

**КОНСПЕКТ-ШПАРГАЛКА**

**ЯК? ТАК**



## З ЧОГО ПОЧАТИ

Хто знає як  
правильно  
відкривати  
кав'ярню ?



Ніхто!

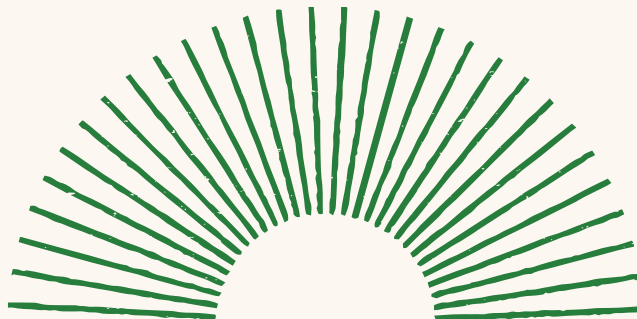
## ІДЕЯ

ПРИД  МАТИ

СПІ  ДИТИ

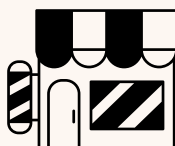
Д  СЛІДИТИ

## НАТХНЕННЯ



Instagram. Application. Podcast. YouTube. Travel.

## ФОРМАТ



Вибір формату кав'ярні залежить від вашої цільової аудиторії, концепції та ресурсів, які ви готові вкласти у свій бізнес. Пам'ятайте, що формат може бути адаптований та комбінований, щоб відповідати вашим потребам та унікальності: на виніс, кав'ярня-сніданки, кав'ярня-бар, кав'ярня-магазин, кав'ярня-книгарня, кав'ярня-сексшоп, кав'ярня-барбершоп, кав'ярня-....

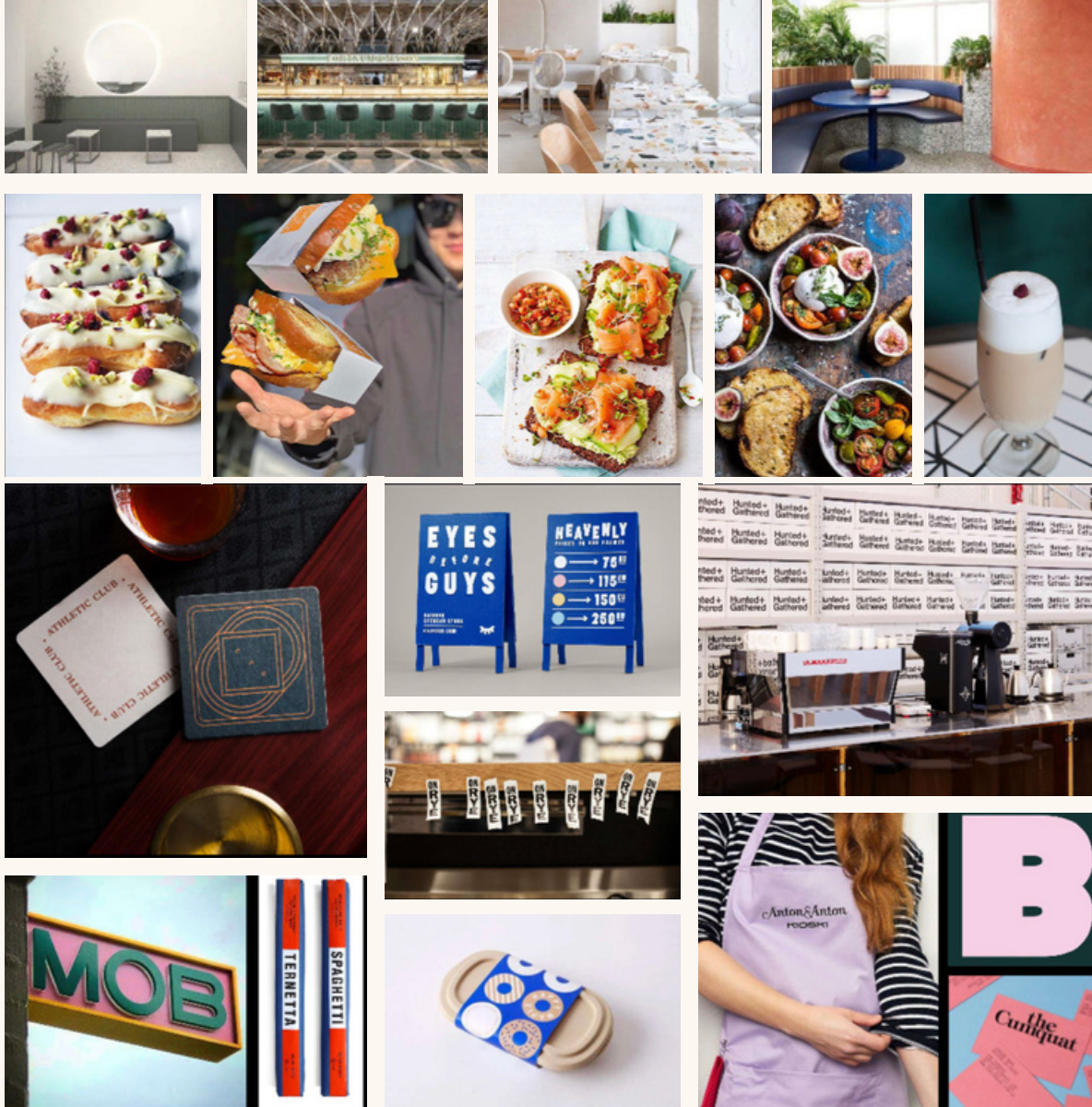
## А МОЖЕ КУПИТИ ФРАНШИЗУ ?!

### FRANCHISE

- + **Готові розрахунки:** у франчайзинговій пропозиції вже є всі необхідні цифри, тож ви одразу отримаєте уявлення як про розмір очікуваних витрат, так і про обсяг майбутнього прибутку.
- **Наявність додаткових виплат:** за надані бонуси та гарантії передбачена плата у вигляді паушального внеску та роялті.
- + **Підтримка франчайзера:** ризик здійснення помилки на порядок знижується, оскільки ви завжди зможете звернутися за консультацією до досвідченого тренера в особі франчайзера.
- **Зв'язаність зобов'язаннями:** ви не зможете повноправно розпоряджатися своїм бізнесом і приймати самостійні управлінські рішення на глобальному рівні; основна вимога до франчайзі – це слідування стандартам компанії.
- + **Чіткі інструкції:** окрім готових розрахунків, ви отримаєте відпрацьований бізнес-план, який дозволить ефективно керувати підприємством навіть без наявності досвіду.
- **Залежність:** доля вашої справи буде багато в чому залежати від рішень франчайзера, який, зокрема, може продати власний бізнес іншій особі або навіть закрити його.
- + **Прискорений вихід на самоокупність:** налагодженість усіх бізнес-процесів і вигідні умови на старті сприятимуть швидкій окупності ваших інвестицій.
- **Неоригінальність:** купуючи франшизу, ви будете тиражувати успішну ідею іншої людини без можливості самому стати розробником нового продукту.

НІ? ХОЧЕШ ВЛАСНУ КАВ'ЯРНЮ?  
ТОДІ ПОЧИНАЙ РЕФЕРЕНСУВАТИ!





“

Збір референсів є критично важливим кроком при плануванні відкриття кав'ярні. Він допомагає зрозуміти тренди індустрії, визначити очікування клієнтів і надихнутися ідеями для створення унікального простору та пропозиції.

Референси можуть включати:

- дизайн інтер'єру,
- меню,
- маркетингові матеріали,
- відгуки клієнтів ,
- інші елементи, які впливають на успіх.

Вони допомагають уникнути типових помилок, інновувати та вирізнитися на ринку. Збирання та аналіз референсів має бути постійним процесом, що супроводжує вас на всіх етапах планування та підготовки до відкриття власної кав'ярні.

”

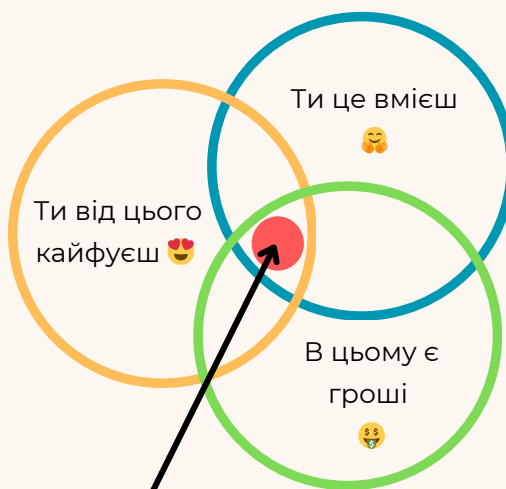




# КОНЦЕПЦІЯ

- це те, що має бути продумано до дрібних деталей, починаючи від дизайну інтер'єру й закінчуючи вибором зерна. Концепція кав'ярні більше залежить від формату закладу.

- цільову аудиторію,
- основна пропозиція,
- стиль і дизайн,
- неймінг,
- меню,
- обслуговування,
- персонал,
- маркетингова стратегія,
- брендування,
- цінова політика,
- зв'язок з клієнтами,
- соціальна відповідальність,
- місія-візія.

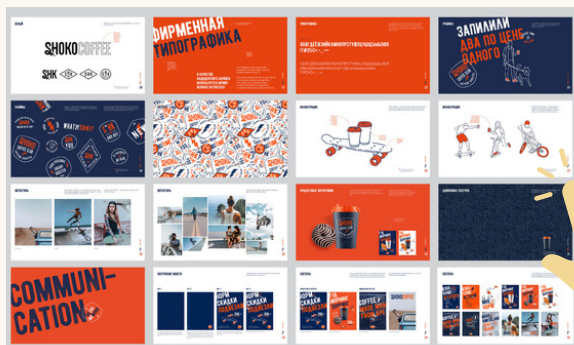


В цій точці **G** знаходиться успішний бізнес

ВИРІШИШ "ПРОБЛЕМУ" - РОЗКАЖИ ПРО ЦЕ "СВІТУ"

*а краще створи проблему, виріши її та розкажи 😊*

# БРЕНД-БУК



1. Опис бренду.
2. Брендова історія
3. Логотип
4. Кольори бренду.
5. Типографіка.
6. Графічні елементи.
7. Тон і голос бренду.
8. Соціальні медіа.
9. Правила та заборона.
10. Захист бренду.

Тисни та отримай зразок бренд-буку 📁

Для кав'ярні бренд-бук відіграє кілька важливих ролей:

1. **Забезпечення послідовності:** допомагає забезпечити послідовність у використанні брендних елементів у всіх точках контакту з клієнтами, від оформлення інтер'єру кав'ярні до веб-сайту, соціальних мереж і маркетингових матеріалів. Це допомагає клієнтам швидше розпізнавати і запам'ятовувати бренд.
2. **Підтримка брендової ідентичності:** містить інструкції щодо того, як представляти бренд, що сприяє збереженню сильної і зрозумілої брендової ідентичності. Це особливо важливо для нових кав'ярень, які прагнуть вибудувати своє місце на ринку.
3. **Спрощення внутрішньої та зовнішньої комунікації:** є зручним інструментом для нових співробітників та зовнішніх партнерів, таких як дизайнери, маркетологи та рекламні агентства, дозволяючи їм швидко зрозуміти, як правильно представляти бренд.
4. **Диференціація на ринку:** допоможе кав'ярні виділитися серед конкурентів, підкресливши її унікальні особливості та цінності.
5. **Підтримка маркетингових зусиль:** сприяє створенню ефективних маркетингових кампаній, які відповідають загальній стратегії бренду.



## НАЗВА

Назва повинна повністю гармоніювати з загальною концепцією. Вона повинна бути запам'ятовуючою та легкою. Не бійтеся проводити опитування серед потенційної цільової аудиторії, якщо ви сумніваєтеся у виборі. Пам'ятайте про гармонію всіх процесів. Запам'ятайте важливий момент: майбутні гості дізнаються про вас, побачивши або почувши ваше ім'я. І у них одразу ж виникне асоціація. Так ось, важливо, щоб перша асоціація, що виникла у гостя, співпала з реальністю, яку він побачить, переступивши поріг вашого закладу. А ще краще - ваше найменування повинно викликати у гостя правильну асоціацію.

Придумавши назву, обов'язково перевірте, чи не зайнята придумана вами назва вже кимось, щоб уникнути у подальшому відмови у реєстрації бренду.

## ФІЛОСОФІЯ, МІСІЯ І ЦІННОСТІ



Дизайн – це не просто те, як виглядає продукт, або як він відчувається. Дизайн – це те, як він працює. © Стів Джопс



Люди не купують те, що ви робите, вони купують те, чому ви це робите. І те, що ви робите, просто слугує як доказ того, у що ви вірите. © Саймон Сінек



Цінність бренду - це просто загальна сума того, скільки люди готові переплатити, або як часто з усіх вони будуть обирати саме цей бренд - пов'язані з ним очікування, спогади, історії та відносини. © Сет Годін



Важливість філософії, місії та цінності бренду для кав'ярні:

- **Диференціація на ринку.** Допомога вирізнитися серед конкурентів, надаючи клієнтам зрозумілі причини вибрати саме вашу кав'ярню.
- **Залучення та утримання клієнтів.** Люди більш схильні повторно відвідувати та рекомендувати заклади, з якими вони розділяють спільні цінності та ідеї.
- **Мотивація співробітників.** Працівники, які розділяють філософію, місію та цінність бренду, більш мотивовані та віддані своїй роботі, що позитивно впливає на загальну продуктивність і атмосферу в кав'ярні.
- **Стратегічне планування.** Надають стратегічне бачення та допомагають приймати обґрунтовані рішення, які сприяють досягненню довгострокових цілей бізнесу.

# МАРКЕТИНГ-МІКС

Маркетинг-мікс - комплекс заходів, які визначають позиціонування продукту на ринку.



**Продукт (Product):** Що саме продається, включаючи як фізичні товари, так і нематеріальні послуги. Для кав'ярні це може бути різноманітність кавових напоїв, десертів, а також атмосфера або досвід, який вона пропонує.

**Ціна (Price):** Це те, скільки споживачі готові платити за продукт або послугу. Стратегія ціноутворення може включати знижки, спеціальні пропозиції та визначення цінового діапазону відповідно до цільового сегменту ринку.

**Місце (Place):** Де і як продукт або послуга будуть доступні для цільової аудиторії. Для кав'ярні це може означати вибір місця розташування, а також використання онлайн-платформ для замовлення або доставки.

**Просування (Promotion):** Як компанія комунікує зі своїми потенційними клієнтами про свій продукт або послугу. Це може включати рекламу, PR, онлайн-маркетинг, соціальні мережі, акції та інші способи просування.

**Люди (People):** Всі особи, які безпосередньо або опосередковано беруть участь у споживанні або наданні послуги, включаючи співробітників і клієнтів. Для кав'ярні важлива якість обслуговування та вміння створювати приємну атмосферу.

**Процеси (Processes):** Механізми, процедури та потоки робіт, які використовуються для надання та споживання послуги. У випадку кав'ярні це може бути процес замовлення, приготування напоїв і обслуговування клієнтів.

**Фізичне середовище (Physical Evidence):** Фізичне або цифрове середовище, в якому надається послуга. Для кав'ярні це може бути дизайн інтер'єру, меблі, декор, музика, а також веб-сайт або додаток.

## ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Поки ви не визначитеся з потенційними гостями, ви не зможете спланувати маркетингову стратегію та привернути гостей до закладу. Давайте спробуємо розібратися.

По-перше, потрібно прийняти, що ваш потенційний гість — це жива людина зі своїми особливостями, вимогами, бажаннями, проблемами та своїм баченням "красивого" та "смачного". А оскільки у вас за день має бути велика кількість гостей, а не один, вони будуть всі дуже різні. Молоді та дорослі, середнього достатку та заможні, мусульмани, християни та буддисти, любителі різної музики та кожен зі своєю думкою. Ваше завдання — визначити саме тих гостей, яким будуть близькі ваші цінності.

По-друге, основне завдання — уявити повне заповнення, тобто 100%-ну заповненість вашого закладу, та описати кожну людину, яка сидить за столиком. Його інтереси, причину присутності у вашому закладі та скільки він готовий витратити за кожну позицію з категорій меню. Ви повинні уявляти кожного вашого гостя, відчувати його.

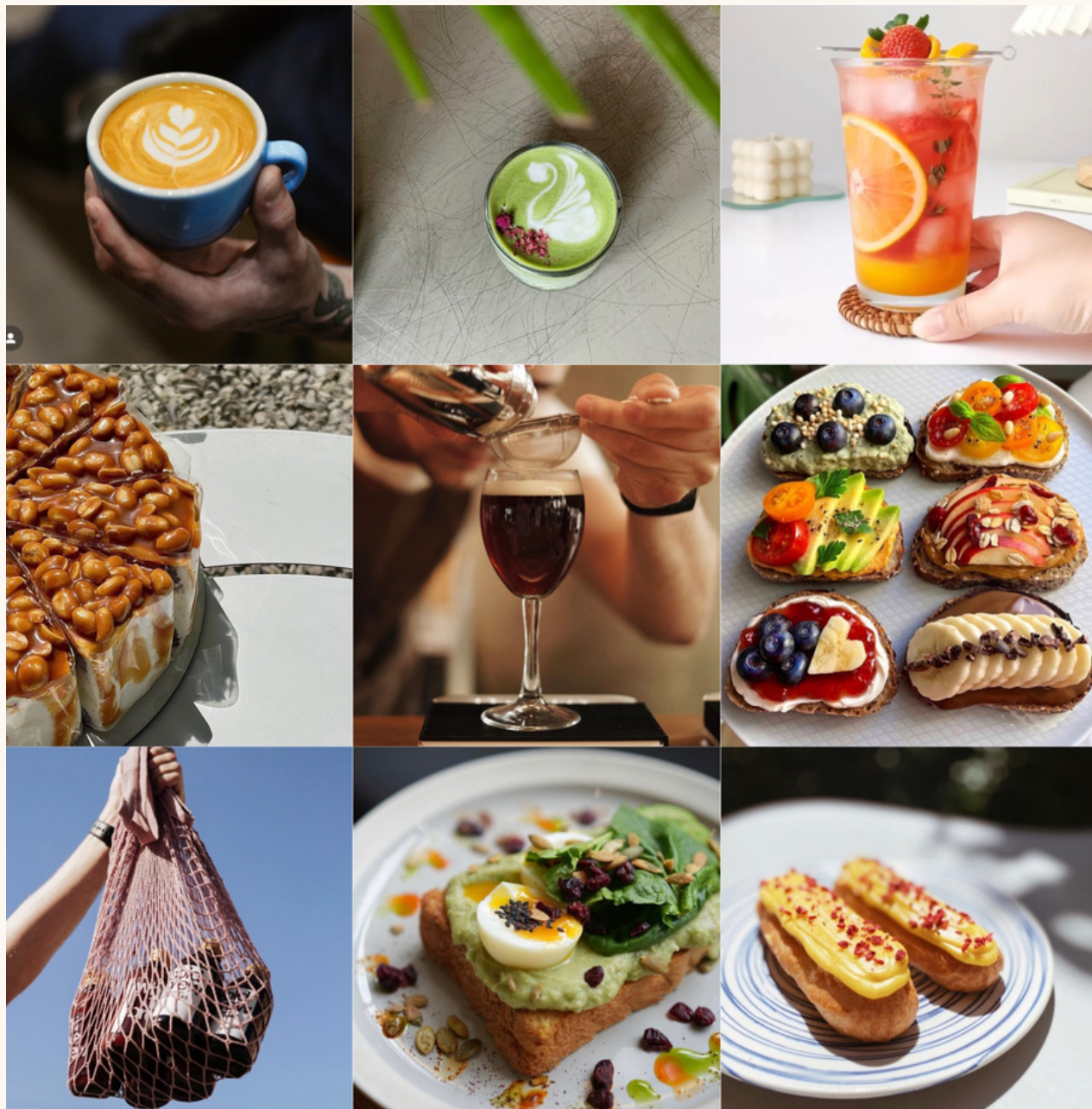
Розділіть гостей на групи. Їх може бути кілька (чим більше, тим краще). І дайте опис кожній групі. Можете скористатися нашими підказками щодо створення груп цільової аудиторії. Це відомий метод Шеррінгтона 5W. Вам необхідно просто задати п'ять запитань та розгорнуто на них відповісти:





## ПОПЕРЕДНЄ МЕНЮ

Створення попереднього меню для кав'ярні є важливим кроком, що дозволяє вам планувати простір, посуд, обладнання та багато іншого на етапі реалізації проекту власної кав'ярні.



Щоб ви не створили, який би дизайн не зробили, скільки б не витратили на маркетинг та рекламу, точкою у вашій історії буде - продукт. З ним потрібно починати працювати з самого початку.



## ЩО ПРОПИСАТИ

1. Сезонне: зима, весна, літо, осінь.
2. Святкове: різдвяне, новорічне, день закоханих та інше...
3. Авторське, фестивалльне...
4. Акційне, соціальне...

- Основна (фірмову) пропозицію.
- Напої.
- Алкоголь.
- Їжу.
- Кондитерку.
- Додаткову пропозицію.
- Шоу-рум.
- Цінову політику.
- Кількість позицій.

Візуалізуй кожен позицію майбутнього меню: подача, оформлення, склад.



## ВВЕДЕННЯ МЕНЮ



1. Дослідження та аналіз.
2. Референс.
3. Концепція.
4. Постачальники.
5. Пропрацювання.
6. Технологічні та калькуляційні карти.
7. Затвердження ціни.
8. Внесення позицій у касу фіскальну.
9. Навчання персоналу.
10. Фотосесія.
11. Маркетингова та рекламна стратегія.
12. Впровадження.
13. Збір відгуків.
14. Оптимізація.
15. Коригування.

# ПОСТАЧАЛЬНИКИ



Вибір правильного постачальника — це не просто знаходження джерела продукції; це створення довгострокових партнерських відносин, які підтримуватимуть розвиток вашого бізнесу та допоможуть підтримувати високу якість обслуговування клієнтів.

Фактори, які слід враховувати при виборі постачальників:

## 1. Якість продукції

- Оцініть, чи відповідає якість продукції постачальника вашим стандартам та очікуванням клієнтів.
- Проведіть дегустацію продукції або запросіть зразки перед ухваленням рішення.

## 2. Надійність та стабільність

- Переконайтеся, що постачальник може гарантувати регулярні та своєчасні поставки.
- Дослідіть історію постачальника на предмет будь-яких перерв у поставках або інших проблем.

## 3. Цінова політика

- Зрозумійте цінову політику та умови оплати.
- Оцініть, як ціна впливає на ваші загальні витрати та маржу.

## 4. Умови договору

- Вивчіть умови договору, звертаючи увагу на мінімальні обсяги замовлення, терміни оплати, можливості повернення товару тощо.

## 5. Сертифікації та стандарти

- Переконайтеся, що постачальник відповідає всім відповідним галузевим стандартам та сертифікаціям, особливо щодо безпеки продуктів та екологічних норм.

## 6. Гнучкість

- Оцініть, наскільки постачальник готовий йти на зміни у випадку зміни ваших потреб або непередбачуваних обставин.

## 7. Підтримка та сервіс

- Дізнайтеся про рівень підтримки, яку надає постачальник, та про наявність сервісних послуг.

## 8. Репутація

- Перевірте відгуки та рекомендації інших бізнесів, які співпрацюють з цим постачальником.
- З'ясуйте, чи існують які-небудь скарги або негативні відгуки щодо їхньої роботи.



[KATALOG palarni kawy PL](#)



Тисни на картинки та отримуй додаткову інформацію 📺

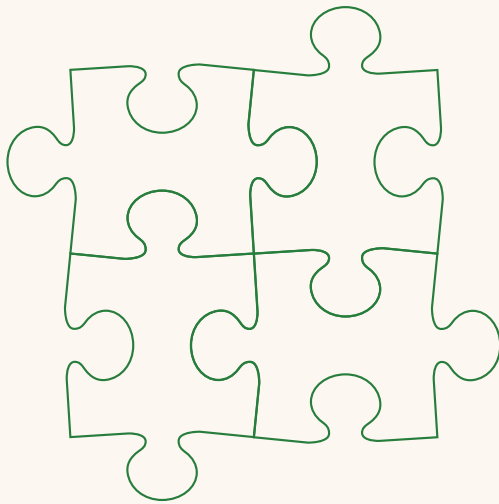
## МІСЦЕ

фасад  
центр (5хв від центру)  
високий трафік



хто його знає де,  
лише для своїх,  
запусим таргет - знайдуть

## ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ

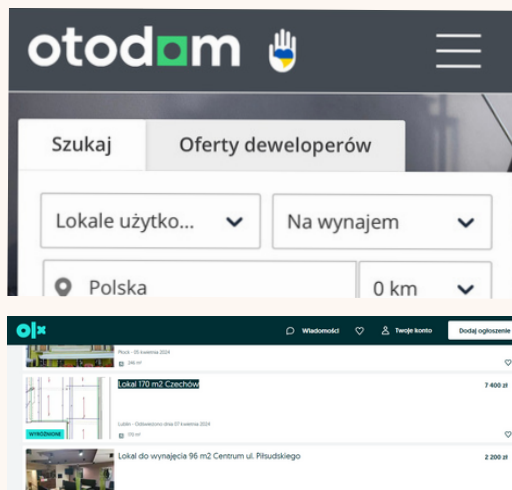


1. Район
2. Цільове призначення - гастрономія
3. Електрика від \_\_\_ кВт
4. Вода, вентиляція, каналізація, санвузол
5. Фасад
6. Площа від \_\_\_ м2
7. Ціна за \_\_\_ м2
8. Конкуренти
9. Сусіди
10. Літня площадка
11. МАХ орендні канікули/MIN кауція
12. Договір

## ПОШУК ПРИМІЩЕННЯ



ГУЛЯТИ



OLX/OTODOM



РІЕЛТОР

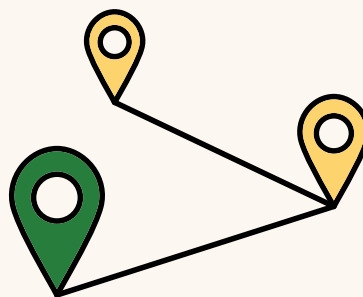


## ДОГОВІР

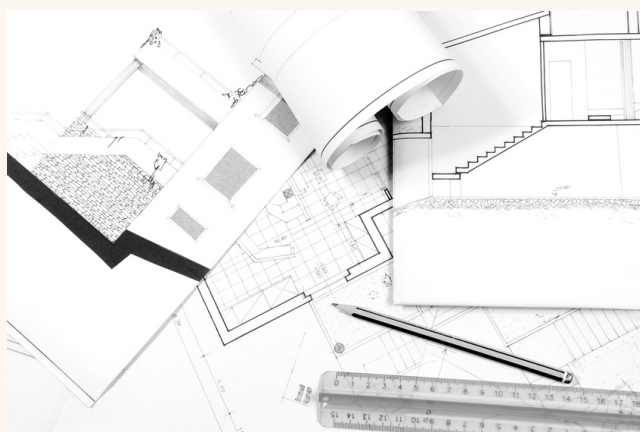
1. Перевірка права власності.
2. Термін оренди.
3. Орендна плата.
4. Ремонтні роботи.
5. Зовнішня реклама.
6. Комунальні платежі.
7. Умови розірвання договору.
8. Пролонгація.
9. Літній майданчик.
10. Юридичний супровід.

## КОНКУРЕНТИ

1. Досліджуємо всі кав'ярні та гастрономії в районі.
2. Сильні сторони конкурентів.
3. Цінова політика конкурентів.
4. Цільова аудиторія конкурентів.
5. Маркетингова стратегія конкурентів.
6. Особливості розташування.
7. Аналіз рейтингу та відгуки.
8. Поспілкуйся з клієнтами конкурента.
9. Поспілкуйся з персоналом конкурента.
10. Співпраця з конкурентами.



## ДИЗАЙН-ПРОЕКТ



1. Даємо референс.
2. Даємо бренд-бук.
3. Кольорове рішення.
4. Функціонує планування.
5. Розстановка обладнання.
6. Меблі.
7. Креслення.
8. Інтер'єр.
9. 3D візуалізація.
10. Нагляд.

~~Я зможу сам! 100% плагіат! Персонал витримає всі незручності!~~

# ПІДРЯДНИКИ



1. Визначення потреб.
2. Пошук підрядників.
3. Оцінка кваліфікації.
4. Збір пропозицій.
5. Перевірка референцій.
6. Укладання договору.
7. Комунікація та контроль.
8. Завершення проекту.

## **1. Будівельні та Ремонтні Підрядники.**

Загальні підрядники: Відповідають за управління загальним процесом будівництва або ремонту, включаючи найм субпідрядників.

Субпідрядники: Спеціалізуються на конкретних областях, таких як електрика, сантехніка, покрівля, фарбування тощо.

## **2. Дизайнери Інтер'єру та Архітектори.**

Працюють над створенням дизайну інтер'єру, що відображає концепцію вашої кав'ярні, оптимізує простір для комфорту відвідувачів і ефективності робочих процесів.

## **3. Постачальники Обладнання.**

Постачають необхідне обладнання для приготування кави та інших напоїв, а також меблі, посуд тощо.

## **4. IT-Підрядники.**

Встановлюють та налаштовують касові апарати, системи обліку, Wi-Fi обладнання, системи відеоспостереження та інші технологічні рішення.

## **5. Маркетингові Агентства або Консультанти.**

Допомагають розробити та реалізувати маркетингову стратегію, включаючи брендинг, онлайн-присутність, рекламні кампанії та просування в соціальних мережах.

## **6. Правові Консультанти.**

Надають юридичні послуги для реєстрації бізнесу, отримання необхідних ліцензій та дозволів, консультують з питань оренди або купівлі нерухомості.

## **7. Бухгалтери та Фінансові Консультанти.**

Допомагають з фінансовим плануванням, податковим обліком, управлінням бюджетом та іншими фінансовими аспектами ведення бізнесу.

## **8. Спеціалісти з Охорони Праці та Безпеки.**

Консультують з питань відповідності вимогам охорони праці, пожежної безпеки та санітарних норм.



## ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ

Після того, як ви визначили концепцію, відповіли для себе на багато питань, потрібно розібратися у фінансах. Без планування, розуміння чітких цифр, термінів та планів, прибутку ви можете не отримати ніколи, не кажучи вже про повернення інвестицій.

На першому етапі потрібно визначитися з бюджетом інвестицій. Тут є два шляхи: або у вас вже є певний бюджет, з яким можна працювати, або вам потрібно цей бюджет сформувавши. Якщо у вас є затверджений бюджет, необхідно розподілити його за категоріями витрат. І тоді вам одразу стане зрозуміло, чи можете ви на цей бюджет реалізувати вашу концепцію. Або її потрібно адаптувати, виходячи з наявних можливостей.



- Оренда приміщення + кауція.
- Комунальні витрати в період підготовки кав'ярні до запуску.
- Графічний дизайнер.
- Дизайн-проект кав'ярні.
- Будівельні роботи + матеріали.
- Дизайнерські елементи майбутньої кав'ярні.
- Брендуння та поліграфічні брендові матеріали для кав'ярні.
- Меблеве облаштування кав'ярні.
- Вуличні меблі.
- Касовий апарат.
- Еспресомашина.
- Фільтр для води.
- Фільтр-кавоварка.
- Кавомолки.
- Холодильне та морозильне обладнання.
- Блендер, льодогенератор та інше барне обладнання...
- Обладнання на кухню
- Посудомийна машина.
- Інструменти бариста
- Посуд
- Акустика для кав'ярні
- Безпека та відео-нагляд.
- Перша закупівля сировини та розхідних матеріалів
- Страхування готової до відкриття кав'ярні на перший рік роботи
- Витрати на документацію для відкриття кав'ярні
- Інші додаткові/не передбачувані витрати



## ПЛАНУЄМО



Загальна площа приміщення = 50 кв.м  
 Бар/Кухня/Госп.зони = 20 кв.м  
 Стіл+2 стільця = 2,5 кв.м  
 Підсумок: 30:2,5=12х2=24 місця



08:00 80%	12:00 100%	15:00 70%	18:00 60%
09:00 загрузка	13:00 загрузка	16:00 загрузка	19:00 загрузка
10:00 залу	14:00 залу	17:00 залу	20:00 залу
= 20 гостей	= 24 гостей	= 17 гостей	= 15 гостей



**Виторг**  
 Середня кількість гостей в день  
 Середній чек на гостя  
 Кількість робочих днів  
 Середній місячний виторг

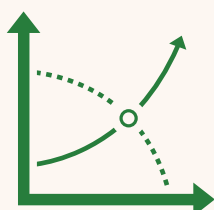


**Постійні витрати**  
 Оренда приміщення  
 Комунальні витрати  
 (електро-, водо-, тепло-постачання, вивіз сміття, інтернет, інше...)  
 Фонд заробітної плати  
 Адміністративні витрати  
 (пос-термінал, абон-плати, ліцензії, інше...)  
 Маркетингові витрати  
 Господарчі витрати  
 (прибирання, миюче та інші розхідні матеріали)  
 (SMM, таргет, контент, інше...)  
 Інші постійні операційні витрати



**Змінні витрати**  
 Food cost  
 Податок  
 Інші змінні операційні витрати

## ТОЧКА БЕЗБИТКОВОСТІ КАВ'ЯРНІ



$$= \frac{\text{Постійні Витрати}}{(1 - \text{Ціна продажу одиниці продукції} / \text{Змінні витрати на одиницю продукції}) \times 100\%}$$





## ТОЧКИ КОНТРОЛЮ



Food Cost до 20%  
Фонд Заробітної плати до 25%  
Оренда і комунальні до 10%  
Податки до 10%  
Маркетингові витрати до 5%  
Резервний фонд 2%  
Адміністративні витрати до 3%  
Інші витрати до 5%  
Прибуток від 20%

## ЦІНОУТВОРЕННЯ

1. Порахувати повну собівартість
2. Проаналізувати ринок та ціни конкурентів
3. Зрозуміти, чи покриває конкурентна ціна нашу собівартість + запланований прибуток
4. Чи покриє конкурентна ціна нашу собівартість у великих обсягах.
5. Якою буде цінова стратегія (додаткова цінність, ім'я тощо).

**ЦІНА = СОБІВАРТІСТЬ x НАЦІНКА**

- середня націнка в кав'ярні = 300-400 %

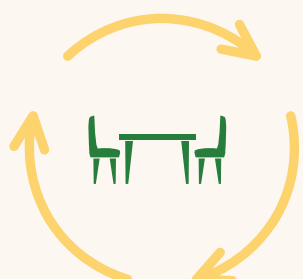
## ЧЕК

СЕРЕДНІЙ ЧЕК = об'єм продажів : кількість гостей

## СТРУКТУРА ЧЕКУ

Одинокий	Комбо	Ідеальний
Капучино 14 zł	Капучино 14 zł Десерт 20 zł	Капучино 14 zł Десерт 20 zł Шоу-Рум 20zł
Всього 14 zł	Всього 34 zł	Всього 54 zł

## ОБОРОТНІСТЬ СТОЛУ


$$= \frac{\text{Кількість гостей/Час роботи}}{\text{Кількість столів}}$$



# КАЛЬКУЛЯЦІЙНА КАРТА

Перед тим як скласти калькуляцію страв, шеф-бармен/кухар робить технологічну карту, до якої входять:

- рецептура страви;
- закупівельна вартість кожної одиниці товару;
- врахування ваги бруто й нетто.

Руководитель предприятия  
Утверждаю «\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г.

Организация  
Предприятие

Технологическая карточка №  
Наименование блюда: **БЕЙБИ ОЛАДЬИ**

№ п/п	Наименование сырья	Ед. измер	Брутто на 1 порцию	Нетто на 1 порцию
1	Кефир детский Злагода	гр	0,100	0,100
2	Яйцо	шт	1	1
3	Соль	гр.	0,5	0,5
4	Сахар	гр.	50	50
5	Сода	гр.	5	5
6	Яблочный уксус	гр.	15	15
7	Мука	гр.	100	100
8	Растительное масло	гр	20	20
9	Сахарная пудра	гр	0,5	0,5
10	Бутоны роз	гр	1	1
11	Мята	гр	1	1
12	Варенье из вишни с розой	гр	40	40
13	Сметана	гр	40	40
Выход 1 порции :200гр.				

Технология приготовления  
В миску добавляем детский кефир, вбиваем одно яйцо, щипотку соли, 50 гр сахара. В столовую ложку насыпаем чайную ложку без горки соды и гасим ее одной полной столовой ложкой яблочного уксуса. Тщательно взбиваем венчиком, добавляя муку, через сито. Тесто должно слегка рваться когда стекает с ложки. На разогретую сковородку наливаем растительное масло, и чайной ложкой выкладываем оладьи, аккуратно маленькими кружочками. Когда верхняя часть оладьев начинает лопать пузырьки – переворачиваем. Выкладываем в глубокую голубую тарелку горкой, посыпаем сахарной пудрой и бутончиками чайной розы (3-4 штучки). Украшаем листиками мяты. В две стеклянные рюмочки кладем варенье из вишни с розами и сметану с деревянными ложечками.

Время приготовления:  
Min – 7 минут  
Max – 10 минут  
Вы не имеете права подавать в зал блюдо, которое не соответствует качеству и стандартам

Руководитель предприятия  
Утверждаю «\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г.

Организация  
Предприятие

Калькуляционная карточка №  
Наименование блюда: **БЕЙБИ ОЛАДЬИ**

№ п/п	Наименование сырья	Цена кг/шт	Брутто на 1 порцию	Нетто на 1 порцию	Цена за готовый пр-т
1	Кефир детский Злагода	45	0,100	0,980	4,5
2	Яйцо	2,5	1	1	2,5
3	Соль	8	0,005	0,004	0,001
4	Сахар	18	0,05	0,48	0,9
5	Сода	18	0,005	0,004	0,001
6	Яблочный уксус	110	0,015	0,013	1,7
7	Мука	12	0,100	0,980	1,2
8	Растительное масло	35	0,020	0,020	0,7
9	Сахарная пудра	40	0,005	0,004	0,2
10	Бутоны роз	1200	1	1	1,2
11	Мята	350	1	1	0,4
12	Варенье из вишни с розой	80	0,040	0,040	3,2
13	Сметана	40	0,040	0,040	1,6
Себестоимость 1 порции:200гр.					18,10

## РОЗРАХУНОК НОРМ ЗАГОТОВОК



=



Капучино  
0,180



Молочний коктейль  
0,220



Авторський напій  
0,250

X на загальну кількість запланованих продажів



# ПЛАН ПРОДАЖІВ

Зважаємо на:

- сезонність,
- календар святкових і вихідних днів,
- заплановані події,
- рекламну компанію,
- інше, що може вплинути на потік клієнтів.

ПЛАН ПРОДАЖІВ НА СЕРПЕНЬ 2023 року															
Дата	День	План по виторгу	ФАКТ виторгу	% виконання	к-ть чеків	середній чек	к-ть клієнтів	Напої		Десерти		Шоу-Рум		БАРИСТА	Коментар
								План	Факт	План	Факт	План	Факт		
01.08.2023	вівторок														
02.08.2023	середа														
03.08.2023	четвер														
04.08.2023	п'ятниця														
05.08.2023	субота														
06.08.2023	неділя														
07.08.2023	понеділок														
08.08.2023	вівторок														

Чому виникла різниця між планом і фактом?

Що я маю зробити зараз?

Який "урок" на майбутнє та що потрібно змінити?

АНАЛІЗУЄМО не суму ВИТОРГУ, а КІЛЬКІСТЬ чеків та гостей. І це не все...

## ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕНЮ

**Прибутковість:** Оцінюється прибуток, який генерують різні страви в меню. Аналізується вартість інгредієнтів, ціна продажу та попит на кожну страву.

**Популярність:** Визначається рівень попиту на кожну страву серед клієнтів. Досліджуються продажі, замовлення та побутові звички споживачів.

**Сезонність:** Враховується сезонні варіації в попиті на страви, щоб адаптувати меню до змін у сезонній популярності певних продуктів або страв.

**Маржинальність:** Аналізується маржинальна вигода, яка визначається відношенням вартості продажу до собівартості страви.



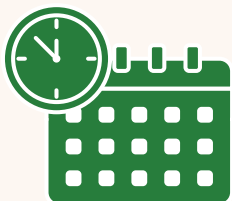
## АВС АНАЛІЗ

**Категорія А (висока важливість):** Ця категорія включає елементи, які мають найвищу вартість або найважливіший вплив на бізнес. Зазвичай це складає близько 20% елементів, які генерують близько 80% вартості або результату.

**Категорія В (середня важливість):** Ця категорія включає елементи, які мають помірну вартість або вплив. Вони становлять приблизно 30% елементів і приносять близько 15% вартості або результату.

**Категорія С (низька важливість):** Ця категорія включає елементи з найнижчою вартістю або впливом. Вони складають близько 50% елементів, але генерують лише приблизно 5% вартості або результату.

## ПЛАТІЖНИЙ КАЛЕНДАР



Прогнозування "касових розривів".

Планування забезпечення виконання зобов'язань.

Своєчасне визначення потреби у грошових коштах та відповідно своєчасне вжиття заходів щодо їх залучення.

Своєчасність платежів.

## КАСОВИЙ РОЗРИВ



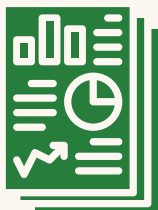
Відсунути оплати.

С-пооо-ві-льь-ниии-тиии виплати.

Прискорити надходження.

Залучення короткострокового фінансування.

## ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ



Cash Flow - звіт про надходження та видатки.

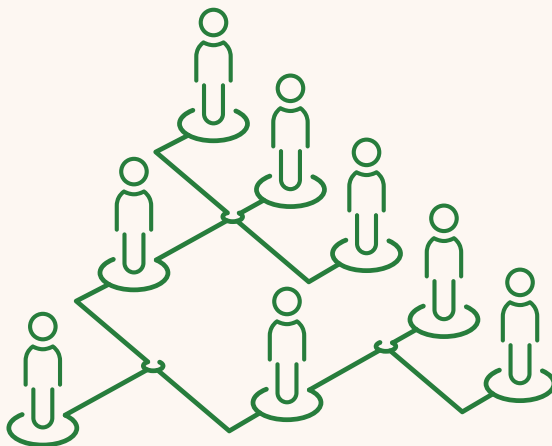
P & L (Profit&Loss) - звіт про прибутки та збитки.

Balance Sheet - звіт про власний капітал компанії.

## ФІНАНСОВИЙ ПОРТРЕТ

<b>Загальна сума інвестицій</b>	
Очікувана сума річного прибутку	
Термін окупності	
Очікуваний термін виходу на прибуток	
Очікуваний термін виходу на бажаний прибуток	
Кількість робочих годин в день	
Кількість робочих днів в місяць	
Очікувана сума річного обороту	
Середній очікуваний місячний оборот	
Середній очікуваний денний оборот	
Середній чек	
Місячна точка беззбитковості	
Денна точка беззбитковості	

## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА КАВ'ЯРНІ



Лінійно-функціональна структура найкраще підходить для організації роботи кав'ярні та інших гастрономічних закладів

Лінійні повноваження - повноваження, які передаються безпосередньо від начальника до підлеглого і далі іншим підлеглим (ієрархія рівнів управління).

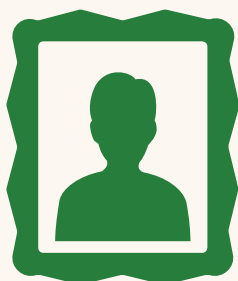
## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

- це сукупність цінностей, уявлень, норм поведінки та практик, які визначають спосіб функціонування і взаємодії працівників у певній організації.



1. Цінності та місія.
2. Лідерська комунікація.
3. Розвиток на напрямок руху.
4. Навчання та зростання.
5. Визнання та винагороди.

## ПОРТРЕТ ПРАЦІВНИКА



- Чесна та порядна дівчина.
- Неконфліктна з відсутністю схильності ображатися.
- Оптимізм та позитивність.
- Амбіційність.
- Самодисципліна.
- Фокус на результат.
- Командність.
- Знання іноземних мов.
- Приємна зовнішність.
- Знає що хоче від життя.

1. Опишуть основні фізичні та психологічні характеристики особи працівника.
2. Опишуть професійні навички, яким має володіти працівник.
3. Опишуть ціннісний та культурний портрет.
4. Опишуть перспективи розвитку працівника.
5. Опишуть додаткові навички, яким має володіти працівник.

# ПОШУК ПРАЦІВНИКІВ

РЕКРУТЕРИ  
САМОСТІЙНИЙ ПОШУК  
ХАНТІНГ

Оцінити > Перевірити > Продати > Влюбити



НЕ ЗАДАВАЙ ПИТАНЯ, ЩО ДРАТУЮТЬ 🤬

- 1 Кем вы себя видите через 5 лет?
- 2 Ваша любимая сказка в детстве?
- 3 Когда вы планируете заводить детей?
- 4 Почему вы хотите работать именно у нас?
- 5 Чем вы можете быть полезны нашей компании?
- 6 Почему мы должны выбрать вас среди других кандидатов?
- 7 Кто вы по знаку зодиака?
- 8 Что говорит о вас астрология/нумерология?





## А ЩО ТОДІ ЗАПИТАТИ ?

1. Опиши алгоритм дій...
2. Давай уявимо ситуацію...
3. Продай...
4. Презентуй...
5. Багато інших запитань, що відповідають твоїй корпоративній культурі та портрету працівника...

## НАВЧАННЯ > СТАЖУВАННЯ > АДАПТАЦІЯ

1. Навчання та передача всієї навчально-матеріальної бази - **ОБОВ'ЯЗКОВО**.
2. Засвоєння знань та готовність до самостійної роботи - перевір **ОСОБИСТО**.
3. Відсутність результату в перші дні - це **НОРМАЛЬНО**.

## СТАРТОВИЙ ПАКЕТ ПРАЦІВНИКА

1. Інформація про кав'ярню.
2. Стандарти роботи кав'ярні.
3. Технологічні карти.
4. Формений одяг.
5. Брендова продукція.

## МОТИВАЦІЯ

**МАТЕРІАЛЬНА**

*Прив'язка зп до результату роботи використовуючи КРІ.  
Соціальний пакет.  
Умови роботи.*



**НЕматеріальна**

*Розвиток навчання.  
Корпоративні події.  
Плюшки.  
Піклування.  
Комфорт і атмосфера.  
Гнучкий графік.  
Вайб.*

1. Рівень мотивації впливає на рівень продуктивності.
2. Система мотивації дозволить не збільшувати, а оптимізувати штат.
3. Дієві методи мотивації не пов'язані з фінансами.

**ЗАРОБІТНА ПЛАТА + % від КРІ +  
КОРПОРАТИВНІ ПЛЮЧКИ = ♥**

**Пропиши:** чіткий алгоритм і терміни виплати заробітної плати, а також критерії отримання % від КРІ.

**Заплануй:** навчання персоналу, зібрання, корпоративні події та інше...

**Проделегуй:** складання графіку роботи для працівників - працівникам, а тобі лише залишиться погодити.



# КРІ

## Key Performance Indicators

### Приклад ключових показників ефективності бариста

<b>Фінансовий</b>	<i>Виконання денного плану продажів</i>
	<i>Виконання місячного плану продажів</i>
<b>Професійний</b>	<i>Робота з еспресо - налаштування помелу та правильність готування.</i>
	<i>Робота з молоком - збивання молока та лате-арт.</i>
	<i>Вміння спілкуватися з гостями</i>
<b>Робочий</b>	<i>Чистота торгової точки</i>
	<i>Дотримання правил кав'ярні</i>
	<i>Наявність сировини</i>
<b>Непередбачуван ий</b>	<i>Вирішення критичних ситуацій</i>
	<i>Принесення користі компанії</i>



**ПРАЦІВНИКИ ПРИХОДЯТЬ  
В КОМПАНІЮ, А ЙДУТЬ ВІД  
КЕРІВНИКА**

## ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО ЛІДЕРА

1. Позитивність та оптимізм.
2. Емоційна стабільність.
3. Вміння чути команду.
4. Високий рівень енергії.
5. Лідерство, що служить.
6. Емоційне лідерство.
7. Зворотний зв'язок.
8. Послідовність і обов'язковість.
9. Чітке бачення майбутнього.
10. Підтримка єдиного актуального інформаційного поля.
11. Особистий приклад.
12. Постійний саморозвиток.

## ПРОБЛЕМНИЙ ПРАЦІВНИК

1. Аналіз ситуації.
2. Один на один - конфіденційна розмова.
3. Підтримка, розуміння та ще один "шанс".
4. Моніторинг з встановленим терміном.
5. Виправлення ситуації, або ЗВІЛЬНЕННЯ.



## СТАНДАРТИЗАЦІЯ

Стандарт кав'ярні - це систематизований комплекс вимог і рекомендацій, що визначає якісні та експлуатаційні стандарти для всіх аспектів функціонування кав'ярні.

А може якось можна і без...



МОЖНО ЖИТЬ И БЕЗ ЯИЦ  
но - грустно

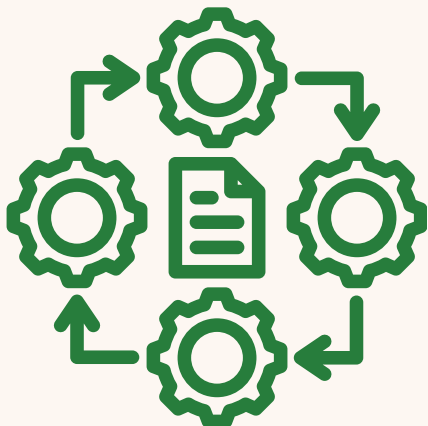
Стандарт кав'ярні - це результат, який ми хочемо одержати.

## ДЛЯ ЧОГО ЦЕ ПОТРІБНО ?!

1. Прозорість управління кав'ярнею.
2. На всі запитання (в тому числі дурні) є відповіді.
3. Не "зав'язуємося" на персоналі.
4. Бренд та імідж кав'ярні.
5. Якщо не пропишемо - це зроблять працівники в своїй голові... але не факт, що це працюватиме так, як хочемо ми.

## УПРАВЛІННЯ КАВ'ЯРНЕЮ БЕЗ СТАНДАРТІВ





## ЩО СТАНДАРТИЗУВАТИ?!

1. Чистота в кав'ярні.
2. Обслуговування.
3. Продажі.
4. Товарообіг.
5. Якість товару.
6. Роботу з обладнанням.
7. Роботу з грошима.
8. Обов'язки співробітників.
9. Навчання персоналу.
10. Дисциплінарну політику.

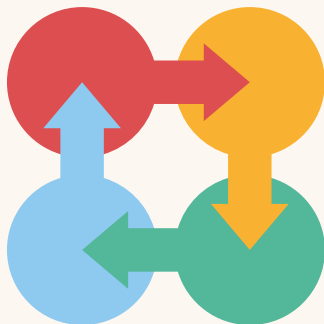
Та ще багато іншого:

- Стандарти чистоти прописані.
- Стандарти тех. стану прописані.
- Стандарти зовнішнього вигляду працівників прописані.
- Вимоги до організації робочих місць затверджено.
- Вимоги до товару затверджені.
- Вимоги до хімії затверджені.
- Вимоги до інвентарю затверджені.
- Рецептурна книга створена
- Навчальна рецептура створена
- Стандарти сервірування столу затверджені
- Перелік процедур прибирання
- Книга прибирання (збірка інструкцій з миття кав'ярні) створена
- Карта прибирання створена
- Інструкцію з роботи з Картою прибирання створено
- Пам'ятка з процедур прибирання створена
- Чек-листи чистоти відкриття та закриття створені
- Інструкцію по роботі з чек-листами створено
- Політика компанії з обслуговування затверджена
- Принципи компанії з обслуговування затверджені
- Кроки обслуговування (скрипти) описані та затверджені
- Методи продажу перераховані та описані
- Інструкцію по роботі з тацею описано
- Контрольний лист спостереження створений
- Процедуру роботи з КЛС описано та затверджено
- Процедура замовлення товару описана
- Процедура прийому товару описана
- Процедура списання товару описана
- Процедура інвентаризації описана
- Процедуру проведення працювання описано
- Процедуру повернення товару описано
- Процедуру маркування продукції описано
- Бланк заготівлі розроблений по кожному цеху
- Процедуру роботи з Бланком заготівлі описано
- Бланк розрахунку норм заготівлі розроблено
- Процедуру розрахунку норм заготівлі описано
- Процедуру відкриття касового дня описано
- Процедуру закриття касового дня описано
- Процедура зняття звіту прописана
- Процедура оплати чека за готівку описана
- Процедура оплати чека за безготівковий розрахунок описана
- Процедуру закриття чека змішаним типом оплати описано



- Процедура залишення розмінки
- Процедура оформлення повернення готівки описана
- Процедура оформлення повернення безготівкових коштів описана
- Процедуру виявлення фальшивих купюр описано
- Процедура видачі та повернення коштів під звіт описана
- Процедура розрахунку з контрагентами за готівку описана
- Прописано інструкції з експлуатації теплового обладнання
- Прописано інструкції з експлуатації холодильного обладнання
- Прописано інструкції з експлуатації кавового обладнання
- Прописано інструкції з експлуатації вентиляційного обладнання
- Прописано інструкції з експлуатації обладнання пожежної сигналізації
- Прописано інструкції з експлуатації обладнання охоронної сигналізації
- Прописано інструкції з експлуатації комп'ютерного обладнання
- Затверджено дисциплінарну політику
- Затверджено грубі порушення дисципліни
- Затверджено порушення дисципліни
- Затверджено процедуру проведення дисциплінарної бесіди
- Затверджено бланк фіксації дисциплінарного порушення
- Затверджено Режим роботи співробітників (прихід, догляд, обід, перекур, поважні причини відсутності на робочому місці)
- Розроблено Бланк обліку робочого часу
- Затверджено процедуру формування розкладу роботи співробітників
- Затверджено бланки розкладу роботи співробітників
- Розроблено Бланк тижневого обліку робочого часу
- Процедуру проведення зборів у кавярні описано
- Пошук та відбір. Затверджено Політика з пошуку та відбору
- Пошук та відбір. Критерії відбору з кожної посади описані
- Пошук та відбір. Створено бланки попередніх співбесід з посад
- Пошук та відбір. Процедуру проведення відбіркової співбесіди описано
- Пошук та відбір. Створено Бланк запрошення на фінальну співбесіду
- Пошук та відбір. Створено список питань, що найбільш часто ставляться від кандидатів з відповідями
- Пошук та відбір. Створено Анкету кандидата
- Навчання. Затверджено Політику компанії з навчання
- Навчання. Створено Анкету співробітника
- Навчання. Розроблено Плани навчання з кожної посади
- Навчання. Розроблено Навчальні посібники кожної посади
- Навчання. Розроблено методи контролю знань та навичок
- Навчання. Процедуру проведення Фінальної Атестації описано
- Навчання. Розроблено Бланк Фінальної Атестації
- Оцінка. Політика з Оцінки та Розвитку співробітників описана
- Оцінка. Розроблено критерії оцінки з кожної посади
- Оцінка. Розроблено Бланки оцінки з кожної посади
- Оцінка. Розроблено Бланки Розвитку Індивідуальних Досягнень
- Оцінка. План розвитку людських ресурсів затверджено
- Політика компанії з фінансового планування описана
- Процедуру планування витрат описано
- Бланк План/Факт бюджет затверджено
- Процедура формування план/факт бюджет описана
- Облікова політика компанії описана
- Створено Бланк розрахунку цілей із продажу
- Інструкцію по роботі з Бланком розрахунку цілей із продажу описано





## ПОСЛІДОВНІСТЬ ДІЙ

### ПЛАНУВАННЯ

проводимо аналіз та обговорення плану з персоналом та залучаємо персонал до роботи



### РОЗРОБКА

створення документів та опису процесів



### ПОГОДЖЕННЯ

керівника з персоналом, персоналом з керівником, всі мають прийняти нові правила



### ДООПРАЦЮВАННЯ

внесення коректив та обґрунтованих від персоналу правок



### ВПРОВАДЖЕННЯ

шляхом проведення навчачь та надання індивідуально пакет стандартів працівнику



### КОНТРОЛЬ

здійснюється в деталях по виконанню та дотриманню введених стандартів.

**КОЖНА НАСТУПНА  
ДІЯ ЧИ БЕЗДІЯЛТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ,  
ЩО НЕ ОПИСАНА В СТАНДАРТАХ РОБОТИ -  
НОВИЙ СТАНДАРТ**



# 7 ПРАВИЛ РОБОТИ КАВ'ЯРНІ

## 1. Правильно замов

- Розробити та ввести ЛИСТ ЗАГОТОВОК.
- Розрахувати НОРМИ ПРОДАЖІВ.
- Формувати замовлення ОСНОВУЮЧИСЬ на нормі продажів.
- Затвердіть графік постачання товарів.

## 2. Правильно прийми

- Розробити ПРАВИЛА прийому товару.
- Скласти характеристику та вимоги до товару.
- Організувати місце прийому товару.
- Пропинати процедуру відмовлення від товару.

## 3. Правильно зберігай

- Прописати вимоги до зберігання.
- Організація місць зберігання.
- Забезпечити гастроємкостями/контейнерами для зберігання.
- Введення маркування продукції.
- Алгоритм перевірки якості.

## 4. Правильно готуй

- Рецептурні книги.
- Карточка оцінки якості.
- Проводь майстер-класи.

## 5. Правильно видавай

- Контроль часу від прийому замовлення до видачі.
- Підтримка чистоти та санітарних норм.
- Правило "рук".
- Правило тронного контролю.

## 6. Праильно рахуй

- Інвентеризації.
- Списання.
- Псування.
- Відходи.
- Недостачі.

## 7. Правильно оптимізуй

- Аналіз асортименту.
- Персонал: графік, кількість, навчання.
- Маркетинг.
- Ефективність обладнання.
- Зроротній зв'язок з клієнтами.
- Іновації.



# МАРКЕТИНГ КАВ'ЯРНІ



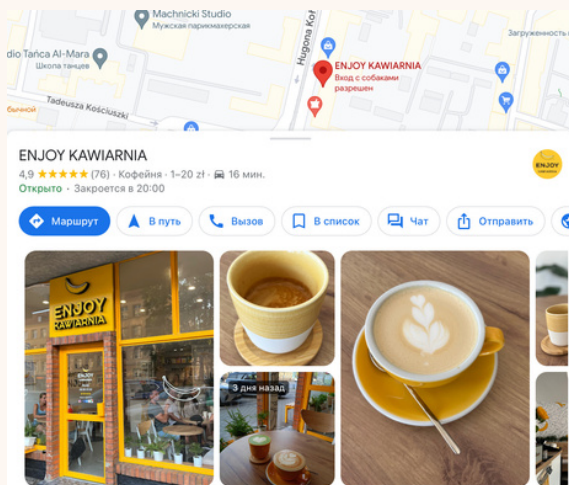
## СВІТЛО, ЗАПАХИ, ЗВУКИ, ПОДАЧА

— це сильний вплив на наші емоції та пам'ять, що створює незабутні враження про кав'ярню.

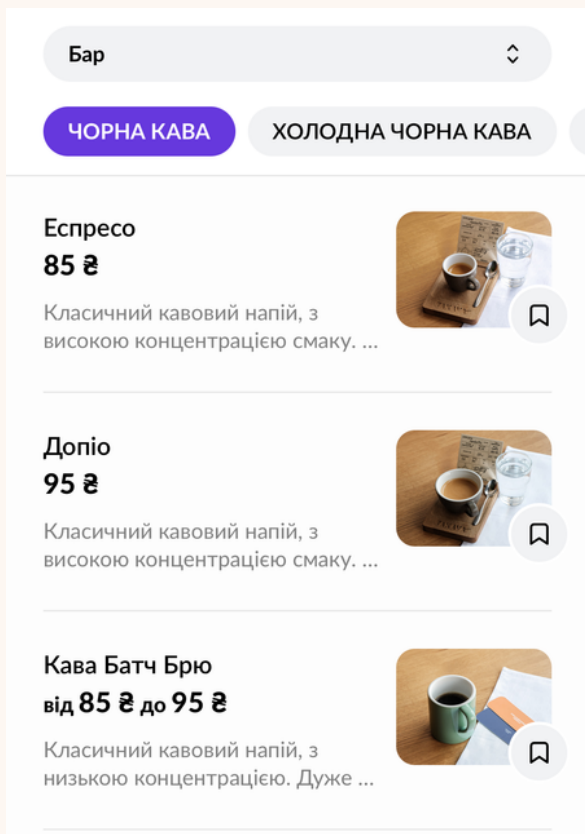
## ПРОСУВАННЯ КАВ'ЯРНІ В ІНТЕРНЕТІ



Соціальні мережі



Контекстна реклама Google



Створення і просування сайту, або он-лайн меню кав'ярні



Таргетована реклама в соціальних мережах



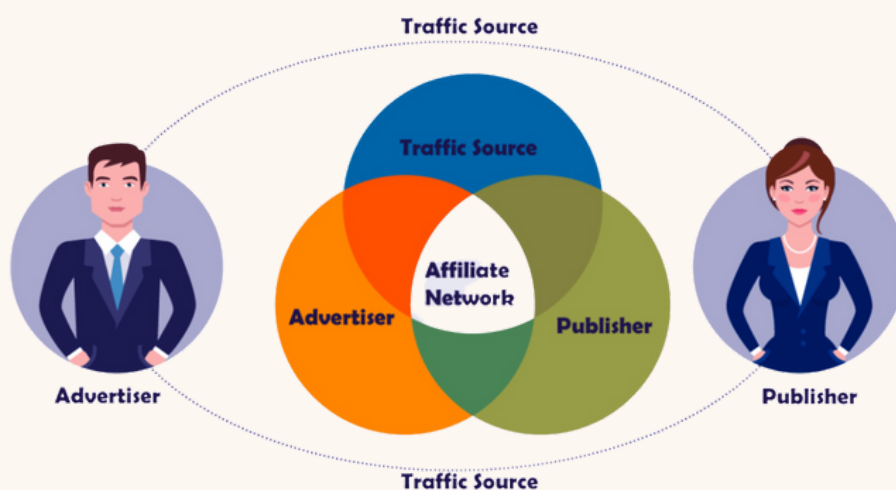
## ОФЛАЙН



## EVENT-МАРКЕТИНГ КАВ'ЯРНІ



## ПАРТНЕРСЬКИЙ МАРКЕТИНГ

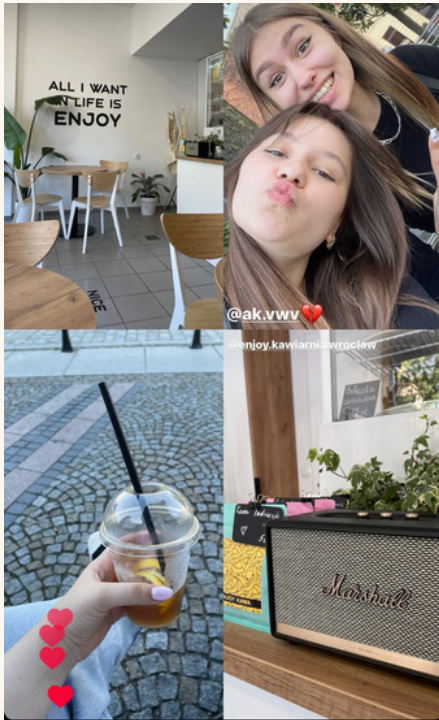


*Pay Per Sale* - партнер отримує винагороду лише за кожний фактичний продаж, здійснений завдяки його рекомендації.

*Pay Per Click* - партнер отримує винагороду за кожен клік за спеціальним партнерським посиланням, яке веде на сайт компанії.

*Pay Per Lead* - партнер отримує компенсацію за кожен лід (контакт із зацікавленим клієнтом), який був залучений завдяки його зусиллям.

## ГІСТЬ СТВОРЮЄ КОНТЕНТ



*Створюй для гостей ЕМОЦІЮ, а вони створять КОНТЕНТ*

## ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ







## ТЕСТ-РЕЖИМ



Меню  
Команда  
Технологія  
Виробництво  
Постачання  
Стресові ситуації  
Доробити те, що відкладалося “на завтра”.

## У ВАС НЕ БУДЕ ДРУГОГО ШАНСУ СПРАВИТИ ПЕРШЕ ВРАЖЕННЯ



Коли ви тільки починали планувати ваш проєкт, здавалося, що все дуже складно та важко. Ремонт, підрядники, команда, маркетинг - на всіх етапах важко. Але... Зараз починається найскладніша робота. Зробити так, щоб гість повернувся, і тепер вам доведеться працювати над цим постійно.

Вже в перші дні відкриття ви повинні планувати наступний місяць. Дуже наполегливо рекомендуємо вести повний контроль та спостерігати за всіма змінами. Основна проблема всіх власників бізнесу в тому, що про стан свого бізнесу вони дізнаються після п'ятого числа наступного місяця, коли бухгалтерія здасть всі звіти. Далі йде тиждень на пошук винних. Потім ще тиждень на те, щоб прийняти заходи та рішення. І в підсумку пройшов ще майже місяць бездіяльності. Тому ваше завдання не чекати кінця місяця, а щоденно слідкувати за динамікою змін. Вчасно приймати правильні рішення, впроваджувати та контролювати. Одночасно вам потрібно думати про розвиток, любити людей та насолоджуватися життям.

Бажаємо успіхів вашому бізнесу. Щасливих людей. І прибутку.



# ТВОЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО ПРАВОВА ФОРМА ДІЯЛЬНОСТІ В ПОЛЬЩІ

Jednoosobowa działalność gospodarcza (фізична особа підприємець) - це найпростіша форма організації бізнесу, в якій фізична особа самостійно займається підприємницькою діяльністю. Власник повністю несе відповідальність за фінансові зобов'язання підприємства.



Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością - Sp. z o.o. (товариство з обмеженою відповідальністю) – це найпоширеніша форма організації бізнесу в Польщі. У цьому випадку власники спільно засновують компанію і несуть обмежену відповідальність за фінансові зобов'язання.



## ТЕРМІНОЛОГІЯ

CEIDG – центральний реєстр підприємницької діяльності в Польщі. Це електронний реєстр приватних підприємців. Платформа об'єднує всіх представників малого бізнесу в режимі реального часу. Створивши свій обліковий запис у CEIDG, ви зможете, зареєструвати ФОП, створити компанію, змінити інформацію щодо діяльності підприємницької діяльності, призупинити, відновити або закрити свій бізнес.

PKD – код, що визначає господарську діяльність у польському класифікаторі діяльності.

ZUS (*Zakład Ubezpieczeń Społecznych* або "Управління соціального страхування") - це польський державний орган, який відповідає за медичне та пенсійне страхування громадян.

VAT (*ValueAddedTax*) – податок на покупку товарів і послуг.

BRUTTO – кінцева ціна на товари і послуги, що включає в себе VAT.

NETTO – ціна та товари і послуги без додавання податку VAT.

CIT (*Corporate Incom Tax*) – податок на прибуток юридичних осіб, які мають власну компанію на території Польщі.

PIT – податок на прибуток фізичних осіб.

KRS (*Krajowy Rejestr Sądowy*) - державний судовий реєстр у Польщі. У реєстрі зареєстровані всілякі суб'єкти підприємницької діяльності та неплатоспроможні боржники. Головне завдання реєстру - надання інформації про правовий статус зареєстрованого суб'єкта, а також його фінансову ситуацію та його представників. У KRS зберігаються дані про: номер REGON, номер NIP, номер KRS, адреса реєстрації фірми та ін




**REGON** (*Rejestr Gospodarki Narodowej/Офіційний державний реєстр суб'єктів народного господарства*) – єдиний статистичний реєстр всіх суб'єктів господарської діяльності.

**NIP** (*індивідуальний податковий номер*) – це ідентифікатор об'єкта оподаткування, якщо Ви ведете підприємницьку діяльність, є платником ПДВ або платником податків чи страхових внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та медичне страхування.

**Фактура** (*Инвойс*) – це документ, у якому зазначаються товари та послуги, які компанія надає клієнту, та зазначається зобов'язання клієнта на оплату цих послуг. Інвойси є основою системи податкового обліку малого та середнього бізнесу. В інвойсі вказується, які саме послуги ви надали клієнту, та яку оплату він зобов'язаний здійснити за виконані послуги чи надані товари.

## ЯК РОЗПОЧАТИ?

Реєструємо господарчу діяльність подавши заяву в режимі он-лайн  > **Złóż wniosek w CEIDG > Rozpocznij** > увійти в систему за допомогою **Profil Zaufany** > ознайомлення з важливою інформацією про те, як подати заяву і що це означатиме, та тиснути внизу кнопку **Dalej** > внести особисті дані в запропоновану форму:

- ім'я, прізвище, імена батьків, дата та місце народження;
- вид, серія та номер документа, що посвідчує особу;
- PESEL;
- громадянство;
- адреса проживання та інші адреси, пов'язані з підприємницькою діяльністю;
- назва;
- скорочена назва бізнесу;
- PKD коди;
- кількість працівників, яких плануєте працевлаштувати;
- дата початку бізнесу;
- інформація про страхування в ZUS: ZUS ZUA/ZUS ZZA
- дані податкової служби, згідно з місцем вашого проживання.

На основі відправленої он-лайн заяви ви будете внесені до реєстру CEIDG як підприємець, отримаєте ідентифікатори NIP та REGON, будете одночасно зареєстровані як платник внесків на соціальне та медичне страхування. Також за допомогою запропонованого системою конструктора заяв ви оберете форму оподаткування або задекларуєте сплату податку **VAT**, зареєструєтеся платником внесків до **ZUS**.

## ОБИРАЄМО ФОРМУ ОПОДАТКУВАННЯ





## ZUS

Підприємець зобов'язаний сплачувати внески до Управління соціального страхування:

- соціальне страхування: пенсійне страхування, страхування по інвалідності та від нещасних випадків;
- фонд праці та солідарності;
- медичне страхування.



Пільга на старт  
0 = перші 6 місяців



Малий ZUS  
500+ = 24 місяців

## VAT

Відповідно до чинних положень про **VAT**, від сплати податку звільнені підприємці річний оборот яких не перевищив суми **200.000 zł**

**Ставка VAT:** основна = 23%, понижена = 5-8%, спеціальна = 0%

**VAT należny** - це податок VAT, який ми додаємо до послуг і товарів, які продаємо.

*Приклад: ми надали послуги польській фірмі на суму 10 000 zł нетто. У цьому випадку 2.300 zł - це VAT należny, який підлягає сплаті. Тобто податок VAT, який ми маємо сплатити в казну!*

**VAT naliczony** - це податок VAT, який ми сплатили як споживач, купуючи послуги або товари. VAT naliczony зменшує величину податку VAT, який ми зобов'язані сплатити в казну, тобто VAT należny.

*Якщо протягом розрахункового місяця ми придбали товарів на суму 5.000 zł (відповідно, як споживач сплатили 1.150 zł податку VAT) - ця сума зменшить податок, який ми "винні" скарбниці. 2.300 zł - 1.150 zł = 1.150 zł ми зобов'язані будемо сплатити*

Для фірмових рахунків підприємця польські банки відкривають спеціальний розрахунковий рахунок VAT у польських злотих - Rachunek VAT. Це пов'язано з тим, що з 2018 року в Польщі впроваджується механізм розділеної оплати (платежу) - split payment. Механізм полягає в тому, що оплата, яку ми надсилатимемо клієнту за куплений у нього товар або за придбану в нього послугу, потраплятиме на 2 різні банківські рахунки. Основна сума надходитиме на головний рахунок, а сума податку VAT - на спеціальний VAT-рахунок

## ВІДКРИВАЄМО БАНКІВСЬКИЙ РАХУНОК



Перед тим, як зупинити свій вибір на конкретному банку, потрібно проаналізувати, що дійсно буде потрібно: чи потрібен вам платіжний термінал, доступ до банку через мобільний додаток, безкоштовна послуга обміну валют, відсутність абонентської плати за обслуговування, перекази та інше...



## БУХГАЛТЕРІЯ



В Польщі дуже розповсюджена практика аутсорсу бухгалтерських послуг.

Обираючи бухгалтера/компанію зверніть увагу на:

- який ліміт прибуткових накладних?
- який місячний ліміт рахунків-фактур?
- скільки коштує надсилання додаткових рахунків?
- хто зберігає оригінали рахунків?
- як передаються рахунки-фактури бухгалтеру?
- як контактувати з бухгалтером?
- до якого терміну ми повинні надіслати рахунки за минулий місяць?
- коли бухгалтер готує наш щомісячний рахунок?
- як ми отримуємо від бухгалтера суми податків до сплати?
- як ми виставляємо рахунок?
- хто вносить дані в систему?
- чи надсилає бухгалтер декларації до податкової?
- чи допоможе нам бухгалтер у створенні компанії?
- хто несе відповідальність перед податковими органами та органами соціального забезпечення?
- чи має бухгалтерська фірма страхування цивільної відповідальності?

## SANEPID



1. Книга HACCP + GHP-GMP для кав'ярень.
2. Результат аналізу води.
3. Вентиляція в кожній кімнаті та результат її аналізу.
4. Інструкції з техніки безпеки.
5. Навчання співробітників з охорони праці.
6. Санітарні книги.
7. Раковини і мийки.
8. Дотримання принципів чистої та брудної обробки.
9. Миючі засоби.
10. Туалет для працівників.



ПОДАЄМО ІНФОРМАЦІЮ  
ЗА 15 ДНІВ ДО ОФІЦІЙНОГО ВІДКРИТТЯ

## KONCESJA NA SPRZEDAZ ALKOHOLU

1. Свідоцтво про внесення до Реєстру підприємницької діяльності або витяг з KRS,
2. Висновок державного санітарного інспектора про відповідність санітарним умовам,
3. Свідоцтво про право власності, договір оренди або інший документ, що підтверджує право власності підприємця на приміщення, в якому буде здійснюватися продаж алкогольних напоїв,
4. Згода власника, управителя, користувача або адміністратора будинку, якщо точка продажу розташована в багатоквартирному житловому будинку.

**CoffeeConsulting**

ЯК? ТАК



 **570122429**



**coffeeconsulting.pl**



**@coffeeconsulting.pl**