**РОЗДІЛ 5**

**Економічне обґрунтування доцільності роботи**

**5.1. Економічна характеристика проектного рішення (програмного продукту)**

Програмна система для фінансової підтримки контентмейкерів, яка є частиною моєї бакалаврської кваліфікаційної роботи, повинна дозволити будь-яким бажаючим користувачам, які хочуть фінансово підтримати певну особу, організацію чи спілку своїми власними коштами та надіслати власне повідомлення. Натомість отримувачам пожертв має дати змогу у прямому ефірі виводити сповіщення про надходження пожертв, статистики пожертв та прогресу збору коштів. Відображення пожертви виглядає як поява анімованої картинки, імені жертводавця, суми пожертви та повідомлення, яке можу бути озвучене синтезом мови. Під час надходження повідомлення також відтворюється звук сповіщення.

Основний функціонал програмного продукту – надання користувачам можливості фінансово підтримати фізичну чи юридичну особу та надіслати їй певне повідомлення. Цей функціонал буде доступний усім користувачам без авторизації, проте потребуватиме мінімального розміру пожертви. Розмір мінімальної пожертви встановлюється контентмейкером.

Візуалізація вхідних пожертв дозволяє засвітити своє ім’я на широку аудиторію, та донести контентмейкеру своє повідомлення, що у свою чергу дає додаткове заохочення для користувачів надсилати нові донати.

Візуалізація прогресу збору коштів у режимі реального часу демонструє вклад аудиторії, а візуалізація статистики, наприклад «ТОП донатерів», може надовго продемонструвати псевдонім найбільш щедрого користувача на велику аудиторію. Інколи декілька таких користувачів вступають у гонку за місце на вершині списку

За надання своїх можливостей, сервіс може стягувати певний відсоток, тобто комісію, з кожної пожертви. Для гнучкості, цей відсоток варіюється від загальної суми пожертв у місяць, тобто, чим більша сума пожертв – тим менша комісія.

**5.2. Інформаційне забезпечення та формування гіпотези щодо потреби розроблення проектного рішення (програмного продукту)**

На ринку існує багато іноземних сервісів, проте, так як сервіси мають фінансову складову, то вони все ще не дуже коректно працюють у Україні або зовсім недоступні. Вони не мають підтримки користувачів з України погано взаємодіять з банківською системою України. Існує тільки декілька вітчизняних сервісів, проте вони мають дуже вузький функціонал та дуже високу комісію, що не робить їх привабливими для користувачів.

Кожен схожий сервіс має певний базові характеристики:

* можливість відображення повідомлень;
* можливість відображення статистики пожертв;
* можливість відображення прогресу збору коштів.

Для аналізу аналогічного продукту можна розглянути два сервіси: Diaka, Donatello. Diaka – дуже простий сервіс та має стандартний набір можливостей подібних сервісів. Комісія зі зборів залежить від суми (чим більша сума, тим менша комісія). Donatello – є майже аналогічним, але дозволяє гнучкіше конфігурувати віджети. За даними самого сервісу Donatello, за квітень 2022 року кількість зареєстрованих користувачів становить 6176. Сервіс використовує підсистему Foundy, тому комісія є досить великою, яка включає комісію самого сервісу та Foundy (3,75% + 5%).

Основними користувачами (споживачами) даних сервісів є блогери чи контентмейкери які проводять прямі трансляції та їхня аудиторія. Зараз, під час активної фази війни, денацифікації та демілітеризації рашистських військ до споживачів даних сервісів почали активно долучатися волонтерські організації та публічні люди. На своїх прямих трансляціях вони збирають кошти на благодійні організації, на потреби ЗСУ, гуманітарну допомогу тощо.

Так як подібні сервіси використовують сторонню систему оплати P2P, то вони керуються законодавством цього фінансового сектору. Звісно, так як сервіс бере комісію з донатів, то він має бути унормований законами про прибутки та для запуску повинен пройти консультацію у юристів.

Зробивши аналіз вимог на ринку, та функціональні можливості програмного продукту, можна дійти висновоку, що дана система буде активно використовуватись медійними людьми на території України які проводять прямі трансляції.

Окрім сервісів для надсилання прямих пожертв, які спеціалізуються саме на авторів прямих трансляцій, існують ще сервіси, які дозволяють підтримати творців шляхом щомісячного членського внеску. За спеціальну плату, користувачі отримають ексклюзивний доступ до певного контенту.

Яскравим представником такого сервісу є платформа Patreon. Вона набула шаленої популярності, так як допомагає творцям з невеликою аудиторією отримувати прибуток.

**5.3. Оцінювання та аналізування факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ**

В наступному розділі було проаналізовано та оцінено фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ групою експертів. Для оцінки зовнішніх факторів було використано шкалу [-5; 5], де -5 — це негативний вплив на організацію, 5 — це позитивний вплив, а 0 — нейтральний вплив. Фактори внутрішнього середовища оцінюються за шкалою [0;5], де 0 демонструє низький розвиток, відсутність чи катастрофічний стан фактору внутрішнього середовища, оцінка 5 демонструє високий рівень розвитку даного фактору. Рівень вагомості для кожного фактору визначається за допомогою коефіцієнтів, сума всіх коефіцієнтів дорівнює одиниці. Зважений рівень впливу факторів дорівнює добутку впливу фактору у балах та рівня вагомості. Результати експертних оцінок впливу факторів зовнішнього середовища наведено у табл. 5.1.

Таблиця 5.1

**Результати експертного оцінювання впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Фактори** | **Середня експертна оцінка, бали** | **Середня вагомість факторів** | | **Зважений рівень впливу, бали** | |
| *Фактори зовнішнього середовища* | | | | | |
| Споживачі | 2 | 0,11 | | 0,22 | |
| Постачальники | 3 | 0,1 | | 0,3 | |
| Конкуренти | 1 | | 0,1 | | 0,1 |
| Державні органи влади | 0 | | 0,05 | | 0 |
| Інфраструктура | 2 | | 0,06 | | 0,12 |
| Законодавчі акти | -1 | | 0,1 | | -0,1 |
| Профспілки, партії та інші громадські організації | 2 | | 0,05 | | 0,1 |
| Система економічних відносин в державі | 1 | | 0,06 | | 0,06 |
| Організації-сусіди | 2 | | 0,01 | | 0,02 |
| Міжнародні події | -2 | | 0,01 | | -0,02 |
| Міжнародне оточення | 4 | | 0,03 | | 0,12 |
| Науково-технічний прогрес | 5 | | 0,07 | | 0,35 |
| Політичні обставини | 3 | | 0,06 | | 0,18 |
| Соціально-культурні обставини | 4 | | 0,05 | | 0,20 |
| Рівень техніки та технологій | 5 | | 0,04 | | 0,20 |
| Особливості міжнародних економічних відносин | 0 | | 0,02 | | 0 |
| Стан економіки | -3 | | 0,08 | | -0,24 |
| Загальна сума |  | | 1 | | 1,61 |

Продовження таблиці 5.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Фактори внутрішнього середовища* | | | |
| Цілі | 5 | 0,11 | 0,55 |
| Структура | 3 | 0,16 | 0,48 |
| Завдання | 3 | 0,07 | 0,21 |
| Технологія | 4 | 0,2 | 0,8 |
| Працівники | 3 | 0,21 | 0,63 |
| Ресурси | 2 | 0,25 | 0,50 |
| Загальна сума |  | 1 | 3,17 |

Хоч під час військового стану розглядати вплив зовнішніх факторів дуже тяжко, бо більшість з них зараз приносять негативний вплив, проте, зважений рівень впливу зовнішнього середовища є позитивним, його значення становить 1,61. Найбільш позитивно на продукт впливають наступні фактори; науково-технічний прогрес, постачальники та рівень техніки та технологій. Найбільшим негативним фактором є економічна система під час війни зазнає шалених ударів та збитків. Політична ситуація у сьогоденні реалії також дає негативний ефект, проте, це значно збільшило к-кість волонтерів. У внутрішньому середовищі сумарний зважений рівень впливу становить 3,17.

Вплив зовнішнього та внутрішнього середовища є позитивним, і тому вихід на ринок є можливим, проте слід зважити на зовнішні події, особливо війну на території нашої країни, проте, очевидно, що у цій війні переможе Україна, бо кожен із нас вірить та допомагає ЗСУ, окупантам ніколи не вдасться знищити наш бойовий дух і їх залишається тільки «удобряти» наш чорнозем, тому після нашої перемоги ризики знизяться.

**5.4. Формування стратегічних альтернатив**

Основою стратегічного планування є вибір стратегії, а будування стратегічних альтернатив відіграє важливу роль при становленні цілей організації, а також допомагає обрати оптимальний варіант, враховуючи її можливості, переваги та недоліки. Зазвичай є декілька можливих варіантів стратегій, серед яких організаціям доводиться обирати. Перша група стратегічних альтернатив зображена на рисунку 5.1., критеріями поділу якої є існуючий та новий продукт (програмний), а також відповідні послуги.

Існуюче

Нове

Стратегія розроблення нового продукту

Стратегія розвитку існуючого продукту

Продукт (проектне рішення)

Додаткові послуги **послуги**

Наявні

Відсутні

Стратегія нового продукту з супутніми послугами

Стратегія розвитку існуючого продукту

з супутніми послугами

Рис. 5.1 Стратегічні альтернативи першої групи

**Стратегія розроблення нового продукту (програмної системи)** – це створенням нового програмного забезпечення, яке дає змогу вирішити новоутворені потреби людини, економіки, певного колективу або суспільства загалом тощо.

**Стратегія розвитку існуючого продукту (програмного засобу)** розуміє собою внесення змін до вже існуйчого програмного забезпечення а також його характеристик.

**Стратегія розвитку існуючого продукту (програмного засобу) з супутніми послугами** означає представлення на ринок модифікованого програмного забезпечення із додатковими послугами (встановлення, коригування, супроводження, адаптування до специфіки конкретного підприємства).

**Стратегія нового продукту (програмного засобу) з супутніми послугами** означає розроблення нового програмного забезпечення та пропонування додаткових послуг при його експлуатації.

Друга група стратегічних альтернатив зображена на рисунку 5.2., критеріями поділу якої є існуючий ринок та продукт (програмний засіб), новий ринок та продукт (програмний засіб).

Існуючий

Новий

Диверсифікація

Стратегія глибокого проникнення продукту

Продукт (проектне рішення)

**Ринок**

Новий

Існуючий

Стратегія розвитку продукту

Стратегія розвитку ринку

Рис. 5.2 Стратегічні альтернативи другої групи

**Глибоке проникнення на ринок** означає використання існуючого продукту для збільшення частки на існуючому ринку. За умови достатніх запасів ресурсів та великої потужності ця стратегія є найменш ризикованою, проте, при активному зростанні на ринку збільшується конкуренція. Дана стратегія може бути успішною за умови, якщо конкурентні продукти будуть уступати у своїх потужностях та ресурсах, або якщо розвиток ринку буде дуже стрімкий.

**Стратегія розвитку ринку** означає використання існуючого продукту або його змінених версій для виходу на новий ринковий сегмент. Ризик цієї стратегії є дуже високий та пов’язаний з неперевіреністю успішності даного типу продукту на новому ринку.

**Стратегія розвитку продукту** означає створення нового продукту для існуючого ринкового сегменту. Ризик знову ж таки є доволі високим, бо ця стратегія вимагає створення нового продукту для вже сформованого сегменту користувачів. Однак, цю стратегію варто використовувати при зменшенні обсягів існуючого продукту на етапі зрілості.

**Стратегія диверсифікації** означає вихід на нові сфери бізнесу.

Зробивши аналіз першої групи стратегічних альтернатив, я обрав стратегію розвитку існуючого продукту з супутніми послугами, адже схожих систем для фінансової підтримки контентмейкерів є досить багато на світовому ринку, проте на ринку України їх все ж недостатньо і вони мають досить низький розвиток.

З другої групи стратегічних альтернатив, була вибрана стратегія розвитку продукту з огляду на те, що присутні на ринку продукти аналоги мають досить вузький спектр можливостей та є досить схожими один на одного, тому розвиток самого продукту, шляхом додавання до нього нового функціоналу, дасть явні переваги над і так не дуже розвинутими конкурентами.

**5.5. Бюджетування**

Бюджетування являє собою комплексно-обґрунтовану систему розрахунку витрат, пов’язаних з реалізацією продукту, тобто програмної системи, та допомагає створити заходи для підвищення рентабельності виробництва. Під час цього етапу потрібно визначити собівартість продукту, забезпечити виробничу та комерційну діяльність підприємства.

Бюджет матеріальних витрат зображено в таблиці 5.2.

Таблиця 5.2

**Бюджет витрат матеріалів та комплектуючих виробів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва матеріалів та комплектуючих | Марка, тип, модель | Фактична кількість, шт. | Ціна за одиницю, грн. | Разом, грн. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SSD диск | Kingston NV1 250GB | 1 | 1200,0 | 1200,0 |
| Програмне забезпечення | Visual Studio 2022 | 1 | 1850,0 | 1850,0 |
| Разом: | | | | 3050,0 |

**Бюджет витрат на купівлю основних засобів**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Витрати на куповані засоби** | **Марка, тип, модель** | **Фактична кількість, шт.** | **Ціна за одиницю, грн.** | **Разом, грн** | **Термін експлуатації, років** | **Місячна сума амортизації, грн.** |
| Ноутбук | Dell 5700 | 1 | 15000 | 15000 | 5 | 250 |

Систему будуть розробляти троє осіб. Бюджет витрат на оплату праці наведений у таблиці 5.3*.*

Таблиця 5.3

**Бюджет витрат на оплату праці виробничих працівників**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Посада,  спеціальність | Кількість працівників, осіб | Час роботи, дні | Денна заробітна плата працівників, грн. | Сума витрат на оплату праці, грн. |
| *Основна заробітна плата* | | | | |
| Front End Developer (Розробник клієнтської частини) | 1 | 28 | 450,0 | 12600,0 |

Продовження таблиці 5.3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Back End Developer (Розробник серверної частини) | 1 | 42 | 520,0 | 21840,0 |
| Дизайнер та мануальний тестувальник | 1 | 14 | 380,0 | 5320,0 |
| Разом: | | | | 39760,0 |

Бюджет обов’язкових відрахувань та податків наведений в таблиці 5.4.

Визначаємо суму військового збору для кожної категорії працівників:

= 12600,0\* 0,015 = 189,0 (грн)

= 21840,0 \* 0,015 = 327,6 (грн)

= 5320,0 \* 0,015 = 79,8 (грн)

Визначаємо суму податку з доходів фізичних осіб:

= 12600,0 \* 0,18 = 2 268,0 (грн)

= 21840,0 \* 0,18 = 3 931,2 (грн)

= 5320,0 \* 0,18 = 957,6 (грн)

Таблиця 5.4

**Бюджет обов’язкових відрахувань та податків**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Посада,  спеціальність | Сума  основної заробітної плати | Сума додаткової заробітної плати | Разом витрат на оплату праці | Сума податку з доходів фізичних осіб, грн. | Сума військового збору, грн.  (1,5%) |

Продовження Таблиці 5.4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Розробник клієнтської частини | 12600,0 | - | 12600,0 | 2 268,0 | 189,0 |
| Розробник серверної частини | 21840,0 | - | 21840,0 | 3 931,2 | 327,6 |
| Дизайнер та мануальний Тестувальник | 5320,0 | - | 3600,0 | 957,0 | 79,8 |
| Разом: | 39 760,0 | - | 39 760,0 | 7 156,2 | 596,4 |

Бюджет загальновиробничих витрат зображено в таблиці 5.5.

Таблиця 5.5

**Бюджет загальновиробничих витрат**

|  |  |
| --- | --- |
| Статті витрат | Сума, грн. |
| *Змінні загальновиробничі витрати, у т.ч.:* | |
| - заробітна плата допоміжного персоналу; | 4200,0 |
| - нарахування на заробітну плату (ЄСВ 22%) | 924,0 |
| - витрати на МШП; | 300,0 |
| - витрати на електроенергію; | 700,0 |
| - витрати на ремонт; | 1000,0 |
| - інші змінні витрати; | 600,0 |
| Разом змінних витрат: | 7724,0 |
| *Постійні загальновиробничі витрати, у т.ч.:* | |
| - комунальні послуги; | 1000,0 |

Продовження таблиці 5.5

|  |  |
| --- | --- |
| - витрати на оренду; | 4000,0 |
| - інші постійні витрати; | 1800,0 |
| Разом постійних витрат: | 6800,0 |
| *Разом загальновиробничих витрат:* | 14 524 |

Бюджет адміністративних витрат та витрат на збут наведено в таблиці 5.6.

Таблиця 5.6

**Бюджет адміністративних витрат та витрат на збут**

|  |  |
| --- | --- |
| Статті витрат | Сума, грн. |
| *Адміністративні витрати, у т.ч.:* | |
| - заробітна плата адміністративного персоналу; | 3500,0 |
| - нарахування на заробітну плату (ЄСВ 22%) | 770,0 |
| - витрати на МШП; | 300,0 |
| - витрати на відрядження; | 0,0 |
| - облаштування адміністративного обладнання; | 250,0 |
| - інші адміністративні витрати; | 300,0 |
| Разом адміністративних витрат: | 5 120 |
| *Витрати на збут, у т.ч.:* | |
| - заробітна плата менеджерів зі збуту; | 4000,0 |
| - нарахування на заробітну плату (ЄСВ 22%) | 880,0 |
| - витрати на відрядження; | 0,0 |
| - витрати на гарантійне обслуговування; | 300,0 |
| - витрати на налагодження і експлуатацію; | 200,0 |
| - витрати на рекламу; | 1000,0 |

Продовження табл. 5.6

|  |  |
| --- | --- |
| - інші витрати на збут; | 320,0 |
| Разом витрат на збут: | 6700,0 |

Виробнича собівартість формується на основі витрат на виробництво продукції. Цей показник є одним з ключових економічних показників господарської діяльності підприємства, у якому дістають відображення зростання продуктивності праці, економія ресурсів, технічний прогрес. Зведений кошторис витрат на розробку проектного рішення наведено в таблиці 5.7.

Таблиця 5.7

**Зведений кошторис витрат на розробку проектного рішення (продукту)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Статті витрат | Одиниці виміру | Фактична кількість, шт. | Ціна одиниці, грн. | Разом, грн. |
| Сировина і матеріали | шт. | - | - | - |
| Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби | грн. | - | 3050,0 | 3050,0 |
| Зворотні відходи | грн. | - | - | - |
| Паливо та електроенергія на технологічні цілі |  | - | 200 | 200 |
| Амортизаційні відрахування основних фондів | грн. | - | - | 250,00 |
| Основна заробітна плата | грн. | - | - | 39760,0 |
| Додаткова заробітна плата | грн. | - | - | 0,0 |
| Відрахування на соціальне страхування (ЄСВ 22%) | грн. | - | - | 8747,2 |
| Витрати на утримання й експлуатацію устаткування | грн. | - | 300,0 | 300,0 |

Продовження табл. 5.7

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Загальновиробничі витрати, у т.ч.: | | | | |
| - змінні; | грн. | - | - | 7724,0 |
| - постійні; | грн. | - | - | 6800,0 |
| ***Разом виробничих витрат:*** | **грн.** | **-** | **-** | **66831,2** |
| Адміністративні витрати | грн. | - | - | 5 120 |
| Витрати на збут | грн. | - | - | 6700,0 |
| Інші операційні витрати | грн. | - | - | - |
| ***Разом виробничих і операційних витрат:*** | **грн.** | **-** | **-** | **78 651,2** |

Ціну продукту визначаємо за формулою:

Ц = СБ + СБ \* Р, де Ц – ціна програмного продукту, грн. СБ – собівартість програмного продукту, грн.Р – рентабельність, 33 %.

Ц = **66831,2**\* 0,33 + **66831,2**‬‬ = **88885,5 грн.**

Ц з ПДВ = 88885,5 \* 1,2 = **106662,6 грн**

Дохід від реалізації продукції = Ц \* к-сть реалізованої продукції = 106662,6\* 1 = **106662,6грн.** ПДВ = 106662,6/6 = **17777,1 грн.**

Чистий дохід від реалізації продукції = 101 076,6 – 17777,1 = 88885,5 грн.

Валовий прибуток = Чистий дохід від реалізації продукції – Собівартість реалізованої продукції = 88885,5 – 66 831,2‬‬ = 22054,3 грн.

Фінансовий результат від операційної діяльності = Валовий прибуток - адміністративні витрати - витрати на збут - інші операційні витрати = 22054,3 – 5120,0 – 6700,0 = 10234,3 грн.

Податок на прибуток = Фінансовий результат від операційної діяльності \* 18% = 10234,3 \* 0,18 = 1842,17грн.

Чистий прибуток (збиток) = Фінансовий результат від операційної діяльності - Податок на прибуток = 10234,3 – 1842,17= 8392,12 грн.

Бюджет фінансових результатів наведено в таблиці 5.8.

Таблиця 5.8

**Бюджет фінансових результатів**

|  |  |
| --- | --- |
| Показники | Сума, грн. |
| Дохід від реалізації продукції | 106662,6 |
| Податок на додану вартість (20 %) | 17777,1 |
| Чистий дохід від реалізації продукції | 88885,5 |
| Собівартість реалізованої продукції | 66831,2 |
| Валовий прибуток | 22054,3 |
| Операційні витрати: | |
| - адміністративні витрати | 5 120 |
| - витрати на збут | 6700,0 |
| - інші операційні витрати | 0,0 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | 10234,3 |
| Податок на прибуток (18 %) | 1842,17 |
| Чистий прибуток (збиток) | 8392,12 |

**5.6. Вибір стратегії**

Отримані результати аналізу дозволяють зробити висновок, що рівень впливу зовнішнього середовища є позитивним, він становить 1,61. Найбільш позитивно на продукт впливають такі фактори як науково-технічний прогрес, постачальники та рівень техніки та технологій. Через надзвичайно складну ситуацію в Україні негативних факторів значно побільшало і найгіршими є стан економіки та міжнародні події. Найбільш розвинутими серед внутрішніх факторів є цілі та технології. У внутрішньому середовищі, сумарний зважений рівень впливу становить 3,17. Проаналізувавши фактори внутрішнього та зовнішнього середовищ, можна дійти висновку, що суттєвих ризиків під час розробки та впровадження програмного продукту немає.

З першої групи було обрано стратегію розвитку існуючого продукту з супутніми послугами, тому що на ринку вже є схожі системи, але вони не відрізняються різноманітністю. Після внесення додаткових змін у існуючу функціональність та після додавання нової функціональності, продукт зможе виділитися на ринку та перетягнути на себе вже існуючих споживачів та захопити нових.

Для даного програмного продукту конкуренція присутня, але доступні в Україні сервіси не покривають необхідний функціонал для системи даного типу. Закордонні конкуренти через їхню банківську систему та їхні закони є не зовсім зручними для використання, так як в Україні мобільний банкінг розвинутий значно ширше і усі платежі відбуваються зазвичай набагато швидше. Здійснивши аналіз вимоги на ринку та функціональних можливостей програмного продукту, зроблено висновок, що дана система зможе активно використовуватись фізичними чи юридичними особами на території України та поза її межами які проводять прямі трансляції, та мають певну медійну аудиторію.

**Висновки до розділу 5**

В даному розділі «Економічне обґрунтування доцільності роботи» була обґрунтована доцільність розробки існуючого продукту з супутніми послугами, розраховано всі його економічні характеристики. Здійснення розробки програмного продукту та запровадження його в дію може відбутися за період, який складає 50-60 робочих днів. Загальна сума виробничих витрат складає 66831,2 грн. Під час розробки наявні також і адміністративні витрати у розмірі 5 120,0 грн та витрати на збут у розмірі 6700,0 грн. Через виділення великої частки коштів на рекламу, витрати на збут є значними. Прибуток приноситимуть саме користувачі, тому дуже важливим є залучення нових споживачів. Через низький відсоток рентабельності та великі виробничі витрати, чистий прибуток складає 8392,12 грн.