

**Міністерство освіти і науки України**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І**  
**МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г. Е. Вейнштейна**

Факультет – Менеджменту, маркетингу і публічного адміністрування  
Кафедра – Менеджменту і логістики  
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)  
Спеціальність – 073 Менеджмент  
Освітня програма – «Менеджмент»



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**  
**на тему: «Бізнес-планування реалізації стартап-проекту на**  
**підприємстві»**  
ШИФР КРБ. МІЛ.1.629-03.4.13

Здобувачка Катерина РАДЧУК

Керівник: д.е.н., проф. Ігор САВЕНКО

Керівник: PhD, Наталія АСАУЛЕНКО

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від 27.05.2024 р., протокол № 14

Завідувачка

кафедри менеджменту і логістики \_\_\_\_\_ Ірина СЕДІКОВА

Одеса – 2024 р.

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**

Факультет

Менеджменту, маркетингу і публічного  
адміністрування

Кафедра

Менеджменту і логістики  
перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти

073 – Менеджмент

Спеціальність

Менеджмент

Освітня програма

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

Завідувачка кафедри МіЛ

\_\_\_\_\_ (підпис)

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

**здобувачки вищої освіти Катерині РАДЧУК**

1. Тема роботи: «Бізнес-планування реалізації стартап-проекту на підприємстві» затвердженою наказом по університету від 30.10.2023 р. № 629-03.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи 01.06.2024 р.

3. Вихідні дані роботи: звіти діяльності підприємства, законодавчі акти, статистичні збірники, наукові публікації вчених менеджерів та економістів

4. Вступ. Розділ 1. Теоретичні аспекти сутності та процесу реалізації стартап-проекту. 1.1. Теоретичні аспекти сутності стартап-проекту як форми підприємницької діяльності 1.2. Структура бізнес-плану, як інструменту реалізації стартап-проекта. Висновки до розділу 1. Розділ 2. Бізнес-план реалізації стартапу на ТОВ «Перша виноробна станція». 2.1. Характеристика ТОВ «Перша виноробна станція» - підприємства з реалізації стартапу. 2.2. Маркетингове дослідження ринку продукції виноробства України. 2.3. Розробка стартапу з виробництва плодово-ягідного вина з малини із мобільним закупівельним комплексом сировини. Висновки до розділу 2. Розділ 3. Реалізація інвестиційно-фінансового розділів бізнес-плану стартапу. 3.1. Розробка інвестиційного розділу бізнес-плану стартапу. 3.2. Розробка фінансового розділу бізнес-плану стартапу з виробництва плодово-ягідного вина із мобільним закупівельним комплексом сировини. Висновки до розділу 3. Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць 20 рисунків 2.

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів проекту, що стосуються їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Нормоконтроль			

7. Дата видачі завдання 30.10.23 р.

Керівник \_\_\_\_\_

(підпис)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

(підпис)

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Проходження комплексної практики	26.02-17.03.24	виконано
2	Захист звіту з практики	18.03-20.03.24	виконано
3	Розробка теоретичного розділу	21.03-30.03.24	виконано
4	Розробка аналітичного розділу	31.03-14.04.24	виконано
5	Розробка проєктного розділу	15.04-25.05.24	виконано
6	Розробка інших складових кваліфікаційної роботи	26.04-30.04.24	виконано
7	Розгляд науковим керівником чорнового варіанту кваліфікаційної роботи	01.05-05.05.24	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням пропозицій наукового керівника та підготовка її у чистовому варіанті	06.05-11.05.24	виконано
9	Розгляд науковим керівником чистового варіанту кваліфікаційної роботи та підготовка до малого захисту	12.05-22.05.24	виконано
10	Нормоконтроль роботи	23.05-26.05.24	виконано
11	Перевірка роботи на плагіат	23.05-26.05.24	виконано
12	Малий захист та доробка роботи по результатах малого захисту	27.05-29.05.24	виконано
13	Передача роботи завідувачу кафедри для отримання дозволу на захист	01.06-04.06.24	виконано
14	Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи	05.06-10.06.24	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	12.06-23.06.24	виконано

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності. Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_ Катерина РАДЧУК

## АНОТАЦІЯ

**Актуальність дослідження.** Одним із перспективним напрямів розвитку виноробної галузі сьогодення є плодово-ягідне виноробство. Розвиток плодово-ягідного виноробства мотивується ще і тим, що українські аграрії звернулися до вирощування в промисловому обсязі таких плодів та ягід, як яблука, малина, ожина, полуниці.

У першому розділі «**Теоретичні аспекти сутності та процесу реалізації стартап-проекту**» визначено сутність поняття стартапу, досліджені теоретичні аспекти сутності стартап-проекту як форми підприємницької діяльності, розглянуто структуру бізнес-плану, як інструменту реалізації стартапу, зроблено висновки за розділом

У другому розділі «**Бізнес-план реалізації стартапу на ТОВ «Перша виноробна станція»**» досліджено характеристику ТОВ «Перша виноробна станція», засновницьку документацію, звітність, асортимент продукції. Проведено маркетингове дослідження ринку виноробної продукції України, надано характеристику регіонам з вирощування винограду, виноробних потужностей. Розроблено ідею стартапу з виробництва плодово-ягідного вина з малини зі створенням виїзного підрозділу для закупівлі ягід малини в регіонах її вирощування, зроблено висновки за розділом 2.

У третьому розділі «**Реалізація інвестиційно-фінансового розділів бізнес-плану стартапу**» здійснено розробку інвестиційного та фінансового розділу бізнес-плану стартапу з виробництва плодово-ягідного вина, зроблено висновки за розділом 3. Зроблено узагальнені висновки до роботи.

**Кваліфікаційна робота бакалавра** містить 63 сторінки, 20 таблиць, 2 рисунки. Перелік посилань нараховує 43 найменування.

**Ключові слова:** стартап, бізнес-план, виноробні підприємства, види виноградних вин, плодово-ягідні вина, малина, виїзна заготівля.

## SUMMARY

**Relevance of research.** Fruit and berry winemaking is one of the promising directions for the development of the wine industry today. The development of fruit

and berry winemaking is also motivated by the fact that Ukrainian farmers have turned to the cultivation of such fruits and berries on an industrial scale as apples, raspberries, blackberries, strawberries. The indicated prospects actualize the conduct of theoretical research on ensuring the competitiveness of fruit and berry wines on the market of wine-making products not only of Ukraine, but also of the world level.

**In the first chapter** «Theoretical aspects of the essence and process of the implementation of a startup project» the essence of the concept of a startup is defined, the theoretical aspects of the essence of a startup project as a form of entrepreneurial activity are investigated, the structure of a business plan as a tool for the implementation of a startup is considered, conclusions are drawn according to the section

**In the second chapter** «Business plan for the implementation of a start-up at Persha Vinorobna Station» LLC, the characteristics of «Persha Vinorobna Station» LLC, founding documentation, reporting, product range were investigated. Marketing research of the Ukrainian wine market was conducted, and the characteristics of grape growing regions and wine production facilities were provided. The idea of a start-up for the production of fruit and berry wine from raspberries with the creation of a field unit for the purchase of raspberry berries in the regions of its cultivation was developed, conclusions were drawn according to section 2.

**In the third chapter** «Implementation of the investment and financial sections of the startup business plan», the development of the investment and financial section of the startup business plan for the production of fruit and berry wine was carried out, conclusions were drawn according to section 3. Generalized conclusions were drawn for the work.

**The bachelor's thesis** contains 63 pages, 20 tables, and 2 figures. The list of links includes 43 names.

**Keywords:** start-up, business plan, winemaking enterprises, types of grape wines, fruit and berry wines, raspberries, export harvest

## ЗМІСТ

	Стор
<b>ВСТУП</b>	6
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЕКТУ</b>	8
1.1. Теоретичні аспекти сутності стартап-проекту як форми підприємницької діяльності	8
1.2. Структура бізнес-плану, як інструменту реалізації стартап-проекта	15
Висновки до розділу 1	19
<b>РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАПУ НА ТОВ «ПЕРША ВИНОРОБНА СТАНЦІЯ»</b>	20
2.1. Характеристика ТОВ «Перша виноробна станція» - підприємства з реалізації стартапу	20
2.2. Маркетингове дослідження ринку продукції виноробства України	25
2.3. Розробка стартапу з виробництва плодово-ягідного вина з малини з із мобільним закупівельним комплексом сировини	35
Висновки до розділу 2	43
<b>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ФІНАНСОВОГО РОЗДІЛІВ БІЗНЕС ПЛАНУ СТАРТАПУ</b>	44
3.1. Розробка інвестиційного розділу бізнес-плану стартапу	44
3.2. Розробка фінансового розділу бізнес-плану стартапу з виробництва плодово-ягідного вина із мобільним закупівельним комплексом сировини	52
Висновки до розділу 3	55
<b>ВИСНОВКИ</b>	56
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	59
<b>ДОДАТКИ</b>	63

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Одним із перспективним напрямів розвитку галузі є плодово-ягідне виноробство. Розвиток плодово-ягідного виноробства мотивується ще і тим, що українські аграрії звернулися до вирощування в промисловому обсязі таких плодів та ягід, як яблука, малина, ожина, полуниця. Означені перспективи актуалізують проведення теоретичних досліджень щодо забезпечення конкурентоздатності плодово-ягідних вин на ринку виноробної продукції не тільки України а також світового рівня.

**Ступінь дослідження проблеми.** Стартапи виникають та розвиваються у всіх сферах діяльності, однак найбільш поширеними та найбільш успішними залишаються у сфері інформаційних технологій (ІТ). Феномен успішності стартапів досліджується як закордонними так і вітчизняними науковцями: Н. Блюменталем, П. Гремом, А. Пахва, Д. Пономарьовим, Л. Рейнером, І. Седіковою, Н. Ситником, О. Попко, М. Мальчик та іншими науковцями. Незважаючи на активність роботи в даному напрямку, ступінь дослідження проблеми залишаються не повністю розкритою.

**Метою кваліфікаційної роботи** є обґрунтування та розробка теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо бізнес-планування реалізації стартап-проекту на підприємстві ТОВ «Перша виноробна станція».

Основними завданнями, що стоять для досягнення поставленої мети є:

- визначено сутність поняття «стартап - проект» на підприємстві;
- досліджено структури бізнес-плану, як інструменту реалізації стартап-проекту;
- проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «Перша виноробна станція», реалізатора стартапу;
- проведено маркетингове дослідження ринку виноробної продукції;
- розроблено стартап – проект з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» із мобільним закупівельним комплексом сировини;

– проведено інвестиційні та фінансові розрахунки реалізації стартапу з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» із мобільним закупівельним комплексом сировини.

**Об’єктом дослідження** виступає процес бізнес-планування реалізації стартап-проекту на підприємстві.

**Предметом дослідження** виступають теоретичні положення та практичні рекомендації щодо бізнес-планування реалізації стартап-проекту на підприємстві

**Методи дослідження.** Теоретичною і методичною основою проведених досліджень стали наукові концепції і теоретичні розробки провідних вітчизняних і закордонних учених в царині діяльності підприємств виноробної галузі. У процесі досліджень застосовувались: метод теоретичного узагальнення та порівняння, індукції та дедукції, системний метод, метод синтезу та методи аналізу та динаміки.

**Інформаційно-нормативною базою** виконаного дослідження виступають загальнонаукові положення та закони функціонування ринкової економіки, наукові праці класиків економічної теорії, менеджменту та публікації провідних вчених і фахівців з проблем розвитку підприємств виноробної галузі. Інформаційну базу дослідження склали офіційні статистичні матеріали Держкомстату України, звіти про результати діяльності ТОВ «Перша виноробна станція», інформаційні ресурси мережі INTERNET.

**Практична значущість кваліфікаційної роботи.** Запропоновані у роботі пропозиції щодо розробки та реалізації стартап-проекту з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» із мобільним закупівельним комплексом сировини розширить асортиментну лінійку підприємства.

Кваліфікаційна роботи першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти містить 64 сторінки, 23 таблиці. Перелік посилань нараховує 44 найменування.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЕКТУ

### 1.1. Теоретичні аспекти сутності стартап-проекту як форми підприємницької діяльності

Протягом останніх десятиліть стартап став найбільш поширеною формою малого інноваційного підприємництва в світі. Єдиного на науковому та практичному рівнях трактування поняття стартап-проект не прийнято. Поняття «стартап» чи «стартап-проект» охоплює спільну назву для радикально нового проекту (ідеї), започаткованого в сучасний термін, або такої компанії, яка знаходиться на стадії заснування та застосовується до тих пір, поки не сформовано та апробовано оптимальної моделі їх подальшого розвитку та масштабування. Для віднесення до стартапу передбачається наявність певної амбітної інноваційної бізнес ідеї, яка поки не знайшла шляхів своєї реалізації та потребує організаційного оформлення, фінансування, розвитку та ринкової апробації. Як офіційний термін «стартап» вперше був використаний в 1973 р. журналом «Forbes», згодом, у вересні 1977 р. – журналом «Businessweek» [1].

Стартап – особлива організаційна структура (проект, новостворена компанія, або компанія, яка знаходиться в процесі створення) з високим інтелектуальним потенціалом, спрямована на розроблення та впровадження інноваційного продукту або технології, яка знаходиться на стадії пошуку оптимальної масштабованої бізнес моделі та потребує капіталізації. Феномен успішності стартапів досліджується як закордонними так і вітчизняними науковцями: С. Бланком, Н. Блюменталем, П. Гремом, А. Пахва, В. Поліщук, Л. Рейнером, І. Седіковою, Н. Ситником, О. Попко, М. Мальчик та іншими

науковцями. Незважаючи на активність роботи в даному напрямку, ступінь дослідження проблеми залишаються не повністю розкритою.

Для більш широкого розуміння поняття стартапу розглянемо поширені його дефініції. Узагальнюючи поширені дефініції, слід відмітити певне групування на компанії, організаційні форми, бізнес-структури. Стартап – новостворена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але перебуває в стадії реєстрації), бізнес якої ґрунтується на інноваційних технологіях, яка не вийшла на ринок або щойно почала на нього виходити і має потребу у залученні зовнішніх ресурсів [2].

Автор дефініції С. Бланк, визначає стартап як нещодавно виниклий та швидкозростаючий бізнес, який вийти на ринок шляхом розробки бізнес-моделі навколо інноваційної ідеї [3]. Так науковець Н. Блюменталь дає наступне визначення: «Компанія, яка працює над вирішенням проблеми, де рішення не є очевидним, а успіх не є гарантованим» [4]. «Компанія, розрахована на швидке зростання» [5], таке визначення надає П. Грем.

А. Пахва узагальнює форму ведення бізнесу терміном «бізнес-структура» і надає наступне визначення: «Бізнес-структура, заснована на руйнівних інноваціях, створена для вирішення проблем споживачів шляхом пропозиції нового продукту або послуги в умовах невизначеності» [6].

Стартапи виникають та розвиваються у всіх сферах діяльності, однак найбільш поширеними та найбільш успішними залишаються у сфері інформаційних технологій (ІТ). Для України така концепція бізнесу є відносно новою, проте стартап рух стрімко набирає поширення. На законодавчому рівні України термін «стартап» розкривається у Положенні щодо конкурсного відбору проектів для державного стимулювання створення і використання винаходів (корисних моделей) та промислових зразків, затвердженому [8]: стартап – проект, пов'язаний зі створенням та/або використанням винаходів, корисних моделей, промислових зразків, ноу-хау та інших результатів інтелектуальної, творчої діяльності.

Також, термін «стартап» було розкрито у [9] де стартап визначено як новостворений суб'єкт господарювання (юридична особа або фізична особа - підприємець), який ще не визначився з формою оподаткування .

Концепція стартапу, як форми ведення бізнесу, започатковано в США. Як показує статистика, на долю США припадало більше 50% реалізованих успішних стартап-проектів. Інформація таблиці 1.2. показує достатній розрив між лідерами країн, таких як Індія, Великобританія. З відривом від цієї групи розмістилися Канада, Німеччина, Індонезія. Незважаючи на те, що у аналізованих країнах приділяється велика увага розвитку інноваційних технологій, така форма як стартап не у всіх країнах однаково використовується.

За розрахунками Української асоціації венчурного та приватного капіталу в країні функціонує понад 3 000 таких стартап-проектів [8]. Відсутність уваги законодавця України до інноваційної діяльності, відсутність пільг та преференцій в системі мотивації продукування та реалізації інноваційних ідей через різні форми фактично стримує розвиток національної економіки. Особливо помітно це стало в період військової агресії РФ проти суверенної України.

Військово-промисловий комплекс на початок війни, не готовий до інноваційних розробок, незважаючи на те, що принципи ведення бойових дій кардинально змінилися, і необхідне новітнє інноваційне озброєння: дрони, високоточні ракети, авіабомби та інше. Незважаючи на законодавчі труднощі та високу ризикованість реалізація стартап-проектів знаходить місце на вітчизняних підприємствах. Незважаючи на законодавчі труднощі та високу ризикованість реалізація стартап-проектів знаходить місце на вітчизняних підприємствах. Згідно різновекторної визначень поняття стартап, реалізація стартапів здійснюється за різними організаційно-правовими схемами. Враховуючи практичну відсутність в Україні бізнес-інкубаторів, запровадження інноваційних ідей, здійснюється на діючих підприємствах.

В табл. 1.2. наведено структуру світового ринку стартапів у 2018 році.

Таблиця 1.2

## Структура світового ринку стартапів у 2018 р.

Країна	Кіл-сть реалізованих стартапів, од.	Питома вага в загальній кількості, %
США	45097	53,6
Індія	5245	6,2
Великобританія	4708	5,6
Канада	2311	2,7
Німеччина	1908	2,3
Індонезія	1812	2,2
Франція	1348	1,6
Австралія	1227	1,5
Іспанія	1170	1,4
Бразилія	1037	1,2
Інші	18298	21,7
Усього	84161	100,0

Джерело: [10]

Це пояснюється тим, що діючі підприємства мають обладнання, технології, кваліфікований персонал, що пришвидшує реалізацію стартапу. Виникає певні протиріччя стадіях механізму започаткування стартапу. В першому варіанті – це компанія, яка виникає на інноваційній ідеї, тобто з «нуля». При цьому не має фінансів для розвитку і не звертається до усталеного механізму бізнес-інкубатор, а займається пошуком інвесторів. По-друге, це молодий колектив, який має інноваційну ідею а не діюче підприємство з обладнанням, технологіями, кваліфікованими фахівцями. Враховуючи озвучені та інші притаманні стартапу характерні риси, слід узагальнити, що стартап виступає обособленим видом бізнес-моделі і така структура повинна бути зафіксована в «Господарському кодексі України». Незважаючи на означені проблеми в Україні розробляються на функціонують успішні стартапи.

В табл. 1.3 наведено п'ятірку найуспішніших та найвідоміших у світі українських стартапів.

Таблиця 1.3

## ТОП-5 відомих українських стартапів

Автор (и)	Назва стартапу	Характеристика стартапу
В. Гончарук	«Augmented Pixels»	Розробка технологій та додатків в області доповненої реальності, що дозволяють поєднати на екрані смартфона реальну картинку з камери з віртуальними елементами
А. Нескін, Я. Ажнюк А. Клен	«Petcube»	Виробництво гаджетів, що являють собою дистанційно керованого робота, який грає з домашніми тваринами у відсутності господарів
Н. Білоус, І. Кіщак, Д. Баріський	«La Metric»	Настільний гаджет, здатний в режимі реального часу відображати актуальну інформацію – час, погоду, заходи з календаря, листи з пошти, котирування акцій та інше
О. Шевченко, М. Литвин	«Grammarly»	Один з найвідоміших у світі сайтів з перевірки на грамотність текстів англійською мовою та корекції контекстних орфографічних помилок
В. Усов	«Kwambio»	Перший в світі інтернет-магазин 3D-моделей, з якого користувачі можуть завантажувати шаблони для друку на домашньому принтері

Джерело: [11]

В цілому, характерні риси та ознаки стартапу, які є тісно взаємопов'язаними між собою, можуть бути узагальненими таким чином [12]:

*1. В основі стартапу лежить інноваційна бізнес-ідея.* В той час, коли за Законом України «Про інноваційну діяльність» інновації визначається як новий чи удосконалений продукт, процес чи організаційна структура, стартап є інноваційною ідеєю створення нового продукту або впровадження нової технології.

*2. Безперечною рисою стартапу є молодий вік та високий інтелектуальний потенціал ініціаторів-стартапівців.* Більшою частиною засновників успішних стартапів є студенти. Не публічна молодь прагне себе реалізувати через оригінальні інноваційні ідеї.

*3. Стартап зароджуються та розвивається в умовах невизначеності:* до сегменту ринку, потенціалу, прогнозованості.

*4. Стартап є гнучкою та тимчасовою структурою пошуку перспективної бізнес-моделі.* На даний час відсутній єдиний алгоритм розробки концепції розвитку, що примушує ініціаторів до постійного пошуку оптимальних варіантів адаптації до споживачів, ринку, економічної доцільності, способів масштабування тощо.

5. *Враховуючи період невизначеності при реалізації інноваційної ідеї, стартап, як організація працює певний час без юридичної реєстрації.* Трансформації при визначенні оптимальної організаційно-правової форми, є супровідним процесом в початковий період становлення. Режим без реєстрації триває без обмежень до того часу, поки не визначено робочу бізнес-модель не сформовано команду засновників.

6. *Характерною рисою стартапу є його масштабованість.* Масштабованість дає можливість стартапу швидко розвинути до розмірів великої компанії. Стартапи часто називають «швидким бізнесом». П. Грем (засновник бізнес-акселератора «Y Combinator») та П. Тіль (співзасновник «PayPal», перший інвестор «Facebook») вважають, що швидкість зростання є головною характеристикою будь-якого стартапу [13].

7. *Стартап повинен володіти властивістю повторюваності.* Ця властивість передбачає здатність стартапу багаторазово повторюватися без істотної змін в різних географічних та часових межах. Створення мережі стартапів дає можливість збільшувати доходи засновників.

8. *Відсутності або недостатня кількість фінансових інвестицій для реалізації бізнес ідеї.* Реалізація ідеї стартапу на початковому етапі зростає за рахунок інтелектуального капіталу розробників Проте для масштабування стартапу дуже важливо забезпечити можливість в короткі терміни акумулювати необхідні фінансові ресурси [14].

Слід уточнити різницю між стартапом та бізнес проектом. Стартап – (підприємницький) інноваційний проект в основі якого лежать нові знання. Бізнес проекти започатковуються шляхом копіюванням діючих на ринку виробництв товарів чи послуг.

Найчастіше згадується скорочена класифікація стадій розвитку стартапу, згідно з якою він проходить в своєму розвитку 5 стадій:

- а) пасивну стадію (seed stage),
- б) стадію запуску (startup stage),
- в) стадію зростання (growth stage),

г) стадію розширення (expansion stage),

д) стадію «виходу» (exit stage).

Пасивна стадія присвячується пошуковій та визначенню ідеї стартапу та форм її реалізації. На даній стадії здійснюється пошук підприємницької ідеї, збирається початкова інформація про продукт, ринок, галузь, споживачів; проводиться неформальне обговорення можливості реалізації ідеї з друзями та знайомими. Поміж іншого на цій стадії приблизно визначаються обсяги та можливі джерела фінансування. Більша частина роботи тут є неформальною.

На стадії запуску відбувається матеріалізація бізнес ідеї, для чого необхідно вести контроль за процесами виробництва та продажу продукту, виявляти проблеми та шукати шляхи їх оптимального вирішення, як в організаційному плані так і в технологічно-виробничому.

Стадія зростання стартапу є ключовою так, як зростання виступає основною його метою. На відміну від планового зростання виробництва і реалізації продукції на виробничому підприємстві (середньозваженого по галузі), в рамках стартапу повинно відбутись лавиноподібне збільшення обсягу реалізації продукції, і як результат, збільшення фінансового потоку. Пояснюється це тим, що стартап пропонує споживачам кардинально новий продукт чи технологію, які відсутні на ринку і мають перспективних споживачів. Нові продукти можуть бути базою створення нових галузей, що підсилить процес реалізації.

Бурхливе зростання виробництва, товарообігу та грошового обороту повинні становити предмет першочергового контролю управлінцями стартапу. На стадії розширення стартап власне перестає бути стартапом і перетворюється на звичайну компанію, яка вирішує природне завдання будь-якого бізнесу – розширення. Компанія, яка продемонструвала життєздатність попередніми етапами розвитку вже має певні здобутки, успішну історію (в іншому разі її просто не існувало би) і одержує доступ до різноманітних джерел фінансування.

На стадії виходу інвестори повертають вкладені на першій стадії інвестиції. Це стає можливим за рахунок створення і реалізації перспективної продукції і потужного незадоволеного попиту ринку.[16].

## **1.2. Структура бізнес-плану, як інструмент розвитку стартап проекту**

Бізнес-планування – основний інструмент розвитку стартапу, який деталізує зміст його бізнес-моделі. Бізнес-план допомагає продуцентам інноваційної ідеї у вирішенні багатьох питань, включаючи структуру прийнятої бізнес-моделі, механізмів інвестування, оподаткування, юридичної роботи, набору та управління керівним складом та працівниками робочих професій, технології виробництва, логістики, дослідження потенційних проблем та ризиків, трансформацію або адаптацію його моделі відповідно до умов постійно мінливого ринку.

В більшості випадків застосовують наступну структуру бізнес-плану компанії: резюме, характеристика компанії та продукції, аналіз ринку, маркетингові дослідження, план виробництва, організаційний план, фінансовий план, аналіз беззбитковості, аналіз чутливості ринку, додатки.

При розробці бізнес-плану продукції, характеристика компанії, організаційної структури управління не досліджується. Незважаючи на те, що стартап по суті є компанією, є ряд відмінностей бізнес-плану стартапу від бізнес-плану компанії. Бізнес-план стартап проекту – структурований документ, що включає опис ключових його аспектів (організаційних, виробничих, маркетингових, фінансових, логістичних тощо), які проливають світло на сутність інноваційної ідеї та обґрунтовують доцільність її реалізації шляхом інвестування. Відповідно до стандартів ООН з промислового розвитку, загальна структура бізнес-плану інноваційного проекту повинна мати такі розділи [17]:

### **1. Резюме.**

2. Ідея запропонованого проекту: загальні вихідні дані та умови, опис зразка нового товару, оцінка досвіду підприємницької діяльності, оцінка ринку збуту, опис споживачів нового товару, оцінка конкурентів, оцінка власних сильних і слабких сторін щодо конкурентів.

3. Маркетинговий план: цілі маркетингу, стратегія маркетингу, фінансове забезпечення плану маркетингу.

4. Виробничий план: виробник нового товару, наявність необхідних потужностей виробництва, матеріальні фактори виробництва, опис виробничого процесу.

5. Організаційний план: організаційно-правова форма власності, організаційна структура, розподіл обов'язків, відомості про партнерів, опис зовнішнього середовища бізнесу, трудові ресурси, відомості про членів керівного складу.

6. Фінансовий план: план доходів та витрат, план грошових надходжень та виплат, зведений баланс активів та пасивів фірми, графік досягнення беззбитковості, стратегія фінансування (джерела надходження коштів та напрямки їх використання), оцінка ризику та страхування.

## 7. Додатки.

Структура бізнес-плану для стартапу може мати спрощений та скорочений вигляд, так як стартап, передбачає створення нової компанії (на основі запропонованої ідеї), нового сегменту ринку, часто може не мати конкурентів, тому опис деяких розділів може бути дещо спрощеним.

Характеристика розділів бізнес-плану.

1. Резюме. Це перший розділ в якому у стислому вигляді подається сутність бізнес-плану. Формується опісля підготовки та узгодження бізнес-плану. Інформація резюме міститься на одній сторінці, де викладені базові ідеї і які формують повний зміст ідеї стартапу. Формат резюме повинен надати потенційним інвесторам розуміння – чи варто витратити час на читання бізнес-плану.

2. Ідея (сутність) запропонованого проекту. В розділі повинно бути висвітлено перспективи розвитку нового продукту та стартапу, як організаційної структури. Опис підприємства включає обґрунтування вибору організаційно-правової форми, досвід та професійні знання і навички засновників, галузь діяльності, масштаби інноваційного проекту. Характеристика підприємства повинна включати види діяльності, визначити переваги та недоліки місця розташування підприємства з урахуванням таких факторів, як рівень заробітної плати, доступність трудових ресурсів; близькість до постачальників, особливості систем оподаткування та державного регулювання тощо [18].

3. Маркетинговий план призначений здійснити аналіз макросередовища реалізації стартап проекту та аналіз ринку самого проекту. Реалізуючи маркетинговий план використовується методика STEP- або PEST- аналізу. STEP-аналізу розробляється для країн з розвинутою економікою. Для країн з перехідною економікою застосовують PEST-аналізу, де пріоритетними є урахування політичних та економічних чинників. Характеристика та показники інноваційного продукту надані в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

## Характеристика та ключові показники нового продукту

Показник	Характеристика
Характеристика запланованої продукції (послуг)	Перелік основних видів продукції , послуг
	Призначення продуктів чи послуг з точки зору задоволення певних потреб споживачів
	Споживчі якості продукції: основні види сировини, з якої виготовляється продукція, властивості, показники якості тощо.
	Унікальність та цінність продукту чи послуги визначається будь-якою з їх властивостей порівняно з продукцією , що реалізується іншими підприємствами
Тривалість життєвого циклу продукції	Залежить від динаміки науково-технічного прогресу в сфері реалізації проекту, рівня доходів населення, технології виробництва, культури реалізації і споживання тощо. Необхідно передбачити: час, необхідний для доведення продукту до перших продажів, до максимального обсягу продажів, до закінчення продажів; час, необхідний для модифікації продуктів та їх адаптації до нових ринків

Технологічні особливості випуску продукції (надання послуг); визначення продукції (послуг), призначеної для продажу на зовнішньому ринку	Необхідно враховувати технічні стандарти країн тих ринків, на яких планується реалізація продукції або надання послуг та визначити перспективи їх модифікації
--	---

Джерело: [19]

План збуту систематизованому вигляді доцільно зміст кожної зі складових комплексу маркетингу – товарної, цінової, збутової та комунікаційної. Розробляються: характеристика ринку; характеристика товару; формування цінової політики підприємства; системи просування товару – організація реклами, промоакцій, підтримки продукту на ринку.

Встановлення ціни на продукт (послугу) – одне з найскладніших та відповідальних рішень, яке приймається у ході розробки проекту, оскільки ціна безпосередньо впливає на інші ключові параметри бізнесу, такі як обсяг попиту, прибуток тощо.

## **Висновки до розділу 1**

Незважаючи на поширеність розробки на світовому рівні стартапів, єдиного загальноприйнятого трактування поняття стартапу наразі не існує. Поняття «стартап» чи «стартап-проект» охоплює спільну назву для радикально нового проекту (ідеї), започаткованого в сучасний термін, або такої компанії, яка знаходяться на стадії заснування та застосовується до тих пір, поки не сформовано та апробовано оптимальної моделі їх подальшого розвитку та масштабування. Для віднесення до стартапу передбачається наявність певної амбітної інноваційної бізнес ідеї, яка поки не знайшла шляхів своєї реалізації та потребує організаційного оформлення, фінансування, розвитку та ринкової апробації.

На законодавчому рівні України термін «стартап» розкривається у Положенні щодо конкурсного відбору проектів для державного стимулювання

створення і використання винаходів (корисних моделей) та промислових зразків.

Бізнес-планування – основний інструмент розвитку стартапу, який деталізує зміст його бізнес-моделі. Бізнес-план допомагає продуцентам інноваційної ідеї у вирішенні багатьох питань, включаючи структуру прийнятої бізнес-моделі, механізмів інвестування, оподаткування, юридичної роботи, набору та управління керівним складом та працівниками робочих професій, технології виробництва, логістики, дослідження потенційних проблем та ризиків, трансформацію або адаптацію його моделі відповідно до умов постійно мінливого ринку.

В більшості випадків застосовують наступну структуру бізнес-плану компанії: резюме, характеристика компанії та продукції, аналіз ринку, маркетингові дослідження, план виробництва, організаційний план, фінансовий план, аналіз беззбитковості, аналіз чутливості ринку, додатки.

Строга регламентація, щодо структури бізнес-плану відсутня, т.я. досліджує різні варіанти стартапів.

## РОЗДІЛ 2

### БІЗНЕС-ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАПУ НА Ї ТОВ «ПЕРША ВИНОРобНА СТАНЦІЯ»

#### 2.1. Характеристика ТОВ «Перша виноробна станція» - підприємства з реалізації стартапу

Дата появи перших виноробних підприємств є спірним питанням. Одні стверджують, що ще за трипільців вироблялися вина в пляшках, а точніше, глиняних амфорах. Інші вказують на період з одинадцятого до тринадцятого століття. Швидше за все, трипільська культура справді мала своє виноробство, проте документально підтвердити це практично неможливо. А ось 11 – 13 століття – повністю підтверджена версія. На той час пляшкові вина вироблялися при монастирях. Принаймні в обсягах, які можна назвати промисловими, хоча б віддалено.

Регіони, в яких виготовляли виноградні вина, це території сучасного Закарпаття, Криму, Одеської, Херсонської та, частково, Запорізької області. Легко помітити, що всі вони належали різним державам. Російська імперія, Річ Посполита, Австро-Угорщина займалися виноробством цих територіях. Плюс велика кількість колоністів у всіх державах. Як правило, йшлося про німців, угорців, сербів, італійців, французів, швейцарців, греків і так далі.

Великі виноробні були наділом багатих людей. Так, у 19 столітті ця галузь активно розвивалася у Херсонській області та Криму завдяки графу Воронцову, князю Трубецькому та виноробу Голіцину. А Одеська область була добре відома як виноробний регіон ще з 18 століття завдяки Луї Тардану та заснованій ним швейцарській колонії. До речі, вона називалася «Шабо», і – так, це саме ті коньяки та вина у пляшках, про які ви подумали [22].

ТОВ «Перша Виноробна станція» – невелика виноробна компанія, заснована в 2007 році, територіально розташована в Одеському районі Одеської області, що безпосередньо межує з адміністративним центром

регіону – містом Одеса. Компанія представляє на ринку торгіву марку «Виноробна станція». Основний виробничий підрозділ підприємства розташований у приміщенні колишньої Виноробної станції, заснованої В. Є. Таїровим у 1905 р. на березі Сухого лиману поблизу Одеси. Тут все насичене історією розвитку промислового виноградарства і виноробства Північного Причорномор'я на основі науково-практичних досліджень В. Є. Таїрова та його сподвижників. Список засновників ТОВ «Перша виноробна станція» та їх розмір внеску до статутного фонду надано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Список засновників юридичної особи ТОВ «Перша виноробна станція»

П.І.Б. засновника	Адреса засновника	Розмір внеску до статутного фонду, грн	Доля у %
Дулов Василь Степанович	Україна, 67844, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, село Кароліно-Бугаз, вул. Короленко, будинок <u>1</u>	1220000	61,00
Дулова Федора Пилипівна	Україна, 67844, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, село Кароліно-Бугаз, вул. Короленко, будинок <u>2</u>	180000	9,00
Дулов Степан Васильович	Україна, 67844, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, село Кароліно-Бугаз, вул. Короленко, будинок <u>1</u>	400000	20,00

Джерело: [22].

Реалізація вина здійснюється через фірмову мережу магазинів підприємства розташованих за адресами: м. Одеса, вул. Пантелеймонівська, 23 (Ринок Привоз); Овідіопольський район, смт. Таїрове, вул. 40-річчя Перемоги, 24; Овідіопольський район, смт. Великодолинське, пров. Ентузіастів, 6-А.

Бренди: "Виноробна станція". Підприємство має повний цикл виробництва бутильованого вина. Контроль якості: Зовнішній та внутрішній ТОВ «Перша Виноробна станція» - це результат гармонійного поєднання традицій та інновацій, що базуються на унікальних природних умовах місцевості. Сприятливі ампелоекологічні умови даного регіону, що поєднують

в собі особливі ґрунтово-кліматичні умови та геоморфологічні фактори, що включають своєрідність рельєфу і показників географічної широти і довготи, дозволяють вирощувати широкий асортимент винограду і виробляти високоякісні вина різних типів. Ці благодатні фактори були відомі ще грекам, які вже в VI столітті до н. е. з успіхом обробляли тут виноградну лозу для виробництва вин, а проведені в останні роки наукові дослідження підтвердили наявність унікальних екологічних ніш, де можна вирощувати виноград для виробництва елітних вин. Компанія використовує виноградники які знаходяться навколо населених пунктів Барабой і Лібенталь. Виноградники розташовані на рівнині з загальним нахилом на південь переважно на південних, східних і південно-східних схилах. Рельєф Овідіопольського району забезпечує ідеальні умови для вирощування винограду завдяки поєднанню хорошого дренажу і оптимальної кількості сонячного світла. У кліматичному відношенні цей район відрізняється гарною теплозабезпеченістю. Вегетаційний період винограду – 185-190 днів при сумі активних температур від 3250 до 3350°C дозволяє вирощувати як ранні, так і пізні сорти винограду. Опадів за рік випадає 350-370 мм, в тому числі за теплий період з середньодобовими температурами вище 10°C – 220 – 230 мм. Осінь зазвичай суха і тепла, що сприяє доброму визріванню пагонів виноградної лози. В цих умовах виноград накопичує достатню кількість цукрів для виробництва чудових десертних вин. Ґрунти – південні малогумусні чорноземи. При правильній системі обробки досить родючі, здатні відновлювати свою структуру і повністю задовольняти вимоги відповідно до умов культури винограду. Вміст калію достатній, що сприяє кращому накопиченню цукрів і покращує якість червоних вин. Вміст фосфору, у вигляді легкорозчинної фосфорної кислоти, який служить продуктом харчування для дріжджів, сприяє оптимальному процесу ферментації без отримання недобродів. Надлишку азоту в цьому типі ґрунту немає, що сприяє процесам освітлення, стабілізації і дозрівання вин.

Вибір сортів винограду для розведення визначається особливостями місцевого теруару. В даний час основні сорти винограду, які використовуються компанією, є класичні європейські сорти червоного винограду – Каберне-Совіньон, Мерло, Піно нуар, Португізер і білого винограду – Шардоне, Рислінг рейнський, Аліготе, Іршаї Олівер. Особливу увагу компанія приділяє виробництву і популяризації вин на основі сортів місцевої селекції – Сухолиманський білий, Одеський чорний, Мускат одеський, виведених вченими Інституту виноградарства і виноробства ім. В. Є. Таїрова. Також при виробництві вин використовуються такі сорти білого винограду, Трамінер рожевий, Ркацителі.

Кількість вирощеного винограду строго регламентується. Основний акцент зроблений на якісні показники винограду, що дозволяє забезпечити високу якість кінцевої продукції. Ведення виноградарства в компанії базуються на наступних принципах: скорочення застосування хімічних засобів захисту та управління ризиками для здоров'я і навколишнього середовища; захист ґрунту від руйнівного впливу завдяки впровадженню методів «раціонального» підживлення ґрунту і лози.

Індивідуальний підхід до кожного сорту винограду і ділянці при реалізації агротехнічних заходів спрямований на отримання високоякісного врожаю з оптимальним співвідношенням головних складових виноградної ягоди (цукрів, кислот, фенольних і ароматичних речовин), які безпосередньо впливають на якість вин. Такий підхід дозволяє на відносно невеликих ділянках вирощувати виноград для виробництва широкої гами вин, починаючи від столових сухих, у яких найбільш повно відображається смак терруара, закінчуючи кріпленими винами спеціальних найменувань, де в результаті послідовно спрямованих технологічних операцій створюються необхідні умови для протікання складних біохімічних процесів формують відмінні особливості винотипа.

Під «парасолькою» торгової марки «Виноробна станція» випускається більше 22 найменувань продукції, яка може задовольнити смак

найвибагливішого споживача, включаючи найменування прототипів таких вин, як Марсала, Малага, Токай, Кагор, Херес.

Репутація понад усе – це головний принцип, який лежить в основі філософії даного виноробного проекту. Цей принцип в симбіозі з серйозністю помислів і ґрунтовністю в діях дозволили ТОВ «Перша Виноробна станція» за короткий проміжок часу міцно і гідно зайняти свою нішу на ринку. Позитивна репутація компанії створилася завдяки високій якості вин, що виробляються в строго обмежених обсягах, а покупець став мірилом правильності обраного шляху. Саме заради покупця компанія продовжує вдосконалюватися, щоб через вино виразити характер місцевості, працьовитість місцевих жителів, традиції і новаторство, закладені В.Є. Таїровим і єднання зі світовим досвідом у вирощуванні винограду та виробництві вин. Асортимент продукції підприємства надано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

## Асортимент ТОВ «Перша виноробна станція»

Марка вина	Ціна, грн/л
Сухе червоне «Одеський чорний» Select	167
Сухе сортове біле «Шардоне» Select	187
Сухе біле «Піно Нуар» Select	167
Сухе біле «Сухолиманський білий» Select	167
Кріплене десертне біле «Херес Фльор» Select	287
Сухе червоне «Аліберне» Select	294
Сухе біле «Рислінг»	97
Сухе червоне «Піно Нуар»	97
Сухе біле «Шардоне»	169
Сухе рожеве «Каберне Савіньон»	97
Сухе біле «RED»	97

Джерело: розроблено авторкою за інформацією підприємства

ТОВ «Перша виноробна станція» надала наступний фінансовий звіт за 2020-2023 роки (табл.2.3.)

Таблиця 2.3

## Фінансова звітність ТОВ «Перша Виноробна станція» за 2020-2023 рр

№ пп	Показник	Роки			
		2020	2021	2022	2023
1	Дохід (тис. грн)	3971,2	3863,4	3874,4	4439,2
2	Чистий прибуток	16,2	66,6	5,0	50,2

3	Активи	5361,7	5668,2	5305,7	5487,3
4	Зобов'язання	0	4016,2	3648,5	3480,0
5	Кількість працівників (чол)	0	22	19	22

Джерело: [23]

## 2.2. Маркетингове дослідження ринку виробництва винограду та вина

Враховуючи, що основним видом продукції, яку виробляє ТОВ «Перша виноробна станція» є виноградне вино, проведемо маркетингове дослідження даної продукції. Відповідно до Регламенту № 1308/20131 до категорій виноградної продукції належать:

1. «Вино», яке означає продукт, отриманий виключно в результаті повного або часткового спиртового бродіння свіжого винограду або виноградного суслу. Вино повинно мати міцність алкоголю не менше 8,5% об. за умови, що вино отримується виключно з винограду, зібраного в зонах, перелік яких встановлено законодавством, і з обсягом не менше 9% з інших виноградарських зон. Як виняток, для вин із захищеним зазначенням походження або захищеним географічним зазначенням фактична міцність алкоголю може становити не менше 4,5% об. Вино повинно мати загальну міцність алкоголю не більше 15% об. Однак, як виключення: верхня межа загальної міцності алкоголю може становити 20% об. для вин, вироблених без будь-якого збагачення з певних визначених законодавством виноробних районів Союзу, верхня межа загальної міцності алкоголю може перевищувати 15% об. для вин із захищеним зазначенням походження, які були виготовлені без збагачення;

2 «Ігристе вино», яке означає продукт, який отримують в результаті першого або другого спиртового бродіння зі свіжого винограду, з виноградного суслу або з вина та який при відкритті виділяє вуглекислий газ, утворений виключно внаслідок бродіння. Ігристе вино має надлишковий тиск через діоксид вуглецю у розчині не менше 3 бар при зберіганні за температури

20°C у закритих контейнерах та загальну міцність кюве, призначеного для його приготування, не менше 8,5% об. Моніторинг ринку вина в Україні показує, що найбільші частки на ньому у 2021 році займали тихі та ігристі виноградні види – 58% та 25,8% відповідно. При цьому сегмент ігристих вин мав тенденцію до зростання, оскільки обсяг їхнього виробництва збільшився на близько 15% порівняно з показником 2020-го.

3 «Якісне ігристе вино», яке повинне мати надлишковий тиск через діоксид вуглецю у розчині не менше 3,5 бар при зберіганні за температури 20°C у закритих контейнерах та загальну міцність кюве, призначеного для його приготування, не менше 9%.

4 «Напівігристе вино» — продукт, який отриманий з вина, молодого вина, яке ще перебуває у процесі бродіння, виноградного сусла або виноградного сусла у процесі бродіння, якщо вони мають загальну міцність алкоголю не менше 9 %. Фактична міцність алкоголю в напівігристому вині повинна бути не менше 7% об. Надлишковий тиск за рахунок ендогенного діоксиду вуглецю в розчині не менше 1 бар і не більше 2,5 бар при зберіганні при температурі 20°C у закритих контейнерах [24].

У структурі виробництва винограду і вина України за кількістю виробленої продукції, основні виноробні регіони – Одеська, Закарпатська, Херсонська та Миколаївська області, які є центрами розвитку виноградарства і виноробства в Україні, тут наявна необхідна виробнича і ринкова інфраструктура, високорозвинений виноробний комплекс у різних за розмірами та організаційно-правовими формами підприємствах, які вже сформували власні торговельні марки і бренди. Деякі підприємства мають багаторічну історію розвитку, безцінний досвід вирощування винограду і переробки його на вино. Сектор малого бізнесу використовує в основному потенціал господарств населення, створює власний унікальний продукт за смаковими якостями та інгредієнтами, займає частку ринку крафтової продукції. За даними асоціації "Виноградари і винороби України", в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей

же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо»», яка щомісяця випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів. Херсонщина є унікальною і своєрідною виноробною областю України, із сприятливими умовами для вирощування виноградної культури, специфічними ґрунтово-кліматичними умовами місцевості, які дають змогу виробляти тонкі, ніжні, свіжі столові і досить екстрактивні десертні вина.

Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод було побудовано у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2500 га виноградних планта. Дослідження динаміки виробництва винограду за регіонами підтверджує загальні тенденції по країні. Так у Закарпатській області площа виноградних насаджень у 2020 р. на 34,7 % менша, ніж у 2000 р., у Миколаївській – на 26,5 %, в Одеській – на 43,4 %, в Херсонській – на 20,4 %. Найбільші площі насаджень, урожайність і валові збори концентровані в Одеській області, яка займає лідируючі позиції серед основних виноградарських областей. Тільки в Одеській області рівень урожайності виноградних насаджень у 2020 р. перевищує показники 1990 р. та 2000 р. В інших областях урожайність нижча, що свідчить про недостатній рівень впровадження нових сортів, порушення технологічних вимог, значну залежність від впливу факторів зовнішнього середовища. контейнерах [25].

Питома вага Закарпатської області у валовому виробництві становить 9,5 %, Миколаївської – 7,8 %, Одеської – 60,4 %, а Херсонської – 7,1 % . Закарпаття належить до старих районів виноградарства. Історичним центром закарпатського виноробства можна вважати Чорну гору під Виноградовом, де з давніх-давен вирощують виноград. Із загальної площі виноградних

насаджень України на Закарпатську область припадає 4,8 тис. га або 4,1% від загальної території. Це п'яте місце серед шести виноградних областей України.

До промислових виноробних господарств Закарпаття можна віднести Cotnar та Шато «Чизай» Cotnar- сучасний завод повного циклу виробництва, 200 га власних виноградників, завод первинного виноробства (на якому відбувається переробка винограду і виготовлення вин), завод вторинного виноробства (де готову продукцію розливають в пляшки), виносховища. Найбільш поширеними сортами винограду є Аліготе, Трамінер і Ркацетелі. Шато «Чизай». На виноградниках «Чизай» вирощують Рислінг Рейнський, Трамінер рожевий, Мерло, Каберне Совіньон і інші міжнародні сорти. Нещодавно тут відкрили Музей винороба Чиза - перший закарпатський музей виноробства та виноградарства.

Кожен виноробний район виділяється своїми природними і соціально-економічними умовами формування і розвитку виноградно-виноробного підкомплексу. У головних виноградарсько-виноробних регіонах України (Одеська, Миколаївська, Херсонська і Закарпатська області) є об'єкти, що відрізняються своєю індивідуальністю і виробляють певні марки вин. Причорноморський регіон справедливо вважається одним із найдревніших виноробних регіонів України. Рівнинне виноградарство, в основному, призначене для вирощування столових сортів та сортів, придатних для виготовлення ординарних вин. Для Одеської, Миколаївської та частини Херсонської областей є характерною м'яка зима, що дуже важливо для теплолюбної виноградної лози. Зокрема, саме на межі Північного Причорномор'я проходить межа неукривної промислової культури. Тепла та помірна волога осінь сприяє нормальному розвитку та стиглості виноградних ягід, посушливі періоди перед збором винограду дають змогу отримати виноград високої якості.

Кожне підприємство має свою унікальну методіку виробництва вина, намагається впроваджувати сучасні технології, популяризувати власну

торговельну марку і якісні характеристики вина. Зокрема, "Коблево" чи не єдине виноробне підприємство в Україні, яке використовує машинний збір винограду, але для преміального виноматеріалу збір винограду відбувається тільки руками. Вина торгової марки "Коблево" експортуються до Польщі, Туреччини, Грузії, Норвегії. ТОВ "Інкерман Україна" для виробництва вина використовуються тільки найкращі виноматеріали українського й імпортного походження. Компанія повністю контролює процеси збору врожаю, транспортування, переробки, бродіння, витримки і розливу вина у пляшки. Підприємство має добре сегментований та диверсифікований продуктивний портфель, які підвищують його конкурентні позиції на ринку. Серед найбільш відомих та популярних колекцій – «Класична колекція», що є еталонною колекцією ординарних вин України, «Prima Maria», яка була зорієнтована на вибагливого споживача, що віддає перевагу європейській стилістиці вин; преміальна колекція «Reserve», витримана у дубових бочках. На виноробні Завод «Винтрест» проводять екскурсії та дегустації вин у супроводі професійного сомельє. Щороку для власного виробництва керівництво компанії відбирає кращі виноматеріали виключно з урожаю власних виноградників. Тому вина завжди випускаються лімітованою серією. «Виноробне господарство князя П. М. Трубецького» – унікальний об'єкт винного туризму в Україні. Збір врожаю приваблює на виноробню Трубецького велику кількість туристів не лише з України, але й з Європи. У 2013 р. була завершена реконструкція історичної будівлі виноробні 1900 року з вежею та оглядовим майданчиком, в якому обладнано дегустаційні зали, встановлено 8 галерей винних підвалів часів Трубецького, які використовуються для витримки та зберігання вин. На території є готель на 10 номерів та атмосферний банкетхол у старовинному крилі виноробні. У ПрАТ "Дім марочних коньяків "Таврія" з 2016 р. бере початок робота фахівців з вином. Зареєстровано власну винну торгову марку ASKANO VALLEY. Преміальне витримане крафтове вино, для виробництва якого використовується тільки добірний виноград [26]. Найбільш відома в

Херсонській області сімейна винарня «Курінь», основним напрямом господарської діяльності є виробництво виноградних вин. У зв'язку з цим на території господарства було збудовано унікальний компактний цех для переробки винограду, обробки виноматеріалів, розливу та зберігання вин. Цей комплекс побудовано за принципом французького шато. Це підприємство замкнутого циклу: власний виноградник, винний підвал, цех, дегустаційна зала, готель із рестораном. В якості розвитку інфраструктури ринку вина та реклами продукту на рівні регіону і країни передбачено створення та організація дегустаційних об'єктів і заходів, зокрема залів, підвалів, майстер-класів, квестів, турнірів, навчальних академій, лабораторій, тощо. Зростання випуску вітчизняних вин минулого періоду можна пов'язати із деяким збільшенням сировинної бази галузі. Урожай плодово-ягідних культур в Україні перевищив аналогічний показник 2020 року на 10%, а винограду 2021 року зібрано майже 90 тис. тонн, що на 9% більше, ніж у попередній період.

Аналіз ринку вина в Україні свідчить про те, що галузь, що розглядається, катастрофічно постраждала після початку активних бойових дій. Виробництво вина у 2022 році дуже швидко скорочується. У період військового стану у 2022 році різко обвалилися продажі всіх видів алкогольних напоїв, у тому числі продукції ринку вина в Україні. Так, у січні-червні 2022 року наші співвітчизники купили менше, ніж за аналогічний період 2021-го: пива – на 34 %, горілки – на 53 %, коньяку – на 66 %, вина – на 58 %. Найбільшою мірою в даний період на ринку вина в Україні скоротилися продажі ігристих вин – на 67 %.

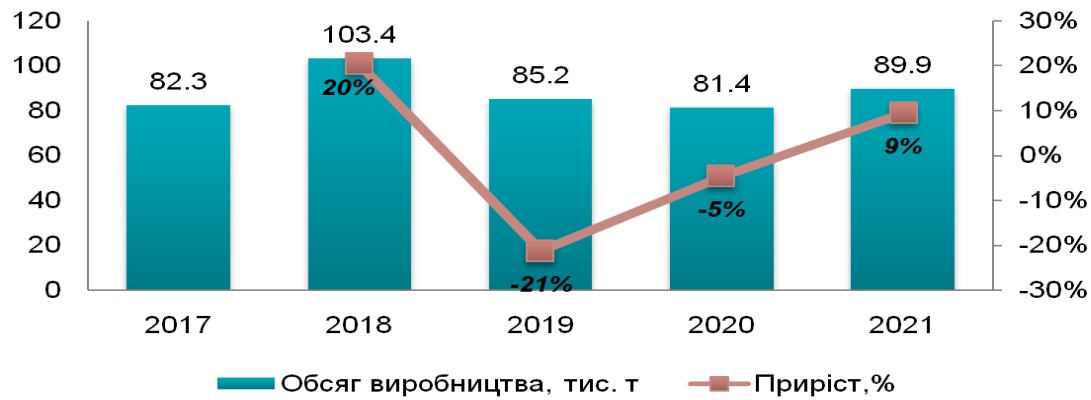


Рис. 2.1 Обсяги виробництва винограду в Україні, тис. т

Такому різкому спаду сприяли:

– повна заборона продажу алкогольних напоїв в Україні з кінця лютого до початку квітня 2022 року, а після його скасування – обмеження реалізації алкоголю у вечірній та нічний час;

– зміна моделі поведінки значної частини споживачів у магазинах – прагнення купувати лише необхідні та дешеві товари; зниження кількості спонтанних придбань алкоголю.

Зокрема, надано прогноз щодо розвитку ринку у 2024-2025 рр. в Україні. Після початку повномасштабного вторгнення, у 2022 році, ринок вина, в тому числі імпорт змінювався під впливом зовнішніх обставин. Насамперед, внаслідок переформатування логістичних ланцюжків, заборони морських перевезень та зменшення купівельної спроможності українців, значно знизилась об'єми імпорту вин з Грузії, Аргентини, Вірменії, США, Чилі, Австралії, Нової Зеландії та Південної Африки.

На думку експертів, найкращі марки вітчизняного та імпортного вина 2022 року в Україні зберуться і в 2023 року. (табл. 2.4.)

Таблиця 2.4

Найкращі марки вітчизняного та імпортного вина станом на 2022 рік

Вітчизняні марки			Імпортні марки		
Місце	Назва марки	Бали	Місце	Назва марки	Бали
1	Fratelli	5	1	Bugeuli	5
2	Grande Vallee	5	2	Cantina De Castelnuovo	5

3	Коблево	5	3	Старый Тбилиси	5
4	Inkerman	3,75	4	Badagoni	2,5
5	Monte Cote	3,75	5	Baron Philippe de Rothschild	2,5
6	PAVA	2,5	6	Bodrog Varhegy	2,5
7	Шабо	2,5	7	Bostavan	2,5

Джерело: за даними Favor, Pro-Consulting

Наслідком початку війни також стало і зменшення основних споживачів вина. Станом на червень 2023 року, за кордоном перебували фактично 20% від кількості населення, яка було зафіксоване до 24 лютого 2022 року, а саме: понад 8 млн українців, серед яких більшість – жінки [27].

Таблиця 2.5

Виробництво і споживання винограду на одну особу. кг

Показники	Роки							
	2000	2005	2010	2015	2017	2018	2019	2020
Виробництво	10	9	9	9	10	11	9	7
Споживання плодів, ягід і винограду, кг	29,3	37,1	48,0	50,9	52,8	57,8	58,7	56,5

Джерело: [28].

У 2019 р. рівень споживання сухих вин в Україні становив 4,1 л на особу, з яких 2,4 л – вино українського виробництва. В Європейських країнах із стійкими традиціями споживання вина на одну особу перевищує 40-50 л [9]. Щоб забезпечити розвиток виноробної промисловості в країні необхідно створити умови для зростання рівня споживання вина в розрахунку на одну особу. Це досить тривалий процес, у результаті якого необхідно змінити смаки і традиції щодо споживання алкогольних напоїв, формувати культуру споживання вина, переконати дорослу частину населення у якості і корисних властивостях споживання вина вітчизняного виробництва на противагу міцним напоям.

Вина ігристого із свіжого винограду у 2020 р. вироблено на 58,5 % менше, ніж у 2011 р., вина з фактичною концентрацією спирту до 15% — на

45,3 % менше, а з концентрацією спирту більше 15% – у 11,7 разів менше (табл. 2). У 2020 р. очікуваний показник виробництва винопродукції складав в цілому близько 10 млн декалітрів, тоді як ще 2018 р. він сягав 19,7 млн дал. [10, с. 106—110]. Обсяги виробництва вина і винопродукції мають пряму залежність від площ виноградних насаджень та рівня урожайності. Складною проблемою виноградарських підприємств є не тільки старіння виноградних насаджень, а й їх низька продуктивність через відсутність нових насаджень і високоврожайних сортів.

За останні роки у господарствах всіх форм власності скорочуються загальні площі виноградників, оскільки площі нових насаджень менші, ніж виведені з експлуатації. У 2020 площа плодоносних виноградних насаджень зменшилася до 37,2 тис. га, що свідчить про поступову відмову сільськогосподарських товаровиробників від даного виду виробництва. Це, на думку фахівців, критична межа для галузі виноробства, адже з такою кількістю неможливо забезпечити підприємства вітчизняною сировиною. Також проблеми розвитку виноградарства пов'язані з високою капіталомісткістю створення сучасного винограднику (капіталовкладення на 1 га складають понад 100 тис. грн) та тривалим періодом його окупності.

Тривалість створення виноградника становить чотири роки і більше, а період інтенсивної його експлуатації – 20-25 років. У 2020 р. у країні вироблено 281 тис. т винограду, що становить лише 54,7 % до рівня 2000 р. Основним фактором зниження валового збору є скорочення площ насаджень у плодоносному віці – від 99,4 до 37,2 тис. га. Рівень урожайності виноградників має найвищі показники у 2017-2019 рр., коли сягав позначки 114,9 ц/га.

Урожайність винограду в Україні, незважаючи на окремі сприятливі періоди, у цілому залишається низькою. Так, середньорічний рівень урожайності в 2020 р. становив 75,6 ц/га, тоді як в європейських країнах перевищує 100-120 ц/га. Дослідження динаміки виробництва винограду за регіонами підтверджує загальні тенденції по країні. Так у Закарпатській

області площа виноградних насаджень у 2020 р. на 34,7 % менша, ніж у 2000 р., у Миколаївській – на 26,5 %, в Одеській – на 43,4 %, в Херсонській – на 20,4 %. Найбільші площі насаджень, урожайність і валові збори концентровані в Одеській області, яка займає лідируючі позиції серед основних виноградарських областей. Тільки в Одеській області рівень урожайності виноградних насаджень у 2020 р. перевищує показники 1990 р. та 2000 р. В інших областях урожайність нижча, що свідчить про недостатній рівень впровадження нових сортів, порушення технологічних вимог, значну залежність від впливу факторів зовнішнього середовища. Питома вага Закарпатської області у валовому виробництві становить 9,5 %, Миколаївської – 7,8 %, Одеської – 60,4 %, а Херсонської – 7,1 % [29]. Від розвитку виноградарства залежить і стан виноробної галузі, функціонування якої супроводжується негативною динамікою.

Таблиця 2.6

## Переробка та ціна реалізації винограду на виноматеріал за регіонами

Регіони	Перероблено винограду на виноматеріал, т			Середня ціна реалізації, грн/т		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Україна-всього	274051,9	124226,6	75982,3	5463,3	5453,7	6608,4
Закарпатська	к	к	к	к	к	к
Миколаївська	98076,6	20973,9	15363,9	4698,0	6445,8	7807,2
Одеська	142944,2	83452,1	56391,1	5853,0	4536,4	6153,9
Херсонська	29693,6	14926,5	к	8753,8	7861,4	к

Джерело: [28].

За три роки 2018-2020 р. обсяги переробки винограду зменшилися від 274051,9 до 75982,3 т, або у 3,6 рази. Через неврожай і негативний вплив кліматичних умов обсяги переробки в Одеській області у 2,5 рази менші у 2020 р. порівняно з 2018 р., у Миколаївській – у 6,4 рази. Середня ціна реалізації винограду на переробку становить у 2020 р. 6608,4 грн /т, що вище на 21,0%, ніж у 2018 р. Проте приріст ціни не став стимулом до нарощування обсягів

виробництва продукції, оскільки паралельно зростали ціни на сировинні і матеріальні ресурси, які споживає галузь [30].

### **2.3. Розробка стартапу з виробництва плодово-ягідного вина з малини з із мобільним закупівельним комплексом сировини**

ТОВ «Перша виноробна станція» спеціалізується на виробництві виноградного вина, для чого має потрібні виробничі потужності, сировинну зону, опрацьовані технології, досвідчений персонал, налагоджені логістичні канали постачання тари, етикеток, налагоджені канали збуту. Дозрівання та збір винограду в умовах півдня України розпочинається в кінці серпня, початку вересня місяця. До цього часу всі виробничі потужності вільні і є можливість виробництва плодово-ягідних вин із сировини раннього дозрівання. Такою сировиною може бути малина. Дослідимо можливість реалізації стартапу виробництва малинового вина ТОВ «Перша виноробна станція». До ринку вина, як окремим сегментом, відносять і вина з плодів та ягід. За товарознавчою класифікацією вони належать до слабоалкогольних напоїв, однак, є винами. Плодово-ягідні алкогольні напої діляться на сортові та купажні. Сортівні напої виготовляються із одного виду плодів чи ягід. Допускається використання до 20% соків інших видів плодів чи ягід за умови збереження органоліптичних властивостей основного виду плодово-ягідної сировини. Купажні плодово-ягідні напої виробляються із регламентованої суміші соків різних видів плодів та ягід. Плодово-ягідні вина ділять на тихі, які не мають надлишку діоксиду вуглецю, ігристі та шипучі з надлишком діоксиду вуглецю. Тихі вина поділяються на ординарні, що реалізуються без витримки, і марочні, що реалізуються після декількох років витримки.

Сьогодні більшість людей прагне до здорового способу життя, тому менше вживають алкогольні напої, зокрема, й вина. Однак інтерес споживачів до плодово-ягідних вин стрімко зростає, що пов'язано із значно меншим вмістом в них алкоголю. Все більше людей шукає золоту середину між випивкою та функціональністю, а функціональності таких напоїв досягти

значно легше завдяки високому вмісту біологічно активних речовин в сировині та меншому вмісту алкоголю. Виробництво вин із плодів та ягід інтенсивно зростає, вони все більше заповнюють ринок [31].

У колишньому СРСР Україна виробляла третину плодово-ягідної продукції на суму більше 1 млрд доларів США. В Україні в пострадянські часи виробництво плодово-ягідних напоїв завдяки змінам у законодавстві було знищене і промислового виробництва плодово-ягідних вин в нагальний час майже немає.

Таблиця 2.7

## Структура продажів алкоголю в Україні в 2021 р.

№зп	Назва алкогольних напоїв	Відсоток в структурі продажів
1	Лікero-горілчані вироби	35
2	вино	19
5	Пиво	19
4	Коньяк	12
5	Ігрисі вина	9
6	Слабоалкогольні напої	5

Джерело: [32, 33].

Законодавчою базою виробництва плодово-ягідних вин в Україні є Загальні технічні умови: ДСТУ 6036:2028, ДСТУ 6037:2028 [34,35]; Загальні правила переробки плодів та ягід на виноматеріали: КД У 00011050-15.94.10-1:2008 6037:2028 [36]; та Основні правила виробництва та зберігання плодово-ягідних вин і сидру». КД У 00011050-15.94.10-2:20086037:2028 [37,38]. Сезон малини починається у липні та триває до осені. Виробництво та витримка (дозрівання) малинового вина триває до 6 тижнів. Таким чином, ТОВ «Перша виноробна станція» має можливість розпочати виробничий цикл на 45 днів раніше, при цьому розширити лінійну вин за рахунок виробництва малинового вина. Для виробництва плодово-ягідних вин використовується широкий асортимент плодів та ягід, що позитивно впливає на харчовий профіль напою. Так, для виробництва зазначених слабоалкогольних напоїв широко застосовують яблука, груші, вишні, чорницю, калину, обліпиху тощо

[39]. Плоди і ягоди для промислової переробки збирають в стадії технологічної зрілості.

На сьогодні найбільший ринок слабоалкогольних напоїв, а саме – плодово-ягідних вин, – це Німеччина, але США швидкими темпами наздоганяє країну лідера. Крім того, значний сегмент ринку цих напоїв займають такі країни як Велика Британія, Франція, Іспанія, Японія, Австралія, Бразилія, Канада та ПАР. Однак експерти відзначають, що у лідера ринку, Німеччини, продажі цієї продукції у 2021 році знизилися на 5 % порівняно із 2020 роком, а в США вони, навпаки, зросли на 30 %, що суттєво наближує цю країну до лідерства на ринку. Загальна світова динаміка – це зростання сегменту напоїв із низьким вмістом алкоголю на 3 % щороку. Українські виробники виготовляють плодово-ягідні вина на основі виноградних виноматеріалів із застосуванням концентрованих соків або спиртових екстрактів відповідних плодів. Така тенденція присутня на ринку нашої країни через вищу спиртозність цих напоїв, що раніше більше приваблювало споживача, імітуючи натуральні виноградні вина. Другою причиною проведення технологічного процесу саме таким чином може бути прагнення виноробів знизити втрати під час виробництва виноградних вин. Враховуючи такі тенденції на ринку, досліджено асортимент плодово-ягідних вин (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

## ТОП-5 країн лідерів з виробництва плодово-ягідних вин

Країна-виробник	Торгова марка	Продукт та його характеристика
Німеччина	ТМ Katlenburger	Вино червоне, солодке, спирту 8,5 % об.,тихе. Основа-полуниця
		Вино червоне, солодке, спирту 8,5 % об.,тихе. Основа-ожина
		Вино червоне, солодке, спирту 8,5 % об.,тихе. Основа-ожина
		Глінтвейн Applt Cinnamon, біле, напівсолодке, спирту 8,5% об, тихе. Основа – яблука з додаванням кориці
		Вино червоне, солодке, спирту 8,5% об.,тихе. Основа-манго

	TM Valensina	Глінтвейн Orange-Pomegran, біле, напівсолодке, спирту 6,5% об, тихе. Основа – купаж апельсину і гранату з додаванням кориці
		Глінтвейн Orange-Tangerine, біле, солодке, спирту 6,5% об, тихе. Основа – купаж апельсину і мандарину з додаванням кориці
Франція	TM Fruins & Wine	Вино Bruckberri Fruits and Wine червоне, напівсолодке, спирту 7,3% об., тихе. Основа-червоне виноградне вино (63%) і сік ожини (7%)
		Вино Fruits and Wine червоне, напівсолодке, спирту 7,3% об., тихе. Основа-червоне виноградне вино (63%) і сік малини (3%)
Японія	TM SHOYA	Лікер білий, спирту 10,0% об, тихий. Основа – плоди уме (яп. слива)
		Вино біле, солодке, спирту 10,0% об., тихе. Основа-купаж соків японської сливи та персику
		Вино біле, солодке, спирту 10,0% об., тихе. Основа-сік япон. сливи
Україна	TM Naomi	Вино червоне «Червоний гранат» солодке, спирту 11,0% об., тихе. Основа-купаж червоного виноградного вина, екстракту граната, екстракту вишні та настою рослинної сировини
	TM Ореанда	Напій винний Мікадо (абрикос, слива), солодке, спирту 16% об, тихе Основа-купаж червоного або білого виноградного вина

Джерело: [40].

Українські виробники виготовляють плодово-ягідні вина на основі виноградних виноматеріалів із застосуванням концентрованих соків або спиртових екстрактів відповідних плодів. Така тенденція присутня на ринку нашої країни через вищу спиртуозність цих напоїв, що раніше більше приваблювало споживача, імітуючи натуральні виноградні вина. Другою причиною проведення технологічного процесу саме таким чином може бути прагнення виноробів знизити втрати під час виробництва виноградних вин. Відомо, що в технології натуральних виноградних вин не можна використовувати воду на відміну від плодово-ягідних напоїв. Під час промивання технологічних ліній на виробництвах після переливок, викачуванні готового вина на розлив спостерігаються значні втрати вина, адже з метою уникнення попадання води в резервуари з вином велика кількість продукту разом з промивними водами зливається в каналізацію. Це суттєво впливає як на ціну готового напою, так і на забруднення навколишнього

середовища. У зв'язку з цим деякі виробники вважали за доцільне зливати промивні води в окремі ємності та використовувати їх з метою створення нового продукту шляхом застосування фруктових соків або спиртових екстрактів із плодів. Це значно скорочує витрати виробництва та збільшує прибуток виробника. Крім того, забезпечується більша екологічність виробництва. Слід зауважити, що Україна багата на різноманітні плодови та ягідні культури, що можуть використовуватися самостійно для виробництва вин. Це дозволить отримати напої високої якості із натуральним вираженим смаком і ароматом, що зможуть конкурувати з натуральними плодово-ягідними винами Німеччини. Крім того, виробництво вина із плодів та ягід дозволить значно розширити асортимент виноробної продукції, отримати натуральні напої із зниженим вмістом спирту, що є актуальним на сьогоднішній день для більшості людей, які прагнуть до здорового способу життя. Розвиваючи плодово-ягідне виноробство в нашій країні можна досягти значного економічного ефекту, що буде суттєвим не лише для виробника, а й для держави в цілому [41].

Вперше ягода малини була знайдена на горі Іда в Греції, спершу, вона використовувалася як протиотрута від укусів змій, скорпіонів та інших, не менш небезпечних хижаків і комах. На Русі, перед появою чаю, пили напій узвар - напій з малини і журавлини. У Європі перша згадка про малину датується XVI століттям. В Америці її почали вирощувати в XVIII столітті. Зараз, світовими лідерами з вирощування ягід є Сербія та США.

Про корисні властивості малини можна міркувати дуже довго, адже неможливо знайти у природи чогось смачнішого, корисного і солодкого ніж малина. Це - джерело вітамінів і антиоксидантів. Навіть коріння у малини цілющі, що вже говорити про листя, квіти або ягоди. Отже, до корисних властивостей малини, а отже малинового вина відносять:

– малина бореться з авітамінозом, лихоманкою і високою температурою;

- узвари і настої з малини зміцнюють імунітет, також малина є засобом проти цинги;
- регулярне вживання малини сприяє поліпшенню кровообігу, усуває болі в шлунково-кишковому тракті, покращує апетит, допомагає швидше відновитися після важких хворіб і великих навантажень;
- свіжа малина допомагає швидше привести до тями людини, що знаходиться в стані алкогольного сп'яніння;
- плоди малини - природний антидепресант. Її потрібно вживати в їжу людям, які схильні до частих стресів або страждають від безсоння;
- часте вживання малини сприяє поліпшенню стану шкіри, волосся і нігтів.

Сезон малини починається у липні та триває до осені. Проте літні липневі сорти вважаються найсолодшими. Щодо транспортування, то рекомендується використовувати ящики, де ягоди має бути не більше 2-3 кг, щоб вона не була пошкоджена [42]. Так, наразі оптова ціна на малину у центральних, східних та неокупованих південних областях коливається в межах від 50 до 70 грн/кг [43]. Цикли ціноутворення залежать від специфіки продукції. У випадку з малиною повний ціновий цикл зазвичай займає близько 4-5 років, якщо на нього не впливають якісь незвичні фактори, типу серйозних погодних катаклізмів, війн, глобальних рецесій тощо. Влітку 2018 року деякі заморозчики закуповували малину навіть по 8 грн/кг, хоча, звісно, якісну малину можна було продати дорожче, але не набагато – 12-15 грн/кг – це, звісно, не та ціна, яка давала змогу говорити про окупність інвестицій у вирощування малини.

Малинова плантація закладається зазвичай на семирічний період. Якщо плантація якісна, то середня врожайність може становити 10-12 тонн з гектара за сезон [44]. В сезоні 2022 року валовий збір малини був на рівні 40 тисяч тонн. І для порівняння, валовий збір ягід лохини в Україні становить 15 тисяч тонн.

Наразі українські садівники озвучують ціни на малину в діапазоні 35-60 грн/кг (\$0,96-1,64/кг), що в середньому на 27% дешевше ніж середня ціна минулого року. Вартість вина на сьогоднішній день становить від 250 грн за стандартну винну пляшку 0,75 л, але вона буде підвищуватися через те, що дуже подорожчали тара, етикетка, упаковка.

### **Технологія виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін»**

Одними з найкращих зразків малини для переробки є ремонтантні сорти Аміра та Хімбо Топ, ранньостиглий Willamette та середньоранні Glen Fyne та Polka, а також українські Феномен та Персея.

Вино плодово-ягідне некріплене солодке «Малиновий дзвін». Виготовляється способом зброджуванням підсолоджененого цукром соку малини з доведенням до кондицій сахарним сиропом або цукром. Колір вина – рубіновий, аромат приємний, малиновий, смак складний, повний, гармонійний, із малиновим присмаком.

Об'ємна частка етилового спирту – 15%;

масова концентрація цукрів у перерахунку на інертний, г/дм<sup>3</sup> – 125;

масова концентрація титрованих кислот у перерахунку на яблучну кислоту, г/дм<sup>3</sup> – 7,0;

Масова концентрація залишкового екстракту, г/дм<sup>3</sup> – не менше ніж 12,0.

Вино плодово-ягідне некріплене солодке «Малиновий дзвін» виготовляється за схемою: зброджування суслу з цукром, купаж, обклеювання, обробка холодом (за потреби), фільтрація, обробка теплом (за потреби), відпочинок, фільтрація перед розливом, подача у напірне відділення, розлив. Технологія приготування малинового соку. У зв'язку з незначним вмістом цукру в плодах виникає необхідність додавання цукру в освітлене сусло чи м'якоть. Також для зниження високого вмісту кислот, прискорення та найбільш повного виділення корисних речовин з твердих частин ягід у сусло та мезгу часто додають воду. Промивання. Ягоди малини для уникнення великих втрат не миють, а злегка споліскують під «м'яким» душем. Подрібнення. Для великих партій сировини використовують спеціальні

промислові подрібнювачі, які застосовуються при виробництві виноградних вин.

Отримання сусла з мезги за допомогою пресів. Мезгу найчастіше пресують на пакетних гвинтових пресах. Вихід сусла при використанні таких пресів становить близько 70% і більше. Для виловлювання насіння і залишків м'якоті на шляху потрапляння потоку сусла з пресу в ємність для освітлення використовують сита із нержавіючих сталей з діаметром отворів 0,6 мм.

Освітлення малинового соку. Технологія освітлення малинового соку не відрізняється від прийнятої при освітленні виноградного соку. Прискорюють освітлення фільтруванням через тканину, фільтрувальні пластини або порошки діатоміту, трепелу, перліту.

Купажування. Купажування здійснюють для отримання кондиційного продукту та покращення його якості, підвищення стійкості при зберіганні, іноді для усунення недоліків однієї партії соку за рахунок використання іншої, що не має недоліків.

Пастеризація. Залишки клітин мікроорганізмів у освітленому малиновому соку гинуть при нагріванні його до певної температури та витримці.

Пастеризація соку відбувається за два прийоми. Сусло необхідно довести до кипіння, але не кип'ятити.

Масова концентрація залишкового екстракту, г/дм<sup>3</sup> – не менше ніж 12,0.

## **Висновки до розділу 2**

ТОВ «Перша Виноробна станція» – невелика виноробна компанія, заснована в 2007 році, територіально розташована в Одеському районі Одеської області, що безпосередньо межує з адміністративним центром регіону – містом Одеса. Компанія представляє на ринку торгову марку «Виноробна станція». Під «парасолькою» торгової марки «Виноробна станція» випускається більше 22 найменувань продукції, яка може

задовольнити смак найвибагливішого споживача, включаючи найменування прототипів таких вин, як Марсала, Малага, Токай, Кагор, Херес.

«Репутація понад усе» – це головний принцип, який лежить в основі філософії даного виноробного проекту.

За даними асоціації "Виноградари і винороби України", в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільшими виноробними підприємствами Півдня України є «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод», ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо»». Площа виноградних насаджень України на Закарпатську область припадає 4,8 тис. га або 4,1% від загальної території. Це п'яте місце серед шести виноградних областей України. До промислових виноробних господарств можна віднести «Cotnar» та «Шато» «Чизай»

Ідея стартапу полягає в подовженні виробничого сезону, шляхом започаткування випуску плодово-ягідного вина із малини. Сезон збору малини починається у липні та триває до осені. Враховуючи специфіку поетапного дозрівання малини, для її заготовки планується створити виїзду бригаду в регіони вирощування малини на авторефрижераторі. Виробництво та витримка (дозрівання) малинового вина триває до 6 тижнів. Таким чином, ТОВ «Перша виноробна станція» має можливість розпочати виробничий цикл на 45 днів раніше, при цьому розширити лінійну вин за рахунок виробництва малинового вина.

## РОЗДІЛ 3

### РЕАЛІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ФІНАНСОВОГО РОЗДІЛІВ БІЗНЕС ПЛАНУ СТАРТАПУ

#### 3.1. Розробка інвестиційно розділу бізнес-плану стартапу

Інвестиції, необхідні для впровадження бізнес-плану включають наступні витрати: інвестиції в основні фонди (ІСоф), оборотні кошти (ІСок) і витрати на маркетингові заходи (ІСм).

$$IC = ICoф + ICoк + ICм \quad (3.1)$$

Інвестиційні витрати в основні фонди включають витрати на будівельно-монтажні роботи (перепланування цеху, будівництво або прибудова до цеху), а також витрати на придбання і монтаж технологічного, енергетичного, транспортного обладнання.

Розрахунок необхідного обсягу інвестицій здійснюється по формулі:

$$ICoф = ВБР + ICoб + Пр \quad (3.2)$$

де

ВБР - вартість будівельно-монтажних робіт

ІСоб - інвестиції на придбання обладнання

Пр - інші витрати, прийняті рівними 5% від (ВБР + ІСоб)

$$ICoб = Цо + Тр + Мо \quad (3.3)$$

де

Цо - ціна придбання нового обладнання (оптово-відпускна ціна);

Тр - транспортно-складські витрати, приймаємо рівними до 5% від Цо;

Мо - вартість монтажних робіт, визначаємо, укрупнено в розмірі до 10 % від Цо.

Враховуючи, що найбільше малини вирощується в Київській, Донецькій, Дніпропетровській, Вінницькій та Харківській та Полтавській

областях в яких генерується 39% українського валового збору малини, виникає необхідність організувати виїзну закупівлю ягід в даних областях. Враховуючи короткий строк зберігання ягід малини планується закупити авторефрижератор вантажопідйомністю до 2,0 тонн. Моніторинг ринку авторефрижераторів дає можливість придбати авторефрижератор моделі «Рено Маскот 2,0». Зазвичай, рефрижератори можуть підтримувати задану температуру від +12°C до -20°C.

Характеристика авторефрижератора: вантажопідйомність - 2,0 т; корисний об'єм – 22м<sup>3</sup>; експлуатація рефрижераторів дорожча за звичайні типи машин на 10%, що пов'язано з роботою холодильника. Габарити холодильної капсули авторефрижератора складають розміри: 4000 x 2200 x 2000 (мм) що дає можливість розмістити 1000 пластмасових ящиків розміром 400 x 265 x 54 (мм) місткістю 2 кг малини. Така кількість малини при транспортуванні на травмується і добре продувається охолодженим повітрям.

Окрім авторефрижератора необхідно закупити ваги електронні та ящичну тару у кількості 1000 шт, що дасть можливість перевозити 2000 кг малини. Підприємство купує авторефрижератор фірми Рено Маскот 2,0, електронні ваги та ящичну тару пристосовану для перевезення малини.

Таблиця 3.1

## Перелік обладнання для реалізації стартапу

Назва технологічного обладнання	Кіл-ть	Ціна, тис грн	Сума, тис грн
Авторефрижератор Рено Маскот 2,0	1	427,65	427,65
Ваги електронні зі стійкою (до 150 кг)	1	1,65	1,65
Ящична тара пластмасова 400x265x54	1000	0,018	18,0
			447,3

Джерело: розроблено авторкою

Транспортно-складські витрати складуть:

$$447,3 \times 0,05 = 22,4 \text{ тис грн}$$

Проведення монтажних робіт у нашому варіанті не потрібні.

Тоді, інвестиції на придбання обладнання складуть:

$$I_{\text{Соф}} = 447,3 + 22,4 = 469,7 \text{ тис. грн}$$

Визначення розміру необхідних обігових коштів

Для введення в дію виробництва нового виду продукту - підприємство повинно мати певну суму оборотних коштів. А саме - нормовані оборотні кошти: у виробничих запасах (на сировину, тару, матеріали, паливо); напівфабрикати.

Норматив обігових засобів у виробничих запасах визначаємо за формулою:

$$Нп.з.i = Вмрі * Nмрі, \quad (3.4)$$

де:  $Вмрі$  – витрати  $i$ -го виду матеріальних ресурсів (в грошовому вираженні) на плановий добовий випуск продукції, грн.

$Nмрі$  – норма запасу  $i$ -го виду матеріальних ресурсів, доби.

$Nмрі$  приблизно можна визначити за формулою:

$$Nмрі = 0,75 * t_{пост.i} \quad (3.5)$$

де:  $t_{пост.i}$  – інтервал часу, що планується між двома наступними поставками  $i$ -го виду матеріальних ресурсів, доби.

Закупівельна ціна ягід малини  $Ц = 85$  грн/кг (85 тис. грн/т)

При потребі в сировині 10 т додаткова сума обігових засобів складає величину:

$$10000 \times 85 = 850,0 \text{ тис. грн.}$$

Бюджет рекламних заходів = 50 тис. грн.

Загальна сума інвестицій:

$$IC = 469,7 + 850,0 + 50 = 1369,7 \text{ тис. грн.}$$

Річні амортизаційні відрахування складуть:  $469,7 / 5 = 94$  тис. грн.

Визначення витрат на ПММ при організації закупівлі малини з виїздом в сировину зону. Метод організації роботи – маятниковий з завантаженим зворотним маршрутом.

Залежно від загального пробігу авторефрижератора розрахунок потреб в пальному розраховується за формулою:

$$M = H_1 \times L, \quad (3.6)$$

де  $H_1$  – середньозважена норма витрат пального в розрахунку на 100 км пробігу, л/100 км; (12 л/100 км)

Ціна на ДП станом на березень місяць 204 року 52 грн/л.

L – загальний пробіг автомобіля, км.

Протяжність маршруту з урахуванням переміщень в сировинній зоні:

1. Одеса – Київська обл:  $500 \times 2 = 1000$  км

2. Одеса – Полтавська обл  $630 \times 2 = 1260$  км

Середньозважена відстань:  $(1000 + 1260)/2 = 1130$  км

Витрати на дизпаливо на один рейс.:

$1130/100 \times 12 \times 52 = 7051$  (грн)

Враховуючи, що здійснюється 5 виїздів в сировинну зону, загальні витрати на ПММ складуть:  $7051 \times 5 = 35256$  грн

За 5 виїздів планується перевезти 10000 кг малини, тобто вартість перевезення 1 кг малини складе 3,53 грн.

З урахуванням вартості перевезення малини та коливання цін за період збору урожаю, прийmemo до розрахунку середньозважену закупівельну ціну малини 85 грн/кг, що корелюється із закупівельною ринковою ціною (рис 3.



Рис. 3.1. Закупівельні ціни на свіжу малину в 2016-2022 роках в \$ США за кг.

Джерело: EastFruit, FruitInform

Розрахунок собівартості виконується по статтях калькуляції.

Розрахунок вартості матеріальних витрат виконується відповідно до норм витрат на одиницю продукції і ринкових цінах діючих на ринку в 2024 році .

Таблиця 3.2

## Розрахунок прямих витрат на 100 дал продукції

Статті витрат	Од. вим	Норма витрат	Ціна од-ці пр-ції, грн	Сумарні витрати, грн
<b>1. Основні матеріали</b>				
Виноматеріал	дал	100	534,1	53410
<b>2. Допоміжні матеріали</b>				
Пляшки 0,75 л	шт/тис. пл	1356	9,5	12882
Пробки	шт/тис. пл	1060	3,3	3498
Етикетка	шт/тис. пл	1356	0,53	718,7
Сода каустична	шт/тис.пл	11,0	51	561,0
Декстрин	шт/тис. пл	0,26	90	23,4
Картон фільтровальний	шт/тис. пл	10	150	1500
<b>3. Паливо і енергія</b>				
Електроенергія	Квт.г/100д	29	8,4	243,6
Вода	м/100д	5,8	16,7	99,0
Газ	м/100д	34,0	13,0	442,0

Джерело: розраховано авторкою

**Сировинний розрахунок.**

Розрахунок виходу вина з 1 тони малини та основних матеріалів , за умов:

- при додаванні в 1 кг соку 0,5 кг цукру, об'єм 1 літра соку збільшується приблизно на 0,3 літра.

- при виробництві вина на 1 кг соку необхідно додати 1 кг води.

Вихід соку з 1 кг малини складає в середньому 70%, у ваговому виразі 0,7 л.

Таким чином, вартість сировини і основних матеріалів 1 кг вина до бродіння складе

$$0,7 \text{ л (1кг малини)} + 0,3 \text{ л ( 0,5 кг цукру)} + 1 \text{ л води} = 2 \text{ л (сусла)}$$

$$85 + 0,3 \times 17 + 16,7 = 85 + 5,1 + 16,7 = 106,8 \text{ (грн)}$$

$$1 \text{ л} = 106,8 : 2 = 53,41 \text{ грн.}$$

1 дал = 10 л

Вартість 1 дала сусла (виноматеріалу) = 534,1 грн.

на 1 дал сусла потрібно:

3,5 л (5 кг малини) + 1,5 л (2,5 кг цукру) + 5 л води = 10 л.(сусла)

При плані виробництва 2000 дал вина необхідно закупити:  $2000 \times 5 = 10000$  кг малини.

При денній переробці 500 кг малини, виробничий період буде тривати  
 $10000 : 500 = 20$  діб.

Враховуючи, що охолоджена сировина може зберігатися без псування максимум 3-4, доби організацію завезення сировини слід організувати поетапно, з періодом в чотири доби по 2 за один період.

Сезон збору малини починається у липні місяці.

Таблиця 3.3

#### Графік закупівлі малини та організації її переробки

Види робіт	Графік постачання сировини в липні та серпні м-ці 2024 року				
	1	2	3	4	6
Заготівля, дати	20-25. 07	27-31.07	03-07.08	11-15.08	17-21.08
Переробка, дати	26-30.07	01-06.08	08-13.08	16-21.08	22-27.08

Джерело: розроблено авторкою

Розрахунок ФОП працівників технологічного цеху та працівників заготівельної виїзної бригади.

На технологічній лінії працюють 3 чол., середня заробітна плата на підприємстві складає 8000 грн.

$\text{ФОП} = 3 \times 8000 \times 1,2 = 28,8$  тис. грн

1,2 – коефіцієнт тривалості періоду переробки сировини (1,2 місяці з 20.07 до 27.-80) до закладки на бродіння.

Відрахування на Єдиний соціальний внесок складуть 22% фонду заробітної плати:

$28,8 \times 0,22 = 6,34$  тис. грн

На ділянці із заготівлі малини працюють 2 чоловіки.

Таблиця 3.4

Місячний фонд оплати праці працівників мобільної заготівельної бригади

Посада	Чисельність	Посадовий оклад, грн	ЄСВ, 22%,грн	ФОП, грн
Касир -приймальник	1	13000	2860	15860
Водій-вантажник	1	11000	2420	13420
Разом	2	28000	5280	29280

Джерело: розроблено авторкою

При виїзді мобільної заготівельної бригади на заготівлю ягід в інші регіони країни, працівникам нараховуються додатково до суми оплати праці добові на відрядження в сумі 300 грн/добу. Виїзд на заготівлю і відповідно нарахування добових на відрядження здійснюється згідно наказу керівника підприємства з оформленням посвідчення на відрядження.

Таким чином місячний фонд добових нарахувань на відрядження складає:

$$300 + 300 = 600 \text{ (грн)}$$

Загальна сума ФОП складе суму:

$$28,0 + 28,0 = 56,0 \text{ (тис. грн)}$$

На виробництво 1 дал виноматеріалу ФОП складе суму

$$56000: 20 = 2800 \text{ грн}$$

Відрахування на Єдиний соціальний внесок складуть 22% фонду заробітної плати:

$$2800 \times 0,22 = 616 \text{ грн}$$

Загальновиробничі витрати складають 5 % від фонду заробітної плати:

$$68,32 \times 0,05 = 3,4 \text{ тис. грн.}$$

Адміністративні витрати складають 3 % від виробничої собівартості:

$$76794 \times 0,03 = 2304,0 \text{ грн}$$

Витрати на збут складають 5 % від виробничої собівартості:

$$76794 \times 0,05 = 3840 \text{ грн.}$$

Інші операційні витрати складають 2 % від виробничої собівартості:

$$76794 \times 0,02 = 1536,0 \text{ грн}$$

Виконані розрахунки зведемо в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Калькуляція собівартості продукції (грн. на 100 дал вина)

Статті калькуляції	Сума, грн
1. Сировина і основні матеріали	53410
2. Допоміжні матеріали	19183
3. Паливо і електроенергія на технологічні цілі	785
4. Заробітна плата основних виробничих робітників	2800
5. Відрахування на соціальні заходи	616
6. Загальновиробничі витрати	171
<b>Виробнича собівартість</b>	<b>76794</b>
7. Адміністративні витрати	2304
8. Витрати на збут	3840
9. Інші операційні витрати	1536
<b>Повна собівартість</b>	<b>84474,0</b>

Джерело: розроблено авторкою

Повна собівартість випуску 100 дал вина складає 84474,0 грн. Тоді 1 дал вина складає 844,0 грн.

$$1 \text{ дал} = 10 \text{ л}$$

$$1 \text{ л} = 84,4 \text{ грн}$$

Собівартість однієї пляшки складе:  $84,4 \times 0,75 = 63,3 \text{ грн.}$

Оптова ціна 1 л вина без урахування ПДВ :

$$84,4 \times 1,2 = 102,0 \text{ грн за 1л}$$

де

20 % - рентабельність продукції.

Оптова ціна

При цьому оптова ціна однієї пляшки з урахуванням ПДВ складе:

$$(102 \times 1,2) / 0,75 \text{ л} = 100 \text{ грн}$$

### 3.2. Розробка фінансового розділу бізнес-плану стартапу з виробництва плодово-ягідного вина

У даному розділі узагальнюємо обсяги продажів, які прогноуються по роках реалізації пропонованих заходів. Для реалізації проекту підприємству необхідно взяти кредит розміром 1369,7 тис. грн. під 18 % річних.

Щорічна сума виплат (R) може бути розрахована по формулі приведення ануїтету:

$$R = \frac{P * i}{1 - (1 + i)^{-n}} \quad (3.7)$$

де P - сума кредиту,

i - відсоток по кредиту,

N - строк повернення кредиту.

Підставивши відомі дані у формулу, визначимо суму щорічних виплат:

$$R = 1369,7 * 0,18 / 1 - (1 + 0,18)^{-5} = 437,92 \text{ тис. грн.}$$

Розрахунок виплат відсотків по роках представлений у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Величини щорічних виплат відсотків по кредиту, тис. грн.

Роки	2024	2025	2026	2027	2028
Сума кредиту, тис. грн	1369,7	1178,33	952,4	685,92	371,47
Величина нарахувань по кредиту, тис. грн.	246,55	212,1	171,44	123,47	66,86
Щорічна сума виплат по кредиту	437,92	437,92	437,92	437,92	437,92
Залишок кредиту на кінець року	1178,33	952,4	685,92	371,47	0

Джерело: розраховано авторкою

Розрахунок річного валового доходу від реалізації продукції, за умов, що підприємство зможе продавати за рік 2000 дал вина «Малиновий дзвін». в пляшках 0,75 літра, що складе партію в 26666 пляшок за оптовою ціною.

Таблиця 3.7.

Розрахунок доходу валового доходу від реалізації нової продукції, тис. грн

Назва продукту	Річний випуск, пляшок, штук	Оптова ціна пляшки вина, грн	Річний дохід, тис грн
Вино плодово-ягідне «Малиновий дзвін»	26666	100	2666600

Джерело: розроблено авторкою

Поточні витрати на випуск партії вина в кількості 26666 пляшок складуть:  $26666 \times 63,3 = 1687957,8$  грн

Таблиця 3.8

## Грошовий потік по проекту, тис. грн

Показники	Роки				
	2024	2025	2026	2027	2028
1. Виручка від реалізації	2666600	2666600	2666600	2666600	2666600
2. Поточні витрати	1687957	1687957	1687957	1687957	1687957
3. Амортизаційні відрахування	94000	94000	94000	94000	94000
4. Балансовий прибуток	978643	978643	978643	978643	978643
5. Податок на прибуток	176156	176156	176156	176156	176156
6. Чистий прибуток	802487	802487	802487	802487	802487
7. Чистий грошовий потік	896487	896487	896487	896487	896487
8. Коефіцієнт дисконтування	0,865	0,756	0,657	0,571	0,497
9. Чистий приведений грошовий потік	775461	677744	588992	511894	445554
10. Сумарний чистий приведений грошовий потік	775461	1453205	2042197	2554091	2999645

Джерело: розраховано авторкою

Оцінка інвестиційної привабливості проекту.

Одним з основних показників економічної оцінки інвестиційних проектів є показник чистого приведенного доходу (ЧПД).

Розрахунок чистого приведенного доходу здійснюється за формулою:

$$\text{ЧПД} = \sum_{i=1}^n \frac{\text{ДП}_i}{(1+d)^i} - \text{ІС} \quad (3.8)$$

Де

ІС – стартові інвестиції;

ДП<sub>i</sub> – Сума чистих грошових надходжень, дисконтованих протягом n-років;

Якщо ЧПД > 0, то це означає, що в результаті реалізації проекту прибутковість підприємства підвищується і проект можна вважати прийнятним.

$$\text{ЧПД} = 2999645 - 1369700 = 1629945 \text{ тис. грн.}$$

Наступний показник, який використовується для оцінки економічної ефективності - це індекс прибутковості (ІД):

$$ID = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{ДП_i}{(i+d)^i}}{ИС} \quad (3.9)$$

$$ID = 2999645 / 1369700 = 2,19$$

Один з найбільш використовуваних показників привабливості інвестиційного проекту є термін окупності інвестицій:

$$COI = \frac{ИС}{\left( \sum_{i=1}^n \frac{ДП_i}{(1+d)^i} \right)_{ср}} \quad (3.10)$$

де:

– Середня сума чистого грошового потоку за період часу прийнятий у розрахунках (місяць, квартал, рік)

Середньозважена величина сумарного чистого приведенного грошового потоку:

$$2999645 : 5 = 599929 \text{ тис. грн}$$

$$COI = 13697002 / 28520,9 = 2,28 \text{ роки}$$

Розрахунки показників інвестиційної привабливості заходу показують, можливість реалізації проекту. Розрахунки показали, що рекомендований проект інвестиційно привабливий.

### Висновки до розділу 3

Враховуючи, що найбільше малини вирощується в Київській, Донецькій, Дніпропетровській, Вінницькій та Харківській та Полтавській областях в яких генерується 39% українського валового збору малини, виникає необхідність організувати виїзну закупівлю ягід в даних областях. Враховуючи короткий строк зберігання ягід малини планується закупити авторефрижератор вантажопідйомністю до 2,0 тонн. Моніторинг ринку авторефрижераторів дає можливість придбати авторефрижератор моделі

«Рено Маскот 2,0». Зазвичай, рефрижератори можуть підтримувати задану температуру від  $+12^{\circ}\text{C}$  до  $-20^{\circ}\text{C}$ . Окрім авторефрижератора необхідно закупити ваги електронні та ящикну тару у кількості 1000 шт, що дасть можливість перевозити 2000 кг малини. Наявність виїзної бригади із закупівлі малини в сировинній зоні дає можливість синхронізувати роботу виїзної бригади та технологічного цеху з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін». Чотириденний графік дає можливість оптимально накопичувати та переробляти без псування свіжих ягід малини. Розрахунки бізнес-плану щодо реалізації стартапу показують, що ідея розширення асортиментної лінійки вин, з переходом до групи плодово-ягідних вин із ягід малини, а в перспективі і ожини та інших ягід є перспективною, масштабованою та економічно обґрунтованою

## ВИСНОВКИ

В процесі дослідження та розробки кваліфікаційної роботи за темою визначено сутність поняття «стартап - проект» на підприємстві.

1. Стартап – особлива організаційна структура (проект, новостворена компанія, або компанія, яка знаходиться в процесі створення) з високим інтелектуальним потенціалом, спрямована на розроблення та впровадження інноваційного продукту або технології, яка знаходиться на стадії пошуку оптимальної масштабованої бізнес моделі та потребує капіталізації. Стартапи виникають та розвиваються у всіх сферах діяльності, однак найбільш поширеними та найбільш успішними залишаються у сфері інформаційних технологій (ІТ) . Започаткування концепції стартапу, як виду бізнесу є США. На долю США припадає половина проектів. Розвиток стартапів здійснюється в різних країнах, особливо таких як Індія, Великобританія. З відривом від цієї групи розмістилися Канада, Німеччина, Індонезія. Для України така концепція бізнесу є відносно новою, проте стартап рух стрімко набирає поширення.

2. Досліджено структури бізнес-плану, як інструменту реалізації стартап-проекту. Виявлено, що в науковому середовищі відсутня строга регламентація структури бізнес-планів реалізації стартапів. вся проблема в широкому розмаїтті видів ідей та глибини їх розробки. Втім основними розділами бізнес-планів можуть виступати наступні: резюме, ідея стартапу, маркетинговий, виробничий, організаційний та фінансовий плани.

3. Проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «Перша виноробна станція», реалізатора стартапу. ТОВ «Перша Виноробна станція» – невелика виноробна компанія, заснована в 2007 році, територіально розташована в Одеському районі Одеської області, що безпосередньо межує з адміністративним центром регіону – містом Одеса. Компанія представляє на ринку торгову марку «Виноробна станція». Основний виробничий підрозділ підприємства розташований у приміщенні колишньої Виноробної станції,

заснованої В. Є. Таїровим у 1905 р. на березі Сухого лиману поблизу Одеси. Компанія використовує виноградники які знаходяться навколо населених пунктів Барабой і Лібенталь. Рельєф Овідіопольського району забезпечує ідеальні умови для вирощування винограду завдяки поєднанню хорошого дренажу і оптимальної кількості сонячного світла. Асортиментна лінійка складає 22 види вина. Реалізація вина здійснюється через фірмову мережу магазинів.

4. Проведено маркетингове дослідження ринку виноробної продукції України. У структурі виробництва винограду і вина України за кількістю виробленої продукції, основні виноробні регіони – Одеська, Закарпатська, Херсонська та Миколаївська області, які є центрами розвитку виноградарства і виноробства в Україні. В Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод», та ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо»».

Херсонщина є унікальною і своєрідною виноробною областю України, із сприятливими умовами для вирощування виноградної культури, Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Закарпаття належить до старих районів виноградарства. До промислових виноробних господарств Закарпаття можна віднести Cotnar та Шато «Чизай» Cotnar - сучасний завод повного циклу виробництва. Аналіз ринку показав, що в Україні успішно розвивається вирощування ягідної сировини, що мотивує виробництво плодово-ягідних вин.

Аналіз ринку вина в Україні свідчить про те, що галузь, що розглядається, катастрофічно постраждала після початку активних бойових дій. Виробництво вина у 2022 році дуже швидко скорочується.

5. Розроблено стартап - проект з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» із мобільним закупівельним комплексом сировини.

Сьогодні більшість людей прагне до здорового способу життя, тому менше вживають алкогольні напої, зокрема, й вина. Однак інтерес споживачів до плодово-ягідних вин стрімко зростає, що пов'язано із значно меншим вмістом в них алкоголю. Все більше людей шукає золоту середину між випивкою та функціональністю, а функціональності таких напоїв досягти значно легше завдяки високому вмісту біологічно активних речовин в сировині та меншому вмісту алкоголю. Виробництво вин із плодів та ягід інтенсивно зростає, вони все більше заповнюють ринок. Розвиток ягідних плантацій в Україні стимулює виробників вин включити до своїх асортиментних лінійок плодово-ягідна вина.

Ідея стартапу ТОВ «Перша виноробна станція» полягає у організації виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» в період збору ягід малини, який розпочинається в липні місяці, застосувавши виїзну закупівлю в сировинних зонах. До початку сезону дозрівання винограду, підприємство випустить партію плодово-ягідного вина, тим самим покращить строк використання обладнання та своє економічні показники.

6. Проведено інвестиційні та фінансові розрахунки реалізації стартапу з виробництва плодово-ягідного вина «Малиновий дзвін» із мобільним закупівельним комплексом сировини. Враховуючи, що найбільше малини вирощується в Київській, Донецькій, Дніпропетровській, Вінницькій та Харківській та Полтавській областях в яких генерується 39% українського валового збору малини, виникає необхідність організувати виїзну закупівлю ягід в даних областях. Враховуючи короткий строк зберігання ягід малини планується закупити авторефрижератор, електронні ваги, пластмасову тару. Таким чином розраховано потреби в інвестиціях, сумі банківського кредиту і розраховано основні показники інвестиційної привабливості стартап-проекту. Загальний висновок: реалізація проекту є фінансово привабливою та рекомендується до реалізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Simpson J., Weiner E. The Oxford English Dictionary. Oxford : Oxford University Press, 1989. 21730 p.
2. Ferguson L. A Business Model for Success – and for Good : Interview with Neil Blumenthal. Tufts Now. 2019. April, 4. URL: <https://now.tufts.edu/articles/business-model-success-and-good>.
3. Graham P. Startup equals Growth: Want to Start a Startup? URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>.
4. Pahwa A. What Is A Startup? Feedough. 2019. April, 30. URL: <https://www.feedough.com/what-is-startup>.
5. Пономарев Д. Як застосувати підхід ЛІН до діяльності стартап проекту компанії. Lean Vector Coaching Group. URL: [https://leanvector.ru/knowledge\\_base/blog-eksperta/kak-primenitpodhod-lin-k-deyatelnosti-startap-kompanii.htm](https://leanvector.ru/knowledge_base/blog-eksperta/kak-primenitpodhod-lin-k-deyatelnosti-startap-kompanii.htm).
6. Rainer L., Malinauskaite L., Marinova I. The Vital Role of Business Processes for a Business Model: the Case of a Startup Company. Problems and Perspectives in Management. 2014. Vol. 12. No. 4. Pp. 213-220.
7. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.
8. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 12.12.2018 року № 1879.
9. Проекті Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо встановлення спеціального податкового режиму» (реєстровий номер 2615
10. Discover, Rank and Prospect Startups Worldwide. Startup Ranking. URL: <http://www.startupranking.com>.

11. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. Бізнес Інформ. 2016. №8. С. 64-68.
12. Попко О. В., Мальчик М. В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2014. №811. С. 275-279
13. Graham P. Startup equals Growth : Want to Start a Startup? URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>.
14. Українська асоціація венчурного та приватного капіталу. URL: <http://uvca.eu>.
15. Що таке стартап. URL: <http://www.temabiz.com/terminy/chtotakoe-startap.html>.
16. Лущик А. Мінімально життєздатний продукт: Все об MVP. Сім тем про Розумні Бізнес-Системи. URL: <http://sbs7.ru/minimalnozhiznesposobnyiy-produkt-vse-ob-mvp>.
17. Розробка бізнес-плану за стандартами UNIDO. Прогресивний менеджмент. URL: <http://www.progressivemanagement.com.ua/services-development-business-plans-businessplanning/develop-business-plan-unido>.
18. Ситник Н. І., Голюк В. Я. Менеджмент стартап проектів: навчальний посібник для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальностей «Прикладна фізика», «Прикладна математика», «Безпека інформаційних і комунікаційних систем», «Системи технічного захисту інформації». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. 58 с.
19. Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2003. 432 с
20. Положення щодо конкурсного відбору проектів для державного стимулювання створення і використання винаходів (корисних моделей) та промислових зразків: затвердж. Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 12.12.2018 року № 1879. Офіційний вісник України. 2018 р. Ст. 3213.

21. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо встановлення спеціального податкового режиму. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=67671](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67671).

22. URL: <https://vinorobnastanciya.com.ua/ua/a493682-istoriya-vinodeliya-ukrainskih.html>

23. URL: <https://opendatabot.ua/c/31207146>

24. URL: <http://surl.li/phzbg>

25. Обнявко В.О. Стан та перспективи розвитку галузі виноградарства й виноробства в Одеській області. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 521. С. 93-99.

26. Обласна цільова програма розвитку виноградарства та виноробства Херсонської області на 2021-2025 роки (проект). Департамент розвитку сільського господарства та зрошення ХОДА. URL: <http://surl.li/shtut>

27. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vina-v-ukraine-2023-god>

28. Аверчева Н.О. Регіональні аспекти розвитку виноградарства і виноробства в Україні. Агросвіт. № 23, 2021.

29. Винний гід України: офіційний сайт.

30. Россоха В. В., Петриченко О.А. Потенціал ринку вина в Україні. Економіка АПК. 2020. № 9. С. 17-29.

31. Розвиток виноградарства в Україні потребує регіонального та зонального підходів - експерт. URL: <http://surl.li/shtvd>.

32. Колесніченко О. Стали менше пити? Як війна змінила алкогольні звички українців та ринок. Українська правда. Економічна правда.

33. Надія Лапицька, Кароліна Бережняк. Аналіз ринку плодово-ягідних вин та активаторів бродіння ВНТ. 2022. № 3.

34. Вина плодово-ягідні. Загальні технічні умови: ДСТУ 6036:2008. [Чинний від 2009-01-01]. К.: Держспоживстандарт України, 2008. 15 с.

35. Виноматеріали плодово-ягідні оброблені. Загальні технічні умови: ДСТУ 6037:2008. [Чинний від 2010-01-01]. К.: Держспоживстандарт України, 2009. 18 с.

36. Загальні правила переробки плодів і ягід на виноматеріали: КД У 00011050-15.94.10-1:2008. Затв. Мінагрополітики України 03.12.2008. К.: Мінагрополітики України, 2008. 27 с.

37. Основні правила виробництва та зберігання плодово-ягідних вин і сидру». КД У 00011050-15.94.10-2:2008 Затв. Мінагрополітики України 03.12.2008. К.: Мінагрополітики України, 2008. 25 с.

38. URL: [https://biz.ligazakon.net/news/217604\\_v-ukran-mozhut-skasuvati-ltsenz-malim-virobnikom-vina](https://biz.ligazakon.net/news/217604_v-ukran-mozhut-skasuvati-ltsenz-malim-virobnikom-vina)

39. Олар К. Сидр: перспективи напою на українському ринку. Напої. Технології та інновації. 2022. № 3(92). С. 49– 52.

41. URL: <http://surl.li/shtwn>

42. URL: <http://surl.li/shtwt>

43. URL: <https://tsn.ua/groshi/v-ukrayini-rozpochavsya-sezon-malini-yakini-2098024.html>

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

## Матриця оцінки вина

№ з п	Параметри оцінюваного товару	Рівні оцінки товару			
		0	1	2	3
		"погано"	"задовільно"	"добре"	"відмінно"
1	Маркування	Погано оформлена етикетка, не дістає деяких компонентів стандартної інформації	Етикетка містить найменування товарного знаку, підприємства-виробника, місткість пляшки, склад вина.	Етикетка добре оформлена, містить стандартну інформацію	Етикетка барвиста, привертає увагу. Крім стандартної інформації містить ще й корисну інформацію, можливі варіанти лотерей
2	Смакові якості	Порожній смак і сторонні присмаки	Нечистий слабо виражений смак	Чистий смак, але не дуже гармонічний	Гармонічний, повний, чистий смак
3	Упакування	Вино погано закупорене або має видимі дефекти (це може вказувати на фальсифікацію продукту)	Упакування не дуже гарне	Стандартний вид упаковки	Форма упаковки має оригінальний вигляд, кришка добре укупорена.
4	Рекламна стратегія	Реклама одноманітна. Створено 2-3 рекламних роликів за весь період існування товару	Стандартна реклама, без чогось особливого.	Реклама сприймається на 40-60% Досить часте відновлення рекламних роликів	Використовуються всі види реклами. Реклама жива, цікава, пізнавальна з елементами гумору. Регулярний вихід нових рекламних блоків, плакатів і т.д. (підкріплювальна реклама)
5	Якість сировини	не якісна сировина.	Використовуються інші сорти малини	Використовується основний сорт малини, але не зовсім гарної якості.	Використовуються добре кращі сорти малини