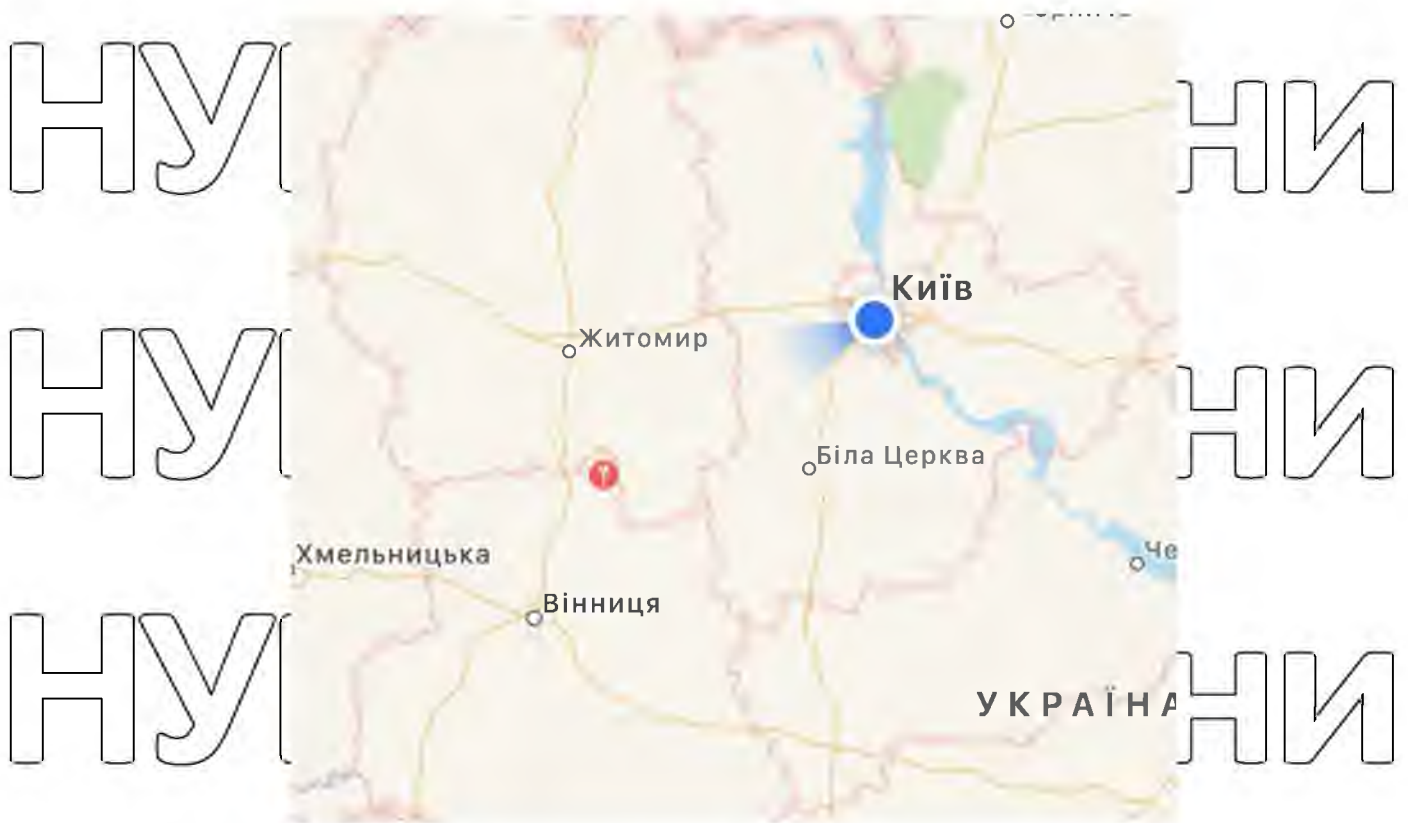
цільовій аудиторії, а саме, людям, які дбають про своє здоров'я, студентам, у яких немає часу зробити повноцінний прийом їжі, спортсменам. Головна умова – знайти ринки збуту, які зможуть якісно продавати наші снеки

Одна з найбільш цікавих ідей з продажу снеків для здорового харчування – це продаж невеликих партій кав'ярням, для того щоб покупці, купивши філіжанку ароматної кави, змогли зробити свій вибір на користь здорового харчування. Як правило, до кави люди купують Снікерс чи пончик. Але тепер у них з'являється інша можливість: отримати корисні ласощі для швидкого перекусу в улюбленій кав'ярні.

Ринок України надає покупцям переважно не корисні снеки. Це картопляні чіпси, вижарені у олії з додаванням різноманітних спецій, шоколадні батончики, надмірне споживання яких може призвести до зайвої ваги.

Смачні та корисні снеки дають можливість людям дбати про свій раціон харчування і своє здоров'я навіть тоді, коли у них немає часу на приготування чогось корисного, а в ресторан іти занадто дорого. При правильному раціоні харчування імунітет людини стає більш стійким до хвороб. Це стало актуальним у наш час, адже уже 2 роки наша планета перебуває в пандемії COVID-19.

Беручи до уваги вище зазначене, ми плануємо виготовляти снеки для здорового харчування під торговою маркою «ПодільяЕко» в приміщенні цеху, що знаходиться за адресою: вул. Шевченка 4в, с. Вернигородок, Глухівецька ОТГ, Хмельницький район, Вінницька область (рис.2.1).



**Рис. 2.1. Місце розташування цеху з виготовлення снєків.**

Це місце є вдалим, оскільки знаходиться на відстані 180 км від м. Київ (2 884 000 (2017) [United Nations](#)), 70 км від м. Житомир (266 106 (2017) [United Nations](#)), 75 км від м. Вінниця (370 834 (2017) [United Nations](#)). Також біля с.Вернигородок знаходяться два районних центра. А саме, за 9 км від м. Козятин (22 951 (2020) [United Nations](#)) і 26 км від м. Бердичів (74 839 (2020) [United Nations](#)). Саме ці міста, а в майбутньому і цілі області, ми ставимо за мету забезпечувати снєками для здорового харчування.

Цех буде являти собою орендований у СТОВ «ВЕРНИГОРОДОЦЬКЕ» перший поверх 50 м<sup>2</sup>, підвал (погреб) 30 м<sup>2</sup> і прибудинкову територію 20 м<sup>2</sup> будинку, що знаходиться за адресою: вул. Шевченка 4в, с. Вернигородок, Глухівецька ОТГ, Хмельницький район, Вінницька область. Перший поверх будинку містить 3 кімнати, де ми зробимо безпосередньо сам цех, бухгалтерію, склад готової продукції. У підвалі (погребі) ми будемо зберігати сировину для нашої продукції. На прибудинковій території буде побудовано навіс для паркування автомобілів (3шт).

Ми будемо виготовляти три види снєків – фруктову пастилу, фруктові чіпси та горіхові батончики.

За одну зміну (8 год) ми зможемо виготовити:

- 575 упаковок фруктової пастили (40г);
- 320 упаковок фруктових чіпсів (50г);
- 625 упаковок горіхових батончиків (80г).

Оптові ціни на нашу продукцію:

- 20 грн за одну упаковку фруктової пастили;
- 25 грн за одну упаковку фруктових чіпсів;
- 35 грн за одну упаковку горіхових батончиків.

Проектом плану також передбачено поширення торгової марки у мережі інтернет і продаж продукції шляхом замовлення через інтернет і відправкою їх по новій пошті.

### 2.3 Аналіз ринку і конкуренції

Як зазначалося раніше, виробництво снєків для здорового харчування є досить новим видом бізнесу, який ще не встиг зайняти стабільне місце на вітчизняному ринку.

При проведенні аналізу конкуренції ми вивчили всі фірми, які займаються виготовленням снєків для здорового харчування і працюють у нашому регіоні.

Однією з таких фірм є ТОВ «Еко Снєк» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб). Аналізуючи їх товарний ряд було виявлено, що вони виробляють три основних види товару:

- Фруктова пастила
- Фруктовий мармелад
- Фруктове пюре

ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) виготовляє натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб), але не займається виготовленням фруктових чіпсів та горіхових батончиків. Ціна на фруктову пастилу Bob Snail 14 грн за 14 г, на фруктовий мармелад 30 грн за 40 г, на фруктове пюре 100 грн за 400 г. Виходячи з цього, бачимо, що реальна конкуренція з ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб) у нас є тільки по одному виду продукції, а саме – фруктова пастила.

Конкурентними перевагами виготовлення і реалізації снеків для здорового харчування «ПоділляЕко» є те, що асортимент продукції, яку ми виробляємо тільки в одній позиції ідентичний продукції (фруктова пастила) ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб). Ціна на ринку буде приблизно однакова. Але

завдяки тому, що асортимент «ПоділляЕко» має у своєму асортименті товар, який не виробляє ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб), а саме фруктові чіпси та горіхові батончики, у нас є можливість зацікавити власників роздрібних торговельних мереж продавати наші товари ТМ «ПоділляЕко» паралельно з

ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб). Перед нами стоїть завдання зробити фруктову пастилу ТМ «ПоділляЕко» конкурентоспроможною фруктової пастилі ТОВ «Еко Снек» (Вінниця). Ми досягли це збільшенням у 2,4 рази ваги батончика фруктової пастили. Якщо фруктова пастила ТМ

«ПоділляЕко» має вагу 40 грам і при оптових продажах має ціну 20 грн, то ми маємо 0,5 грн/грам. Якщо майбутній партнер захоче продавати фруктову пастилу ТМ «ПоділляЕко» у своєму закладі роздрібною торгівлі при накрутці 50%, то ціна батончика становитиме 30 грн. Тоді, ціна для кінцевого

споживача становитиме 0,75 грн/грам. Ціна на фруктову пастилу ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) становить 14 грн за 14 г (ціна в мережах роздрібною торгівлі). Тому покупець повинен заплатити 1 грн/грам.

Отже, ми можемо зробити висновок, що снеки для здорового харчування ТМ «ПоділляЕко» є конкурентними снекам для здорового харчування ТОВ «Еко Снек» (Вінниця) натуральні фруктові цукерки під торговою маркою Bob Snail (Равлик Боб), оскільки перелік товарів, що виробляють компанії суміжний тільки по одній позиції і ця позиція, фруктова пастила ТМ «ПоділляЕко», є більш доступною для покупця. Тому, при продажі нашої фруктової пастили у мережах роздрібною торгівлі за ціною 20 грн за батончик, ми не зустрінемо сильного тиску конкурента ТОВ «Еко Снек» (Вінниця), оскільки ціна на наш продукт є нижчою на 25% для кінцевого споживача.

У подальшому, можливості зовнішнього середовища дозволять покращити слабкі сторони діяльності компанії, а конкурентні переваги продукції виробництва дозволять подолати можливі загрози зовнішнього середовища.

Щоб зайняти конкурентне місце на ринку, досягти цілей проєкту та зробити бізнес успішним, необхідно застосувати рекламу. Ми будемо використовувати рекламу в мережі Інтернет. Для цього скористаємося соціальною мережею Instagram, що покриває регіон Київської, Вінницької та Житомирської областей. Це дасть змогу цільовій аудиторії ознайомитись з нашим товаром і при бажанні замовити його через Instagram, якщо фруктові снеки ТМ «ПоділляЕко» ще не продаватимуться у мережах роздрібною торгівлі їхнього населеного пункту.

Асортимент продукції ви можете побачити в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Асортимент продукції ТМ «Поділля»	
1. Пастила фруктова	Яблучна пастила
	Грушева пастила
	Сливова пастила
2. Фруктові чіпси	Абрикосова пастила
	Яблучні чіпси
	Грушові чіпси
	Бананові чіпси
3. Горіхові батончики	Горіховий батончик із журавлиною
	Горіховий батончик із сливою
	Горіховий батончик із злаками

Джерело: розроблено автором

Упаковка. Для фруктової пастили і горіхових батончиків ми будемо використовувати метод упаковки в поліетилен Флоу-Пак. Це дозволить нам зробити термін зберігання нашого продукту до 1 року. Із-за того, що поліетиленова упаковка герметично запаяна, зовнішнє повітря не може потрапити до середини упаковки і це дозволяє зберегти свіжість, аромат і смак готової продукції на довгий термін.

Для упаковки фруктовий чіпсів ми будемо використовувати крафтові зіп пакети. Термін придатності чіпсів 1 рік.

Доставка товару. Доставкою товару буде займатись менеджер із продажу, тобто ти домовився ти привіз. На фірмі буде працювати 2 менеджера з продажів, що будуть користуватись орендованим авто, і директор, який також може виконувати функцію менеджера з продажів.

Доставка безкоштовна.

## 2.4 Особливості цільового ринку

Цільовою аудиторією проекту, як одного з сегментів бізнесу з вироблення снєків для здорового харчування, є наступні категорії потенційних клієнтів:

1. Люди. Здебільшого це родини, де середній дохід на одну особу не менше 7-8 тис. гривень для всіх учасників віком до 40-45 років, які мають 1-2 неповнолітніх дітей. Як правило саме ця категорія людей частіше дбає про своє харчування відповідно і харчування своїх дітей. Частка споживачів цієї групи в портфелі замовлень становитиме близько 60%. Цей сегмент населення здебільшого купують снєки в мережах роздрібної торгівлі, ніж в кав'ярнях, тому що мають більш свідомий склад розуму, і розуміють що в мережах роздрібної торгівлі ці снєки коштують дешевше ніж у кав'ярнях, де на них іде додаткова накрутка.

2. Люди. Студенти та школярі, віком від 8 до 22 років. Частка споживачів цієї групи в портфелі замовлень становитиме близько 30%. Вони купують снєки для легкого перекусу, між парами або уроками, біля свого закладу навчання. У цього сегменту населення немає достатньо часу для прийняття рішення, де купити дешевше. Вони виходять із логіки де купити швидше. Саме тому вони готові заплатити більше.

3. Люди. Старшого віку 55+ років. Старші люди які мають хороший достаток і цінують своє здоров'я. Частка споживачів цієї групи в портфелі замовлень становитиме близько 10%. Вони купують снєки в роздрібних торговельних мережах зосереджених на продажу якісної продукції здорового харчування з високою ціною політикою.

Крім цих основних груп клієнтів, слід розглянути можливість співпраці з державними, соціальними установами та органами місцевого самоврядування, наприклад школи, університети, солдатські найки тощо.

## 2.5 Організаційно-виробничий план

### Реєстрація бізнесу.

Підприємство підлягає офіційній реєстрації. Отже, перед тим, як почати розвивати свій бізнес, закуповувати обладнання та правильно вибирати локацію, необхідно отримати певні документи у відповідних інстанціях. Як правило, такий вид бізнесу реєструється як ФОП або юридична особа – ТОВ, в залежності від того, скільки інвесторів залучено до розгортання цього бізнесу і чи буде бізнес розширюватися в майбутньому. У нашому випадку на простому податковому реєстрі потрібно реєструвати лише ФОП 3 група спрощеного оподаткування із КВЕД: 10.89 Виробництво інших харчових продуктів.

Окрім державної та податкової реєстрації ФОП, щоб вести такий бізнесу необхідно також отримати дозвіл СЕС.

За вимогами Санепідемнагляду цей вид бізнесу може працювати лише у закритому приміщенні з водопроводом, каналізацією та витяжкою. Саме тому необхідно виконувати всі вимоги, викладені у санітарних нормах, щоб спокійно розвивати свій бізнес.

Для використання сушарок і духової шафи нам необхідно провести мережу 380W і отримати відповідні дозволи від РЕС.

Також потрібен дозвіл від пожежної інспекції, що наше виробництво є безпечним, і на ньому не відбудеться ніяких непередбачуваних випадків.

Додаткових ліцензій і дозвільних документів не потрібно.

Обладнання, необхідне для виробництва снєків для здорового харчування:

- Фруктова пастила:
  - Сушильна інфрачервона шафа, використовується для висушування фруктового пюре.

– Духова шафа, використовується для запікання яблук. Запікання яблук дає можливість виділитись природному харчовому клейстеру – пектину.

– Блендер, використовується для подрібнення фруктів і печених яблук у фруктове пюре.

– Пакувальник Флоу-Пак, використовується для упаковки готової фруктової пастили.

- Фруктові чіпси:

– Сушильна інфрачервона шафа, використовується для висушування слайсів фруктів.

- Горіхові батончики:

– Сушильна інфрачервона шафа, використовується для висушування горіхових батончиків.

– Промисловий міксер, використовується для змішування подрібнених горіхів, сухофруктів, яблучного пюре і злаків, для рівномірного розподілу компонентів в масі.

– Промислова м'ясорубка, використовується для подрібнення горіхів, сухофруктів.

– Блендер, використовується для подрібнення печених яблук у пюре.

– Пакувальник Флоу-Пак, використовується для упаковки готових горіхових батончиків.

Сушильна інфрачервона шафа (рис. 2.3) на 44 лотка компанії ТОВ

«УкрСушка» використовується для сушіння всіх трьох продуктів виробництва ТМ «ПоділляЕко». Вона має такі технічні характеристики:

НУБІП України



Рис. 2.3. Сушильна інфрачервона шафа компанії ТОВ «УкрСушка».

Продуктивність по сирому продукту – до 2500 кг/добу

Встановлена потужність – 26 кВт

Середня споживана потужність – 20 кВт/год.

Час сушіння продукту в камері – від 1 до 3\*

Місткість лотків у камері – 44 лотки стандартних

Розмір лотів – 600x600 мм

Вага камери (без лотків) – 260 кг

Довжина – 1450 мм

Ширина – 750 мм

Висота – 1820 мм

Конфігурація: залізнi дверi, звичайне керування; залізнi дверi, сенсорне керування; дзеркальнi дверi, звичайне керування; дзеркальнi дверi, сенсорне керування.

Сушка – вигідне вкладення тому, що сушені продукти мають більший термін прилатності, тобто завдяки їм можна зберегти цінні властивості фруктів на довгий термін і коли у людей немає можливості їсти свіжі

фрукти, вони завжди можуть наповнити свій організм потрібними мікроелементами та вітамінами завдяки снекам, які робить ця сушка.

Оскільки для того щоб наша пастила і горіхові батончики тримали форму після сушіння, нам потрібно запекти яблука: при запіканні яблук у них виділяється природний харчовий клейстер – пектин. Запікати яблука ми будемо у професійній духовій шафі (рис.2.4): FINES (Словенія) ED68/2-М II manual.



**Рис. 2.4. Духова шафа FINES.**

Технічні характеристики:

Виробник FINES (Словенія)

Код 100-361x2

Модель ED68/2-М II manual

Габарити (д х г х в), мм 980x1210x820

Вага, кг 240

Температура, до 300

Висота отвору 200

Кількість секцій 2

Кількість діетів 600x400 на 1 секцію 2

Поверхня випікання/ярус, мм 680x840

Випуск пари та відведення води – так

Підключення води – так

Зволоження – так

Незалежне управління верхнього та нижнього ТЕНів – так

Потужність ТЕНів, Вт 9600

Потужність парогенератора, Вт 3000

Зовнішнє оздоблення фронт та корпус н/ж сталь

Напруга 380V 3+N

Потужність, Вт 12800

Управління електромеханічне

Саме ця духова шафа зможе постійно забезпечувати нас печеними

яблуками, а отже і пектином.

Фруктова пастила являє собою висушене-подрібнене пюре. Основою пюре є печені яблука, до пюре також входять різноманітні фрукти та ягоди.

Для подрібнення фруктів ми використовуємо професійний блендер (рис. 2.5)

EASY LINE BL021-FIMAR

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУ

НИ

НУ

НИ

НУ

НИ



**Рис. 2.5. Професійний блендер EASY LINE BE021-FIMAR.**

Характеристики:

Габаритні розміри ДхШхВ, мм 260x200x500

Кількість склянок – 1

Кількість швидкостей – варіатор

матеріал склянки – пластик

Обсяг – 2 л

Швидкість обертання – 28000 об/хв

Матеріал корпусу – нержавіюча сталь

Потужність – 1,5 кВт

Напруга – 220 В

Вага – 5,2 кг

Для упаковки готових горіхових батончиків і фруктової пастили ми використовуємо технологію упаковки Флоу-Пак. Це сучасний метод упаковки, що дозволяє нам зберегти вологість, свіжість і якість продукту на

високому рівні. Пакувальник горизонтальний, автоматичний DXDZ-320D Hualian (рис. 2.6).



Рис. 2.6. Пакувальник DXDZ-320D Hualian.

#### Характеристики

Вага 800 кг

Висота пакувальних об'єктів (мм) до 55 мм.

Діаметр бунта плівки макс. 320мм

Довжина запайовання (мм) 90 - 220/150 - 130

Напруга (В / Гц) 220

Параметри 3770x640x1450 мм.

Потужність запайки (кВт) 2.6 кВт.

Призначення для пакування високих та вузьких продуктів

Продуктивність 40 - 300 пак/хв

Спосіб установки: підлоговий

Ширина шва (мм) 70 - 320

Для подрібнення горіхової маси і сухофруктів, ми будемо використовувати промислову м'ясорубку. Вона добре справляється із своїм завданнями, а завдяки насадкам для подрібнення, можна користуватися калібр

подрібненої маси. Промислова м'ясорубка (рис. 2.7) Vektor AL-22C 250 кг/год для ресторанів, для підприємств харчування.



**Рис. 2.7. Промислова м'ясорубка Vektor AL-22C.**

Технічні характеристики м'ясорубки Vektor AL-22C:

Продуктивність: 250 кг/год

Напруга 220/240В Частота: 50/60Hz

Потужність двигуна: 750 Вт

Матеріал двигуна: мідь

Швидкість: 193 / 225 об/хв

Матеріал корпусу: Алюміній AISI 304

Розмір: 440x200x370mm

Розмір упаковки: 510x290x430mm

Вага нетто: 21 кг

Для змішування подрібненої горіхово-фруктової суміші ми використовуємо промисловий міксер, який може вимішувати тягучі суміші.

Тобто нам потрібний міксер великої потужності. Міксер промисловий GoodFood PM10 (рис. 2.8).



**Рис. 2.8. Міксер промисловий GoodFood PM10.**

Країна виробник Китай  
Виробник GoodFood

Кількість швидкостей 3

Тип установки Підлогові

Діжа Підйомна діжа

Траверса Фіксована траверса

Швидкість, 110/178/390 об/хв

Об'єм діжі, 10 л

Напруга, 220

Потужність, 0,45 кВт

Розміри (д/ш/в), 450x366x606 мм

Вага, 54 кг

Розвиток бізнесу. Пошук партнерів для реалізації снєків.

Пошук партнерів буде відбуватись таким чином: перші 3 місяці директор буде виконувати роботу менеджера, з продажів. Тобто буде

відвідувати торговельні мережі роздрібної торгівлі та власників кав'ярень, спілкуватись із ними, пропонувати свою продукцію.

Як було зазначено раніше, підприємство буде розташовано за адресою: вул. Шевченка 4в, с. Вернигородок, Глухівецька ОТГ, Хмельницький район, Вінницька область, тому першочергово ми розглянемо два основні напрями розвитку маршрутів збуту.

- Кав'ярні
- Магазины роздрібної торгівлі

1. Кав'ярні. Виходячи з демографічних показників і швидких темпів урбанізації, ми можемо бачити суттєву різницю між рівнем заробітної плати у жителів великих міст (обласних центрів) і жителів маленьких містечок. Це провокує ріст сфери послуг в містах, тобто на 1 км<sup>2</sup> ми маємо більшу густоту населення ніж в провінційних регіонах. Відповідно і більша кількість закладів для легкого перекусу, і люди, фінансовий стан яких дозволяє їм частіше балувати себе різними смаколикками.

Найближчі міста до підприємства знаходяться на відстані і мають велику кількість населення: 180 км – м. Київ (2 884 000 (2017) United Nations), 70 км – м. Житомир (266 106 (2017) United Nations), 75 км – м. Вінниця (370 834 (2017) United Nations).

Виходячи з цих даних, ми можемо зрозуміти, що знайти клієнтів у великих містах набагато простіше ніж у провінційних районах. Директор буде налагоджувати ці зв'язки. А потім, після підписання контрактів та договорів з підприємствами будуть працювати менеджера з продажу.

2. Магазины роздрібної торгівлі. У кожному великому чи малому місті є невеликі локальні, районні, обласні торговельні мережі. Це зазвичай супермаркети, які спеціалізуються на продажі продуктів харчування. У цьому секторі розвитку маршрутів збуту ми не орієнтуємося на великі міста, ми будемо забезпечувати всіх мешканців трьох областей снеками для здорового харчування, незалежно від того, де вони живуть. Першими містами для цього

можуть бути м. Козятин (22 951 (2020) United Nations) і м. Бердичів (74 839 (2020) United Nations), що знаходяться на відстані 9 і 26 км відповідно від підприємства. Ми зможемо проаналізувати цей сегмент ринку. Якщо він покаже результат, підприємство буде брати в обхват й інші середні населені пункти в Київській, Вінницькій та Житомирській областях.

Таблиця 2.3.

## Календарний план

№	Назва етапу	Тривалість (дні)	Дата початку	Дата кінця
1.	Оформлення документів/реєстрація ФОП	3	10.01.23	13.01.23
2.	Укладання договору оренди приміщення	1	14.01.23	14.01.23
3.	Укладання договорів щодо поставки матеріалів та обладнання	3	15.01.23	07.03.23
4.	Ремонт приміщення	36	15.01.23	20.02.23
5.	Придбання, встановлення та налаштування обладнання	10	21.02.23	03.03.23
6.	Отримання дозволів	10	04.03.23	14.03.23
7.	Підбір персоналу	3	14.03.23	17.03.23
8.	Укладання договорів на поставку сировини	3	18.03.23	21.03.23
9.	Перевірка обладнання, випуск пробних партій сніків	2	22.03.23	24.03.23
10.	Відкриття цеху виробництва сніків для здорового харчування		26.03.23	

Джерело: розроблено автором

Для зручності відобразимо етапи запуску проекту за допомогою діаграми Ганта (рис. 2.9)

Етапи	Дата початку	Дата завершення	10.01.2023	13.01.2023	14.01.2023	15.01.2023	20.02.2023	21.02.2023	03.03.2023	07.03.2023	14.03.2023	17.03.2023	18.03.2023	21.03.2023	22.03.2023	24.03.2023	26.03.2023
Оформлення документів/реєстрація ФОП	10.01.23	13.01.23	■														
Укладання договору оренди приміщення	14.01.23	14.01.23		■													
Укладання договорів щодо поставки матеріалів та обладнання	15.01.23	07.03.23				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Безпечне призначення	15.01.23	20.02.23					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Придбання, встановлення та налаштування обладнання	21.02.23	03.03.23						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Отримання дозволів	04.03.23	14.03.23									■	■	■	■	■	■	■
Бізнес персонал	14.03.23	17.03.23										■	■	■	■	■	■
Укладання договорів на постачання сировини	18.03.23	21.03.23											■	■	■	■	■
Перевірка обладнання, випуск пробних партій сніжків	22.03.23	24.03.23													■	■	■
Відкриття цеху виробництва сніжків для здорового харчування	26.03.23	26.03.23															■

Рис. 2.9. Діаграма запуску проекту

Джерело: розроблено автором

Тож, за умови безперервного фінансування проекту, від реєстрації до відкриття цеху з виробництва сніжків для здорового харчування займе два місяці. Далі розрахуємо необхідні початкові капітальовкладення (табл. 2.4).

НУБІП України

Таблиця 2.4.

## Сума початкових капітальних інвестицій проекту

Стаття	Сумма, грн
Комплексний ремонт	140000
Виробниче устаткування і обладнання, апарати: для сушіння, запікання, подрібнення, змішування і упаковки	2 128 605
Холодильник	20000
Установка для миття фруктів	2000
Програмне забезпечення 1С	12000
Меблі	20000
Комп'ютер	16000
Реєстрація	2000
Одяг для персоналу	3000
Пакувальні набори	3000
Інші непередбачені витрати	36000
<b>Разом</b>	<b>2384605</b>

Джерело: розроблено автором

Отже, для організації виробництва снєків для здорового харчування за адресою вул. Шевченка 4в, с. Веригородок, Глухівська ОТГ, Хмельницький район, Вінницька область, необхідно 2 384 605 грн початкових вкладень. Далі визначимо суму щомісячних постійних витрат (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

## Щомісячні постійні витрати за проектом, грн

Стаття	Сумма, грн
Заробітна плата	120 000
Оренда авто	35 000
Оренда приміщення	31 500
Інтернет	300
Реклама	3 000
Разом	189 800

Джерело розроблено автором

За способом виходу на ринок – створення нової господарської одиниці приватного підприємця. До переваг обраної організаційної форми

відносяться: економічна незалежність, свобода і своєчасність діяльності,

високий прямиї стимул до ефективного виробництва, низькі організаційні витрати.

Мінуси полягають насамперед у тому, що шанси на виживання нового бізнесу завжди менші, власних фінансових ресурсів недостатньо для швидкого розвитку виробництва, а комерційні структури неохоче надають кредити в достатньому обсязі.

Різноманітність обов'язків, покладених на власника підприємства у виробничій, комерційній, технічній та інших сферах, вимагає попередження та мінімізації помилкових рішень, які можуть призвести до великих витрат і банкрутства.

Незважаючи на новітні технології, найсприятливіші умови, без добре підготовленого персоналу неможливо досягти його високоефективної роботи. Співробітники в даний час вважаються не персоналом, а людськими ресурсами. Його значення, як чинника успіху, постійно зростає. Поступово формується система управління персоналом, яка замінює стару систему управління персоналом. Вона повинна відігравати центральну роль у

забезпеченні конкурентних умов і довгострокового розвитку організації.

Чисельність працівників підприємства є найважливішим показником, що визначає стан виробничого персоналу.

Обліковий склад включає такі посади:

Директор – це особа, яка займає керівну посаду і виконує організаційно-управлінські функції, характеризується здатністю залучати працівників і забезпечувати максимальну ефективність. Він координатор, генератор ідей.

Головний бухгалтер – керівник бухгалтерської служби (бухгалтерії), який забезпечує ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Виробничий персонал – це особи, за професією кухарі, що займаються виробничим процесом, і задіяні у всіх видах виробничої діяльності, таких як запікання, подрібнення, перемішування, пакування, формування.

Обов'язковими вимогами до даної посади є: досвід роботи на посаді кухара або в харчовій промисловості від 3 років.

Менеджер з продажу – людина яка буде займатись збутом та реалізацією товару, тобто буде виконувати представницькі функції. Буде їздити по закладам роздрібної торгівлі та кав'ярням, спілкуватись із власниками, пропонувати товар, а в подальшому постачати товар. Менеджер з продажу буде отримувати, як винагороду, додаткові 10% від продажу. Це буде мотивуючим фактором продавати більше.

Маркетолог – людина яка буде займатись просуванням бренду та рекламою ТМ «ПоділляЕко». Маркетолог буде створювати і вести соціальні сторінки. Займатись рекламою. Поширювати торгову марку, щоб вона набирала популярність.

Організаційно-управлінська структура – це низка вертикальних і горизонтальних зв'язків, які забезпечують порядок, координацію і регулювання діяльності організації для досягнення її цілей. Основою організаційно-управлінської структури є відносини ієрархічної підпорядкованості.

Структура управління організацією носить інформаційний характер. Основний потік інформації, який використовується в цій компанії, вертикальний знизу вгору: планова інформація, положення, інструкції, управлінська інформація. Структура управління організацією є елементом структури управління та організації.

Формою організаційної структури управління підприємством є лінійна система (рис. 2.10), в основу якої покладено принцип розподіленої розподільної одиниці. Відповідно до цього принципу лише найвищий суд має право видавати накази. Усі інші відділи охоплені лінією обслуговування. Від керівника компанії до найнижчого рівня ієрархії підтримується одна лінія управління з різними проміжними рівнями. Планування роботи та контроль її виконання здійснюються по вертикалі від відповідального до виробничих підрозділів, які виконують управлінські функції.

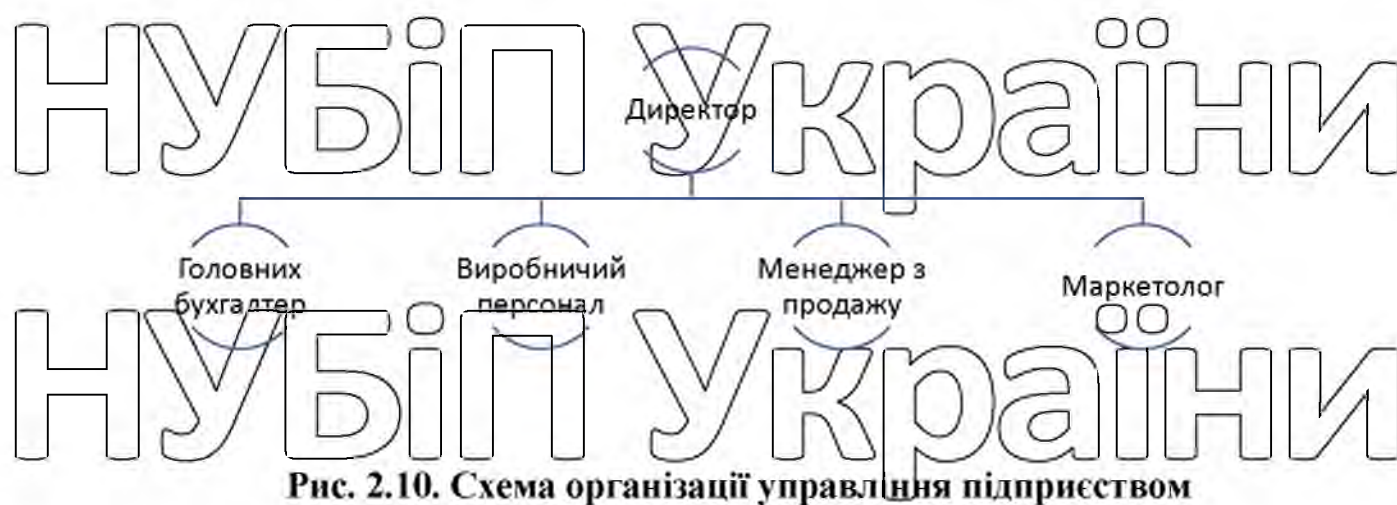


Рис. 2.10. Схема організації управління підприємством

Джерело: розроблено автором

Правила внутрішнього розпорядку праці є локальним нормативним актом, що забезпечує правове регулювання трудових відносин на підприємстві, організацію його діяльності та визначає взаємні права та обов'язки керівництва та працівників. Сфера дії цього документа поширюється на всіх працівників підприємства, незалежно від виду трудового договору, виконуваної роботи, посади та інших умов. Відповідно

до ст. 142 КЗпП адміністрація разом із представницьким органом працівників організації розробляє трудовий договір.

До цього часу основним документом, який використовувався при розробці трудового договору були Правила внутрішнього трудового розпорядку працівників і службовців підприємств, установ і організацій.

## 2.6 Фінансова оцінка проекту

Для виробництва фруктової пастили ми використовуємо печені яблука та свіжі фрукти 50/50% це дозволяє нам зробити пастилу правильної консистенції для кращого її зберігання і здешевити затрати на сировину, тому що яблука майже завжди коштують дешевше від слив, груш та абрикос.

Таблиця 2.6.

Смак пастили	Види пастили		
	Сировина	Ціна	Частина складу
Яблуко	Яблуко	5	100%
Груша	Яблуко	5	50%
	Груша	15	50%
Слива	Яблуко	5	50%
	Слива	10	50%
Абрикос	Яблуко	5	50%
	Абрикос	20	50%

Джерело: розроблено автором

Пастила виробляється на суцільних піддонах, куди вона заливається як подрібнена фруктова маса в стані пюре. Пастила сушиться при температурі 60°C в інфрачервоній сушні протягом 1,5-2 години в залежності від вологості фруктів. Зазвичай, вихід на нашому обладнанні становить 25-35% від ваги

сирої сировини. Тобто, при повній загрузці 66 кг фруктового пюре ми отримаємо 23 кг пастили.

Упаковка фруктової пастили. Пакуванням готового продукту після висушування буде займатись виробничий персонал, а саме нарізанням по 40 г і пакуванням на Флоу-Пак пакувальнику.

Для виробництва фруктових чіпсів ми використовуємо фрукти, нарізані слайсами. Висушувати їх ми будемо за допомогою інфрачервоної сушки. Час сушіння складає 1 годину.

Таблиця 2.7.

### Види фруктових чіпсів

Смак фруктових чіпсів	Сировина	Ціна	Частина складу
Яблуко	Яблуко	5	100%
Груша	Груша	15	100%
Слива	Слива	10	100%
Банан	Банан	50	100%

Джерело: розроблено автором

Упаковка чіпсів буде проводитись виробничим персоналом. Пакувати будемо у крафтові зіп-пакети, вони не пропускають світло, а отже не допускають нагрівання і довисушування нашого продукту у пацці. Це допомагає зберегти йому неповторну свіжість та ідеальний смак.

Горіхові батончики – дуже цікавий продукт, тому що горіх сам по собі має склад, насичений білковою масою, а отже є хорошим будівельним матеріалом для м'яз людини. Також ми використовуємо зелену гречку, що є хорошим постачальником складних вуглеводів і заліза для організму.

Таблиця 2.8.

## Види горіхової суміші

Назва горіху	% у складі суміші	Ціна
Грецький горіх	70%	80
Лісовий горіх	20%	400
Кешю	10%	400

Джерело: розроблено автором

Також, для виготовлення батончиків, ми використовуємо сухофрукти такі, як сушені сливи чи журавлину. Це дає можливість додати до них природних вітамінів.

Таблиця 2.9.

## Склад горіхових батончиків

Смак	Сировина	Ціна	%
Журавлина	Зелена гречка	150	40%
	Горіхова суміш	176	30%
	Пюре печених яблук	5	20%
	Журавлина	400	10%

Джерело: розроблено автором

Упаковуватись батончик будуть на Флоу-Пак пакувальнику.

Прорахуємо собівартість кожного виду продукції за одну партію за сировиною:

Фруктова пастила:

- яблучна пастила –  $66 \cdot 5 = 330$
- грушева пастила –  $33 \cdot 15 + 33 \cdot 5 = 660$
- сливова пастила –  $33 \cdot 10 + 33 \cdot 5 = 495$
- абрикосова пастила –  $33 \cdot 20 + 33 \cdot 5 = 825$

Чіпси фруктові:

• яблуці –  $44 \cdot 5 = 220$   
 • грушеві –  $44 \cdot 15 = 660$   
 • сливові –  $44 \cdot 10 = 440$   
 • бананові –  $44 \cdot 50 = 2200$

Горіхові батончики:

• журавлина –  $28 \cdot 150 + 21 \cdot 176 + 14 \cdot 5 + 7 \cdot 400 = 10\,766$   
 • слива –  $28 \cdot 150 + 24 \cdot 176 + 14 \cdot 5 + 7 \cdot 10 = 8\,036$

Важливими аспектами організації оплати праці є її форма і система, що забезпечує зв'язок винагороди з її результатами. Керівництво підприємства визначає форму і систему оплати праці відповідно до умов колективного договору та встановлених законодавством вимог і гарантій. Форма оплати буде ефективною тільки в тому випадку, якщо вона відповідає організаційно-технічним умовам виробництва. Особисті витрати наведені в таблиці.

Загальні витрати на оплату праці розраховуються з урахуванням узгодженого соціального внеску.

Одноразовий внесок на обов'язкове державне соціальне страхування – це обов'язковий платіж до системи обов'язкового державного соціального страхування, який здійснюється в Україні для забезпечення страхових внесків за видами обов'язкового державного соціального страхування, що діють.

Єдиний внесок на соціальне страхування сплачується до Пенсійного фонду України. Він замінив чотири раніше обов'язкові державні соціальні внески: пенсія за віком, «по безробіттю», соціальне страхування (хвороба), «травмування». Ставки ЄСВ відрізнялися залежно від типу платника та класів професійного ризику діяльності, що виконується.

Для фізичних осіб-підприємців мінімальний ЄСВ становить 22% від розміру мінімальної зарплати.

Таблиця 2.10.

## Розрахунок загальної суми фонду оплати праці за місяць

№ п/п	Посада	Оклад	Нарахування ЄСВО на заробітню плату	Кіль- сть	Всього фонд оплати праці
1	Директор	24 150	6 600	1	30 000
2	Головний бухгалтер	12 075	3 300	1	15 000
3	Виробничий персонал	12 075	6 600	2	30 000
4	Менеджер продажу	12 075	6 600	2	30 000
5	Маркетолог	12075	3 300	1	15 000
<b>Всього</b>					<b>120 000</b>

Джерело: розроблено автором

Поняття «амортизація» можна сформувати як амортизацію при постійному накопиченні основних і нематеріальних активів у грошовому вираженні для подальшого використання їх оновлення, тобто для простого і розширеного відтворення вартості пов'язаних з ними активів.

Для того щоб визначити суму амортизації, необхідно знати, що ціна амортизації залежить від терміну корисного використання тих чи інших активів. Амортизація нараховується за період використання (ремонт) обладнання - 3 роки.

Таким чином, сума амортизації за рік використання об'єкта може бути розрахована декількома способами, визначеними Податковим кодексом України. Розраховуємо суму амортизації за рік лінійним методом.

Таблиця 2.11.

## Величина амортизації основних фондів за рік

№	Майно, що амортизується	Первісна вартість, грн	Вид нарахування амортизації	Кількість років	Сума річних амортизаційних відрахувань
1	Основні фонди	670 000	Прямолінійна	3	223 000
	Всього				34380

Джерело: розроблено автором

До інших витрат належать витрати на відрядження, витрати на оплату послуг зв'язку, банківські витрати, витрати на аудит, юридичні послуги, витрати на рекламу, представницькі витрати, суми податків і зборів, що входять до вартості придбання. Інші витрати приймаються в розмірі 5%.

Розрахуємо загальну величину виробничої собівартості пропонованої послуги (табл. 2.12)

Таблиця 2.12.

## Калькуляція собівартості витрат

№	Витрати	За місяць	За рік
1	Сировина	299 213	3 590 556
2	Оренда приміщення	31 500	378 000
3	Оплата праці зі страховими виплатами	120 000	1 440 000
4	Амортизаційні відрахування	19 167	223 000
	Всього		2438952

Джерело: розроблено автором

Визначимо надходження та чистий прибуток за проектом (табл. 2.13)

Таблиця 2.13.

## Чистий прибуток за запропонованим проектом, грн.

Рік існування проекту	Грошові надходження	Грошові витрати	Прибуток до оподаткування, грн	Чистий прибуток, грн.
1	7 196 868	6 700 468	496 400	496 400
2	11 631 138	8 610 310	3 020 828	3 020 828
3	12 226 210	9 108 757	3 117 452	3 117 452
<b>Всього</b>	<b>31 054 216</b>	<b>24 419 536</b>	<b>6 634 680</b>	<b>6 634 680</b>

Джерело: розроблено автором

Отже, планується на дев'ятому місяці реалізації проекту вийти на показник продажу 575 батончиків фруктової пастили, 320 упаковок фруктових чіпсів та 625 горіхових батончика за день. Цей показник збільшується на 12% через 3 роки від початку реалізації проекту завдяки розширенню ринку збуту продукції. За такого підходу чистий прибуток на кінець третього року реалізації проекту становитиме 6 634 680 грн.

Далі ми визначимо коефіцієнт чистої приведеної вартості, поділивши чистий грошовий потік на коефіцієнт 15,1%.

Таблиця 2.14.

## Основні показники ефективності інвестиційного проекту

Життєвий цикл проекту, років	3
Ставка дисконту, %	15,1
Чистий приведений дохід, грн	6 634 680
Капітальні вкладення, грн	526000
Чистий приведений прибуток (NPV), грн	76079
Період окупності, роки	2,35
Дисконтований період окупності, роки	2,59
Індекс дохідності	1,14

Джерело: розраховано автором

Провівши усі розрахунки можна зробити висновок, що проект доцільно втілювати в життя, він прибутковий, зокрема, індекс дохідності становить 1,14, основний показник ефективності проекту NPV позитивний – визначений як 76079,00 грн.

Визначивши потребу у фінансуванні та заплановані витрати і доходи можна переходити до формування джерел фінансування проекту.

## 2.7. Джерела фінансування проекту та цільове спрямування інвестицій

Формування структури джерел фінансування – це відповідальний і водночас складний процес. Він залежить від потужності кожного джерела в залежності від часового періоду, фінансового положення акціонерних товариств, а також кон'юнктури ринку, актуальності інвестиційного проекту в майбутньому.

У залежності від виду коштів існують такі методи фінансування інвестиційної діяльності: самофінансування, кредитування, акціонування, боргове фінансування, фінансування за рахунок дотацій, грантове фінансування, фінансова допомога від вищестоячої організації або партнерів, змішане фінансування тощо.

Тому, коли вибираєш метод фінансування інвестиційного проекту треба враховувати його особливості. Зокрема, внутрішні (власні) кошти такі як амортизація та прибуток мають певні позитивні сторони:

- швидкість і простота залучення;
- висока віддача за критерієм норми прибутковості інвестиційного капіталу (непотрібно виплачувати відсотки та дивіденди);

– суттєве зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства підприємства при їх використанні;  
– повне збереження управління в руках засновника підприємства.

Але, разом з тим, обсяг таких коштів у підприємства обмежений, а також відсутній зовнішній контроль за їх ефективним використанням.

Зовнішні (боргові та залучені) кошти навпаки мають високі можливості залучення та можливості зовнішнього контролю за ефективністю їх використання. Однак цей метод має також негативні сторони:

– складність із залученням та оформленням;

– значний строк залучення,  
– необхідність надання гарантій;  
– втрата частини прибутку від інвестиційної діяльності у зв'язку з необхідністю платити відсотки та дивіденди.

Фінансування реалізації інвестиційного проекту може здійснюватися за рахунок різних джерел. Залежно від того, на якому рівні знаходиться розвиток економіки та її особливості у даний період часу, може бути використана та чи інша модель фінансування інвестиційних процесів. Для реалізації нашого проекту планується застосовувати власні кошти.

## 2.8. Управління ризиками проекту

Бізнес з виробництва і продажу снєків для здорового харчування, супутньої їм харчової продукції відноситься до харчового сегменту ринку. Як і в будь-якому харчовому бізнесі, для функціонування цеху існують не тільки певні можливості, але і деякі ризики. В першу чергу при відкритті цеху з виробництва снєків для здорового харчування, виникають на наступні ризики.

**Ризик конкуренції.** Ринок кондитерської продукції в Україні можна назвати високо конкурентним, оскільки існує і великий асортимент продукції, що продається, і безліч гравців на цьому ринку, починаючи від загальновідомих брендів, і закінчуючи локальними брендами. Для того щоб успішно працювати з цим ризиком слід не тільки посилювати роботу в напрямку поліпшення якості, використання нових технологій, а й застосовувати різні, іноді нестандартні формати роботи.

**Технологічний ризик.** Цей ризик обумовлений, перш за все, недотриманням персоналом тих чи інших технологій підготовки сировини, виготовлення сніків для здорового харчування. Виготовлена бракована продукція тягне за собою прямі матеріальні збитки, зайві витрати сировини і викідних продуктів, несе в собі ще й серйозні іміджеві втрати закладу, які можуть бути за величиною в багато разів більші за матеріальні. Для запобігання подібного ризику на виробництві слід організувати ефективну систему контролю якості продукції та налагодити постійний зворотний зв'язок з клієнтами у вигляді відгуків, що залишають споживачі у соцмережах та на сторінках відповідних книг, що знаходяться в приміщеннях закладів роздрібної торгівлі, кав'ярнях тощо.

Крім цього, до ризиків також слід віднести і такі малопріємні моменти, як загальне підвищення цін на сировину. Єдиний ефективний метод роботи з таким ризиком — це використання системи диверсифікації ланцюга поставок, коли сировина купується у кількох незалежних один від одного постачальників.

До ризиків середнього значення можна віднести **ризик поломки обладнання, ризик з реалізації проєкту** (включає в себе затримку в ремонті приміщення, проблеми з підбором кваліфікованого персоналу, налагодження зв'язків з постачальниками), **внутріполітичні та економічні умови в державі** (ризик інфляції, що може привести до збільшення поточних витрат, політична нестабільність в країні, зниження рівня життя населення тощо).

Стратегія зниження ризиків.

Зниження ризику – це зменшення ймовірності настання ризикової події і обсягу можливих втрат. Вибираючи спосіб управління ризиком необхідно розрахувати максимально можливий збиток з даного виду ризику, зіставити його з обсягом капіталу, що піддається даному ризику, і потім порівняти весь можливий збиток із загальним обсягом власних фінансових ресурсів.

Існує чотири стратегії роботи з ризиками: ухилення, передачі, зниження та прийняття.

В основі стратегії ухилення лежить повне виключення ризику з проекту. Ми повинні придумати реагування, яке дозволить бути впевненими, що ризик не матеріалізується. Ця стратегія є найдорожчою, тому що для деяких ризиків вона змушує відмовлятися від певних робіт, змінювати цілі проекту або, в самому радикальному випадку, відмовлятися від проекту.

Стратегія передачі перекладає наслідки матеріалізації ризику і відповідальність за реагування на третю сторону, при цьому сам ризик не усувається. Ця стратегія практично завжди передбачає фінансові витрати на передачу та отримання фінансової компенсації в разі матеріалізації ризику.

Найпоширенішою стратегією є стратегія зниження. Вона може застосовуватися до будь-якого ризику, тому що має на меті зменшення ймовірності або впливу ризику на проект.

Четверта стратегія – це прийняття ризику.

Дивлячись на назву стратегії, здається, що до настання ризику передбачається «нічого не робити». Але, це зовсім не так. Є два варіанти для четвертої стратегії – активне і пасивне прийняття.

Активне – створюється резерв часу і грошей на усунення наслідків матеріалізації ризику.

Пасивне – передбачає існування плану Б на випадок, якщо ризик матеріалізується.

На початку реалізації проекту обиратимемо активну стратегію прийняття ризику.

## РОЗДІЛ 3

## ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПЛАНУ

У напруженому ритмі сучасного життя снеки для здорового харчування, а саме, фруктова пастила і фруктові чіпси, батончики зі злаків, допоможуть вгамувати голод і подарують приємні відчуття. Це повноцінна, смачна, а головне, здорова альтернатива картопляним чіпсам чи сухарикам. Тому вони якнайкраще підійдуть для всіх випадків життя – їх можна купити з нагоди свята або іншого заходу, можна взяти з собою на пляж або перекусити ними на робочому місці.

Щоб проєкт став максимально прибутковим і успішним необхідно розширювати виробництво і реалізацію продукції. Після запуску виробничої лінії – цеху з виготовлення снєків для здорового харчування, і налагодження співпраці з мережами роздрібної торгівлі та мережами кав'ярень, доречно подбати про наступні етапи розвитку бізнесу. А саме, про можливості його масштабування. Мова йде про те, що можна розвинути бізнес за новими напрямками – починаючи від розвитку нових регіональних маршрутів збуту готової продукції, закінчуючи розширенням асортименту снєків та їх смаків.

Залучення до роботи менеджерів з продажу, з віддалених регіонів, щоб вони могли збирати замовлення, а товар до них буде відправлятися великими партіями.

Найбільш доречні шляхи щодо реалізації бізнес плану та розвитку бізнесу представлені на рис. 3.1.



HUBIP Україна

HUBIP Україна

HUBIP Україна

HUBIP Україна

## ВИСНОВКИ

# НУБІП України

Отже, бізнес на виробництві та реалізації продуктів харчування залишається актуальним завжди. На нього не впливають кризи, пору року, матеріальний стан людей. Потреба в їжі залишається актуальною завжди.

# НУБІП України

Тому можна стверджувати, що бізнес в сфері виробництва продуктів – надійний і стабільний спосіб отримання доходу. Сучасні люди завжди поспішають, і в цьому ритмі життя, як правило, немає місця на повноцінний обід. Більшість перекушує на ходу.

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні загальні висновки:

# НУБІП України

1. У XXI столітті снеки стали фаворитом вуличної їжі, набувши популярності у всьому світі. Їх можна придбати як в супермаркетах, так і в магазинах роздрібної торгівлі, в кав'ярнях. Найпопулярнішими видами снеків є чіпси та енергетичні батончики. Жителі США з'їдають 10 кг снеків за рік, жителі європейських країн – 5-6 кг, а в Україні – 1,5 кг.

# НУБІП України

2. Виробництво снеків в Україні переживає спад. Замість продукції преміум класу українські компанії стали виробляти більше снеків середнього цінового сегмента. Найбільшим виробником снеків в Україні є корпорація S.Group. На території України компанія працює з 1995 року. До найбільших виробників снеків відноситься також компанія «Монделіс Україна». До 2014 року компанія мала назву Крафт Фудз Україна. Належить групі компаній Mondelez International.

# НУБІП України

3. Основними складовими пастили є цукор, фруктове пюре і яєчний білок. Щоб прібнопориста піно подібна маса була стійкою, використовують гарячий агаро-цукро-патоковий сироп, який називають «клей» (клейова пастила). Формована в процесі відливання клейова пастила має назву зефір.

# НУБІП України

Якщо ж замість «клею» використовують гарячу фруктову-ягідну мармеладну масу, то пастилу називають заварною. Існує ще один вид пастили, яку називають «білевська» пастила.

# НУБІП України

4. Бізнес-план організації виробництва снєків для здорового харчування розраховано на основі актуальних даних. Згідно нього планується відкриття ТМ «ПоділляЕко»: відкриття цеху з виробництва снєків – пастили, чіпсів та батончиків. Цех буде знаходитись за адресою: вул. Шевченка 4в, с. Вернигородок, Глухівекька ОТГ, Хмільницький район, Вінницька область.

Розрахунки показників ефективності проекту довели доцільність його реалізації, адже він обіцяє принести прибуток в розмірі 14%, NPV становить 12453612 грн.

5. Щоб проект став максимально прибутковим і успішним необхідно розширювати виробництво і реалізацію продукції. Мова йде про те, що можна розвинути бізнес за новими напрямками – починаючи від розвитку нових регіональних маршрутів збуту готової продукції, закінчуючи розширенням асортименту снєків та їх смаків. Також планується запуск лінії з виготовлення пасти Амосова та доорієнтація виробництва, спрямована на випуск фруктових джемів, соків прямого віджиму, овочевих консервів.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки” від 28 серпня 2013 р. № 641-р.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

2. Вороніна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання [Текст]: навч. посібник // За ред. Вороніної Л. І. – К.: ЄУФІМБ, 2001. – 307 с.

3. Барназій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – 3-тє вид. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. – 214 с.

4. Ракша-Слюсарєва Е. А. Состояние и перспективы развития рынка снежков в Украине / Е. А. Ракша-Слюсарєва, Н. А. Попова // Наука и образование: новое время – 2014. – С. 848-850.

5. Артеменко Ю. Н. Разработка технологии получения фруктовых чипсов / Ю. Н. Артеменко, И. С. Наумченко, Е. Ю. Желгоухова // Материали студентської наукової конференції за 2018 год. – 2018. – С. 53-53.

6. Забалуєва Ю. Ю. Сравнительная характеристика пищевой ценности фруктовых чипсов / Ю. Ю. Забалуєва, Н. В. Колесникова, О. С. Федорова // Известия вузов. Прикладная химия и биотехнология. – 2011. – №. 1 (1), – С. 155-156.

7. Аналіз ринку снежків України. 2019 р. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/obzor-rynka-snejkov-ukrainy-2019-god>

8. Шуба Л. С. Огляд українського ринку натуральних солодощів на фруктовій основі. URL: [https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/Obzor\\_ukrainskogo\\_rynka\\_naturalnyh\\_sladostej\\_na\\_fruktovoj\\_osnove\\_v\\_2016\\_godu.html/](https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/Obzor_ukrainskogo_rynka_naturalnyh_sladostej_na_fruktovoj_osnove_v_2016_godu.html/)

9. Ковтун А. В., Бондар Н. П. Удосконалення рецептури маршмеллоу діабетичного призначення. Практика і перспективи розвитку

еногастрономічного туризму: Світовий досвід для України; Міжнародна науково-практична конференція, 24 вересня 2015. С. 153-154.

10. Л. Б. Сосновський, В. Г. Хацкевич, С. А. Козлов, Рациональна технологічна схема виробництва пастили, Праці ВКНП, вип. XI, 1955.

11. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців :

Закон України від 04.02.2009 р. № 913-VI URL : <http://portal.rada.gov.ua/>

12. Моїсеева О. М. Особливості організації та функціонування малого підприємництва в Україні. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=842>

13. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 57.

С. 38-66.

14. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред) та

ін. Київ: ВЦ Академія, 2002. 952 с.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України