

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

*Факультет економіки та управління*  
**Кафедра бізнес-економіки та підприємництва**

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»

**Заочна форма навчання**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**БІЛЕНКО ДІАНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ**

на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ЗАПОЧАТКУВАННЯ  
ВЛАСНОЇ СПРАВИ З НАДАННЯ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних  
цінностей академічної доброчесності \_\_\_\_\_ Біленко Д.О.*

**Науковий керівник:**

канд. екон. наук, доц.

\_\_\_\_\_Ірина КУБАРЕВА

Робота допущена до захисту в ЕК «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р. протокол № \_\_\_\_

Зав. кафедри бізнес-економіки  
та підприємництва,  
докт. екон. наук, проф.

**Інна РЄПІНА**

Київ 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ НА РИНКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ</b> .....	6
1.1. Маркетинговий аналіз середовища реалізації підприємницької ідеї.....	6
1.2. Інституційний та екологічний аналіз умов підприємницької ідеї.....	12
<b>РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН БІЗНЕС-ІДЕЇ З НАДАННЯ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ</b> .....	23
2.1. Розробка бізнес-моделі реалізації підприємницької ідеї.....	23
2.2. Технічний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї.....	34
2.3. Аналіз джерел фінансування реалізації підприємницької ідеї.....	38
<b>РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ</b> .....	43
3.1. Організаційний план реалізації підприємницької ідеї.....	43
3.2. Оцінка економічної доцільності реалізації підприємницької ідеї.....	48
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	56
<b>ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ</b> .....	59
<b>ДОДАТКИ</b> .....	63

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Тема дипломної роботи "Обґрунтування підприємницької ідеї започаткування власної справи з надання клінінгових послуг" є дуже актуальною у сучасних умовах. Зростаючі вимоги до чистоти та гігієни в різних галузях, включаючи бізнес, приводять до збільшення попиту на послуги з прибирання та обслуговування приміщень. Все частіше люди звертають свою увагу на високотехнологічне прибирання для створення ідеального затишку в своєму будинку. Зазвичай громадяни починають замовляти клінінгові компанії для того, щоб професійно вимити вікна, балкони або зробили чистку меблів та диванів за допомогою миючого пілососу. Переконавшись у перевагах прибиранням клінінг компаніями, то обирають і інші види послуг на постійній основі. Відкриття власного бізнесу в цій галузі може бути перспективним рішенням, оскільки попит на клінінгові послуги продовжує зростати. Крім того, надання клінінгових послуг не вимагає великих початкових вкладень та може стати доступною для підприємницьких початківців. Також, зростаюча увага до збереження навколишнього середовища та зелених технологій може стати стимулом до започаткування бізнесу з використанням екологічно чистих засобів для прибирання. Отже, обґрунтування підприємницької ідеї започаткування власної справи з надання клінінгових послуг є актуальним та потенційно перспективним напрямком дослідження. Особливістю клінінг компанії є те, що дана сфера найбільше розвинена у великих містах, а маленькі міста та віддалені райони лише відкриті для ознайомлення з даними послугами.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Останнім часом все більше зростає попит на клінінгові послуги, тому доречно зазначити, що вивченню питань з започаткування бізнесу займаються такі теоретики і практики, як Палющенко Д.С, Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько та І.П. Малик. Питання підприємництва, засад започаткування бізнесу розглядають автори Колот В.М., Рєпіна І.М., Щербина О.В. На аналіз ризиків, що виникають в бізнес-ідеї, зосереджена робота Варченко

О.М., Вітлінський В.В., Верченко П.І., Балджи М.Д., Карпов В.А. та інших. Питання проєктних підходів у бізнесі досліджують автори Верба В.А., Батенко Л.П., Гребешкова О.М. та ін. Разом з тим не цілком вирішеним є питання застосування всіх зазначених підходів у практиці бізнесу клінінгових послуг.

*Мета і завдання дослідження.* На основі методичних підходів та аналітичних даних функціонування ринку розробити та обґрунтувати бізнес-ідею започаткування власної справи з надання клінінгових послуг.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні *завдання*:

- дослідити потенційний ринок клінінгових послуг у вибраному регіоні та оцінити його розвиток в майбутньому;
- проаналізувати конкурентну ситуацію на ринку клінінгових послуг та визначити переваги та недоліки потенційних конкурентів;
- визначити місце та форму власного бізнесу в структурі ринку клінінгових послуг, оцінити можливі ризики та перспективи;
- дослідити сучасні тенденції у розвитку клінінгового бізнесу та вивчити найбільш ефективні технології та методи надання послуг;
- розробити бізнес-план з започаткування власного бізнесу з надання клінінгових послуг, визначити необхідні ресурси та оцінити рентабельність проекту;
- проаналізувати екологічні аспекти використання засобів для прибирання та визначити можливості використання екологічно чистих засобів для прибирання;
- зробити висновки про можливість та ефективність відкриття власного бізнесу з надання клінінгових послуг в обраному регіоні та запропонувати рекомендації щодо його успішного функціонування.

*Об'єкт дослідження.* Процеси реалізації підприємницької ідеї на ринку клінінгових послуг.

*Предмет дослідження.* Теоретичні і методичні підходи та практичні рекомендації до започаткування бізнесу на ринку клінінгових послуг

*Методи дослідження.* Під час проведення дослідження використовувався наступний комплекс методів: узагальнення (для з'ясування сутності понять клінінг, бізнес-план), об'єктивний та кореляційний регресійний аналіз (для виявлення статистичних показників та індикаторів, визначення ключових факторів, причин та наслідків впливу клінінгу на економічне зростання), порівняльний аналіз (при вивченні конкуренції на ринку), стратегічний аналіз (SWOT-аналіз клінінгової компанії, PESTEL-аналіз).

*Практичне значення отриманих результатів:* Отримані результати мають важливе теоретичне, методичне та практичне значення для клінінгу компаній. Теоретичні наслідки полягають у тому, що дослідження покращує розуміння ризиків, пов'язаних із впровадженням філософії клінінг компанії, а також способів зменшення та управління цими ризиками. Результати дослідження можуть бути використані для подальшого розвитку теорії управління ризиками та управління ризиками в інших сферах. А також покращує розуміння в сфері розробки бізнес-плану. Методичне значення полягає в тому, що розроблені методи розрахунку NPV, PI, IRR, PBP можуть використовуватися в інших проектах і допомагати в процесі прийняття інвестиційних рішень. Практичне значення полягає у розробках характеристик проекту започаткування бізнесу з надання клінінг послуг.

*Інформаційна база дослідження.* Інформаційною та методичною базою дослідження є науково-теоретичні джерела, інтернет-ресурси присвячені сайтам професійних організацій та форумам для підприємців, а також документи та матеріали, що стосуються законодавства про підприємництво та надання клінінгових послуг, а саме стандарти якість, ліцензії та дозволи на надання послуг.

## РОЗДІЛ 1

### АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ НА РИНКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ

#### 1.1. Маркетинговий аналіз середовища реалізації підприємницької ідеї

Клінінг (від англ. Clean - прибирання або чистка) - це прибирання приміщень спеціально навченими фахівцями з використанням професійного обладнання та за найвищими європейськими стандартами, з максимальним професіоналізмом для надання клієнтам найвищого рівня обслуговування. Щороку девелопери вводять в експлуатацію нові ТРЦ, офіси та інші приміщення. Ринок клінінгових послуг зростає пропорційно ринку нерухомості [28].

Зараз український ринок клінінгу перебуває в періоді інтенсивного розвитку. Звичайно, більшість замовлень на клінінгові послуги надходять з міста Києва та великих обласних центрів. Проте клінінг має великий потенціал для подальшого розвитку по всій Україні [12].

Для створення нової компанії на ринку клінінгових послуг варто використовувати такі види інструментів, як:

1. бізнес-план – це документ, який описує концепцію, характеристики та фінансові можливості майбутнього проекту. Такий документ має відповісти одночасно на декілька запитань: чи можлива реалізація проекту в ринкових умовах, наскільки він інноваційний, скільки часу знадобиться на окупність витрат, чи приноситиме він стабільний дохід [11].

На даному етапі в першу чергу варто визначити, яким способом клінінг компанія планує розвиватися:

- працювати з клієнтом на договірній основі та надавати конкретні послуги, необхідні клієнту. при цьому поступово розширювати сферу послуг для залучення потенційних клієнтів.

- зосередженість на певній сфері діяльності. наприклад, тільки вологе та генеральне прибирання приміщень, післяремонтне прибирання квартир чи офісів. можливість працювати у вузьких напрямках, таких як миття вікон, чищення килимів і диванів, а також наведення порядку на території навколо.

2. Реєстрація компанії — це передбачений законом процес реєстрації нової компанії в державному органі. Залежно від юрисдикції цей процес може відрізнятися, але зазвичай включає створення статутних документів, реєстрацію засновників та інших документів [3].

Щоб зареєструвати клінінгову компанію, необхідно вибрати форму власності компанії та її назву. Для цього необхідно:

- знати законодавство та відповідні поради;
- зареєструвати свою компанію у відповідних національних органах. В Україні це можна зробити в реєстрі підприємств та організацій за місцем розташування компанії;
- отримати іпн та зареєструватися як платник податків;
- відкрити банківський рахунок та отримайте належний пакет документів для здійснення фінансових операцій;
- укласти договори з працівниками та встановити правила внутрішнього розпорядку;
- випустити візитки та рекламний матеріал;
- отримати необхідні ліцензії та дозволи на здійснення діяльності відповідно до законодавства;
- організувати потрібні інструменти та матеріали для проведення послуг з прибирання та інших послуг.

3. Ліцензування та страхування – для надання послуг з прибирання можуть знадобитися ліцензія та страхування відповідальності. Хоча Законодавство України не вимагає від клінінгових компаній отримання обов'язкових ліцензій,

але можуть знадобитися спеціальні дозволи та сертифікати залежно від специфіки діяльності компанії, наприклад, ліцензія на використання медичних засобів чи засобів особистої гігієни [4].

Що стосується страхування, клінінгова компанія може мати такі види:

- страхування відповідальності перед третіми особами – захищає клієнтів від судових позовів у разі втрати майна, травм або інших ситуацій, пов'язаних з діяльністю компанії;
- страхування майна – захищає від ризиків, пов'язаних із пошкодженням і втратою майна компанії, наприклад машин, обладнання та інших фізичних активів;
- страхування автопарку – забезпечує захист від ризиків, пов'язаних із нещасними випадками та іншими інцидентами за участю транспортних засобів компанії;
- страхування робочих нещасних випадків - захищає працівників компанії у разі травмування або хвороби, які вони отримали під час виконання роботи.

Для страхування краще звертатися до страхових компаній, які надають страхові послуги для підприємств. При виборі страхової компанії необхідно враховувати її репутацію, ставки, умови страхування та досвід роботи з клінінговими компаніями.

4. Пошук клієнтів. Задля пошуку клієнтів можна використовувати різноманітні маркетингові канали, такі як Інтернет-реклама, друкована реклама, радіо- та телевізійна реклама, відвідування виставок і конференцій, розповсюдження візиток.

5. Набір персоналу – клінінговій компанії може знадобитися персонал для виконання клінінгових робіт, таких як прибирання, миття вікон і миття підлоги.

6. Обладнання та матеріали. Для послуг із прибирання може знадобитися таке обладнання, як пилососи, швабри, пральні машини, мийники вікон, а також такі матеріали, як миючі засоби та рушники.

7. Фінансове планування - Вам можуть знадобитися кошти на придбання обладнання та матеріалів, виплату зарплати персоналу, рекламу та інші витрати. Тому важливо розробити фінансовий план, який розраховує витрати та доходи компанії на перший рік роботи, а також прогнози на майбутнє.

8. Бухгалтерський облік і фінансовий контроль – для контролю фінансової ситуації та приймання рішення щодо розвитку компанії, необхідно мати систему обліку витрат і доходів.

9. Чітка система роботи з клієнтами, встановлення графік роботи співробітників і контролювання якості послуг, що надаються.

10. Законодавчі вимоги - необхідно дотримуватися законодавчих вимог у сфері клінінгових послуг, таких як стандарти прибирання та гігієни, охорона праці, оподаткування тощо.

Дані інструменти та програми можуть допомогти успішно почати та розвивати свій бізнес із прибирання. Варто пам'ятати, що успіх у цій сфері залежить від багатьох факторів, таких як якість послуг, що надаються, ціна, ефективність управління тощо.

Взагалі ринок комерційного прибирання в Україні почав формуватися з 90-х до початку 2000-х років. Малі фірми обслуговують в основному приватних заможних клієнтів і невеликі офіси. Розвиток економіки, входження міжнародних компаній в український бізнес-сектор призвели до потреби в послугах професійного прибирання великих об'єктів, таких як торгові та торгові центри, супермаркети, виробничі підприємства, логістичні комплекси, транспортна інфраструктура тощо. Це підштовхнуло вітчизняну індустрію професійного прибирання до розширення діяльності, персоналу та надання сучасних якісних послуг [31].

Сучасний клінінг приміщень – це комплексна послуга, яка використовує професійні інструменти та кваліфікований персонал для підтримки чистоти та порядку в зоні обслуговування.

Для того, щоб охарактеризувати клінінговий ринок в Україні варто звернути увагу на такі фактори як:

- конкуренція: на ринку є багато компаній, які пропонують подібні послуги, що висуває вимоги до якості та цінової привабливості послуг, що надаються. Через нестабільну економічну ситуацію та з початку бойових дій на Донбасі український ринок значно сповільнився, але з 2017 року індустрія комерційного клінінгу почала демонструвати стабільне зростання на 8-9% на рік. На сьогоднішній день тільки в Києві зареєстровано близько 400 клінінгових компаній. Однак це не означає, що ринок насичений. Багато з них дуже невеликі, з 5-6 співробітниками, або є фірмами-одноденками. Обслуговувати торгові центри, виробничі підприємства, торговельні мережі, ТЦ та інші великі об'єкти по всій Україні може не більше 10 дійсно великих і перевірених компаній. Однак саме ці компанії підвищили рівень обслуговування завдяки сучасним технологіям і навчанню персоналу, які працюють відповідно до міжнародних стандартів контролю якості [16];

- підвищений попит: підвищення обізнаності про здоров'я та чистоту спонукає все більше людей звертатися до клінінгових компаній, щоб забезпечити чисте та гігієнічне середовище вдома та на роботі;

- сезонність: кілька сезонних факторів можуть впливати на попит на клінінгові послуги. Щоденне прибирання торгової площі, як правило, укладається з договором терміном більше одного року. Ця послуга включає в себе всі необхідні роботи для утримання об'єкта в чистоті. У цьому випадку сезонність залежить від кліматичних умов. Коли погода погіршується, прибирання слід проводити частіше і з більшою кількістю хімікатів. Крім того, сезони дуже важливі для певних видів робіт. Наприклад, миття вікон найчастіше відбувається навесні і восени. Очищення прилеглої території від снігу необхідна тільки взимку, в цей час післябудівельне прибирання проводиться рідко;

- технологічний прогрес: сучасні професійні хімікати, інструменти та обладнання сильно відрізняються від того, що було на ринку 10 років тому. Важливим напрямком останніх років є захист навколишнього середовища та здоров'я. Таким чином, провідний світовий постачальник хімічних засобів для чищення пропонує рішення, які не містять небезпечних токсичних речовин. Крім

того, вони продаються в концентрованому вигляді, який при правильному розведенні водою є дуже вигідною заміною звичайної побутової хімії.

Що стосується пристроїв, виробники пристроїв зосереджуються на застосуванні штучного інтелекту у своїх продуктах і створенні автономних роботів-прибиральників. Хоча це все ще досить дороге задоволення для більшості клінінгових компаній, з часом роботи зможуть стати як незамінними помічниками в прибиранні, так і можуть замінити ринок, зменшивши потребу в ручній праці та підвищивши продуктивність;

- регулювання: державні постанови та стандарти впливають на функціонування ринків і вимоги до якості та безпеки послуг. В Україні діяльність клінінгових компаній регулюється підприємницьким та податковим законодавством. Компанії повинні зареєструватися у відповідних органах, отримати відповідні дозволи та ліцензії на здійснення певних видів діяльності. Клінінгові компанії повинні дотримуватися законодавства про працю працівників, гігієну праці та соціальне забезпечення. Вони зобов'язані укладати договори з працівниками та дотримуватись законодавства про оплату праці та соціального страхування. Крім того, оскільки люди приділяють все більше уваги екологічній безпеці, клінінгові компанії також повинні дотримуватися вимог щодо захисту навколишнього середовища та використовувати безпечні засоби або методи очищення;

- маркетингові стратегії: існує безліч маркетингових стратегій, якими можуть скористатися клінінгові компанії:

1. реклама та pr: реклама – ефективний спосіб залучення нових клієнтів. це може бути теле-, радіо- та газетна реклама, а також інтернет-реклама наприклад в instagram або tiktok. зв'язки з громадськістю можуть допомогти привернути увагу до вашої компанії шляхом публікації статей у газетах, журналах та інших ЗМІ;

2. безкоштовні перевірки: можливість безкоштовно перевірити будинки для потенційних клієнтів. це може бути ефективним способом залучення нових клієнтів;

3. знижки та акції: пропозиція знижок та акцій новим клієнтам, які звертаються до компанії вперше;
4. партнерська програма: створення партнерських відносини з іншими компаніями та направлення один одного до своїх клієнтів;
5. соціальні медіа: використання соціальних медіа, щоб залучити нових клієнтів і збільшити свою присутність;
6. оренда обладнання: додаткова послуга з оренди професійного обладнання для прибирання приміщень, що дозволить отримати додатковий дохід та залучити нових клієнтів.

## **1.2. Інституційний та екологічний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї**

Інституційний та екологічний аналіз є важливим етапом реалізації бізнес-ідеї. Вони допоможуть зрозуміти, які внутрішні та зовнішні фактори впливають на успіх проекту та які ризики пов'язані з реалізацією ідеї. Інституційний аналіз передбачає оцінку законодавчого та регуляторного середовища, яке може вплинути на бізнес. Наприклад, вам потрібно знати, яких ліцензійних, податкових і страхових вимог повинні дотримуватися клінінгові компанії. Також важливо оцінити ринок праці та можливості залучення робочої сили.

Екологічний аналіз – це оцінка зовнішнього середовища, в якому працює бізнес. Наприклад, необхідно дослідити переваги споживачів і вимоги до безпеки ринкового середовища. Клінінгові компанії можуть взяти участь у створенні більш екологічно чистого середовища та зменшенні кількості відходів.

Для того, щоб дослідити інституційні та екологічні умови реалізації підприємницької ідеї, доречно застосувати PESTEL аналіз.

PESTEL — це інструмент для стратегічного аналізу, який визначає

середовище компанії шляхом аналізу набору зовнішніх факторів. Причиною використання аналізу PESTEL є надання опису передумов або середовища, в якому працює компанія. З цією метою розглядаються відповідні аспекти зовнішнього середовища, які мають вирішальне значення для діяльності організації. Аналіз зовнішнього середовища важливий для будь-якої компанії, оскільки він допомагає приймати важливі рішення. Особливо при розробці короткострокових, середньострокових та довгострокових стратегій [8].

Для проведення PESTEL-аналізу необхідно оцінити вплив кожного фактора на діяльність фірми:

Політичні фактори описують вплив політичної ситуації на бізнес компанії. Це може включати правові рамки, нормативні акти, національні та міжнародні відносини та інші політичні аспекти.

Економічні фактори описують економічне середовище, в якому працює компанія. Це включає такі фактори, як інфляція, процентні ставки, дефіцит бюджету, обмінні курси та інші економічні показники.

Технологічні фактори описують вплив технологій на бізнес компанії. Це може включати новітні технології, інновації та дослідження, які впливають на діяльність Компанії.

Екологічні фактори описують вплив природних факторів на діяльність підприємства. Це може включати зміну клімату, стихійні лиха та інші екологічні зміни.

Юридичні фактори описують вплив законодавчого та регуляторного середовища на діяльність компанії. Це стосується законодавства, пов'язаного з бізнесом, інтелектуальною власністю, працевлаштуванням, патентами та ліцензуванням, а також правами людини та іншими правовими питаннями.

Проведемо PESTEL аналіз для започаткування клінінг компанії «CLEAN» в Києві. В першу чергу розглянемо політичний фактор, так як через політичні та державні регулятори, є значний вплив на діяльність українських клінінгових компаній.

Основні фактори, що впливають на діяльність українських клінінгових

компаній:

– податкове законодавство: клінінгові компанії повинні дотримуватися правил оподаткування, передбачених Податковим кодексом України. До основних форм оподаткування належать [2]:

– податок на прибуток підприємств стягується з прибутку, отриманого компаніями протягом звітного періоду. Законодавство України передбачає, що ставка податку на прибуток підприємств становить 18%. Крім того, клінінгові компанії повинні дотримуватись вимог податкової звітності, зокрема реєструвати доходи та витрати, скласти податкові декларації, своєчасно сплачувати податки та подавати звіти до податкових органів;

– податок на додану вартість (ПДВ), що стягується з продажу товарів і послуг. Ставка ПДВ в Україні становить 20%, але в деяких випадках ставка може бути знижена до 7% і навіть 0%. Зокрема, знижені ставки ПДВ можуть діяти на послуги з прибирання в дитячих садках і школах. Підприємство має зареєструватися як платник ПДВ, якщо його річний оборот перевищує встановлений законом поріг. До 2023 року ця вартість становить 1 мільйон гривень;

– військові збори, що оплачуються компаніями відповідно до законодавства України. Розмір військового збору для клінінгових компаній визначається відповідно до законодавства України та залежить від розміру оподаткованого доходу підприємства за звітний період. За даними за 2021 рік, розмір збору військових податків становить 1,5% від оподаткованого доходу підприємства за звітний період.

Державна політика щодо захисту довкілля та санітарних норм: клінінгові компанії повинні дотримуватися певних гігієнічних стандартів і правил, щоб забезпечити безпечне та екологічно чисте середовище для своїх співробітників і клієнтів. До таких норм і правил можуть належати: використання безпечних та екологічно чистих миючих засобів, які не містять шкідливих речовин. Правильне зберігання та утилізація відходів, що утворюються під час прибирання, щоб запобігти забрудненню навколишнього середовища. Використання рукавичок,

масок, окулярів та інших засобів захисту, щоб запобігти впливу шкідливих речовин і захистити здоров'я працівників. Дотримання правил сортування відходів та відправлення їх на переробку або утилізацію. Забезпечення належної вентиляції та провітрювання приміщення, щоб зменшити ризик захворювань. Дотримання гігієнічних норм щодо чистоти та санітарного стану приміщень, що прибираються [5].

Дотримання трудового законодавства: для клінінгових компаній в Україні КЗпП та інші нормативні акти встановлюють загальні правила оплати праці. Клінінгова компанія має притримуватися таких положень як [1]:

- мінімальна заробітна плата. Згідно з українським законодавством, мінімальна зарплата має становити не менше 6 тис. грн на місяць. Клінінгові компанії повинні дотримуватися цієї ставки заробітної плати для своїх працівників;

- розмір заробітної плати. Заробітна плата працівника клінінгової компанії зазвичай визначається згідно з трудовим договором і може залежати від різних факторів, таких як кваліфікація, досвід роботи, складність роботи тощо. Розмір заробітної плати повинен відповідати законодавству України і не бути нижчим за розмір мінімальної заробітної плати;

- виплата заробітної плати. Відповідно до законодавства України, заробітна плата має виплачуватися не рідше одного разу на місяць. Клінінгові компанії повинні дотримуватися цього правила і вчасно виплачувати зарплату своїм співробітникам;

- доплата. Для працівників клінінгових компаній може бути запропонована додаткова винагорода, наприклад, компенсація премій, витрат на відрядження.

Рівень корупції та ступінь стабільної політичної ситуації в країні. Низький рівень політичної стабільності може призвести до змін у законодавстві, що регулює ринок послуг та виробничі відносини, що може вплинути на фінансову стабільність клінінгових компаній та надійність їхніх ділових партнерів. Сам по собі високий рівень корупції може призвести до нерівних умов ринкової

конкуренції, коли деякі фірми отримують перевагу через відкладення податкового законодавства, спрощення процедур державних закупівель та інші фактори. Це може призвести до збільшення витрат і зниження конкурентоспроможності клінінгових компаній.

Економічні (господарські) фактори клінінгової компанії оцінюють зовнішні економічні фактори, які можуть вплинути на їхню діяльність. Основні компоненти, які можна звести до економічного аналізу, включають наступне [сформовано автором на основі 20]:

– ринкові умови. Ринкові умови Києва надзвичайно конкурентні для клінінгових компаній. На ринку присутні як місцеві, так і міжнародні компанії. Зі збільшенням кількості багатоквартирних будинків, офісів та інших комерційних приміщень за останні роки зріс і попит на клінінгові послуги. Крім того, в місті активно розвивається туризм, що також підвищує попит на клінінгові послуги. Водночас існує певна конкуренція серед клінінгових компаній, що впливає на ціни та якість послуг. Компанії повинні знайти своє місце на ринку, пропонуючи конкурентоспроможні ціни та високоякісні послуги;

– макроекономічна стабільність. Економічна ситуація в Україні поки що залишається досить нестабільною, особливо через військовий стан та пандемію COVID-19. Проте, за даними Національного статистичного управління України, у 2021 році українська економіка виходить із кризи, зростання ВВП на 3,4% та зниження інфляції, що мало б сприяти покращенню макроекономічної стабільності в Києві, але через повномасштабну війну в Україні в 2022 році падіння ВВП відбулося на 30,4% та рівень інфляції зріс на 22,6%; Після потрясіння, спричиненого першими кількома тижнями війни, економіка відносно оживає в спокійних регіонах. Українські підприємства повертаються до роботи, але значна кількість із них працює на значно нижчому рівні, ніж довоєнна зайнятість. Крім того, важливим економічним фактором для клінінгових компаній є безробіття та рівень заробітної плати. На початок 2022 року рівень безробіття в Києві становив 3,2%, один із найнижчих у країні. При цьому середня зарплата в Києві в січні 2022 року становить 15 704 гривні, що вище середньоукраїнського

показника. Це сприяє підвищенню попиту на послуги клінінгових компаній Києва;

– коливання курсу валют. Коливання валюти можуть вплинути на клінінгові компанії, особливо якщо компанія має багато іноземних клієнтів або використовує іноземних постачальників. Знецінення національної валюти може призвести до зростання вартості імпортованих товарів і послуг, наприклад, професійного обладнання та витратних матеріалів, які використовують клінінгові компанії. Це може призвести до збільшення витрат і зниження прибутку компанії.

Соціальні фактори — аспекти соціального середовища, які впливають на діяльність компанії. Ці фактори включають [сформовано автором на основі 20]:

– демографічну ситуацію. З одного боку, Київ – одне з найбільш густонаселених міст України з населенням понад 3 мільйони, що може забезпечити величезний потенційний попит на клінінгові послуги. З іншого боку, демографічні показники за віком і статтю також важливі, оскільки різні демографічні групи можуть мати різні потреби в послугах з прибирання. Наприклад, збільшення кількості людей похилого віку може збільшити попит на послуги з прибирання квартир і домашню роботу, тоді як збільшення кількості молодих людей може призвести до зростання попиту на послуги з прибирання в комерційному секторі;

– культурні особливості можуть вплинути на клінінгову роботу компанії в усіх аспектах. Ось деякі можливі впливи:

1. Стиль інтер'єру - культурні особливості Києва можна відобразити в будівлях і внутрішньому оздобленні. Наприклад, історична будівля може мати унікальний архітектурний стиль, який може вимагати особливої уваги та догляду під час прибирання.

2. Сезонність. Певні культурні події та свята можуть змінити звичний графік прибирання. На Великдень, наприклад, у багатьох квартирах і будинках проводиться масштабне прибирання, що може потребувати підвищених трудових і матеріальних ресурсів.

3. Культурне походження. Культурне походження може вплинути на

сприйняття певних послуг із прибирання. Наприклад, деякі люди можуть бути більш схильні користуватися послугами прибирання, а інші можуть вважати це розкішшю.

4. Рівень освіти та здоров'я. Високоосвічені люди можуть бути більш схильні користуватися послугами клінінгових компаній, тому що вони можуть мати більше грошей і менше часу, щоб прибрати свої домівки.

Тенденції поведінки споживачів також можуть вплинути на клінінгові компанії Києва. Наприклад, зростання обізнаності про захист навколишнього середовища може призвести до зростання попиту на екологічно чисті продукти та послуги. Тому клінінгові компанії, які використовують більш екологічні продукти та методи, можуть мати перевагу на ринку. Крім того, зростання популярності мінімалізму також може вплинути на попит на клінінгові послуги, щоб підтримувати свої домівки в чистоті й порядку та не накопичуючи багато засобів для прибирання.

Технологічні фактори компанії впливають на результати роботи працівників. Ключові аспекти технологічних факторів клінінгової компанії можуть включати [сформовано автором на основі 36]:

- використання сучасного обладнання та інструментів: клінінгова компанія повинна вміти використовувати сучасне обладнання та інструменти для виконання роботи з прибирання. Це можуть бути пилососи, миючі засоби для підлоги, швабри, ганчірки та інші миючі засоби;

- використання спеціальних хімікатів: для деяких поверхонь, як килимів, м'яких меблів та інших поверхонь, потрібні спеціальні засоби для очищення. Клінінгові компанії повинні вміти використовувати спеціальні хімікати для виконання цих робіт;

- використання ефективних та екологічно чистих технологій: клінінгові компанії повинні дбати про використання ефективних технологій для прибирання та обслуговування. Також важливо звернути увагу на екологічність використовуваних прийомів і засобів, щоб зменшити негативний вплив на навколишнє середовище;

– використання інтернету та програмного забезпечення для управління бізнесом і забезпечення спілкування з клієнтами. Наприклад, спеціальні програми використовуються для прийому замовлень, відстеження роботи, звітності та виставлення рахунків клієнтам. Такі програми допомагають забезпечити більш ефективний і точний контроль бізнесу та покращити обслуговування клієнтів.

Крім того, технологічні зміни впливають на те, як виконується робота, і потреби в персоналі. Наприклад, впровадження нових технологій може зменшити потребу в ручній праці та збільшити використання автоматизованих систем. Це може призвести до зміни складу робочої сили та рівня її кваліфікації. Тому клінінгові компанії завжди повинні бути готові змінювати та вдосконалювати свої методи роботи.

Рівень доступності технологій впливає на ефективність роботи компанії не менше інших факторів. Наявність новітніх технологій може підвищити ефективність і продуктивність клінінгових компаній. Наприклад, використання автоматизованої системи прибирання може скоротити час і зусилля, необхідні для виконання роботи.

Недоліком використання технологій є збільшення витрат на придбання, ремонт і обслуговування обладнання. У той же час витрати на нові технології можуть бути компенсовані підвищенням ефективності та продуктивності в довгостроковій перспективі та сприяти конкурентній перевазі перед іншими компаніями на ринку.

Екологічні фактори включають усі аспекти навколишнього середовища, які можуть впливати на діяльність клінінгової компанії. Це можуть бути такі фактори, як забруднення повітря та води, вплив клімату на роботу компаній, екологічна свідомість споживачів та законодавчі вимоги щодо захисту навколишнього середовища.

Одним із основних екологічних чинників, що впливають на корпоративну чистоту, є акцент на охороні навколишнього середовища та зменшенні негативного впливу на навколишнє середовище. Клієнти можуть вимагати, щоб клінінгові компанії використовували екологічно чисті миючі засоби, що може

змусити компанії перейти на такі продукти.

Інші фактори навколишнього середовища включають державне регулювання використання певних речовин і методів, які використовуються для очищення. Також важливо використовувати енергозберігаючі технології, які зменшують споживання електроенергії та зменшують викиди вуглекислого газу в атмосферу. Фактори навколишнього середовища можуть вплинути на репутацію клінінгової компанії та її стосунки з клієнтами та працівниками. Клієнти можуть вимагати підтвердження того, що компанія піклується про навколишнє середовище та використовує екологічно чисті технології та матеріали. Співробітники також можуть бути зацікавлені в роботі в компаніях, які піклуються про навколишнє середовище.

Правовий фактор для клінінгових компаній включає усі правові аспекти, які впливають на їх діяльність. Ключові аспекти юридичних міркувань включають:

- Ліцензування. Клінінгові компанії повинні дотримуватися різних правил і норм, встановлених державними контролюючими органами. Однією з найважливіших умов є отримання ліцензії на діяльність і дотримання стандартів якості та безпеки. Якщо компанія не притримується правил, вона може втратити ліцензію або зіткнутися з іншими наслідками.

Для того, щоб отримати ліцензію для клінінгової компанії в місті Київ необхідно: зареєструвати компанію як підприємця або юридичну особу, отримати необхідні документи для реєстрації підприємства, ознайомитися з вимогами, пов'язаними з наданням послуг з прибирання і розглянути відповідність цим вимогам, провести необхідні процедури для отримання ліцензії, зокрема підготувати необхідні документи, сплатити відповідні збори та пройти перевірки.

- Для діяльності фірми з надання клінінгових послуг необхідно зареєструвати ТОВ. Вид діяльності по КВЕД: 81.1 Комплексне утримання об'єктів, 96.01 Прання та хімчистка текстильних та хутряних виробів. Оформлення всіх необхідних документів займає до місяця і коштує близько 2500 гривень [21].

– Контракти та правові вимоги. Клінінгові компанії повинні дотримуватися законодавства щодо договірних та юридичних вимог, пов'язаних із послугами, які вони надають. Компанії також повинні дотримуватися правил охорони праці, щоб забезпечити безпеку клієнтів і працівників.

– Податки. Клінінгові компанії повинні дотримуватися певних податкових норм і вимог. Це може включати сплату податку на прибуток, ПДВ та інших місцевих податків.

– Права працівників. Клінінгові компанії повинні дотримуватись законів, що стосуються прав працівників, включаючи заробітну плату, графік роботи, відпустку та медичне обслуговування.

– Інтелектуальна власність. Клінінгові компанії повинні дотримуватися норм щодо інтелектуальної власності, включаючи авторські права та патенти, які захищають їхні продукти та послуги. Відповідне дотримання законодавства є важливим фактором для успішної роботи клінінгової компанії, оскільки це допомагає зберегти свою репутацію та уникнути фінансових втрат, пов'язаних зі штрафами та іншими санкціями.

Узагальнюючи, представлена таблиця PESTLE аналізу для ринку клінінгових послуг в Україні (табл. 1.1).

Фактор	Опис	Оцінка впливу
Політичний	Законодавство щодо праці та оподаткування	Середній
Економічний	Рівень доходів населення та фінансова стабільність країни	Високий
Соціальний	Ставлення до чистоти та гігієни, збільшення обсягу роботи, наявність робочої сили	Високий
Технологічний	Використання нових технологій та інновацій	Високий
Правовий	Питання відповідальності за якість та безпеку послуг, наявність ліцензій та дозволів	Середній

Екологічний	Використання екологічно чистих засобів та технологій, утилізація відходів	Середній
-------------	---	----------

Таблиця 1.1 – PESTLE аналіз – фактори і оцінки їх впливу

*Джерело: розроблено автором на основі PESTLE-аналізу.*

На основі PESTLE аналізу ринку клінінгових послуг в Україні можна зробити наступні висновки:

- Економічний фактор є одним з найбільш значних, так як від рівня доходів населення та фінансової стабільності в країні залежить попит на клінінгові послуги.

- Соціальний фактор має не менший вплив, ніж економічний, оскільки ставлення до чистоти та гієни є важливою складовою культури та традицій в українському суспільстві.

- Технологічний фактор з кожним роком стає все більш важливим у світі, тому компанії мають бути готові до використання нових технологій та інновацій.

- Правовий фактор важливий, оскільки наявність ліцензії та дозволів є необхідною умовою для здійснення діяльності на ринку клінінгових послуг.

- Політичний та екологічний фактори мають найменший вплив на ринок, але вони також важливі у зв'язку з необхідністю забезпечення стабільності та безпеки діяльності на ринку.

Отже, компанії, що працюють на ринку клінінгових послуг в Україні, повинні звертати увагу на економічні та соціальні фактори, використовувати нові технології та інновації, отримувати необхідні ліцензії та дозволи, а також дотримуватися політичних та екологічних стандартів для успішного розвитку на ринку.

## РОЗДІЛ 2

### ДИЗАЙН БІЗНЕС-ІДЕЇ З НАДАННЯ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ

#### 2.1. Розробка бізнес-моделі реалізації підприємницької ідеї

Розробку організаційного плану реалізації започаткування клінінгової компанії варто почати з аналізу ринку клінінгових послуг в місті Київ.

Розмір ринку: за статистикою, Київ є найбільшим містом України з населенням понад 2,8 мільйона осіб. За оцінками, більше половини міського населення є активним користувачем клінінгових послуг. Таким чином, потенційне населення чистого ринку Києва перевищує 1,4 млн осіб [17].

Ринковий потенціал: клінінгові послуги стають все більш популярними в Києві, тому що люди стають більш зайнятими і не мають достатньо часу на прибирання. Більшість населення міста — середній і вищий класи, і вони готові платити за послуги преміум-класу. Крім того, зростання популярності «екологічного» прибирання може призвести до зростання попиту на такі послуги.

Конкуренція: на клінінговому ринку Києва працює безліч компаній різного рівня, від невеликих компаній до великих мереж. Серед основних конкурентів можна виділити такі компанії, як «Домашні Майстри», «Чистий Дім», «Майдан Сервіс», «Дом Сервіс», «Прибираємо», «ServiceHome», «Добробут», «CleanRoom». Конкуренція є жорсткою, що вимагає якісної стратегії та ефективної цінової політики.

Переваги та недоліки конкурентів: перевагами є тривала присутність на ринку, що може забезпечити стабільність і довіру клієнтів; широкий спектр послуг, включаючи різноманітні пакети послуг, може залучити клієнтів з різними потребами; наявність професійного обладнання та досвідченого персоналу гарантує високу якість послуг, що надаються; інноваційні технології та методи

надання послуг дозволяють компаніям підвищити ефективність і знизити витрати на виробництво.

Недоліками є висока цінова політика, що здається клієнтам непосильною і змушує їх залишати компанію; відсутність відгуків клієнтів або негативні відгуки можуть завдати шкоди репутації компанії та знизити попит на її послуги; обмежена географія обслуговування може погіршити сприйняття компанії клієнтами за межами географії: наявність конкурента з більшими ресурсами та можливостями може призвести до втрати позицій на ринку та зниження продажів.

Потенційна аудиторія: включає різні групи споживачів, такі як:

- офіси - це можуть бути компанії будь-якого розміру та галузі, які потребують регулярного прибирання своїх приміщень.
- житлові приміщення - можуть бути квартири, будинки та інші житлові приміщення, які потребують регулярного прибирання.
- готелі та ресторани - можуть бути будь-якого класу, що вимагає регулярного прибирання та підтримки чистоти.
- лікарні та медичні центри - можуть бути лікарні, поліклініки та інші медичні заклади, які потребують особливої уваги до чистоти та гігієни.

Попит на клінінгові послуги в Україні: попит зростає з кожним роком, особливо в мегаполісах Києві, Харкові та Львові.

Наступним важливим етапом при розробці бізнес ідеї є вибір цільової аудиторії. Це дає змогу пристосувати компанію до потреб певних груп споживачів. Компанія «CLEAN» націлена працювати з такими клієнтами, як:

Комерційні клієнти: бізнес клієнти можуть бути дуже цінними для клінінгових компаній, оскільки їм зазвичай потрібні регулярні та великі замовлення на обслуговування офісних приміщень, магазинів, ресторанів та інших комерційних об'єктів. Однією з головних переваг роботи з комерційними клієнтами є стабільність замовлень і гарантія прибутку компанії.

Цільовою аудиторією комерційних клієнтів можуть бути офісні будівлі, різноманітні промислові підприємства, готелі та ресторани, медичні заклади,

торгові центри, банки та інші установи, що потребують регулярного та професійного прибирання.

Однак слід враховувати, що бізнес-клієнти часто пред'являють високі вимоги до якості послуг і можуть розраховувати на індивідуальний підхід до задоволення своїх потреб. Тому важливо мати достатні ресурси та досвід, щоб задовольнити вимоги таких клієнтів і забезпечити їхнє задоволення послугами компанії.

Розглянемо на прикладі комерційного клієнта найбільш поширений тип приміщення для прибирання (табл 2.1).

Таблиця 2.1 – Характеристики найбільш поширеного типу приміщення комерційного клієнта в місті Київ

Критерії	Характеристики
Тип приміщення:	офіс
Розташування:	центр міста, офісна будівля
Розмір:	середній, 1000 кв.м.
Сфера діяльності клієнта:	бізнес-послуги (юридична фірма)

*Джерело: розроблено автором на основі [9]*

Вимоги комерційного клієнта можуть включати в себе різноманітні критерії, наприклад такі як (табл 2.2):

Таблиця 2.2. - Опис вимог комерційного клієнта (офіс) та структура продукту

Вимоги 1	Структура продукту 2
Конфіденційність та безпека	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Кваліфіковані співробітники з відповідною атестацією;</li> <li>- Система контролю доступу до приміщень.</li> </ul>
Система контролю витрат	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Детальність розрахунків;</li> <li>- Можливість замовити пакет послуг, що відповідає бюджету клієнта.</li> </ul>
Ефективне та якісне прибирання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Високоякісні засоби для прибирання;</li> <li>- Ефективне обладнання для прибирання;</li> <li>- Висококваліфіковані робітники.</li> </ul>
Гнучкість у плануванні прибирання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Гнучкий графік прибирання;</li> <li>- Можливість замовляти додаткові послуги.</li> </ul>

## Продовження таблиці 2.2

1	2
Стабільність та надійність послуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Гарантія на якість прибирання;</li> <li>- Система контролю якості;</li> <li>- Швидке реагування на запити клієнта.</li> </ul>

*Джерело: розроблено автором на основі аналізу потреб клієнтів.*

Для задоволення вимог клієнта варто суворо притримуватися структури продукту. Компанія, що спрямовує свої послуги на комерційних клієнтів, має велику кількість потенційних клієнтів, оскільки більшість бізнес-центрів та офісних будівель розташовані в центрі міста, а також має можливість поширити свої послуги на інші сфери діяльності при необхідності.

Приватні клієнти: такі клієнти є також важливими цілями для клінінгових компаній, оскільки вони можуть стати постійними клієнтами та забезпечувати постійний потік замовлень. Серед приватних клієнтів можуть бути як заможні люди з великими будинками, так і звичайні мешканці квартир, які потребують регулярного прибирання. Ця аудиторія особливо важлива в районах з великою кількістю багатоквартирних будинків, де на одному майданчику можна охопити багато клієнтів. Однак варто враховувати, що приватні клієнти можуть бути більш чутливими до цінової політики, тому підприємство може мати труднощі з встановленням конкурентних цін. Важливо також пам'ятати, що ця аудиторія може мати нестабільні стосунки з клінінговою компанією, і їх лояльність може залежати від якості обслуговування та інших факторів. Розглянемо тип приміщення, що підлягає клінінговим послугам для приватного клієнта (табл 2.2).

Таблиця 2.2 – Приклад найбільш поширеного типу приміщення приватного клієнта в місті Київ

Критерії	Приклад
Тип нерухомості:	квартира
Розташування:	центр міста, поруч із центральним парком
Розмір:	110 кв.м., трьохкімнатна з балконом
Сфера діяльності клієнта:	фінанси

*Джерело: розроблено автором на основі [9]*

Для приватних клієнтів, які зазвичай замовляють послуги прибирання своїх квартир доречні такі вимоги (табл 2.3):

Таблиця 2.3 - Опис вимог приватного клієнта та структури продукту

Вимоги	Структура продукту
Якісний сервіс	Консультавання перед прибиранням
Наявність набору послуг: прибирання приміщення, прання, миття вікон, прасування	Прибирання квартири: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Миття підлоги;</li> <li>- пилососіння;</li> <li>- Миття підлоги;</li> <li>- Миття санвузла;</li> <li>- Розбір та сортування речей;</li> </ul> Додаткові послуги: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Миття вікон та балкону;</li> <li>- Прасування;</li> <li>- Заміна постільної білизни.</li> </ul>
Можливість мати індивідуальні побажання в процесі прибирання та використання хімічних засобів	Використання екологічних засобів
Доступні ціни за надання послуги	Гнучка система знижок та бонусів для постійних клієнтів
Надійний персонал	Наявність страхування від пошкоджень
Наявність вільного часу для замовлення послуги	Онлайн-система замовлення послуг та відстеження стану замовлення

*Джерело: створено автором на основі потреб приватного клієнта*

Клінінгові компанії можуть надавати регулярні послуги з прибирання квартир, включаючи миття підлоги, килимів, меблів і кухні. Компанія також може надавати послуги прання та прасування одягу для власників бізнесу та їхніх сімей. Розташування поблизу парку є привабливим для власників бізнесу, які люблять проводити час на природі та шукають товариства для прогулянок. Також торговці можуть рекламувати свої послуги в цій сфері, тим самим залучаючи більше клієнтів.

Клієнтами, які потребують професійних послуг: потреба клієнтів в професійних послугах з використанням інноваційних технологій зростає, так як самостійне чищення килимів, меблів мало кому подобається, так як заняття це трудомістке і гарантій хорошого результату немає. Тому послуги з професійного чищення – популярна сфера бізнесу, яка завжди знаходить для себе клієнта. Це можуть бути домогосподарки та власники домашніх тварин, ресторани та готелі, торгові центри та установи, комерційні центри та підприємства. Якщо приватні клієнти замовляють чищення килимів не частіше 2 разів на рік (навесні та восени), то більшість організацій замовляють клінінгові послуги приблизно кожні

3 місяці. Звичайно, у різних клієнтів різні вимоги до якості та способу чищення килимів, що пояснює існування кількох форматів.

Також потрібно розробити пропозицію для залучення нових клієнтів клінінгової компанії та утримання існуючих. Цього можна досягти шляхом створення вигідних пропозицій, які задовольняють потреби клієнтів і відповідають умовам ринку. Крім того, розробка пропозиції може виділити серед конкурентів і забезпечить більш ефективну рекламу для клінінгової компанії.

Розробка пропозиції на прикладі нової компанії «CLEAN»:

«Наша компанія надає послуги професійного прибирання та обслуговування будь-яких приміщень, включаючи офіси, комерційні та житлові приміщення. Ми гарантуємо високу якість обслуговування та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Для комерційних клієнтів ми пропонуємо широкий спектр послуг, включаючи:

- прибирання офісів та торгових приміщень будь-якого розміру;
- регулярне прибирання з урахуванням графіка роботи клієнта;
- прибирання після ремонту та будівництва;
- глибоке чищення килимів, меблів та інших предметів обстановки;
- санітарія;
- прибирання високих приміщень, включаючи вікна та скляні поверхні.

Для приватних клієнтів ми пропонуємо:

- регулярне прибирання житлових приміщень, включаючи кухню, ванну та інші приміщення, санітарне прибирання;
- прибирання після будівництва або оздоблення;
- глибоке чищення меблів, килимів та інших предметів інтер'єру;
- прибирання високих приміщень, включаючи вікна та скляні поверхні.

Ціни на послуги встановлюються індивідуально для кожного клієнта з урахуванням типу приміщення, розміру та складності робіт. Ми пропонуємо

конкурентоспроможні ціни та варіанти оплати за годину, за відвідуванням або за пакетом.

Зв'яжіться з нами сьогодні для безкоштовної консультації та оцінки ваших потреб у прибиранні та прибиранні. »

Цінова політика в Києві може сильно відрізнитися в залежності від багатьох факторів, таких як розмір компанії, тип пропонованих послуг, ступінь конкуренції на ринку, цільова аудиторія, технічні можливості та інше. Важливо бути готовим до переговорів і бути гнучким щодо ціноутворення, щоб підтримувати конкурентну перевагу на ринку. Проаналізувавши цінову політику клінерів в Києві, в компанії сформувалися такі ціни (табл 2.4):

Таблиця 2.4 - Таблиця цін на клінінгові послуги в місті Київ

Послуга	Ціна
1	2
Базове прибирання	Від 25 грн./кв.м.
Генеральне прибирання	Від 70 грн./кв.м.
Додаткові послуги:	
Миття холодильника стандартного розміру	500 грн.
Миття мікрохвильової печі	150 грн.
Миття варильної поверхні індукційна/газова	200/350 грн.
Миття витяжки	500 грн.
Миття посудомийної машини	350 грн.
Миття пральної машини	300 грн.
Прасування тюлі/штори	Від 150 грн/комплект
Прасування одягу	100 грн./год.
Миття кавової машини	150 грн.
Миття мультиварки	200 грн.
Миття посуду	100 грн./год.
Організація простору	500 грн./год.
Миття та складання всередині шаф	350 грн./год
Миття мармурового покриття	Від 50 грн м2
Миття килиму	20 грн. м2
Миття меблів та лінолеуму	35 грн м2
Миття вікон	200 грн/год

## Продовження таблиці 2.4

1	2
Додаткові послуги до базового прибирання:	
Пароочисник	250 грн.
Професійний пілосос (при відсутності інвентаря вдома)	350 грн.

*Джерело: сформовано автором на основі [22]*

Визначивши цінову політику компанії можна зробити висновок, що ціни на послуги будуть залежати від різноманітних критеріїв, таких як тип послуг, обсяг роботи, тип приміщення та ступінь забруднення. Ми пропонуємо середню ціну на ринку клінгових послуг, так як рівень технологій та навчених працівників досить високий, але в зв'язку з тим, що компанія нова, ціни не є завищеними, для того щоб чимбільше людей могли дозволити собі звернутися до наших послуг.

Визначення структури компанії допомагає організувати роботу всієї команди, розподілити відповідальність і завдання між співробітниками, забезпечити ефективну взаємодію відділів і підвищити загальну продуктивність компанії. Визначення структури компанії включає встановлення організаційних ієрархій, розподіл завдань і функцій, а також визначення відповідальності за прийняття рішень і взаємодію з клієнтами та партнерами компанії.

Структура компанії «CLEAN»:

- виконавчий директор/генеральний директор (1 спеціаліст) - відповідає за стратегічне управління компанією та реалізацію місії та бачення компанії, а також відповідає за розробку та реалізацію маркетингових стратегій та продаж послуг компанії;
- бухгалтер (1 спеціаліст) - відповідає за ведення бухгалтерського обліку та звітності підприємства, підготовку фінансової звітності та документів;
- адміністративний персонал (1 спеціаліст) - відповідають за ведення документації та допомогу в організації заходів компанії та за управління роботою команд співробітників, контроль виконання робіт і забезпечення високої якості послуг, що надаються;

– прибиральники ( 4 спеціалісти) - несуть відповідальність за виконання клінінгових робіт і забезпечення високої якості наданих послуг.

Стратегії залучення клієнтів допомагають компаніям залучати нових клієнтів і збільшувати продажі. Це дозволяє визначити мету та цілі компанії щодо залучення клієнтів і вибрати найкращі маркетингові інструменти для досягнення цих цілей. Крім того, стратегія залучення клієнтів допомагає компанії зосередитися на своїй конкурентній перевазі та визначити свій унікальний підхід до ринку, що дозволить їй ефективніше залучати клієнтів. Стратегія залучення клієнтів може включати наступні кроки:

– реклама в соціальних мережах - створення реклами в facebook, instagram, linkedin та інших соціальних мережах, що дозволяють націлювати рекламу на певну цільову аудиторію;

– пошукова оптимізація (seo) – веб-сайт із оптимізованим вмістом, який дозволить позиціонуватись на першій сторінці пошукових систем і використовувати ключові слова, щоб привернути увагу потенційних клієнтів;

– відгуки - використовуйте задоволених клієнтів для просування послуг клінінгової компанії, наприклад, запрошуючи відгуки в соціальних мережах або на сайтах;

– контент-маркетинг - створення корисного та цікавого контенту (статті, блоги, відео), що допоможе привернути увагу потенційних клієнтів та підвищити свідомість про бренд;

– рекламні акції - створення рекламних акцій для приваблення нових клієнтів, наприклад, знижки на першу замовлення, безкоштовні консультації тощо.

Для того, щоб детальніше розглянути аналіз компанії, доречно провести SWOT - аналіз, що допоможе виявити слабкі та сильні сторони компанії, а також можливості і загрози.

SWOT-аналіз — це інструмент стратегічного аналізу, який дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на успіх вашого бізнесу.

Аналіз передбачає виявлення сильних і слабких сторін внутрішнього середовища компанії, а також можливих небезпек і можливостей у зовнішньому середовищі.

На основі даних розвитку ринку клінігових послуг та із урахуванням специфіки компанії розроблено матрицю SWOT-аналізу. У табл 2.5 визначено основні сильні та слабкі сторони бізнесу з надання клінігових послуг, а також сильні та слабкі сторони середовища функціонування бізнесу. При розробці матриці також використані дані PESTLE-аналізу (табл 1.1).

Як видно із даних табл 2.5 компанія має високу якість послуг, досвідчений персонал, додакові послуги. В той же час перелік послуг є незначним, компанія має обмежені фінансові ресурси та високу ціну порівняно з конкурентами – і це є слабкі сторони бізнесу. З урахуванням зазначених характеристик та факторів середовища пропонуються напрями розвитку бізнесу, що наведені у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Матриця SWOT – аналізу клінінгової компанії

	<p><b>O (Opportunities)</b> Можливості (зовнішнього середовища) –</p> <p>Розширення асортименту послуг Розширення ринку шляхом просування в інших містах та регіонах Використання сучасних технологій та програмного забезпечення для автоматизації процесів та підвищення ефективності роботи</p>	<p><b>T (Threats)</b> Загрози (зовнішнього середовища) –</p> <p>Значна конкуренція на ринку Економічні кризи та нестабільність на ринку Зміни в законодавстві, що можуть вплинути на роботу компанії</p>
<p><b>S (Strengths)</b> Сильні сторони (внутрішнє середовище)</p> <p>Висока якість послуг Досвідчені та професійні співробітники Наявність спеціалізованих послуг, таких як хімчистка меблів та чистка килимів.</p>	<p><b>SO – strategy</b></p> <p>Розширення асортименту послуг за рахунок впровадження нових технологій, що дозволить підвищити якість та швидкість надання послуг, а також привернути нових клієнтів. Розширення географії обслуговування на нові регіони та міста, що відкриває нові можливості для приваблення клієнтів та збільшення обсягів продажів.</p>	<p><b>ST – strategy</b></p> <p>Збільшення кількості послуг для існуючих клієнтів, що дозволить підвищити лояльність та збільшити обсяги продажів. Розробка нових пакетів послуг, спрямованих на підвищення якості життя клієнтів, що дозволить розширити сегмент ринку та збільшити конкурентність.</p>

<b>W (Weaknesses)</b> <b>Слабкі сторони (внутрішнє середовище)</b>	<b>WO – strategy</b>	<b>WT – strategy</b>
<p>Висока ціна послуг в порівнянні з конкурентами  Обмежений діапазон послуг, які можуть бути надані  Обмежений розмір компанії та недостатній капітал для розвитку</p>	<p>Вдосконалення системи управління та контролю якості послуг, що дозволить зменшити кількість недоліків та збільшити задоволеність клієнтів, що в свою чергу забезпечить збільшення лояльності та збільшення обсягів продажів.  Розширення ринку за рахунок реклами та маркетингу, що дозволить залучити нових клієнтів та підвищити свідомість про бренд.</p>	<p>Вдосконалення системи управління фінансами компанії, що дозволить зменшити ризики фінансових збитків та забезпечити стабільність компанії.  Вдосконалення системи контролю якості послуг, що дозволить зменшити кількість недоліків та забезпечити задоволеність клієнтів.</p>

Продовження таблиці 2.6

*Джерело: розроблено автором*

Розробка продукту є важливою частиною стратегії компанії, оскільки вона дає можливість залучити більше клієнтів, збільшити прибуток і покращити репутацію. Одним із напрямків розвитку продукту може стати вдосконалення технологій клінінгу та використання новітнього обладнання, що дозволить забезпечити більш якісне та швидке прибирання приміщень. Крім того, можуть бути запропоновані нові види послуг, такі як хімчистка меблів, килимів та інших текстильних виробів.

Також можливе розширення асортименту обладнання, що забезпечить більшу продуктивність співробітників і полегшить їх роботу. Щоб покращити якість обслуговування, доречно навчити свій персонал найновішим методам прибирання та надати їм необхідну інформацію для роботи з клієнтами.

Крім того, важливим фактором у розробці продукту є врахування побажань і потреб клієнтів, а також дослідження ринку та конкурентів. Наприклад, якщо конкурент пропонує додаткові послуги, можна розглянути можливість їх впровадження та підвищення конкурентоспроможності вашої компанії.

Тому розробка продукту є важливим напрямком розвитку компанії, який може надавати якісніші та ефективніші клінінгові послуги, залучати більше клієнтів та збільшувати прибуток.

## 2.2. Технічний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї

Технічний аналіз умов реалізації бізнес-ідеї з надання клінінгових послуг включає оцінку ресурсів, необхідних для запуску та ефективної діяльності компанії, а також аналіз технічних аспектів, які можуть вплинути на якість та якість. Оцінка ресурсів включає оцінку фінансових ресурсів, необхідних для закупівлі необхідного обладнання, реалізації маркетингових кампаній, найму персоналу та інших витрат, пов'язаних зі створенням і зростанням компанії.

Для початку визначимо в яких технічних ресурсах полягає потреба та яка їх вартість (табл 2.6).

Таблиця 2.6 – Матеріали та інструменти для започаткування клінінг компанії

№	Найменування	К-сть. штук	Вартість, грн.	Загальна сума, грн.
1	Промисловий пілосос	4	8 800	35 200
2	Машина для миття підлоги	4	28 000	112 000
3	Полотер	4	12 000	48 000
4	Професійний фен для сушіння килимів	4	9 300	37 200
5	Господарський візок	4	2 800	11 200
6	Відро на колесах	4	500	2 000
7	Інший інвентар для прибирання	1	10 000	10 000
8	Миючі засоби (побутова хімія)	1	30 000	30 000
9	Комплект для миття вікон і фасадів	4	6 700	26 800

10	Пароочисник	2	5 500	11 000
11	Підмітальна машина	2	8 000	16 000
12	Одяг для прибиральниць	4	1000	4 000
	Разом, грн.:		343 400	

*Джерело: створено автором на основі [40]*

Як видно з даних табл 2.6 на обладнання клінінгової компанії доведеться витратити близько 344 тисяч гривень.

Також при успішному розвитку компанії, розглядається придбання вантажівки (мікроавтобус) для транспортування засобу для чищення та всього обладнання, необхідного для надання послуги. Ціна б/в газелі близько 120 000 грн. Для запуску проекту необхідно розрахувати початкову суму інвестицій. Дані щодо розрахунку початкових інвестицій компанії «CLEAN» наведено у табл 2.7

Спеціалізоване обладнання це пирососи для сухого збирання; пиловодососи; килимоочисники (килимийки); підлоги (однодискові машини); підмітальні машини та інші. Пирососи застосовуються для очищення килимів, паласів, м'яких меблів та інших предметів від пилу та сміття. Ці пристрої доповнюються різними насадками, кожна з яких виконує певну функцію. Пирососи використовуються для щоденного збирання. Пиловодососи створені для видалення складних плям. Ці пристрої способи збирати і вологе сміття. Для очищення килимів застосовуються спеціалізовані екстрактори, які видаляють забруднення за допомогою миючих засобів. Для миття підлог створені підлогомийні машини. Деякі типи такої техніки здатні підмити рівні покриття. Для фінішної обробки підлог застосовуються підлоги, які наносять віск або полірують поверхні.

Рекламна компанія передбачає Інтернет-реклама: створення веб-сайту клінінгової компанії, де буде розміщена інформація про послуги, контактні дані та клієнтські відгуки. Застосування націленої на цільову аудиторію рекламу у пошукових системах (наприклад, Google AdWords) та соціальних медіа (наприклад, Facebook або Instagram) для привернення уваги потенційних клієнтів.

Облаштування офісу включає меблі, комунікаційне обладнання, освітлення, кухонний куточок, кліма-контроль.

Таблиця 2.7 - Розрахунок початкових інвестицій компанії «CLEAN»

№	Стаття витрат	Ціна, грн.
1	2	3
1	Спеціалізоване обладнання	343 400
2	Рекламна компанія	40 000

Продовження таблиці 2.7

1	2	3
3	Реєстрація ТОВ, документація	2 500
4	Облаштування офісу	35 000
	Разом:	420 900

Джерело: створено автором на основі [34]

Крім початкових витрат для підтримки бізнесу необхідні щомісячні витрати, величина яких становить 140 000 гривень. Кошторис витрат наведено в табл 2.8.

Таблиця 2.8 - Розрахунок щомісячних витрат компанії «CLEAN»

№	Стаття витрат	Сума, грн.
1	Оренда офісу 37 кв.м.	17 000
2	Заробітна плата і страхові відрахування	77 500
3	Комунальні платежі, інтернет	2 000
4	Миючі засоби	10 000
5	Податкові відрахування	20 000
6	Амортизація обладнання	8 000
7	Реклама	15 000
8	Інше	8 000
	Разом:	140 000

Джерело: створено автором на основі аналізу потреб компанії

Оплата праці співробітників - важливий аспект успішної роботи будь-якого бізнесу, в тому числі і клінінгових. Якщо працівники отримують адекватну оплату праці, вони будуть більш мотивованими та залученими до виконання своїх обов'язків, що позитивно позначиться на якості послуг, що надаються. З іншого

боку, якщо працівники отримують низьку або несправедливу зарплату, це може призвести до низької продуктивності, незадоволеності працівників і низької якості послуг. Для забезпечення стабільної та ефективної роботи клінінгові компанії повинні не тільки встановлювати конкурентоспроможну заробітну плату, а й надавати співробітникам можливість кар'єрного росту та кар'єрного зростання. Це допоможе залучити та утримати талановитих та досвідчених співробітників, які зможуть надавати якісні послуги та допомагати компанії розвиватися.

Спосіб оплати прибиральникам: працівнику буде виплачено певний відсоток від суми замовлення (близько 15-20% на бригаду).

В середньому для роботи невеликої клінінгової компанії потрібно вісім співробітників: директор, чотири прибиральниці, адміністратор і бухгалтер. Загальний бюджет зарплати становить близько 77 тис. грн. (табл 2.9)

Таблиця 2.9 – Розмір зарплат працівників компанії «CLEAN»

№	Посада	Заробітня плата, грн.
1	Виконавчий директор	18 000
2	Бухгалтер (неповна зайнятість)	7000
3	Адміністратор	12 500
4	Прибиральники (4 спеціаліста)	Від 10 000
	Разом:	77 500

*Джерело: розроблено автором на основі [34]*

Для клінінгової компанії потрібна невелика площа. Досить буде офісу для відділу продажів і складського приміщення для всього обладнання. Для цього потрібно орендувати приміщення площею близько 40 квадратних метрів. Вартість оренди такого приміщення в Києві становить близько 15-17 000 гривень.

Оцінка потенційних партнерів і постачальників є важливою складовою успішної роботи будь-якої компанії. Це дає змогу знайти надійних і відповідальних партнерів і постачальників, здатних надати якісні матеріали, товари чи послуги за розумними цінами в обумовлені терміни.

Основним постачальником санітарно-гігієнічних та професіональних матеріалів для компанії «CLEAN» обрано компанію «АТМА». Вже п'ятнадцять років компанія АТМА постачає на ринок України гігієнічне та професійне клінінгове обладнання. Також має партнерські відносини з кращими європейськими виробниками, і на сьогодні одна з найбільш надійних компаній. Корпорація АТМА є членом Асоціації ISSA (провідна світова асоціація з клінінгу, що об'єднує понад 5000 компаній), що дозволяє їм брати участь у найбільших міжнародних оглядових виставках, які визначають майбутні тенденції ринку та представляють останні «новинки» галузі [7].

В асортименті АТМА продукція відомих європейських виробників, таких як MEDICLINICS, MARPLAST, ECOCHEM, TTS, BECKER CHEMIE, що мають безліч позитивних відгуків. До асортименту компанії входять також невід'ємні атрибути клінінг компанії, такі як мішки для сміття, рукавички, бахили, маски, мило і тд.

Важливою перевагою роботи є те, що АТМА має власне виробництво, відділ логістики та великий склад. Це дає можливість складати великий обсяг продукції і завжди виконувати замовлення вчасно, не витрачаючи час і гроші, пов'язані з процедурою імпорту.

Фінансові активи клінінгової компанії можуть бути розміщені в різних інструментах і форматах залежно від стратегії компанії та профілю ризику.

Клінінгова компанія «CLEAN» розглядає варіант розміщення фінансових активів під депозит у надійних банках зі стабільними процентними ставками, наприклад в ПриватБанк. Це дозволяє зберігати кошти вашої компанії в безпеці, отримувати постійний прибуток і отримувати швидкий доступ до коштів, коли вони вам потрібні.

### **2.3. Аналіз джерел фінансування реалізації підприємницької ідеї**

Правильний вибір джерел фінансування є дуже важливим етапом реалізації будь-якого проекту, в тому числі і клінінгових компаній. Від цього залежить весь подальший розвиток проекту та його успіх.

Вибір неправильного джерела фінансування може призвести до недофінансування проектів, нереалізованих можливостей, перевиконання бюджету, нерентабельності та навіть до банкрутства. Тому необхідно ретельно проаналізувати всі можливі джерела фінансування та їх умови, щоб знайти оптимальний варіант.

Крім того, правильний вибір джерел фінансування також може сприяти підвищенню довіри потенційних інвесторів і партнерів, що може позитивно вплинути на розвиток бізнесу. Крім того, це може надати додаткову підтримку та вплив на розвиток ринку. Тому для успішної реалізації проектів чистих компаній важливо ретельно проаналізувати джерела фінансування та їх умови.

Для втілення проекту на початковому етапі необхідно, мінімум 700 тисяч гривень. Тому розглядається декілька видів джерел фінансування.

Одним з видів джерел фінансування для клінінгової компанії є грант від державної організації. Станом на квітень 2023 року, можна прийняти участь в конкурсі бізнес-ідей у регіонах «Роби своє» на грант у розмірі до 100 тисяч гривень.

Благодійний фонд «МХП — Громади» розпочинає новий конкурс бізнес-ідей у напрямку «Зроби сам» [19]. В межах ініціативи підприємці в регіонах можуть отримати кошти до 100 тис. грн для відкриття чи продовження власної справи. Цього року планується підтримати щонайменше 50 проектів. Загальний бюджет турніру – 6 млн грн.

Метою конкурсу є створення умов для сталого розвитку підприємництва, у тому числі у відповідь шляхом надання малих грантів на подальше відкриття, розширення та/або переміщення існуючих малих і середніх підприємств для усунення негативних економічних наслідків війни як у міських, так і в сільських районах.

Участь в конкурсі можна подати вже існуючому бізнесу, підприємці, які мають бізнес-ідею та шукають фінансування для її реалізації; підприємці, які переносять свій бізнес.

Основними критеріями відбору переможців будуть інноваційність проекту, економічна складова, створення нових робочих місць, соціальний вплив на громаду та/або залучення іммігрантів до бізнесу чи роботи.

Найкращим джерелом фінансування є особисті кошти. Коли бізнес відкривається, відсоток власних фондів має суворі вимоги, оскільки це залежить від багатьох факторів, таких як шкала бізнесу, його потенційна прибутковість та наявність зовнішнього фінансування.

Відповідно до масштабу та складності бізнесу, 30% власних коштів виділено для створення компанії.

$$700\ 000\ \text{грн.} * 30\% = 210\ 000\ \text{грн.}$$

– кількість залучених власних коштів на створення компанії.

Залучення кредитних коштів в компанію є одним з альтернативних способів залучення коштів. Однак слід пам'ятати, що прийняття кредитних зобов'язань може відігравати важливу роль у фінансовому плані компанії.

Для отримання кредитних коштів для розвитку компанії, необхідно взяти в кредит 490 000 гривень. Розглядається варіант отримання кредиту в ПриватБанку на таких умовах (табл 2.10):

Таблиця 2.10 – Умови отримання кредитних коштів в ПриватБанку

Критерії	Умови
Вид кредиту:	відновлювана кредитна лінія
Строк:	36 місяців
Сума кредиту:	500 тисяч гривень
Відсоткова ставка для позичальника:	7% річних на інвестиційні цілі з можливістю зниження до 5% за умови створення нових робочих місць
Разова комісія:	1–1,5% від суми кредиту
Графік погашення кредиту:	рівними частинами щомісяця
Погашення процентів:	щомісяця

Забезпечення:	кредит частково забезпечується державною гарантією
Додаткове забезпечення:	рухоме/нерухоме майно, порука власника бізнесу
Отримання коштів:	на поточний рахунок

*Джерело: створено автором на основі [29]*

Для того, щоб обчислити щомісячну оплату, необхідно враховувати відсотки позик та комісію, а також розподілити суму позики до 36 місяців.

Для інвестиційних цілей процентні ставки становлять 7 %, але може знижуватися при створенні нових можливостей працевлаштування, а саме може бути зменшено до 5 %. Ми будемо використовувати середній показник 6 % на рік для розрахунку. Щомісячна процентна ставка становить 0,5 % (6 % / 12 місяців на рік). Тому щомісячний платіж включатиме дві частини: основна сума повернення позики та погашення позик.

Перш ніж скласти графік погашення кредиту, необхідно спочатку розрахувати деякі параметри:

Кількість місяців позики:

$$3 \text{ роки} * 12 \text{ місяців/рік} = 36 \text{ місяців}$$

Щомісячна процентна ставка:

$$6\%/12 \text{ місяців} = 0,5\%$$

Одноразова комісія: 1,5% від суми кредиту:

$$1,5\% * 500\,000 \text{ грн} = 7\,500 \text{ грн.}$$

Сума кредиту: 500 тис. грн

Щомісячний платіж: розраховується за формулою : (річна процентна ставка / 12) \* (сума кредиту + комісія) / (1 - (1 + річна процентна ставка / 12) ^ (-кількість місяців)).

$$0.005 * (500\,000 \text{ грн} + 7\,500 \text{ грн}) / (1 - (1 + 0.005) ^{-36}) = \\ = 15\,294 \text{ грн.}$$

Отже, щомісячний платіж становитиме 15 294 грн.

Таблиця 2.11 - Форма погашення кредиту компанії на протязі 3 років

Рік	Кількість місяців	Початок року	Місячний платіж	Відсотки	Погашення тіла кредиту	Залишок на кінець року
2023	12	507500 грн.	15 294 грн	26 810 грн	112 666 грн	394 834 грн
2024	12	394834 грн.	15 294 грн	20 064 грн	119 412 грн	275 422 грн
2025	12	275422 грн.	15 294 грн	13 771 грн	125 705 грн	149 717 грн
Всього	36	-	548 652 грн	60 645 грн	357 783 грн	-

*Джерело: розроблено автором на основі власних розрахунків*

Залучені джерела фінансування для втілення проекту складають 810 000 гривень. Власних коштів власника компанії складають 210 000 гривень, що становить близько 26% від необхідної суми. Кредит в розмірі 500 000 гривень буде складати близько 62% від загальної суми. Є можливість отримати грант у розмірі до 100 000 гривень, що може становити до 12% від загальної суми.

## РОЗДІЛ 3

### ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ

#### 3.1. Організаційний план реалізації підприємницької ідеї

Командоутворення та розподіл повноважень є важливою частиною успіху будь-якого проекту. Для створення ефективної команди необхідно враховувати специфіку проекту, його завдання та цілі, а також можливості та досвід кожного учасника.

Основними етапами формування команди є визначення ролей і обов'язків, розробка плану комунікації та співпраці, а також встановлення процесів контролю та звітності. Щоб призначити повноваження, потрібно визначити завдання та функції кожного члена команди. Особливу увагу слід приділити взаємодії між членами команди та ролі керівника проекту. Лідери повинні нести відповідальність за управління командою та взаємодію із зацікавленими сторонами проекту, а також за розробку стратегій і планів дій.

Кожен член команди повинен брати на себе відповідальність за свої обов'язки та взаємодію з іншими членами команди. Він повинен мати достатні здібності та досвід для виконання своїх завдань і бути належним чином мотивований для досягнення поставлених цілей. Крім того, команда повинна мати ефективну систему звітності та контролю, щоб забезпечити своєчасне виконання завдань і досягнення поставлених цілей. Регулярні зустрічі та взаємне спілкування допоможуть підтримувати атмосферу співпраці та підвищувати продуктивність команди.

Робоча структура WBS (Work Breakdown Structure) є важливою частиною планування та управління проектом. Це допомагає розбивати проекти на менші, керовані етапи та забезпечує чітку структуру та організацію загального проекту. За допомогою WBS можна краще зрозуміти обсяг і складність проекту, визначити необхідні ресурси, визначити терміни виконання робіт, розподілити відповідальність між учасниками проекту, забезпечити більш ефективне управління проектом, підвищити ефективність і якість роботи, визначити бюджет і контроль витрат [24].

Отже, важливість робочої структури WBS полягає в тому, що вона допомагає забезпечити успішне виконання проекту та ефективне управління проектом, які є ключовими факторами для досягнення бізнес-цілей. WBS проекту наведено на рис. 3.1.



Рисунок 3.1. – П'ятирівнева робоча структура проекту створення клінінгу.

*Джерело: розроблено автором на основі прикладу трирівневої робочої структури проекту створення обчислювального центру та змісту проекту*

Структура організаційного розподілу (OBS) є ще одним важливим елементом управління проектом, оскільки вона визначає, як розподіляються ролі

та обов'язки між різними членами команди проекту. Важливість OBS полягає в тому, що він дозволяє ефективно координувати та спілкуватися між різними відділами та членами команди проекту, зменшуючи ймовірність конфлікту та збільшуючи шанси на успішне завершення проекту. Таким чином, правильно розроблений OBS може значно знизити ризик і забезпечити успішне виконання проекту [23]. Організаційна структура клінінгової компанії OBS може бути наступною:



Рисунок 3.2 - Організаційна структура проекту клінінгової компанії

*Джерело: розроблено автором на основі рис. 3.1*

В результаті аналізу структури проекту побудуємо матрицю відповідальності, де елементи схеми структури проекту стають рядками, а елементи схеми організації компанії - стовпчиками. В елементах матриці рівень відповідальності тих чи інших дійових осіб позначають за допомогою різних умовних позначень (табл 3.1).

Завдання	Виконавці			
	Виконавчий директор	адміністратор	Бухгалтер	прибиральники
Планування проекту	B1, B2			
Підготовка до запуску проекту	B1, B2, П2		B1	
Розробка стратегії маркетингу та продажів	B1, B2, П2			
Виконання послуг		З		B1, B2
Контроль якості та	П2			B1.B2

звітність				
-----------	--	--	--	--

Таблиця 3.1 – Матриця відповідальності робітників компанії «CLEAN»

*Джерело: розроблено автором на основі аналізу робочих обов'язків та функцій кожного працівника організації.*

*Примітки:*

*Примітка 1- В1 виконавець.*

*Примітка 2 - В2 відповідальний.*

*Примітка 3- 3 затверджує.*

*Примітка 4- П1 підписує.*

*Примітка 5 - П2 погоджує*

CTR (Cost-Time-Resource) Dictionary — це інструмент управління проектами, який дозволяє відстежувати витрати, час і ресурси, витрачені на проекти, і керувати ними. Щоб розробити словник CTR, необхідно визначити всі витрати, пов'язані з проектом (наприклад, зарплата, оренда ділянки, закупівля обладнання тощо), а також визначити час, необхідний для завершення кожного етапу проекту та розподілити ресурсів серед різних завдань. Зібравши цю інформацію, можна скласти словник CTR, який містить повну інформацію про вартість, час і ресурси, необхідні для завершення проекту.

Цей словник може бути корисним інструментом для контролю витрат, планування роботи та ресурсів, а також оцінки ефективності проекту та забезпечення успішного завершення проекту. Розробка словника CTR може зайняти час і зусилля, але необхідна для ефективного управління проектом і зниження ризику невдачі.

Враховуючи, що словник CTR може відрізнятися залежно від специфіки клінінгової компанії, наведемо загальний приклад, який може включати деякі з найбільш типових витрат, часу та ресурсів (табл 3.2).

Таблиця 3.2 - Розробка CTR–словника «витрати-час-ресурси» для клінінг компанії

Витрати	Час	Ресурси
Зарплата співробітникам	Прибирання приміщень	Робочий одяг
Закупівля робочих засобів	Організація збору сміття	Придбання інвентарю та мийних засобів
Витрати на рекламу	Транспортування засобів	Електроенергія
Придбання обладнання	Створення розкладу роботи	Вода
Комерційні послуги	Контроль якості	Відходи

Оренда приміщень	Ведення бухгалтерії	Людська працездатність
Оплата податків		

Джерело: створено автором на основі [35]

Для графічного відображення плану та реалізації проекту використаємо діаграму Ганта. Це тип гістограми, де на горизонтальній осі відображаються умови проекту, а на вертикальній – завдання, які необхідно виконати для досягнення цілей проекту.

Діаграма Ганта показує хронологічний порядок завдань, їх тривалість і залежності між ними. Щоб скласти діаграму Ганта, потрібно визначити всі завдання, які необхідно виконати для досягнення цілей проекту, визначити, скільки часу знадобиться для виконання кожного завдання та порядок їх виконання. Потім потрібно відобразити ці завдання на графіку, розмістивши їх у відповідних позиціях відносно часу та позначивши тривалість кожного завдання (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 - Розробка діаграми Ганта для створення клінінгової компанії

Джерело: створено автором на основі аналізу бізнес-плану компанії

Для розробки діаграми Ганта для клінінгової компанії були використані такі етапи:

- розробка бізнес-плану,
- закупівля обладнання та матеріалів,

- підбір персоналу,
- рекламна кампанія,
- оптимізація процесів.

Використання діаграми Ганта для клінінгової компанії зробить планування та управління проектом більш ефективним і організованим. Крім того, він також дозволяє контролювати та відстежувати хід роботи, що допоможе вчасно виявити можливі проблеми та недоліки.

В цілому, діаграма Ганта є незамінним інструментом для успішної реалізації проекту створення клінінгової компанії.

### **3.2. Оцінка економічної доцільності реалізації підприємницької ідеї**

Оцінка економічної доцільності реалізації бізнес-ідеї є невід'ємним етапом у процесі розробки бізнес-плану. Цей етап дозволяє судити про те, чи буде бізнес успішним з економічної точки зору.

Для оцінки економічної доцільності реалізації бізнес-ідеї необхідно провести комплексний аналіз ринку, визначити грошові потоки, розрахувати показники ефективності, врахувати ризики та фактори, які можуть вплинути на успіх проекту. При правильному підході до оцінки економічної доцільності можна знизити ризик провалу проекту та збільшити шанси на успіх [13].

Чистий грошовий потік компанії визначається як грошовий потік від інвесторів до компанії та від компанії до інвесторів. Щоб визначити грошовий потік, необхідно проаналізувати всі витрати і доходи компанії за певний період часу.

Для клінінгових компаній доходи можуть включати гонорари, сплачені клієнтами за надані послуги, а витрати можуть включати витрати на заробітну плату, витрати на придбання матеріалів і обладнання, комунальні послуги, оренду приміщення, податки та інші збори.

Після того, як визначаються всі доходи та витрати за певний період часу, можна розрахувати грошовий потік. Для цього з доходу необхідно відняти витрати. Якщо результат негативний, компанія зазнає збитки, якщо результат позитивний, компанія отримує прибуток.

Грошовий потік можна використовувати для оцінки ефективності інвестицій компанії, визначення потреби в додатковому фінансуванні та планування майбутнього розвитку компанії. Розрахуємо прибуток від послуги за перший рік роботи клінінгової компанії.

Припустимо, що середній дохід від однієї послуги становить 3500 грн, а підприємство надає 65 послуг на місяць. Тоді місячний дохід становить 227 500 грн.

Також необхідно враховувати зарплату персоналу, оренду та інші витрати. Припустимо, що місячна заробітна плата працівника становить 77 500 грн, а на підприємстві працює 7 працівників. Оренда офісу 17500 грн в місяць. Також потрібно враховувати витрати на інструменти та рекламу в розмірі 45 500 грн на місяць. Отже, загальна місячна плата становитиме 140 тис. грн.

Отже, місячний чистий прибуток становитиме 87 500 грн ( $227\,500 - 140\,000$ ). Протягом року підприємство отримає чистий прибуток 1 050 000 грн.

Однак потрібно також враховувати інвестиції у створення компанії, а також майбутні зміни попиту на послуги компанії, які можуть вплинути на грошові потоки.

Для більш чіткого розуміння доцільності бізнесу, розрахуємо показники ефективності:

1. Точка беззбитковості - це рівень продажів, при якому витрати на виробництво товару дорівнюють виручці від реалізації. Іншими словами, це точка, де прибуток дорівнює нулю.

Для клінінгової компанії можна припустити фіксовані витрати 140 000 грн на місяць. Вартість надання послуги може бути розрахована як сума матеріальних витрат, заробітної плати працівників та інших витрат, пов'язаних з наданням послуги.

Припустимо, що середня вартість надання послуги становить 150 грн за годину, а середня ціна послуги — 450 грн за годину.

Формула для розрахунку точки беззбитковості виглядає наступним чином:

$$BEP = \frac{\text{постійна вартість}}{(\text{ціна одиниці} - \text{змінна вартість одиниці})} \quad (3.1)$$

де:

*fixed costs* - фіксовані витрати (140 000 грн на місяць)

*price per unit* - ціна на одиницю продукції (450 грн./год.)

*variable costs per unit* - змінні витрати на одиницю продукції (150 грн./год.)

$$BEP = 140\,000 / (450 - 150) = 466,6 \text{ годин на місяць}$$

Тому компанія повинна забезпечити щонайменше 466,6 годин обслуговування на місяць, щоб уникнути збитків.

## 2. Визначення грошових потоків:

Щорічний дохід (ціна \* кількість послуг): 2 793 135 грн.

Щорічні витрати: 1 680 000 грн.

Щорічна амортизація (15% від початкових інвестицій): 63 135 грн;

Річний чистий прибуток (щорічний дохід – щорічні витрати – щорічна амортизація) : 1 050 000 грн;

Податки (20% від чистого прибутку): 210 000 грн;

Чистий прибуток після оподаткування: 840 000 грн;

Операційні грошові потоки: 903 135 грн;

Грошові потоки за кожен рік:

Рік 1: 903 135 грн.

Рік 2: 903 135 грн.

Рік 3: 903 135 грн.

Рік 4: 903 135 грн.

Рік 5: 903 135 грн.

Ставка дисконтування - 8,6%, враховуючи варість кредиту на відкриття бізнесу у розмірі 500 тис. грн та наявність власних коштів у розмірі 210 тис. грн.

### 3. Розрахунок NPV

$$NPV = \sum (CF_t / (1 + r)^t) - C_0, \quad (3.2)$$

де:

$CF_t$  - грошові потоки за рік  $t$ ,

$r$  - ставка дисконту,

$C_0$  - початкові інвестиції.

$$NPV = -420900 + 967486.43 + 890905.80 + 820026.68 + 754859.91 + 694635.43$$

$$NPV = 3760148.25 \text{ грн}$$

Отже, NPV для проекту складає 3760148.25 грн грн.

### 4. Розрахунок PI:

PI (Profitability Index) - це вимірювання ефективності проекту, яке показує, скільки доларів чистого прибутку отримується на кожен інвестований долар. PI розраховується як відношення чистого поточного значення (NPV) до початкових інвестицій (PV):

$$PI = NPV / PV \quad (3.3)$$

$$PI = (3,760,148.25 + 420,900) / 420,900$$

Отже, PI для цього проекту  $\approx 9.94$ , що означає, що прибутковість проекту перевищує витрати в 9.94 рази, що є дуже вигідним показником.

### 5. Розрахунок IRR – внутрішньої норми доходності:

$$IRR = -420900 + 968524,20 / (1 + IRR)^1 + 891512,45 / (1 + IRR)^2 + 820380,75 / (1 + IRR)^3 + 754713,85 / (1 + IRR)^4 + 694131,67 / (1 + IRR)^5$$

$$IRR = 23,39\%.$$

Отже, IRR для даного проекту дорівнює 23,39%.

6. Розрахунок РВР (Payback Period) - це час, необхідний, щоб покрити початкові інвестиції.

Для розрахунку РВР необхідно визначити чистий грошовий потік за роки терміну проекту і додавати його, поки не досягнемо суми, рівної початковій інвестиції.

У даному випадку:

$$РВР = 420900 / (1050000 / 5) = 2 \text{ роки } 10 \text{ місяців}$$

Отже, РВР для цього проекту становить 2 роки 10 місяців.

Кожен бізнес піддається загрозам, які пов'язані з реалізацією ідеї клінінгової компанії, ризики можуть бути різними, деякі з яких варто розглянути:

- конкуренція: на ринку клінінгових послуг висока конкуренція, і новачкам може бути важко знайти своє місце під сонцем. Конкуренція може призвести до зниження цін на послуги, що в свою чергу позначається на прибутковості проектів;

- залежність від клієнтів: клінінгова компанія зазвичай працює з великою кількістю клієнтів, і велика частина її прибутку залежить від частоти відвідувань. Якщо клієнтів мало, це може вплинути на стабільність бізнесу;

- погіршення економіки: бізнес клінінгових компаній може бути дуже чутливим до економічного погіршення. Якщо економіка переживає спад, компанії можуть витратити менше на послуги з прибирання, що може призвести до зниження прибутку для компанії;

– потреба спеціального обладнання та ресурсів: робота клінінгової компанії передбачає використання спеціалізованого обладнання та засобів (прибиральники, пральні машини тощо). Якщо компанія не має необхідного обладнання, це впливає на якість обслуговування та здатність конкурувати з іншими компаніями.

Для візуалізації та ідентифікації ризиків в проекті клінінгової компанії зобразимо карту ризиків (табл 3.3).

Таблиця 3.3 – Карта ризиків клінінг компанії

	Вплив на цільові показники				
	Можна знехтувати	Невеликий	Помірний	Значний	Суттєвий
Дуже ймовірно	Нижче середнього	Середня	Вище середнього	Висока	Висока
Ймовірно	Низька <b>1</b>	Нижче середнього	Середня <b>2</b>	Вище середнього	Висока <b>4</b>
Можливо	Низька	Нижче середнього <b>5</b>	Середня	Вище середнього <b>3</b>	Вище середнього
Малоймовірно	Низька	Нижче середнього	Нижче середнього	Середня	Вище середнього
Дуже малоймовірно	Низька	Низька	Нижче середнього	Середня	Середня

*Джерело: розроблено автором на основі аналізу можливих ризиків*

Дані табл. 3.1 показують, що основними ризиками проекту є:

1. Втрата ключового персоналу;
2. Загострення ринкової конкуренції;
3. Зміни в державних нормативних актах з охорони праці;
4. Пошкодження майна клієнта під час прибирання;
5. Зміна вимог споживачів до якості послуг;

Виходячи з даних табл 3.3, ми бачимо, що найбільший вплив на компанію мають зміни в державних нормативних актів з охорони праці та ймовірність

пошкодження майна клієнта під час прибирання Зміни в державних постановах, що стосуються гігієни та безпеки праці, можуть вплинути на роботу клінінгової компанії, оскільки вона проводить клінінгові операції, що може поставити під загрозу здоров'я та безпеку працівників компанії. Зміни в нормативних актах можуть призвести до необхідності внесення змін до процедур і методів роботи компанії, що збільшує часові та грошові витрати на перенавчання та вдосконалення методів роботи. Крім того, неналежне застосування нових правил може призвести до штрафів та інших санкцій, які можуть вплинути на фінансові показники компанії.

Пошкодження майна клієнта під час прибирання є ризиком, оскільки це може призвести до втрати довіри клієнтів, скарг і зниження прибутку компанії. Якщо прибиральник проявить недбалість і пошкодить майно клієнта, це може призвести до втрати контрактів з цими клієнтами та падіння репутації всієї компанії. Такі ризики можна зменшити шляхом запровадження суворих інструкцій і навчання персоналу, а також використання засобів захисту та страхових полісів.

Для зменшення ризику можна використовувати різні методи хеджування:

- підписання довгострокових контрактів дозволяє клієнтам мати стабільну ділову взаємодію з компанією, знижує ризики коливань попиту на послуги компанії, забезпечує більшу прогнозованість доходів;

- використання фінансових інструментів. Компанії можуть використовувати такі фінансові інструменти, як опціони, ф'ючерси або форварди, для захисту від негативних наслідків ризику;

- створення резервного фонду - компанія може відкладати певний відсоток прибутку на спеціальний резервний фонд, який може бути використаний для компенсації несподіваних втрат під час виникнення ризиків;

- страхування – компанії можуть застрахувати свої активи (включаючи обладнання, приміщення, транспортні засоби) від різних ризиків, таких як пожежа, крадіжка, повінь тощо;

– диверсифікація ризику. Зменшення ризику, розподіливши інвестиції в різні типи активів і/або різні ринки. У випадку клінінгових компаній це може означати роботу з різними секторами ринку, такими як офісна нерухомість, роздрібна торгівля, промислові об'єкти тощо.

Отже, клінінгова компанія з метою запобігання ризиків, що впливають на репутацію та економічну стабільність, має завжди бути гнучкою до системи.

## ВИСНОВКИ

Наразі ринок клінінгових послуг в місті Київ перебуває у стані прогресивного розвитку, тому відкриття такого виду бізнесу актуальне. Під час аналізу зовнішнього середовища реалізації підприємницької ідеї на ринку були виявлені важливі фактори, що впливають на успішність бізнесу:

- конкуренція: на ринку клінінгових послуг, особливо в столиці України, присутня висока конкуренція, яка може ускладнити входження до ринку та знизити прибутковість. З цього виникає потреба в ретельному дослідженні конкурентів, їхніх послуг та цін, а також вміння підлаштовуватися під зміни на ринку, для того щоб обрати свою нішу та вигідно розміститися на ринку.

- регулювання: у сфері клінінгових послуг існують регулюючі органи, які встановлюють стандарти та правила, що повинні бути дотриманими. Варто ретельно вивчати законодавство та відповідні правила, щоб уникнути порушень та забезпечити безпеку для клієнтів та працівників.

- економічне середовище: економічні умови суттєво впливають на ринок клінінгових послуг. Економічні кризи можуть знизити попит на клінінгові послуги, в той час як економічний ріст може підвищити попит на послуги та сприяти стрімкому розвитку бізнесу.

- соціальне середовище: зміна соціальних та культурних стандартів також може впливати на попит клінінгових послуг. При зростанні середнього класу та зміни стандартів пр здоров'я та екологію може збільшитися попит на екологічно чисті та безпечні клінінгові послуги.

Розробка бізнес-ідеї вимагає уважної роботи над безліч аспектами бізнесу та ретельної аналітики ринку, щоб забезпечити успішне функціонування компанії. Під час розробки дизайну бізнес-ідеї з надання клінінгових послуг необхідно було врахувати важливі фактори:

- ніша: для того щоб виділитися серед конкурентів та залучити клієнтів, послуги клінінгової компанії націлені на прибирання офісних приміщень та житлових, а також наданні послуг хімчистки килимів та меблів.

- цільова аудиторія: проаналізувавши можливу цільову аудиторію, визначивши їхні потреби та вимоги, було обрано націлити свої послуги на бізнес клієнтів та комерційних, для того, щоб розробити ефективну стратегію маркетингу та просування.

- технології: для якісного надання послуг було обрано сучасні технології та інструменти, в більшості компанії Karcher.

- команда: враховуючи те, що компанія нова, було прийнято рішення про взяття до своєї команди 7 працівників, а саме головного директора, адміністратора, бухгалтера та 4 прибиральників.

- фінанси: задля забезпечення стабільного розвитку бізнесу, залучено для відкриття компанії початкових інвестицій в розмірі 420 900 грн. та розраховано щомісячні витрати у розмірі 140 000 грн.

Фінансово-економічна ефективність проєкту наступна:

- чистий поточний прибуток NPV (Net Present Value для проєкту складає 3 760 148.25 грн.

- відношення вигод до вкладень PI (Profitability Index) для проєкту  $\approx 9.94$

- внутрішня норма доходності IRR (Internal Rate of Return) дорівнює 23,39%.

- час, необхідний, щоб покрити початкові інвестиції PBP (Payback Period) для цього проєкту становить 2 роки 10 місяців.

Ризики клінінг компанії є значними та можуть вплинути на фінансові результати та репутацію компанії. При правильному підході до управління ризиками, включаючи їх ідентифікацію, оцінку та управління, можна допомогти компанії знизити ризики та забезпечити стабільний розвиток.

Розглядаючи ризики клінінг компанії, можна зробити висновки, що основним ризиком є пошкодження майна клієнта під час прибирання, що може призвести до втрати довіри клієнта та зменшити обсяг замовлення. Для того, щоб уникнути цього варто проводити навчання персоналу та мати страховку.

Також до найбільших впливових ризиків відносяться зміни в державних нормативних актах з охорони праці, що можуть призвести до складнощів в організації робочого процесу та збільшити витрати на дотримання норм. Щоб уникнути даного ризику, варто вести діловодство з урахування законодавчих вимог та вчасно внесати необхідні зміни до процесу організації роботи.

З огляду на проведений аналіз, компанія «CLEAN» зможе ефективно діяти на ринку та забезпечувати високу якість наданих послуг та має потенціал для успішної реалізації своєї підприємницької ідеї та досягнення прибутковості.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Господарський кодекс України: станом на 16 січня 2003 р. Верховна Рада України. *Офіц вид. Офіційний Вісник України*. 2003 №11. Ст. 462.
2. Податковий кодекс України: станом на 2 грудня 2010 р. Верховна рада України. *Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України*. 2011, № 13-14, № 15-16, № 17. Ст.112
3. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України: *Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 31-32. Ст.263.
4. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України: *Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 23. Ст.158
5. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України: *Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України*. від 24.02.1994 № 4004-ХІІ.
6. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України: *Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України*. 2013. №3. Ст.23
7. АТМА. Про компанію. URL: <https://atma.ua/about/> (Дата звернення: 09.05.2023)
8. Аналіз PESTEL - що це таке, визначення та поняття - 2021. Economy-Pedia.com. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11039582-pestel-analysis> (дата звернення: 09.05.2023).
9. Аналіз ринку нерухомості - аналітичний огляд. Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-nedvizhimosti-analiticheskij-obzor> (Дата звернення: 09.05.2023)
10. Балджи М.Д., Карпов В.А. та ін. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навч. посіб. — Одеса: ОНЕУ, 2013.

11. Береговий М. Бізнес-план клінінгової компанії: обладнання, приватний і промисловий клінінг. URL: <https://uacredity.com/biznes-plan-kliningovoї-kompanії-obladnannya-privatnij-i-promislovij-klining/> (Дата звернення: 09.05.2023)
12. Біленко Д.О. «Яким має бути ринок клінінгових послуг в Україні: світові і вітчизняні тренди, фактори та характеристики розвитку». Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України. [Електронний ресурс]. - 17 квітня-20 травня 2023 р. К.: КНЕУ, 2023.
13. Варченко О. М. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності підприємств. Інноваційна економіка, 2016, № 4, С. 29-38.
14. Верба В.А., Гребешкова О.М. Проектний аналіз: слайд-курс. Навчальний посібник – К.: КНЕУ, 2006 – 236 с.
15. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: навч.-метод.посібник для самоств.вивч.дисц. — К.: КНЕУ, 2000
16. Головка О. Організація готельного господарства - 7.1. Поняття “клінінг” та основні складові технології клінінгу. URL: <https://subj.ukr-lit.com/organizaciya-gotel'nogo-gospodarstva-golovko-o-m-7-1-ponyattya-klining-ta-osnovni-skladovi-tehnologii-kliningu/> (Дата звернення: 09.05.2023)
17. Головне управління статистики в місті Києві. Офіційний сайт. URL: <http://www.kyiv.ukrstat.gov.ua>. (Дата звернення: 09.05.2023)
18. Державна казначейська служба України. Офіційний сайт. URL: <https://www.treasury.gov.ua> (Дата звернення: 09.05.2023)
19. «Робота: Гранти від держави на відкриття чи розвиток бізнесу. gov.ua. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=94321ef8-1418-479c-a69f-f3d0fdb8b977&title=Robota-GrantiVidDerzhaviNaVidkrittiaChiRozvitokBiznesu> (Дата звернення: 10.05.2023)
20. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник. / в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки Європейського Союзу – 2021 - 108 с.

21. КВЕД-2010. Державна служба статистики України. URL: [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/81/KVED10\\_81\\_10.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/81/KVED10_81_10.html) (Дата звернення: 10.05.2023)
22. Клінінгова компанія Уборка24. URL: <https://uborka24.com.ua/ua/> (Дата звернення: 10.05.2023)
23. Науково-дослідна робота на тему: Формування ефективних команд у науково-освітніх проектах. ЗУНУ - Західноукраїнський національний університет. URL: <https://www.wunu.edu.ua/pdf/rob/18-58.pdf> (Дата звернення: 10.05.2023)
24. Односпрямована структуризація – створення робочої структури проекту. Бібліотека економіста. URL: <https://library.if.ua/book/96/6604.html>. (Дата звернення: 12.05.2023)
25. Палющенко Д. С., Петросов А. В. Легальний бізнес в Україні. URL: [https://biz.ligazakon.net/aktualno/7736\\_bznes-v-ukran-ltsenz](https://biz.ligazakon.net/aktualno/7736_bznes-v-ukran-ltsenz) (Дата звернення 10.05.2023)
26. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. / Колот В.М., Рєпіна І.М., Щербина О.В. — [2-ге вид., перероб. та доп.] — К. : КНЕУ, 2009. — 444, [4] с.
27. Приклад послідовності дій по структуризації проекту. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/5194148/page:13/> (Дата звернення 10.05.2023)
28. Про компанію "Ух клінінінг". Ух-клінінг | Клінінг. URL: <https://uborka-posle-remonta.kiev.ua/> (Дата звернення: 12.05.2023)
29. Програми кредитування малого та середнього бізнесу. ПриватБанк. URL: <https://kub.pb.ua/kreditny-programi> (дата звернення: 12.05.2023)
30. Проектний менеджмент: просто про складне : навч. посібник / [В.А. Верба, Л.П. Батенко, О.М. Гребешкова та ін.] – К. : КНЕУ, 2009р. – 299 с.
31. Ринок клінінгових послуг України 2020. Shen. URL: <https://shen.ua/obzor-i-analitika-otrasli/rynok-kliningovyh-poslug-ukrayiny-2020/> (Дата звернення: 12.05.2023)
32. Стр-словник. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/5194148/page:15/> (Дата звернення: 11. 05.2023)

33. Сервіс оголошень OLX URL: <https://www.olx.ua/uk/nedvizhimost/kommercheskaya-nedvizhimost/arenda-kommercheskoy-nedvizhimosti/ofsn-primschennya/kiev/> (Дата звернення: 09.05.2023)
34. Структуризація проекту. Ikursoviks. URL: [https://ua.kursoviks.com.ua/metodychni\\_vkazivky/article\\_post/869-tema-4-strukturizatsiya-proyektu-z-kursu-upravlinnya-spetsialnimi-proyektami-nudpsu](https://ua.kursoviks.com.ua/metodychni_vkazivky/article_post/869-tema-4-strukturizatsiya-proyektu-z-kursu-upravlinnya-spetsialnimi-proyektami-nudpsu) (Дата звернення: 11.05.2023)
35. Управління проектами: навч. посібник / Л.П. Батенко, О.А. Загородніх, В.В. Ліщинська – К. : КНЕУ, 2004р. – 231 с.
36. «Управління проектами»: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації: «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародних проектів», «Менеджмент інновацій», «Логістика»/ Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П. Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
37. Чистий бізнес: як відкрити клінінгову компанію - Bizz Ідея. Bizz Ідея. URL:<https://bizznes.top/chystyj-biznes-yak-vidkryty-kliningovu-kompaniyu/>(дата звернення: 30.05.2023).
38. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK). – 5th Edition, PMI, USA, 2013.
39. Kärcher. Cleaning equipment and pressure washers | Kärcher International. URL: <https://www.kaercher.com/ua/> (Дата звернення: 09.05.2023)

## ДОДАТКИ

### Додаток А

1. Біленко Д.О. «Яким має бути ринок клінінгових послуг в Україні: світові і вітчизняні тренди, фактори та характеристики розвитку». Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України. [Електронний ресурс]. - 17 квітня-20 травня 2023 р. К.: КНЕУ, 2023.

