

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
_____Данько Н.І.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ ІГРОВОГО БАРУ
«GAME POWER» В М. КИЇВ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи УГР-41
Освітньої програми «Готельно-ресторанна
справа» за спеціальністю 241 «Готельно-
ресторанна справа»
Довгору́к Дари́на Сергі́ївна

Керівник:
к.т.н., доц. Горелков Дмитро Вікторович

Рецензент:

Підсумкова оцінка за шкалою ЗВО:

Кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2024 рік

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студента Довгорука Дарина Сергіївна

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи «Організаційно-проектні рішення ігрового бару
«Game Power» в м. Київ»

затверджена наказом від «12» 04 2024 №4002-5/809

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи організації та сучасний стан ресторанного господарства	10.12.2023	
Організація виробничого процесу в закладі ресторанного господарства	16.03.2024	
Економічне обґрунтування відкриття закладу	21.04.2024	

Термін подання дипломної роботи на кафедру 10.06.2024 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ _____ доцент Д.В. Горелков

Дата видачі завдання 21.11.2023 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником _____ Д.С. Довгорука

Завідувач кафедри

міжнародної електронної комерції

та готельно-ресторанної справи _____ доцент Н. І. Данько

АНОТАЦІЯ

Довгору́к Д.С. Організаційно-проектні рішення ігрового бару «Game Power» в м. Київ

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена організації та проектуванню ігрового бару «Game Power» в м. Київ. Для успішного досягнення поставленої мети, в роботі було розглянуто світовий ринок ігрових барів та ринок в Україні, описано принцип організації ігрових барів. Також здійснено поглиблений аналіз сегментування ринку ігрових барів, проведено аналіз конкурентів.

Результатом роботи стала розробка організації та проектування ігрового бару «Game Power». Визначено економічну ефективність, в результаті якої бар може повноцінно функціонувати та розвиватися в сфері обслуговування.

Ключові слова: бар, ігровий бар, геймінг-індустрія, концепція ігрових барів, проєкт, меню, технологічне оснащення, економічна ефективність.

ANNOTATION

D.S. Dovhoruk Organizational and project solutions of the game bar "Game Power" in Kyiv

The bachelor's qualification work is devoted to the organization and design of the game bar "Game Power" in the city of Kyiv. To successfully achieve the set goal, the work considered the world market of game bars and the market in Ukraine, described the principle of organization of game bars. An in-depth analysis of the segmentation of the game bar market was also carried out, and an analysis of competitors was carried out.

The result of the work was the development of the organization and design of the game bar "Game Power". Economic efficiency was determined, showing the bar's potential to fully operate and thrive in the service sector.

Keywords: bar, game bar, gaming industry, concept of game bars, project, menu, technological equipment, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІГРОВИХ БАРІВ, ЯК НАПРЯМКУ БІЗНЕСУ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	6
1.1 Характеристика світового ринку ігрових барів.....	6
1.2 Стан та тенденція розвитку ігрових барів в Україні.....	7
1.3 Особливості практичної організації ігрових барів	8
1.4 Вплив геймінг-індустрії на ефективність функціонування ігрових барів.....	10
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІГРОВОГО БАРУ «GAME POWER».....	13
2.1 Сегментування ринку ігрових барів	13
2.2 Аналіз конкурентів ринку ігрових барів	19
2.3 Розробка концепції ігрового бару	23
2.4 SWOT-аналіз ігрового бару	27
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ БАРУ «GAME POWER»	31
3.1 Обґрунтування та розробка меню закладу.....	31
3.2 Обґрунтування технологічного оснащення ігрового бару	34
3.3 Оцінка економічної ефективності ігрового бару.....	40
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ дуже насичений різними технологіями. Більшість часу ми проводимо за телефонами, персональними комп'ютерами, ноутбуками, тощо. Враховуючи події останніх трьох років, ці всі прилади стали невід'ємною частиною нашого життя. Особливо для школярів, студентів та людей, праця яких напряму залежить від соціальних мереж, тобто робота онлайн. Проте кожній людині хочеться розваг, зустрічі в колі друзів, гарно провести час та поєднати це зі своїм захопленням. Одним з таких місць можуть слугувати ігрові бари.

Ігрові бари стали частиною сучасної культури та поступово набирають популярність серед молоді. Вони об'єднують у собі елементи закладів ресторанного господарства та геймінг-індустрію.

Ігрові бари забезпечують доступ до потужних комп'ютерних ресурсів, а також можуть надавати користувачам можливість використовувати принтери, сканери та інше технічне обладнання, що може виявитися корисним. Для подорожуючих туристів ігрові бари можуть бути цінними для планування подорожей, перевірки електронної пошти та збереження контакту з рідними та друзями вдома. Ці заклади дають можливість користувачам користуватися комп'ютерами та мережею Інтернет на обмежений час, без необхідності інвестувати кошти в власне обладнання чи підключення.

Для готелів та ресторанів ігрові бари можуть стати новим додатковим сервісом, що в свою чергу дозволяє розширити аудиторію, створює нові робочі місця, сприяє розвитку сфери обслуговування та геймерської культури і спільноти.

Отже, організація та проєктування ігрових барів є досить актуальною темою в наш час.

Об'єкт дослідження. Об'єктами дослідження є ігрові бари, геймінг-індустрія, заклади ресторанного господарства, світовий ринок ігрових барів та в межах України.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є організаційні та проєктні рішення ігрового бару «Game Power» у м. Київ.

Ступінь вивченості проблеми. Дослідження організаційних та проєктних аспектів ігрових барів є актуальним, оскільки досить мало уваги цій темі було приділено з боку дослідників. Існуючі роботи здебільшого обмежуються аналізом ринкових тенденцій саме геймінг-індустрії, як окремої галузі, в той час як тема ігрових барів лишається недослідженою.

Мета роботи. Метою роботи є організація та проєктування ігрового бару, дослідження ринку, аналіз конкурентів та розробка власного бару, включаючи концепцію, меню, підбір обладнання.

Завдання дослідження. У процесі дослідження розв'язувалися наступні завдання:

- охарактеризувати світовий ринок ігрових барів;
- розглянути стан та тенденції розвитку ігрових барів в Україні;
- визначити особливості практичної організації ігрових барів;
- вияснити який вплив має геймінг-індустрія на ефективність функціонування ігрових барів;
- визначити сегментування ринку ігрових барів;
- розробити концепцію ігрового бару;
- провести аналіз конкурентів ринку ігрових барів;
- провести SWOT-аналіз;
- обґрунтувати та розробити меню закладу;
- провести обґрунтування технічного оснащення ігрового бару;
- провести оцінку економічної ефективності ігрового бару.

Методи дослідження. Під час написання роботи були використані такі методи дослідження, як метод опитування, порівняння, аналітичний та емпіричний метод.

Опис джерел інформації. Інформаційною базою слугували роботи Архіпова В.В., Гніденко М.С., П'ятницька Н.О., Савенко Н.В., матеріали видань The Guardian, Дія Бізнес, статистичні дані Senet, NIQ.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 56 сторінок тексту, 8 рисунків, 18 таблиць, 9 діаграм, 3 додатків. Список джерел включає 4 найменувань літератури, 27 електронних публікацій.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» та на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІГРОВИХ БАРІВ, ЯК НАПРЯМКУ БІЗНЕСУ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1 Характеристика світового ринку ігрових барів

Готельно-ресторанний бізнес є одним з основних складових туристичної діяльності в економічно розвинених країнах та в країнах, що розвиваються. Динамічний розвиток туризму призводить до відкриття більше нових та цікавих закладів, розширенню основних та додаткових послуг. Сьогодні вже не зацікавиш закладом ресторанного господарства чи готелем в звичайному стилі, споживачі потребують більшого, і з кожним роком ці критерії зростають. Тому ресторатори створюють більш креативні концепції, творчі дизайни та цікаві послуги. Однією з інтерпретацій в ресторанній сфері є ігрові бари.

Ігрові бари - це місця, де можна не тільки насолоджуватися смачними стравами та напоями, а й провести час в колі друзів за настільними або комп'ютерними іграми. На сьогоднішній день такі заклади досить швидко набирають популярності у всьому світі. Вони відрізняються за розмірами, концепцією та асортиментом послуг.

Кіберспорт почав зароджуватися саме в таких ігрових клубах. Так як в часи, коли повноцінного інтернет-з'єднання ще не було, грати в командні ігри разом з друзями можна було лише по LAN-мережі. Згодом такі заклади почали пропонувати послуги харчування, що дозволило утримувати відвідувачів довше, тим самим збільшивши попит на послуги.

Початок історії ігрових барів можна віднести до початку 2010-х років. Саме в той час геймерська культура все набирала обертів та ставала більш популярною і визнаною. Першим кіберспортивним баром вважається бар «Meltdown» в Парижі, Франція. Він відкрився о 2012 році і став популярним місцем для гравців, шанувальників кіберспорту та молоді, які просто обожають грати в комп'ютерні ігри. Meltdown був задуманий як місце, де люди зі схожими інтересами зможуть збиратися разом та обговорювати ігри, дивитися турніри з різних дисциплін, і звісно грати разом доповнюючи це все напоями та їжею, заклад зображений на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Кіберспортивний бар «Meltdown» в Парижі, Франція.

«Я хотів створити офлайн-простір для геймерів, — пояснює 27-річний Дункан Моррісон, засновник бару, - я жив у Парижі, де є більш розвинена сцена кіберспорту. Мій сусід по квартирі відкрив французький, а коли я повернувся, відкрив один тут. Бізнес йде добре – інтерес помітно зріс після того, як ми відкрили, і є справжнє відчуття спільноти» [27].

Згодом в барі почали не тільки транслювати, а й проводити різноманітні турніри, що дозволило залучити більше аудиторії. Після успіху в Парижі, Meltdown відкрив свої філії в інших містах та країнах, розширюючи свою мережу та створюючи ще більше місць для шанувальників кіберспорту і геймінгу.

Дослідження світового ринку ігрових барів свідчить про їх зростаючу популярність та великий потенціал розвитку. З кожним роком вони залучають все більше клієнтів і розширюють асортимент послуг. Ринок ігрових барів є перспективним для інвестування та розвитку, особливо в країнах з активною геймерською культурою.

1.2 Стан та тенденція розвитку ігрових барів в Україні

В Україні ігрові бари стають популярними серед молоді та дорослих, особливо в останні декілька років. Стан розвитку таких закладів є досить

активним. Вони з'являються в більшості великих міст, таких як Київ, Харків, Дніпро, Одеса, Львів, Івано-Франківськ та інші.

Тенденція розвитку ігрових барів полягає у поєднанні розваг та соціальної взаємодії. Вони стають популярними місцями для проведення різних заходів, місцями для організації турнірів та ігрових заходів.

За інформацією української софтверної компанії, яка розвиває програмно-апаратний комплекс SENET для управління комп'ютерними та кіберспортивними аренами ENESTECH, на кінець 2022 року в Україні працювало 654 комп'ютерних клуба, що на 21% більше ніж у 2021 році. Основною причиною, чому ігрові бари стають все більш популярними, це зростання системних вимог щодо сучасних ігор. Чим більші вимоги, тим кращі характеристики персонального комп'ютера потрібні. Оскільки ігрові комп'ютери є досить дорогими, а після початку повномасштабного вторгнення ціни збільшилися, споживачам краще заплатити за години проведені в ігрових барах, аніж купувати потрібні девайси. Тому ігрові бари це можливість отримати задоволення від гри витрачаючи на це мінімум коштів [22].

Тема ігрових барів в Україні, їх стан та тенденція розвитку, на жаль, не вивчена на достатньому рівні, так як це досить новий вид у сфері ресторанного обслуговування. Подальший розвиток ігрових барів в Україні вимагає проведенню аналізу, плануванню та прогнозуванню діяльності на перспективу за багатьма етапами. Потрібно провести аналізи внутрішнього та зовнішнього середовищ, визначити тенденції розвитку підприємств в умовах сьогодення з урахуванням сучасних вимог.

1.3 Особливості практичної організації ігрових барів

Відповідно до асортименту продукції і послуг, які надають бари, вони поділяються на три групи. До першої групи відносять бари, в яких основою яких є різноманітні алкогольні та безалкогольні коктейлі, змішані напої. До цієї групи можна віднести такі бари, як: винний бар, пивний бар, аператив-бар, молочний

бар, десертний бар. До другої групи можна віднести бари, асортимент яких переважно складається з холодних закусок, других та солодких страв, а напої є лише доповненням. До такої групи належать гриль-бар та снєк-бар. Третя група відзначається різноманітністю послуг, до прикладу диско-бар, театральний бар, бізнес-клуб-бар, ігровий бар [13].

Ігрові бари – заклади, в яких реалізація коктейлів, спеціальних закусок, гарячих напоїв здійснюється у залах, де встановлені різноманітні ігрові автомати [12]. Зазвичай в ігрових барах реалізують такі види продукції, як холодні та гарячі страви, алкогольні та безалкогольні напої. Розповсюдженими стравами є сендвічі, піца, бургери та різні види паст. З напоїв – коктейлі, газовані та негазовані напої.

Обслуговування в таких барах зазвичай проводиться офіціантами. Офіціант повинен бути ввічливим, гарно виконувати свою роботу, допомагати при виборі страв, підтримувати чистоту залів, а також має бути обізнаним у сфері геймінг-індустрії, знати правила, стратегії та види ігор, щоб консультувати гостей за потреби. В залежності від додаткових послуг, які надають ігрові бари, заклад може мати додаткових працівників, таких як системний адміністратор, який буде контролювати справність обладнання та програмного забезпечення; адміністратор віртуальної реальності, який буде слідкувати за гостями під час ігрової сесії, допомагати вдягати та знімати спеціальні окуляри, та проводити інструктаж до самих ігор.

Основними відмінностями ігрових барів від інших закладів ресторанного господарства є надання не тільки послуг з харчування, а й послуги з продажу часу гри або ж просто користуванням високопродуктивною технікою (комп'ютером, приставками). Такі бари повинні бути забезпечені високоякісним обладнанням для відеоігор.

Ігрові бари можуть надавати такі додаткові послуги:

1. Оренда приміщення для проведення заходів,
2. Ізольовані кімнати для стримінгу, VIP-зали,

3. Відокремлена зона для настільних ігор,
4. Продаж мерчів або продуктів відомих брендів-спонсорів,
5. Навчальні тренінги для тренування навичок у грі,
6. Проведення спільних переглядів турнірів.

Оренда приміщення надається для проведення різноманітних заходів таких як дні народження, корпоративні вечірки, проведення турнірів з відеоігр. Ця послуга дозволяє клієнтам насолоджуватися ігровими процесами в коли знайомих та близьких, що робить час проведення більш комфортним, а бар популярним місцем для організації подій.

Для клієнтів, які бажають записувати чи транслювати свої ігрові сесії, ігрові бари можуть надавати окремі кімнати для стримінгу або VIP-зали, в яких обмежена кількість місць. Ця послуга створює унікальні можливості для контент-крийторів.

Деякі бари можуть мати зону або ж окрему кімнату для настільних ігор. Це допомагає розширити аудиторію. Також такі кімнати можна використовувати для очікування своєї сесії, поки всі місця в клубі зайняті.

Ігрові бари здебільшого співпрацюють з відомим брендами девайсів, що дозволяє отримати додатковий прибуток від продажу фірмового одягу чи аксесуарів, ігрової апаратури брендів-спонсорів.

1.4 Вплив геймінг-індустрії на ефективність функціонування ігрових барів

Кіберспорт – це вид спорту, в якому учасники змагаються між собою у відеоіграх. Ці змагання можуть відбуватися з різних дисциплін, можуть бути як командні так і індивідуальні, все залежить від гри. Гравці формують команди та борються за призові фонди.

Важливо зазначити, що переважною частиною прибутку і розвитку ігрових барів, є саме геймінг-індустрія. Чим більше людей грає у відеоігри, тим більше потенційних відвідувачів отримують подібні заклади. За останні роки відеоігри перетворилися зі звичайного хобі на масову індустрію, дохід якої складає сотні

мільярдів доларів щорічно. Понад третина земного населення приділяє час іграм на консолях чи комп'ютерах. Ринок геймінг-індустрії поступово завойовує індустрію розваг і за останні роки обігнав навіть книжковий, музичний та кінематографічний ринки.

Конкуренція на світовому ринку серед розробників відеоігр зростає та сприяє залученню більш сучасних технологій, включаючи штучний інтелект, віртуальну реальність. Зазвичай такі ігри потребують потужних комп'ютерів, а віртуальна реальність спеціального обладнання. Не кожен житель цієї планети може дозволити собі такі дорогі обладнання. Тому на альтернативу приходять ігрові бари, чи заклади в яких можна оплачуючи за проведений час в ньому отримати порцію задоволення.

В Україні з 2020 року кіберспорт є офіційним видом спорту. Це дає можливість на державному рівні проводити турніри, збирати команди з різних дисциплін та брати участь у змаганнях на міжнародній сцені. Великий внесок в геймінг-індустрію України вклала кіберспортивна команда Natus Vincere, що скорочено як NAVI. «Народжені перемагати» - саме так їх називають вболівальники. Свій початок вони поклали в далекому 2009 році і з того часу все більше і більше збирають улюбленців по всьому світу. Ось як пишуть на офіційній сторінці NAVI про заснування клубу: «У жовтні 2009 року, коли комп'ютерний спорт стрімко набував популярності й неухильно зростала кількість чемпіонатів із великими призовими, меценат із Казахстану Мурат «Arbalet» Жумашевич на турнірі Intel Extreme Masters в Дубаї озвучив ідею створення кіберспортивної організації. Arbalet поставив собі за мету заснувати професійну команду, для якої він стане головним спонсором: надасть гравцям майданчик для тренувань і візьме на себе фінансові питання, починаючи із зарплат і закінчуючи оплатою перельотів. Першим на пропозицію відгукнувся starix — саме перед цим відомим гравцем з Counter-Strike було поставлено завдання сформувати зіркову п'ятірку. 17 грудня 2009 року навколо команди з Counter-Strike почалося будівництво кіберспортивної організації Natus Vincere (з лат. — «народжені перемагати»). Спочатку назва NAVI була запозичена з фільму

«Аватар», а свого остаточного вигляду набула після конкурсу на кращу розшифровку аббревіатури, проведеного серед фанатів. До першого складу NAVI увійшли Edward, markeloff, starix, seh9 і Zeus, а менеджером став ZeroGravity. Всі гравці виділялися високою індивідуальною майстерністю і мали великий досвід турнірних виступів» [24].

NAVI має команди понад з двадцяти дисциплін, що дає змогу залучити велику кількість аудиторії. Весь світ спостерігає за різними командами та турнірами і саме це є ключовим фактором впливу на розвиток ігрових барів. Адже трансляція турнірів в закладах є вагомим етапом в залученні споживачів. Одним з найвідоміших в Україні кіберспортивним баром став саме NaVi Bar. Це фан-бар команди народжених перемогати, в якому поєднується класичний бар та майданчик для перегляду змагань, місце де можна зустрітися з друзями та смачно поїсти.

Також організація NAVI регулярно проводить турніри в межах України з різних дисциплін. Вони бувають онлайн, офлайн та змішаного формату. Так у листопаді 2023 року вони організували турнір з дисципліни Valorant під назвою «NAVI VALORANT Autumn Cup '23», де взяли участь більше ніж 30 українських команд. Чотири команди, які вийшли в фінал турніру, мали змогу продовжити змагання в форматі офлайн, який відбувався в одному з ігрових барів міста Київ. В барі було організовано місця для гравців, окрема кімната для коментаторів турніру, адже сама подія трансливалася на стримінговій платформі Twitch, та місце для перегляду турніру в основній залі закладу, де гості могли замовити страви та напої, щоб насолоджуватися переглядом з друзями та вболівати за свої фаворитів. Це був шалений досвід в проведенні такого формату змагань в умовах війни, та на цьому не закінчилося, адже організація вже анонсувала низку турнірів такого формату на 2024 рік. Такі колаборації з відомими українськими кіберспортивними організаціями дають змогу залучити більше клієнтів в ігрові бари.

РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІГРОВОГО БАРУ «GAME POWER»

2.1 Сегментування ринку ігрових барів

Ігрові бари стають все більш популярними в Україні та світі, пропонуючи людям місце, де вони можуть зібратися, для того щоб провести час разом, пограти в різні ігри та відпочити від буденних справ. Щоб підприємство ефективно працювало, потрібно провести ряд маркетингових досліджень. В першу чергу необхідно провести дослідження ринку в цілому, а саме проаналізувати сегментування ринку спрямовані на розуміння поведінки, переваг і потреб споживачів; дослідження конкурентів, вивчення ціноутворення, маркетингові кампанії та бізнес-моделі своїх конкурентів; також визначити тенденції галузі. Такий аналіз допоможе краще зрозуміти свій ринок споживачів, а також ідентифікувати можливості та загрози.

До прикладу, за даними Entertainment software association, за 2024 рік у США налічується 190,6 мільйонів американців, які грають у відеоігри щотижня. Якщо говорити про вікові обмеження, то геймери старої школи, які тепер стали батьками або ж бабусями і дідусями наступного покоління гравців, з віком не перестали грати. Двадцять років тому середній вік гравця відеоігор становив 29 років, а сьогодні цей вік становить 36 років. За гендерним поділом в США більше грає чоловіків і це показник складає 53%, то як жінок – 46%, також 1% відноситься до небінарних осіб (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Гендерний поділ гравців у США

Джерело: побудовано автором на основі даних [20]

За статистикою 68% американців грають у відеоігри щоб відпочити, 67% - веселитися, 37% - щоб використовувати мозок, 30% - для занурення у ігровий світ, 16% - підтримувати зв'язок з родиною чи друзями, 16% - задля змагань, 14% - відчуття виконаного завдання, 9% - щоб грати з іншими гравцями (рис. 2.2). Платформи на яких грають у США: 67% - мобільні пристрої, 53% - персональний комп'ютер, 36% - консолі, 12% - віртуальна реальність.



Рис. 2.2 Мотивація американців грати у відеоігри

Джерело: побудовано автором на основі даних [20]

NielsenIQ на замовлення Wargaming у 2021 році провели дослідження гравців у відеоігри в Україні. За результатами досліджень середній вік гравців становить 31 рік. За гендерним поділом 51% гравців складає чоловіки, а 49% - жінки. На питання «Навіщо українці грають у відеоігри?» респонденти даного дослідження відповіли так: 73% - грають, щоб розслабитися; 57% - щоб «вбити час»; 50% - спосіб відключитися від реальності; 41% - отримати відчуття адреналіну та перемоги; 37% - спосіб проводити час з друзями; 27% - щоб першим спробувати технологічні новинки; 20% - як спосіб вивчення ігрових платформ; 12% - грають, щоб не відставати від інших; 3% - професійні гравці, які беруть участь у кіберспортивних змаганнях (рис. 2.3) [28].



Рис. 2.3 Мотивація українців грати у відеоігри

Джерело: побудовано автором на основі даних [28]

Визначення сегментації ринку для ігрового бару «Game Power» можна провести за допомогою опитування споживачів. Для цього було розроблено опитування в форматі google-форми, в якому взяли участь 50 респондентів. Загалом це люди, життя яких пов'язане з геймінг-індустрією. За результатами опитування було розроблено діаграми, та визначені переваги і недоліки за рахунок змістовних відповідей. Результати опитування щодо вікової категорії та статі споживачів зображено на діаграмах 2.4 та 2.5.

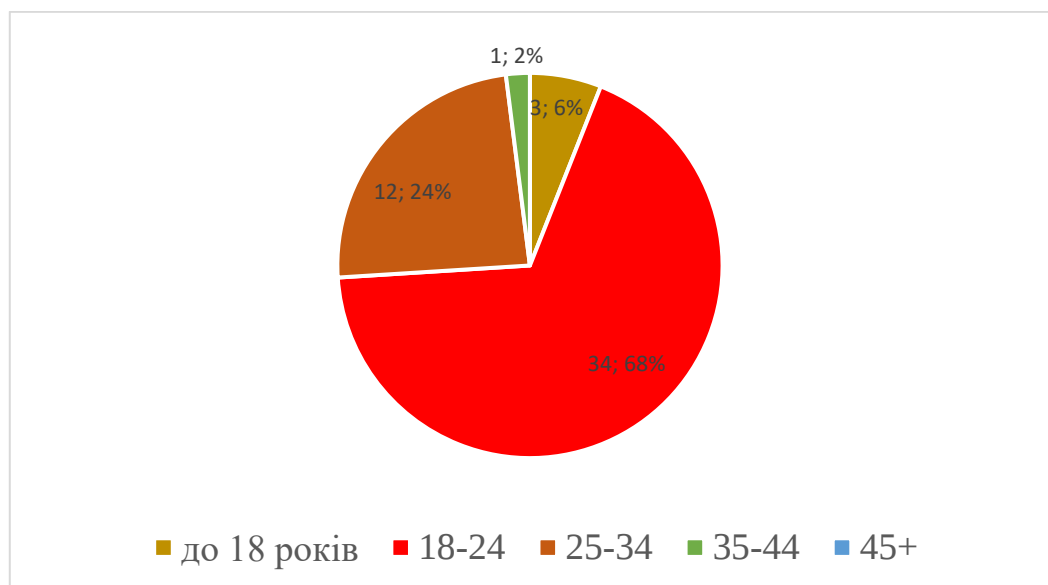


Рисунок 2.4. Вікова категорія споживачів ігрових барів

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]



Рис 2.5. Визначення статі відвідувачів ігрових барів

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

За результатами можна зрозуміти, що вікова категорія споживачів досить молода, в більшості це чоловіки (70%) та жінки (28%) віком від 18 до 35 років, Такі аналітичні дані дають можливість для розуміння аудиторії, на яку потрібно більше надавати перевагу, щоб отримати позитивні результати у веденні своєї справи.

На запитання «Як часто ви відвідуєте ігрові бари?» отримали результати, наведені на діаграмі 2.6.

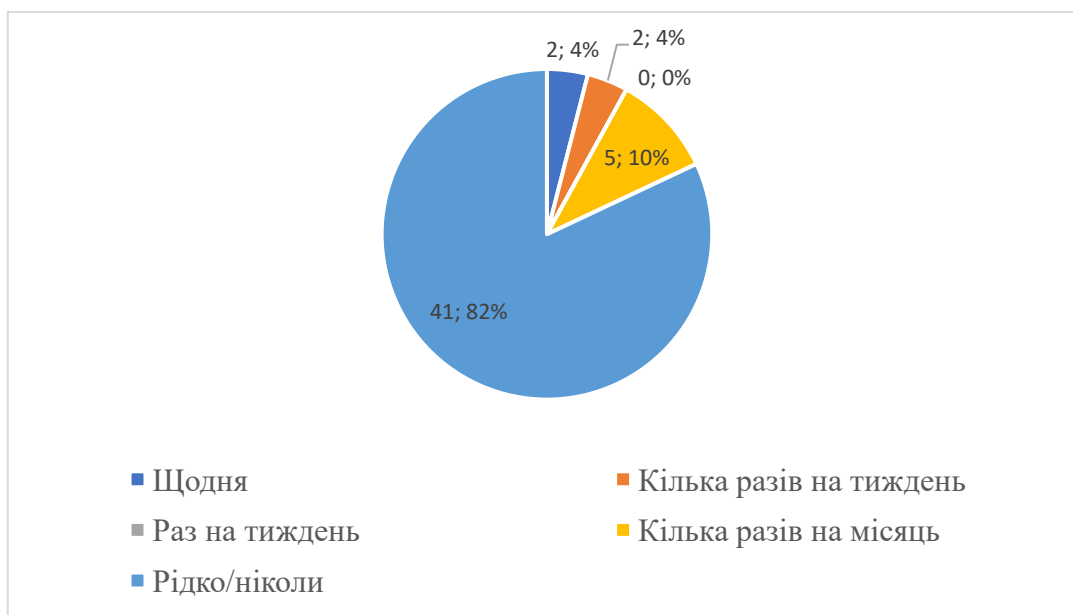


Рис. 2.6. Відвідуваність ігрових барів серед респондентів

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

Це досить новий та не сильно розвинений тип закладу ресторанного господарства в Україні, тому менше половини респондентів відвідують ігрові бари. Це може свідчити про те, що існуючі заклади не надто наділяють уваги маркетинговим способам розвитку своїх підприємств. Завдяки цьому опитуванню, при організації ігрового бару слід враховувати такі чинники та надати перевагу рекламній кампанії, продумати чим можна зацікавити споживачів, щоб покращити відвідуваність бару.

Ще одним, не менш важливим питанням було «Що зазвичай мотивує вас відвідати ігровий бар?». В цьому опитуванні можна було обирати декілька відповідей, а також написати свій варіант. Для вибору були надані такі варіанти: відеоігри; настільні ігри; їжа та напої; спілкування з друзями; атмосфера в закладі. Результати опитування зображені в діаграмі 2.7.

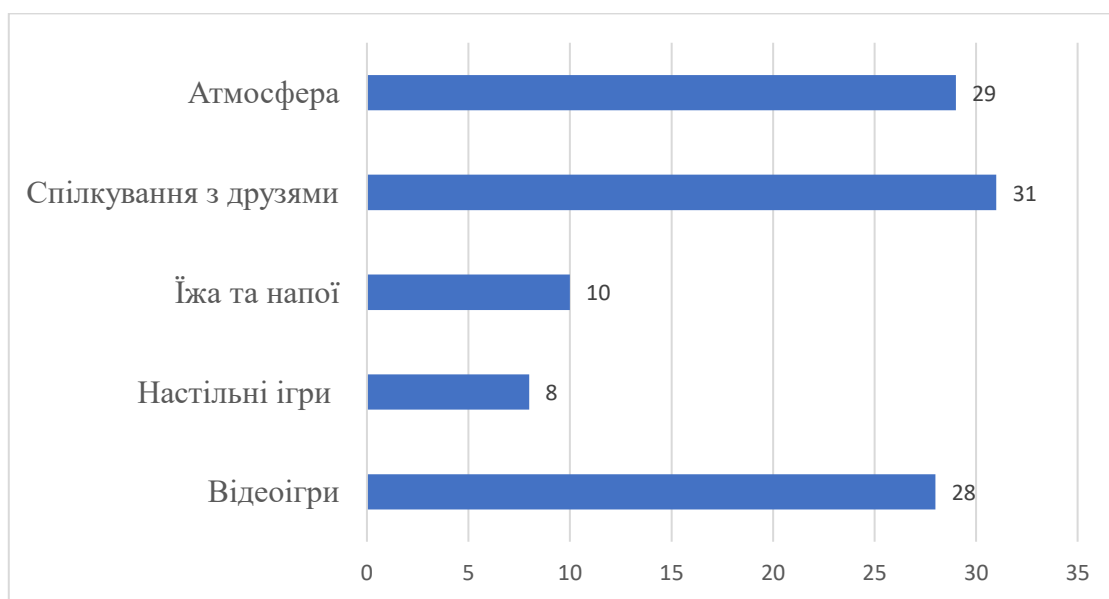


Рис. 2.7. Що мотивує відвідати ігровий бар респондентів

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

В поле «інше» деякі респонденти надали такі відповіді: «Відвідую їх тільки для участі в LAN-турнірах» та «Їхня відсутність». Насправді це дуже важливі відповіді, адже відсутність ігрових барів дає мотивацію на їх відкриття, так як такі заклади з розвитком геймінгу в Україні ставатимуть все більш популярними, а зацікавити споживача можна влаштовуючи LAN-турніри та інші види розваг.

Важливо дізнатися, які ж аспекти є важливими при виборі ігрового бару. Споживачі надають перевагу асортименту ігрового обладнання та комфортності в закладі, також не менш важливе розташування, якість обслуговування і ціни на напої та їжу. Половина опитуваних відповіли, що їм також важлива репутація закладу та відгуки клієнтів, і тільки деякі звертають увагу на акції та знижки, що зображено в діаграмі 2.8.



Рис. 2.8. Аспекти вибору ігрового бару

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

Меню в закладі ігрового бару є важливим аспектом. Асортимент їжі та напоїв значно впливає на розвиток бару. Тож на запитання «Чи є у вас побажання щодо меню ігрового бару?» респонденти відповіли наступним чином (результати зображені в діаграмі 2.9).

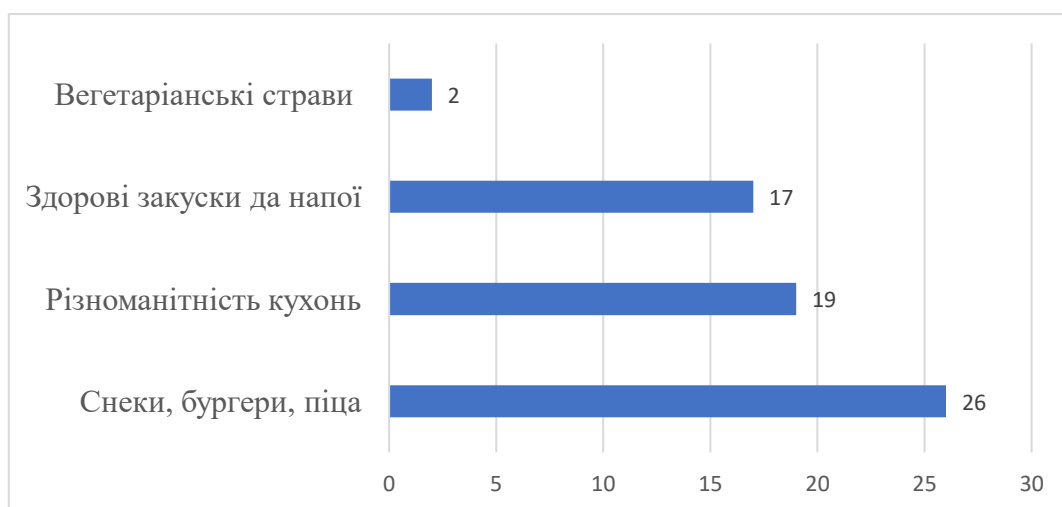


Рис. 2.9. Побажання щодо меню в ігровому барі

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

Можна зазначити, що більшість споживачів все ж обирає швидку їжу, тобто снеки, бургери, піцу, але також зацікавлені у різноманітності кухонь, такі як європейська, азіатська, японська, італійська та інші.

Підсумовуючи результати опитування, можна сказати, що сегментом споживачів ігрового бару є чоловіки та жінки, віком від 18 до 34 років, це можуть бути студенти; молодь, яка зацікавлена геймінг-індустрією; люди, які просто хочуть провести час з друзями зігравши разом в настільну чи відеогру.

2.2 Аналіз конкурентів ринку ігрових барів

Конкуренція – невід’ємна складова ринкової економіки, оскільки у відвідувачів з’являється можливість вибору. Основне завдання кожного підприємства – підвищення якості продукції та послуг, що надаються [1].

Щоб діяльність підприємства була успішною потрібно чітко відповідати певним потребам; уміти задовольняти потреби споживачів; відповідати всім технічним та санітарним стандартам; бути конкурентоспроможними на ринку за ціновою політикою; відповідати чинному законодавству.

Основними конкурентами ігровим барам є заклади, які пропонують відвідувачам унікальний ігровий досвід, тематичні напої та їжу, а також різноманітні розваги пов’язані з ігровою культурою. Всього в місті Києві налічується близько 50 ігрових барів та комп’ютерних клубів, отже можна сказати, що конкуренція на ринку досить низька. Для аналізу конкурентів було обрано 3 ігрових барів, які є найпопулярнішими серед населення, це Pride Esports premium lounge, ItLand та Game Bar.

Pride Esports Premium Lounge розташований за адресою бульвар Тараса Шевченка, 2/54, м. Київ. Заклад працює кожного дня з 12:00 до 23:00. Повноцінний ресторан на 30 гостей з кухнею, зручними диванами, власним кінотеатром та дружньою атмосферою. Меню складається зі сніданків, салатів, закусок, сендвічів, бургерів, паст, ролів, супів, соусів та десертів. З напоїв можна замовити чай, домашній та китайський чай, каву, воду та газовані напої,

соки, смузі, коктейлі алкогольні та безалкогольні [23]. Дизайн інтер'єру барної стійки закладу Esports Premium Lounge зображено на рис. 2.10.



Рис. 2.10. Дизайн барної стійки закладу «Esports Premium Lounge»

Оцінка відгуків у Google складає 4,9 з 5, що є високим показником [2].

ItLand – ігрові бари, які розташовані за адресами вул. Теодора Драйзера, 8а та бульвар Академіка Вернадського, 79, м. Київ. Заклад працює кожного дня та цілодобово, має 3 ігрові зони, а також бар і зону відпочинку. Меню складається з закусок та бургерів. З напоїв можна замовити каву, чай, соки, газовану та негазовану воду, а також алкогольні напої [25]. Зображення зони відпочинку представлено на рис. 2.11.

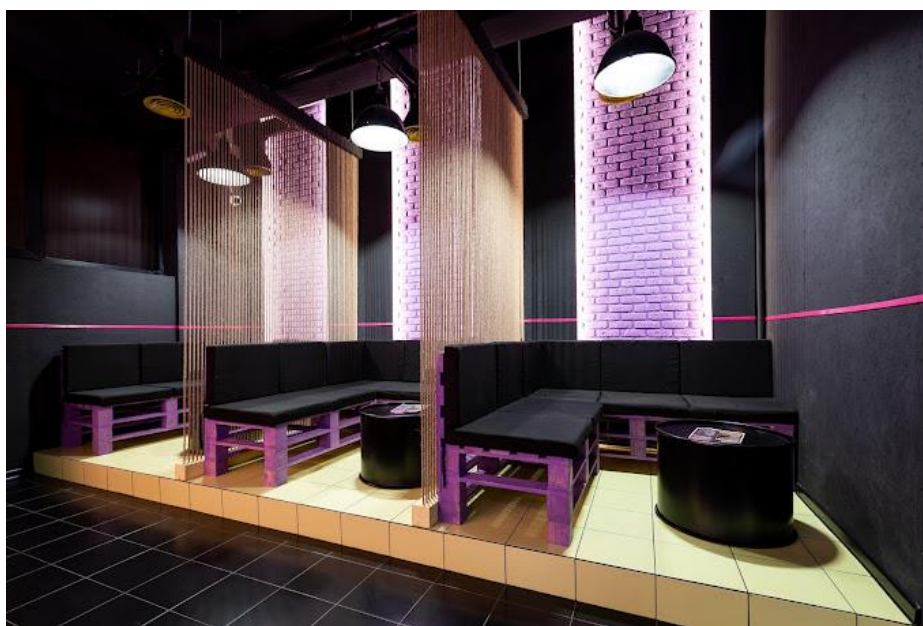


Рис. 2.11. Зона відпочинку закладу «ItLand»

Оцінка відгуків складає 3 з 5, що є посереднім показником [26].

NN bar – ігровий бар розташований за адресою ТРЦ «Метроград», Бессарабська площа, м. Київ. Заклад працює кожного дня з 12:00 до 22:00. NN bar це колишній NAVI Bar, в якому можна смачно поїсти та зіграти в улюблену гру на потужному ігровому комп'ютері або консолі. Меню складається із салатів, піци, локшини та закусок. З напоїв можна виділити коктейлі, пиво, гарячі напої та безалкогольні напої. Інтер'єр досить мінімалістичний, в декорі використані елементи від кіберспортивної команди NAVI, що показано на рис. 2.12. [29]

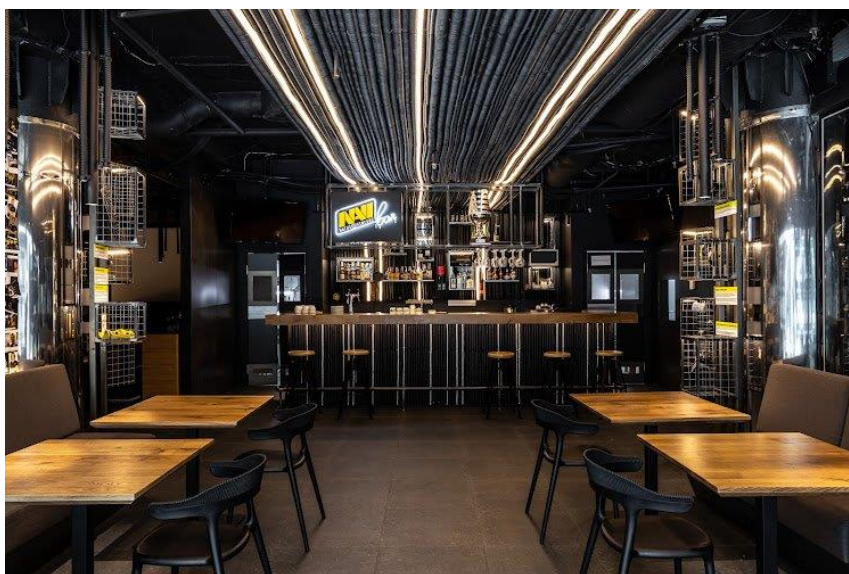


Рис. 2.12. Інтер'єр закладу «NN bar»

Оцінка відгуків у Google складає 4,6 з 5, що є високим показником [3]

Конкурентів на ринку можна поділити на три категорії: прямі конкуренти (пропонують аналогічний товар чи послугу), непрямі (належать до тієї самої категорії, але пропонують інші продукти) та косвенні (закривають ту саму потребу споживача, пропонуючи інший тип товару чи послуги). Для проведення аналізу обрали заклади, які є прямими конкурентами ігровому бару «Game Power». Аналіз діяльності підприємств-конкурентів проводимо за такими характеристиками, як основні та додаткові послуги, та цінової політики закладу, результати записуємо до таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика діяльності підприємств-конкурентів

Назва закладу	Основні та додаткові послуги	Цінова політика
Pride Esports premium lounge	Основна зала на 30 місць, бар, 4 ігрових зони та одна стрімінгова кімната. В закладі проводять турніри, організовують watch party. Можлива оренда залів для проведення заходів. Є своя кухня з широким вибором страв та напоїв. Обслуговування відбувається офіціантами. Також до замовлення доступні кальяни.	Чек - 460 грн
ItLand	Заклад налічує 3 ігрові зони, зону для відпочинку, бар. Можлива оренда ігрових зон. Своя кухня з досить обмеженим вибором страв та напоїв. Обслуговування проводиться офіціантами.	Чек -115 грн
NN bar	Заклад налічує 2 ігрові зони, зону відпочинку, бар, кухню з широким вибором страв та напоїв. Можливість оренди ігрових зон. Бар співпрацює з кіберспортивною командою NaVi та має в продажі їх мерчі. Організація проведення турнірів та watch party. Обслуговування проводиться офіціантами.	Чек - 305 грн

Джерело: побудовано автором

Цінову політику закладів підприємств-конкурентів вираховували за допомогою обрання трьох схожих сетів зі страв у кожному закладі. Порівнявши меню виявили, що в кожному закладі подають бургери, також обираємо газовані напої. За результатами найбільший чек у Esports Premium Lounge барі, а найменший – у ItLand барі.

Порівнявши ці заклади, можна сказати, що найбільш привабливим для споживачів є Pride Esports premium lounge. Бар має цікавий інтер'єр, великий спектр послуг, надає якісне обслуговування, співпрацює з брендами-виробниками ігрового обладнання та з кіберспортивними організаціями, що дає можливість зробити відвідування ще захоплюючим та комфортним.

2.3 Розробка концепції ігрового бару

Концепція ігрового бару «Game Power» спрямована на створення захоплюючого та унікального досвіду для гостей, поєднуючи атмосферу гри з вишуканою пропозицією бару. Спираючись на загальні вимоги до закладів ресторанного господарства, які прописані у ДСТУ 4218:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», формуємо концепцію ігрового бару «Game Power». Вимоги до закладів ресторанного господарства визначають відповідно до таких основних характеристик:

- місце розташування закладу і стан прилеглої території;
- вид, тип та особливості будівлі;
- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;
- рівень оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, столовою білизною;
- процес обслуговування;
- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, преїскуранту і карти вин;
- освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу [7].

Як і в будь-якому закладі ресторанного господарства, визначення цільової аудиторії є ключовим аспектом концепції ігрового бару. Цільовою аудиторією ігрових барів являється сегмент споживачів, який так чи інакше пов'язаний з геймінг-індустрією. Основна група споживачів це чоловіки та жінки віком від 18 до 35 років. Студенти та молодь, заможні люди, групи друзів, які шукають цікавий відпочинок разом, які хочуть пограти в ігри компанією та насолодитися смачними стравами і напоями.

Розташування закладу є не менш важливим аспектом, це відіграє велику роль в успіху бару та привабливості цільової аудиторії. Ігровий бар «Game Power» буде розташований в місці з високою прохідною активністю, поряд зі студентськими містечками та в пішій доступності від метро. Студенти та молодь є ключовою цільовою аудиторією, тому розташування поблизу університетів,

гуртожитків, коледжів або студентських районів забезпечить стабільний потік клієнтів.

Ігровий бар «Game Power» складається з 4 ігрових зон, зони бару та зони відпочинку. Ігрові зони поділяються на:

1. Pro Zone – зона, в якій розміщено 20 ігрових місць. Кожне місце обладнане спеціальними ігровими комп'ютерами та обладнанням.
2. VIP Zone – зона, яка складається з 2 кімнат по 5 ігрових місць. Такі кімнати обладнані потужнішим обладнанням в порівнянні з Pro Zone. Перевагою є те, що команди з 5 осіб можуть разом проводити час, окремо від основної ігрової зони.
3. PS Zone – зона, обладнана консолями. Окрема кімната, яка розрахована на 2 особи. В середині розташовані зручні дивани та стіл.
4. VR Zone – зона віртуальної реальності, яка розрахована на 4 осіб. Окрема кімната, обладнана потужними комп'ютерами та спеціальними шоломами віртуальної реальності.

В усіх ігрових зонах можна споживати їжу та напої, замовлені у закладі. Це є великою перевагою, так як відвідувачі, не відриваючись від ігрової сесії можуть смачно поїсти.

Зона відпочинку розрахована на 30 місць. Тут гості можуть замовити їжу та напої, відпочити та насолодитися атмосферою закладу. Зала оснащена великим екраном та проєктором, що дозволяє проводити перегляд турнірів, фільмів. Також в закладі є великий вибір настільних ігор.

Дизайн ігрового бару має важливе значення для створення захоплюючої атмосфери. На вході, у заклад, гостей зустрічатиме вивіска з логотипом закладу. Логотип це обличчя компанії, він служить міцним фундаментом для брендової ідентичності. Він повинен бути простим та цікавим. Для створення логотипу використовуємо комбінований вид, тобто такий логотип, який складається з літер та зображення. Логотипи із зображенням продукту запам'ятовуються

краще, тому потрібно створити зображення, яке буде передавати зміст закладу [4]. На рис. 2.13 зображено логотип для ігрового бару «Game Power».



Рис. 2.13. Логотип ігрового бару «Game Power»

Джерело: побудовано автором

Логотип було створено за допомогою графічного інструменту Canva. Це платформа графічного дизайну, яка дозволяє створювати візуальний контент для соціальних мереж [21].

Не менш важливим є освітлення в таких закладах. Воно повинне бути теплим, щоб зробити залу затишною. Також добре використовувати точкове світло, яке буде освітлювати певні зони, наприклад барну стійку, ігрові зони чи певні елементи декору, такі як постери, картини, фігурки виконані в ігровому стилі. Для освітлення бару буде використовуватися лед-стрічки синього та жовтого кольорів. Синій – колір чистоти, свіжості та рівності. Холодний синій, це колір, який заспокоює. Зазвичай його обирають для оздоблення робочої зони. Жовтий – поліпшує настрій, наповнює енергією і радістю [16]. Такі кольори є основною гамою в інтер'єрі закладу.

Щоб забезпечити комфорт відвідувачам, в закладі необхідно встановити якісну шумоізоляцію. При проєктуванні закладів ресторанного господарства

застосовують вимоги ДБН В.1.2-10:2021 «Захист від шуму та вібрації». Основними критеріями щодо забезпечення шумоізоляції є проектування огорожувальних конструкцій приміщення з забезпеченням необхідних значень індексів ізоляції повітряного та ударного елементів конструкції; використання об'ємно-планувальних рішень об'єктів, що забезпечують відокремлення приміщень з джерелами шуму від інших приміщень із нормованим рівнем шуму; оздоблення внутрішніх поверхонь приміщення високоефективними звукопоглинальними матеріалами та конструкціями [5]. Для внутрішнього оздоблення використовують акустичний поролон, це пористий матеріал для шумоізоляції. Таким чином забезпечимо комфортне перебування гостей в закладі.

Забезпечення належної вентиляції та кондиціонування є важливим для комфорту відвідувачів та в дотриманні норм безпеки та охорони праці. Ефективна система вентиляції допоможе контролювати якість повітря, а також підтримувати температуру та вологість повітря. За вимогами ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування» допускається проектувати змішану вентиляцію з частковим застосуванням систем природної вентиляції для подачі або видалення повітря [6].

Барна зона є центральною частиною ігрового бару, тому дизайн бару повинен бути максимально привабливим та комфортним як для гостя, так і для працівників. Він буде оснащеним всім необхідним обладнанням для приготування та реалізації напоїв. Над барною стійкою можна розмістити відповідні екрани для перегляду трансляцій ігрових турнірів. Не менш важливими є ігрові зони, вони будуть оснащені зручними ігровими кріслами, сучасним обладнанням та потужними збірками персонального комп'ютера.

Концепція ігрового бару включає в себе розробку меню. В таких закладах споживачі надають перевагу легким закускам, гарячим стравам, бургерам, піці та снекам. Щодо напоїв, то це можуть бути енергетичні, газовані або негазовані напої, коктейлі та лимонади.

Обслуговування в ігровому барі проводиться офіціантами, проте стиль обслуговування дещо відрізняється від класичного. Офіціант окрім вмінню якісно обслуговувати гостя, також повинен бути обізнаним в сфері геймінг-індустрії, щоб надавати поради та допомогу під час ігрової сесії. Працівники закладу повинні бути на одній хвилі з відвідувачами, таке обслуговування допоможе залучити більше клієнтів та сформувати коло постійних гостей та створити дружню та невимушену атмосферу.

2.4 SWOT-аналіз ігрового бару

SWOT – це ефективний інструмент бізнес-планування, який використовується в бізнесі для формування стратегій. Він допомагає проаналізувати внутрішні фактори, які впливають на організацію та зовнішні фактори, які можуть мати вплив.

SWOT може допомогти проаналізувати бізнес зі стратегічної точки зору. Це допоможе визначити, як саме використати можливості, сильні сторони та уникнути загроз, які можуть бути та усунути слабкі сторони.

Для SWOT-аналізу потрібно проаналізувати:

- сильні сторони;
- слабкі сторони;
- можливості;
- загрози [19].

Сильними сторонами закладу «Game Power» є: унікальна концепція, цільова аудиторія, інтерактивний досвід, асортимент їжі та напоїв, соціальна атмосфера.

Унікальна концепція є сильною стороною для будь-якого закладу. Особливістю ігрового бару є поєднання ігрової індустрії та сфери обслуговування. Цільова аудиторія орієнтована на молодь та дорослих людей, які обирають відпочинок в компанії друзів за цікавими настільними чи комп'ютерними іграми. Інтерактивний досвід пропонує великий спектр ігрових

можливостей, включаючи кімнати з потужними персональними комп'ютерами, консолі, настільні ігри та кімната віртуальної реальності. Асортимент страв та напоїв дозволить відвідувачам насолодитися смачної їжею та гарно провести час. Все це створює затишну атмосферу в закладі.

Слабкими сторонами бару є: конкуренція, обмежена цільова аудиторія, високі витрати, залежність від тенденцій та потенційні проблеми з ліцензуванням.

Конкуренція з боку інших барів існує завжди, хоч ця сфера і не так розвинена в Україні, проте споживачі обирають найкраще. Цільова аудиторія є як сильною, так і слабкою стороною ігрових барів, адже навряд люди, які не мають зацікавленості в сфері геймінгу, будуть відвідувати ігрові клуби. Саме це і звужує коло потенційних споживачів. Ігрові бари несуть досить високі витрати порівняно з іншими закладами ресторанного господарства. Окрім основних витрат на оренду приміщення, закупівлю сировини та технічного обладнання для виробничих приміщень, виплату заробітної платні персоналу, комунальні послуги, рекламу та маркетинг, ліцензії на спиртні напої, страхування тощо, такі бари ще несуть великі витрати на інвестицію в ігрове обладнання, ліцензії на програмне забезпечення та технічне обслуговування. Також геймінг-індустрія постійно піддається змінам ігрових тенденцій, тож для того щоб бар завжди лишався актуальним, потрібно слідкувати за новинками та оновлювати ігрову пропозицію. Потенційними проблемами може стати отримання ліцензування як на алкогольну продукцію, так і на ліцензію програмного забезпечення та ліцензії на ігри, адже піратство заборонене Законом України «Про авторське право і суміжні права» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 57, ст.166). Цей Закон регулює відносини щодо набуття, здійснення та захисту особистих немайнових та майнових авторських та/або суміжних прав, а також прав особливого роду, пов'язаних зі сферою авторського права та/або суміжних прав [15].

Можливостями ігрового бару є: співпраця з ігровою індустрією, партнерство з місцевими підприємствами, організація турнірів та watch party, партнерство з відомими брендами периферії.

Можливість співпраці з ігровими компаніями, розробниками або організаторами заходів пов'язаних з геймінг-індустрією дозволить залучити більше потенційних споживачів. Також можлива організація турнірів від імені самого бару, переглядів популярних матчів, які збирають велику аудиторію навколо себе. Партнерство з місцевими підприємствами та відомими брендами периферії, ігрового обладнання, брендів напоїв (енергетичних або ж газованих чи негазованих) дозволить зменшити витрати за рахунок рекламної кампанії.

Загрозами ігрового бару є: економічні коливання, зміни в законодавстві, технологічні зміни, проблеми з безпекою.

Економічний спад або зниження витрат потенційних споживачів можуть вплинути на кількість відвідувачів і їх платоспроможність. Зміни в законах, особливо тих, які стосуються ліцензування алкогольних напоїв чи комп'ютерних програм, так чи інакше впливають на роботу бару. Щодо технологічних змін, то це швидкі зміни в технологіях ігрової індустрії. Майже кожного року компанії, які виготовляють обладнання для персонального комп'ютера, покращують свої технології та випускають більш потужні новинки, що змушує користувачів оновлювати збірки, що в першу чергу стосується ігрових барів. Це призводить до великих витрат з боку закладу. Також необхідно враховувати проблеми з безпекою в барі, адже ніхто не застрахований від конфліктів між гостями, крадіжками периферії.

Проведення аналізу та дослідження ринку дає змогу успішно реалізувати продукти чи послуги на ринку. SWOT-аналіз дає розуміння факторів, які в подальшому допоможуть правильно організувати роботу бару, розробити ефективну стратегію та максимізувати успіх підприємства. Проводити такий аналіз рекомендовано не тільки перед відкриттям підприємства, але і щонайменше раз на рік, адже ситуація на ринку постійно змінюється.

SWOT- аналіз для ігрового бару «Game Power» зображено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз ігрового бару

Сильні сторони	Слабкі сторони
• Унікальна концепція • Цільова аудиторія • Інтерактивний досвід • Асортимент їжі та напоїв • Соціальна атмосфера	• Конкуренція • Обмежена цільова аудиторія • Високі витрати • Залежність від тенденцій • Потенційні проблеми з ліцензуванням
Можливості	Загрози
• Співпраця з ігровою індустрією • Партнерство з місцевими підприємствами • Організація турнірів та watch party • Партнерство з відомими брендами периферії	• Економічні коливання • Зміни в законодавстві • Технологічні зміни • Проблеми з безпекою

Джерело: побудовано автором

Отже, ігровий бар «Game Power» включає в себе 4 ігрових зони та зону для відпочинку. Концепція закладу орієнтована на молодь та дорослих, які обожнюють провести час з друзями за спільною грою. В закладі є різноманітний вибір ігор, від настільних до комп'ютерних. Аналіз ринку конкурентів в м. Київ показав, що таких закладів досить небагато, так як це нова сфера, а отже і конкуренція не висока. А SWOT-аналіз показав, які можуть бути сильні та слабкі сторони, можливості та загрози.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ БАРУ «GAME POWER»

3.1 Обґрунтування та розробка меню закладу

Розробка меню для ігрового бару є важливим кроком для успішної роботи закладу. Слід враховувати багато факторів, таких як цільова аудиторія, концепція закладу, доступність продуктів та сезонність.

Оскільки ігрові бари це заклади, які споживачі, здебільшого, відвідують для того, щоб провести час за іграми, то меню має бути досить швидким в приготуванні, простим у виборі і смачним у задоволенні потреб гостя. Поспілкувавшись зі знайомими, які відвідують ігрові бари, вияснили їх вподобання стосовно меню в таких закладах. Найбільше вони надають перевагу бургерам та піці, стравам що до вподоби більшій частині молоді. Але не варто виключати з меню сніданки, салати, основні страви та десерти. Вид меню, який буде використовуватися – «a la carte». Орієнтовне розрахункове меню ігрового бару «Game Power» наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахункове меню ігрового бару «Game Power»

Група страв	Найменування страв	Вихід, г	Ціна, грн
Сніданки	Сендвіч "Крок-мадам"	250	150
	Бельгійські вафлі з грушею та прошутто	220	180
	Вівсянка з сезонними ягодами	200	120
	Сирники з солоною карамеллю	200	125
Салати	Цезар	250	180
	Грецький	250	150
	Нісуаз	250	120
Основні страви	Паста "Карбонара"	300	200
	Паста з креветками та шпинатом	300	200
	Стейк лосося з пюре з батату	300	250
Десерти	Наполеон	200	120
	Штрудель	200	100
	Фондан	150	125
	Панна-кота	150	115
	Чізкейк	200	125

Джерело: побудовано автором

Бургери та піца, це ті страви, які обожнюють майже всі, проте в кожного є свої вподобання щодо начинки. Тому в закладі «Game Power» буде пропонуватися зібрати самостійно найсмачніший бургер чи піцу. В меню буде зазначено інгредієнти з яких можна зібрати страву. В табл. 3.2 зазначено перелік сировини.

Таблиця 3.2

Розрахункове меню для бургерів та піци

Група страв	Запропоновані інгредієнти	Вихід, г	Ціна, грн
Бургери	Булка: класична з кунжутом; чорна булка; гречана булка	350	300
	Котлети: зі свинини; з курки; з яловичини; рибна котлета		
	Сир: чедер; гауда; сулугуні		
	Листя салату		
	Томати		
	Огірок свіжий або маринований		
	Цибуля маринована		
	Соус: BBQ, медово-гірчичний, сирний, кетчуп, айолі, кисло-солодкий		
	Картопля: фрі, по-селянськи		
Піца (30 або 40 ø)	Борт піци: класичний; сирний	600/800	200/250
	М'ясо: бекон; куряче філе; мисливські ковбаски; паперонні; салями; прошуто; шинка		
	Риба: лосось; креветка; тунець		
	Овочі: гриби; томати; болгарський перець; перець чілі; брокколі; маслини; оливки; кукурудза; ананаси; груша		
	Сир: горгонзола; моцарела; пармезан; фета		
	Зелень: базилік; кріп; руккола; шпинат		
	Соуси: гірчиця; BBQ, томатний, цезар, вершковий		

Джерело: побудовано автором

Такий спосіб розробки меню дозволить розширити вибір страв для споживача.

Напої займають не менш важливе місце у розробці меню, оскільки вони доповнюють та підсилюють смак страви, пробуджують апетит, створюють атмосферу та задовольняють різні смакові вподобання гостей. В табл. 3.3 зазначено перелік напоїв, які буде реалізовано в ігровому бару. В меню будуть різні види лимонадів, чаю, кави, соків, води газованої та негазованої.

Таблиця 3.3

Напої, які буде реалізовано в ігровому барі

Група напоїв	Найменування	Вихід, мл	Ціна, грн
Лимонади	Манго-маракуя	300	100
	Полуничний	300	90
	Ягідний	300	90
	Тропічний	300	100
	М'ятний	300	80
Чай	Чорний класичний	450	55
	Зелений	450	55
	З Бергамотом	450	55
	Імбирний	450	55
	М'ятний з мелісою	450	55
Кава	Еспресо	30	50
	Американо	150	65
	Капучіно	185	70
	Лате	300	70
	Матча	185	80
	Какао	300	70
Вода та газовані напої	Coca-cola	500	60
	Sprite	500	60
	Fanta	500	60
	Моршинська газувана/слабогазувана/негазувана	330	50
	Red Bull	250	60
Соки	Яблучний	300	60
	Апельсиновий	300	60
	Вишневий	300	60
	Томатний	300	60

Джерело: побудовано автором

В закладі також буде подаватися 7 видів алкогольних коктейлів та 1 безалкогольний. В табл. 3.4 показано, які коктейлі входять до меню.

Таблиця 3.4

Види коктейлів

Група напоїв	Найменування	Вихід, г	Ціна, грн
Коктейлі алкогольні	Мартіні	100	125
	Мохіто	200	150
	Апероль	200	150
	Джин тонік	150	130
	Текіла санрайз	200	150
	Маргарита	100	125
	Дайкірі	200	150
Коктейлі безалкогольні	Мохіто б/а	200	120

Джерело: побудовано автором

В залежності від сезону, меню може змінюватися, додаватися нові позиції, які будуть все більше зацікавлювати відвідувачів своїми смаками.

Зразок оформлення меню представлено в додатку А.

3.2 Обґрунтування технологічного оснащення ігрового бару

Технологічне оснащення ігрового бару відіграє ключову роль у забезпеченні успішного та ефективного функціонування закладу. В табл. 3.5 перераховано технологічне оснащення для виробничого цеху.

Таблиця 3.5

Технологічне оснащення виробничого цеху

№	Найменування обладнання	Марка обладнання	Кількість одиниць обладнання, шт.	Габарити обладнання, довжина, ширина, м	Площа одиниць і обладнання, м ²	Сумарна площа обладнання, м ²	Вартість, грн.
1	Пароконвектомат	Altezero EMP.EKF-6	1	800x700x885	0,56	0,56	73128,00
2	Фритюрниця	Altezero NJL 4 LT	1	268x420x330	на столі		2492,00
3	Плита електрична	Kogast ES-T67/P	1	200x700x850	0,84	0,84	75669,00
4	Кип'ятильник	Altezero EMP.SU.250	1	320x320x510	на столі		6468,00

Продовження табл. 3.5

5	Макароніварка	Arris CE3525/10	1	270x500x250	0,13	0,13	14785,00
6	Пічь пекарська	Piron Caboto PF 5004 F	1	600x600x540	0,36	0,36	21111,00
7	Ваги настільні електронні	BTE-6-T3- Б	5	176x176	на столі		96700,00
8	Візок для посуду	GGM GASTRO S3K105	1	1000x500x94 0	0,50	0,50	3857,00
9	Електром'ясорубк а	Fimar 8/D lph	1	330x330x360	На столі		10300,00
10	Овочерізка	Robot Coupe CL 40	1	560x290x560			30855,00
11	Кухонная машина	KENWOOD D Chef Titanium XL KWL90.00 4S	1	395x200x385			27000,00
12	Слайсер	Essedue 220 AFP	1	510x380x360			10050,00
13	Шкаф холодильний	Polair CV110-G	3	1402x695x19 60	0,94	2,82	66000,00
14	Універсальна посудомийна купольна машина	Comenda RC411	1	720x750x147 0	0,54	0,54	122760,0 0
15	Ванна мийна односекційна	Метсейл	11	700x700x850	0,49	5,39	31900,00
16	Стелаж на 5 рівнів		1	1500x500x18 00	0,75	0,75	7050,00
17	Стіл виробничий	CB-800	5	800x700x850	0,56	2,80	14360,00
18	Разом					14,69	614485,0 0

Джерело: побудовано автором

Загальна площа технологічного оснащення виробничого цеху становить 14,69 м². Для визначення площі виробничого приміщення необхідно площу технологічного обладнання поділити на коефіцієнт використання площі, що становить 0,35. Площу визначаємо за формулою:

$$S_{\text{пр}} = S_{\text{об}} \div \eta \quad (3.1)$$

де, $S_{\text{пр}}$ – площа приміщення, що розраховується, м²;

$S_{\text{об}}$ – площі, на яких розташовані окремі види обладнання, м²;

η – коефіцієнт використання площі.

$$S_{\text{пр}} = S_{\text{об}} \div \eta = 14,69 \div 0,35 = 41,97 \text{ м}^2$$

Визначивши площу приміщення, за допомогою AutoCAD виконуємо графічне зображення розташування обладнання у виробничому цеху. Результати наведені на рис. 3.1.

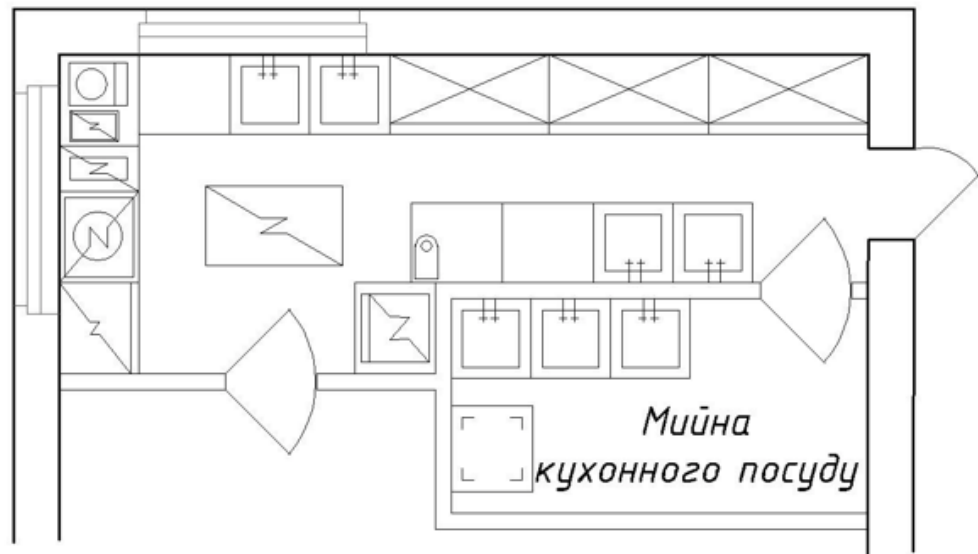


Рис. 3.1. Схема виробничого приміщення ігрового бару

Джерело: побудовано автором

Барна стійка є основним обладнанням будь-якого бару. Вона повинна забезпечувати зручний зв'язок з підсобними приміщеннями, зоною мийною посуду та виробничою зоною; забезпечувати максимальну кількість можливих місць для розміщення гостей. Стійка складається з верхньої стільниці, призначеної для обслуговування відвідувачів та нижньої – робочої поверхні бармена, розміщеної з внутрішнього боку стійки. Технологічне оснащення описано в табл. 3.6, до них входить кавомолка, кавоварка, термостат, ваги настільні, льодогенератор, холодильна шафа та ванна мийна одностекційна.

Таблиця 3.6

Технологічне оснащення барної зони

№	Найменування обладнання	Марка обладнання	Кількість одиниць обладнання	Габарити обладнання	Площа обладнання, м ²	Вартість, грн
1	Кавомолка	Hurakan hkn-m6, Китай	1	140x230x430	0,03	4610,00
2	Кавоварка	Astoria Pratic Avant SAE2 (380), Італія	1	770x560x540	0,43	94750,00
3	Термостат	Paderno, Італія	1	Ø257x532	-	11650,00
4	Ваги настільні електронні	BTE-6-T3-Б Центровес, Україна	1	176x176	0,03	1900,00
5	Льодогенератор	GGM Gastro	1	330x470x580	0,15	40000,00
6	Холодильна шафа	Tefcold, Данія	1	470 x 440 x 1555	0,21	50000,00
7	Ванна мийна односекційна	Метсейл	1	700x700x850	0,49	2900,00
Разом					1,34	205810,00

Джерело: побудовано автором

Загальна площа технологічного оснащення барної зони складає 1,34 м², з них площа настільного обладнання – 0,98 м², та підлогове – 0,36 м².

Барна стійка має такі габарити: висота верхньої стільниці складає 1200 мм, ширина – 350 мм; висота нижньої стільниці 900 мм, ширина 500 мм; довжина становить 4000 мм. Таким чином, використовуючи формулу 3.1, площа барної стійки складає 3,4 м², а площа зони бару 7,5 м².

Технологічне оснащення ігрових зон є дуже важливим в ігрових барах. В першу чергу на що звертає відвідувач увагу – на скільки хороше обладнання. Воно повинно бути досить потужним, щоб задовольнити ігрові потреби гостя та комфортним, щоб він хотів залишатися якомога довше. В табл. 3.7 показано технологічне обладнання для двох основних ігрових зон – PRO та VIP. В першій зоні буде розташовано 20 ігрових місць, а в другій – 10. Зона VIP буде розділена на 2 окремих кімнати по 5 ігрових місць.

Таблиця 3.7

Технологічне оснащення ігрової зони

№	Найменування обладнання	Марка обладнання	Кількість одиниць обладнання	Вартість 1 шт, грн	Загальна вартість, грн
PRO Zone					
1	Монітор	Samsung 23,5" (144 Гц)	20	5599,00	111980,00
2	Процесор	AMD Ryzen 5 3600	20	3059,00	61180,00
3	Відеокарта	GeForce RTX 2070 Super Gaming	20	14999,00	299980,00
4	Оперативна пам'ять	HyperX DDR4 16 GB	20	1699,00	33980,00
5	Ігрові крісла	Cougar Armor S	20	11499,00	229980,00
6	Ігрова мишка	Hator Pulsar	20	999,00	19980,00
7	Ігрова клавіатура	Cougar ATTACK X3	20	1299,00	25980,00
8	Ігрова гарнітура	Hator Hapergang EVO	20	1999,00	39980,00
9	Ігрова поверхня	Evolve OnePad	20	499,00	9980,00
10	Стіл ігровий	GamePro GD214 1360×600	20	4999,00	99980,00
VIP Zone					
1	Монітор	Samsung 27" (240 Гц)	10	9999,00	99990,00
2	Процесор	AMD Ryzen 7 5800x	10	8614,00	86140,00
3	Відеокарта	GeForce RTX 4070 Gaming 3X	10	26899,00	268990,00
4	Оперативна пам'ять	HyperX DDR4 32 GB	10	3155,00	31550,00
5	Ігрові крісла	Cougar Armor S	10	11499,00	114990,00
6	Ігрова мишка	Hator Pulsar 2 Pro	10	1999,00	19990,00
7	Ігрова клавіатура	Hator Starfall	10	4499,00	44990,00
8	Ігрова гарнітура	Hator Hapergang 2	10	2199,00	21990,00
9	Ігрова поверхня	Evolve OnePad	10	499,00	4990,00
10	Стіл ігровий	GamePro GD214 1360×600	10	4999,00	49990,00
Разом					1676610,00

Джерело: побудовано автором

Площу ігрових зон визначаємо поділивши площу всіх ігрових столів на коефіцієнт використання площі η ($\eta = 0,35$).

Площа одного стола дорівнює $0,8 \text{ м}^2$, тоді загальна площа ігрових столів для PRO Zone становить 20 м^2 , а для VIP Zone – 8 м^2 . Площа ігрових кімнат

становить: PRO Zone – 57,1 м², VIP Zone – 22,9 м². Графічне зображення розміщення ігрових зон показано на рис. 3.3.

Ігровий бар складається з 2 поверхів. На першому поверсі розміщено залу ресторану, бар, виробничі та складські приміщення, санвузли. Схема розміщення першого поверху зображена на рис. 3.2. На другому поверсі, а саме це буде цокольний поверх розташовано ігрові зони.

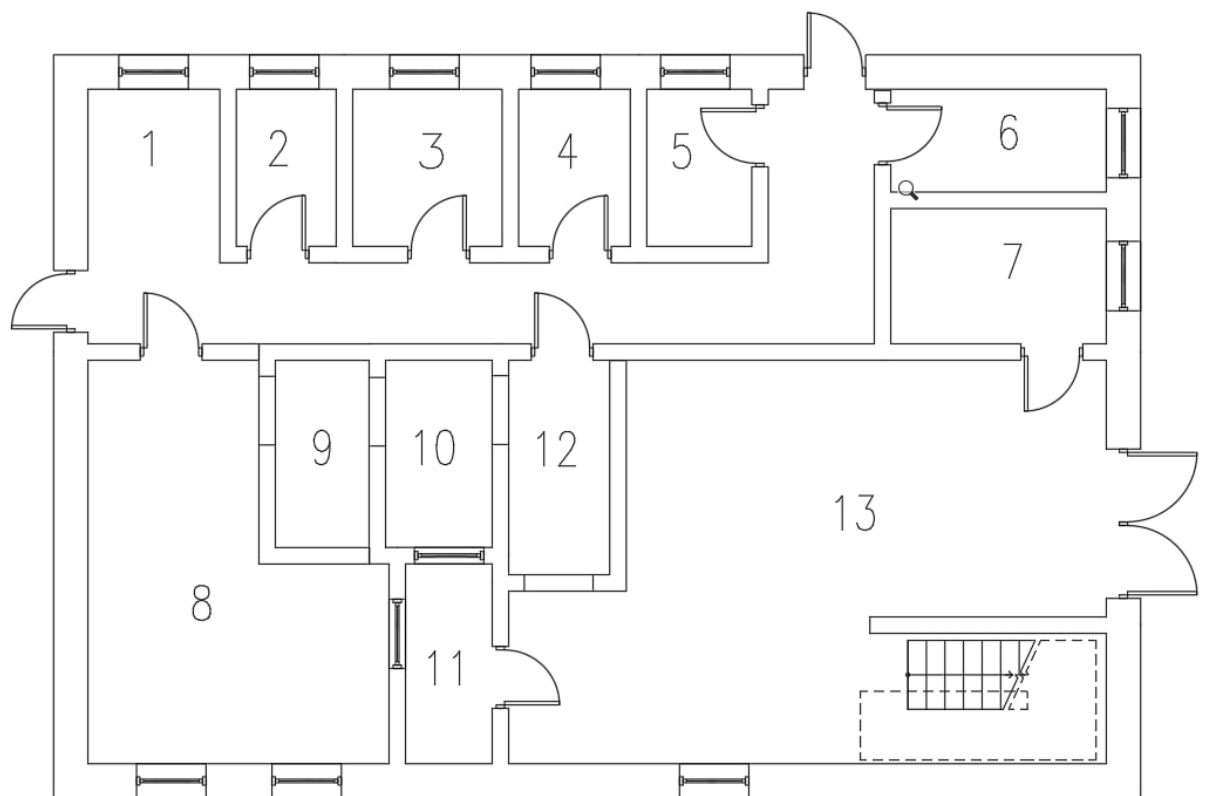


Рис. 3.2. Схема розташування першого поверху ігрового бару: 1 – зона приймання продукції; 2 – кімната зав. виробництва; 3 – складське приміщення; 4 – сервізна; 5 – кімната персоналу; 6 – санвузол для персоналу; 7 – санвузол для гостей; 8 – виробничий цех; 9 – мийна кухонного посуду; 10 – мийна столового посуду; 11 – місце видачі готової продукції; 12 – бар; 13 – зала бару.

Джерело: побудовано автором

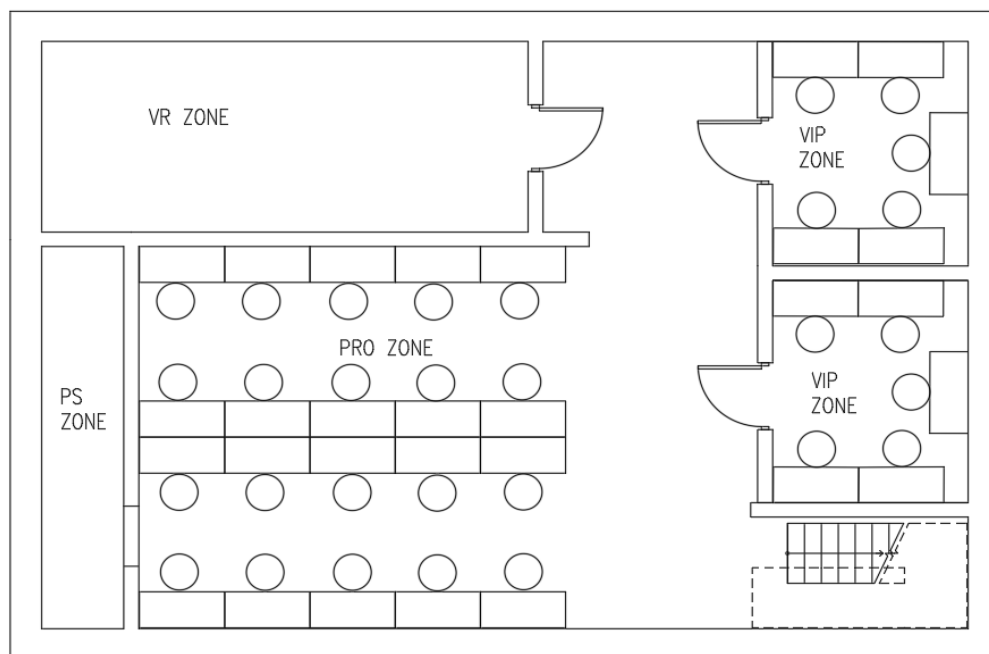


Рис. 3.3. Схема розташування цокольного поверху ігрового бару

Джерело: побудовано автором

Технологічне оснащення ігрового бару повинне забезпечувати високу якість обслуговування. Інвестиції в сучасні технології та обладнання не лише підвищують рівень комфорту та задоволення відвідувачів, а й сприяють ефективному розвитку та управлінню бізнесом.

3.3 Оцінка економічної ефективності ігрового бару

За визначенням Савенко Н.В., економічна ефективність – це результат виробничої діяльності, що виражається у вигляді співвідношення між підсумками господарської діяльності та витратами ресурсів [14].

Оцінка економічної ефективності ігрового бару включає певні аспекти, які необхідно враховувати для її визначення. Потрібно дослідити оцінку попиту на послуги ігрового бару в м. Київ; провести аналіз конкурентів та ціноутворення; визначити витрати підприємства; розробити прогноз доходів.

Одноразові витрати – це витрати, які здійснюються з періодичністю більше ніж один раз на місяць, та розраховані на забезпечення процесу виробництва протягом тривалого часу [9]. Прикладом одноразових витрат є закупівля

обладнання та інвентарю, вартість будівлі. Визначаємо, що для обладнання виробничої зони закладу необхідно виділити 614 485,00 грн., барної зони – 205 810,00 грн., ігрових PRO та VIP зон – 1 676 610,00 грн., PS зони – 50 000 грн., VR зони – 260 000 грн., що загалом становить 2 806 905 грн. Вартість будівлі становить 3 500 000 грн. Вартість інвентарю становить близько 600 000 грн. В табл. 3.8 приведено розрахунок одноразових витрат.

Таблиця 3.8

Розрахунок одноразових витрат

Розрахунок витрат	Вартість, грн
Обладнання	2 806 905
Вартість будівлі	3 500 000
Інвентар	600 000
Інвестиції складають	6 906 905

Джерело: побудовано автором

В результаті отримуємо, що капітальні інвестиції становлять 6 906 905 грн. Капітальні інвестиції – це витрати, які спрямовані на придбання або створення матеріальних і нематеріальних оборотних активів [8].

Наступним кроком, визначаємо заробітну плату персоналу. В табл. 3.9 показано розрахунок заробітної плати персоналу.

Таблиця 3.9

Заробітна плата персоналу

	Кількість	1 співробітник, грн	Всі співробітники, грн
Адміністратор	2	20000	40000
Шеф-кухар	1	20000	20000
Кухар	3	15000	45000
Офіціант	6	10000	60000
Бармен	2	15000	30000
Адміністратор VR	2	15000	30000
Системний адміністратор	1	10000	10000
Прибиральниця	2	12000	24000
Всього			259000

Джерело: побудовано автором

Загальна сума заробітної плати персоналу складає 259 000 грн.

Також розраховуємо заробітну плату адміністративного персоналу (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Заробітна плата адміністративного персоналу

	Кількість співробітників	1 співробітник, грн	Всі співробітники, грн
Директор	1	25 000	25000
Гол.бухгалтер	1	15 000	15000
PR-менеджер	1	15 000	15000
Всього			55000

Джерело: побудовано автором

Загальна сума заробітної плати адміністративного персоналу складає 55 000 грн.

Амортизація – це процес поступового перенесення вартості основних засобів на продукт, що виготовляється з їх допомогою [17].

Далі розраховуємо амортизаційні відрахування на 10 років (табл. 3.11). Для цього вартість всіх основних засобів, які використовуються більше одного року у виробництві, ділять на термін експлуатації обладнання (5-10 років).

Таблиця 3.11

Амортизаційні відрахування

	1-12 місяць	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Обладнання	57558,00	690690,50	690690,50	690690,50	690690,50	690690,50

Джерело: побудовано автором

Всього амортизаційні відрахування за 10 років становлять 3 453 452,50 грн.

Важливим кроком в оцінці економічної ефективності підприємства є визначення доходу. Для цього визначаємо дохід від основних послуг та від надання ігрових послуг.

Для визначення доходу від основних послуг вартість середнього чека, в даному випадку візьмемо 400 грн, та множимо на: кількість робочих днів у

місяці, коефіцієнт завантаження зали, кількість посадкових місць. Результати записуємо у табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Дохід від основних послуг

	Вартість	Кількість днів	Коефіцієнт Завантаження	Кількість місць	Дохід
Середній чек	400	30	0,7	30	252 000

Джерело: побудовано автором

Дохід від основних послуг у ігровому барі складає 252 000 грн.

Таким же чином визначаємо дохід від ігрових послуг, результати записуємо у табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Дохід від ігрових послуг

	Вартість од	Кількість днів	Коефіцієнт завантаженості	Кількість людей	Дохід
PRO Zone	80	30	1	160	384 000
VIP Zone	150	30	1	80	360 000
PS Zone	90	30	1	20	54 000
VR Zone	300	30	1	24	216 000
Всього					1 014 000

Джерело: побудовано автором

Дохід від надання ігрових послуг у барі «Game Power» становить 1 014 000 грн.

За допомогою отриманих даних, можемо визначити загальний дохід ігрового бару «Game Power» за один рік. Для цього необхідно до доходу від основних послуг додати дохід від ігрових послуг (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Дохід ігрового бару за один рік

Показник / період, грн	1 міс	2 міс	3 міс	4 міс	5 міс	6 міс	7 міс	8 міс	9 міс	10 міс	11 міс	12 міс
Дохід від основних послуг	151200	176400	126000	151200	176400	201600	201600	176400	151200	151200	151200	126000

Продовження табл. 3.14

Дохід від ігрових послуг	608400	709800	507000	608400	709800	811200	811200	709800	608400	608400	608400	507000
Дохід всього	759600	886200	633000	759600	886200	1012800	1012800	886200	759600	759600	759600	633000

Джерело: побудовано автором

Загальна сума всіх доходів за один рік складає 9 748 200 грн.

Наступним кроком потрібно спланувати витрати, які підприємство буде нести в ході своєї операційної діяльності щомісяця та на майбутні 5 років. Результати зображені у табл. 3.15.

Таблиця 3.15

Витрати ігрового бару

Показник / період, грн	1 міс	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Заробітна плата персоналу	259 000	3 108 000	3139080	3170470,8	3218027,86	3282388,41 9
Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ)	315980	3 791 760	3 829678	3 867 974	3 925 994	4 004 514
Заробітна плата адміністративного персоналу	55 000	660 000	666600	673266	683364,99	697032,289 8
Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ)	67100	805 200	813252	821384,52	833705,288	850379,393 6
Електроенергія, інші комунальні послуги	20 000	460 000	460 000	460 000	460 000	460 000
Обслуговування обладнання, ремонт	5000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Амортизація	57 558	690 691	690 691	690 691	690 691	690 691
Програмне забезпечення	5000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Інтернет	950	11 400	11 400	11 400	11 400	11 400
Витрати на сировину	150000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000

Продовження табл. 3.15

Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг	10 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Маркетингові витрати	5 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000

Джерело: побудовано автором

Щорічний приріст заробітної плати складає 1% за 2 та 3 роки, та 2% за 4 та 5 роки. Також важливо зазначити, що витрати можуть змінюватися згідно зі зміною економічного стану країни (підняття тарифів на комунальні послуги, збільшення цін на сировину, обладнання, послуги).

Основні фінансові результати включають в себе кілька ключових показників, які дозволяють оцінити фінансову ефективність та рентабельність проєкту. До них входять:

- Net Sales – чистий дохід, тобто загальний виторг підприємства за вирахуванням непрямих податків (ПДВ та акцизний збір);
- COGS (Cost of goods sold) - собівартість реалізованої продукції;
- Gross Profit – валовий прибуток;
- SG&A – адміністративні витрати та витрати на збут;
- EBITDA – прибуток до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизації;
- Амортизація;
- EBIT – операційний прибуток, який дорівнює обсягу прибутку до вирахування відсотків за позиковими коштами і сплати податків;
- EBT – прибуток до оподаткування;
- Income Tax – податок на доходи, по загальній системі 18%;
- Net Income – чистий прибуток [10,18].

За вищевказаними показниками обчислюємо основні фінансові показники та записуємо у табл. 3.16.

Таблиця 3.16

Основні фінансові результати проекту за 5 років

Показник / період, грн	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Чистий дохід (виручка)	8 123 500	8 204 735	8 450 877,05	8 704 403,36	8 965 535,462
Собівартість реалізованої продукції, послуг	4 431 760	4 469 678	4 507 974	4 565 994	4 644 514
Валовий прибуток	3 691 740	3 735 057	3 942 903	4 138 409	4 321 022
Операційні витрати	2 736 600	2 744 652	2 752 785	2 765 105	2 781 779
Прибуток до оподаткування, амортизації і відсотків	955 140	990 405	1 190 118	1 373 304	1 539 242
Амортизація	690 691	690 691	690 691	690 691	690 691
Прибуток до процентів та податків	264 450	299 715	499 428	682 614	848 552
Податок на прибуток (18% від прибутку)	47600,91	53948,682	89896,9777	122870,445	152739,3055
Чистий прибуток	216 849	245 766	409 531	559 743	695 812

Джерело: побудовано автором

З аналізу фінансових показників видно, що проєкт демонструє позитивну динаміку протягом 5 років. Чистий дохід та валовий прибуток зростають, операційні витрати контролюються, а чистий прибуток вказує на значне збільшення. Це свідчить про успішну діяльність підприємства.

ВИСНОВКИ

Дослідження, проведене в даній кваліфікаційній роботі, дозволило визначити основні аспекти організації та проектування ігрового бару «Game Power» в м. Київ. В результаті виконання роботи було досягнуто таких результатів:

- Було описано характеристику світового ринку ігрових барів
- Розглянуто стан та тенденцію розвитку ігрових барів в Україні
- Визначили особливості практичної організації ігрових барів
- Охарактеризували вплив геймінг-індустрії на ефективність функціонування ігрових барів
- Провели сегментування ринку
- Зробили аналіз конкурентів
- Розробили концепцію ігрового бару «Game Power»
- Зробили SWOT-аналіз для бару
- Розробили меню для закладу
- Обрали технологічне оснащення та розробили проєкт закладу
- Виконали оцінку економічної ефективності підприємства

Дослідження ринку показало, що сфера ігрових барів досить нова та має високий потенціал для розвитку як в Україні, так і на світовому ринку. В м. Київ таких закладів налічується біля 50, що створює невисоку конкуренцію. Прямими конкурентами являються близько 10 таких підприємств. Ігрові бари відповідають сучасним вимогам споживачів щодо поєднання розваг та закладів ресторанного господарства.

Аналіз тенденцій розвитку ігрових барів в Україні свідчить про активне зростання популярності таких закладів серед молоді та дорослих, не зважаючи на те, що ця сфера ще не повністю досліджена в країні. В умовах зростання системних вимог до сучасних ігор, ігрові бари стають альтернативою для геймерів, які не можуть дозволити собі використовувати потужні комп'ютери вдома.

Розробка концепції включала в себе сегментування ринку, яке показало, що основними споживачами є молодь та дорослі віком від 18 до 35 років. Визначивши основну частину споживачів, було розроблено концепцію ігрового бару. Заклад буде складатися з 4 ігрових зон, а саме зони Pro та VIP, зона PS та зона VR, а також зони відпочинку на 30 місць.

Проведення SWOT-аналізу показало, що сильними сторонами бару є його концепція, цільова аудиторія, інтерактивний досвід, асортимент їжі та напоїв та соціальна атмосфера. Можливостями закладу є співпраця з ігровою індустрією, що дасть можливість розширити аудиторію, партнерство з місцевими підприємствами, організація турнірів та watch party. А також було проведено розробку меню та підбір технологічного оснащення. Враховуючи всі аспекти було створено унікальну концепцію, яка поєднує у собі сучасний дизайн, комфортні ігрові місця, високоякісні послуги та зручне розташування.

Економічна ефективність проєкту була проведена на основі детального аналізу та розрахунку витрат і доходів. За підрахунками сума інвестиційних вкладів становитиме 6 906 905 грн. Включаючи всі витрати та доходи, за розрахунками підприємство вже за перший рік вийде в чистий прибуток сумою в 216 849 грн, на п'ятий рік роботи ця сума складатиме 695 812 грн. Заклад надає 22 робочих місця, які гідно оплачуються, а також прогнозується зростання заробітної плати на 1-2% щорічно.

В результаті було визначено, що ігровий бар є економічно доцільним проєктом з перспективою отримання стабільного прибутку. Реалізація даного проєкту сприятиме створенню нових робочих місць, розвитку сфери обслуговування та зміцненню геймерської спільноти в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства.. Навч. пос. - К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
2. Відгуки Esports Premium Lounge. Google. URL: <https://g.co/kgs/LWVQQPZ> (дата звернення: 02.03.2024)
3. Відгуки NN bar. Google. URL: <https://g.co/kgs/DDpJPa2> (дата звернення: 02.03.2024)
4. Гніденко М.С.; Колесніков В.В. Дизайн логотипу як основи фірмового стилю. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Технічні науки, 2015, 1: 73-78.
5. ДБН В.1.2-10:2021 «Захист від шуму та вібрації». URL: https://dreamdim.ua/wp-content/uploads/2022/08/DBN-V_1_2-10-2021.pdf (дата звернення: 12.04.2024)
6. ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування». URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-1018> (дата звернення: 12.04.2024)
7. ДСТУ 4218:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-939> (дата звернення: 12.04.2024)
8. ІПС ЛІГА:ЗАКОН - система пошуку, аналізу та моніторингу нормативно-правової бази. liga:zakon. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/DG170070> (дата звернення: 15.03.2024)
9. Класифікація і поведінка витрат. Pidru4niki. URL: https://pidru4niki.com/91394/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/klasifikatsiya_povedinka_vitrat (дата звернення: 20.04.2024)
10. Колисниченко В. ArcelorMittal у 2023 році отримав \$4,87 млрд чистого прибутку – Новини – GMK Center. GMK. URL: <https://gmk.center/ua/news/arcelormittal-u-2023-roci-otrimav-4-87-mlrd-chistogo-pributku/> (дата звернення: 20.05.2024)

11. Маркетингові дослідження (Відповіді). Google Docs. URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YrJQ84j5a1xZPrGUXASmyyYcIN4bzb7PuOstDIQrynU/edit?usp=sharing> (дата звернення: 10.03.2024)
12. Організацій діяльності бару. Pidru4niki. URL: https://pidru4niki.com/1180040860450/turizm/organizatsiy_diyalnosti_baru (дата звернення: 10.03.2024)
13. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник.: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н. О. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
14. Савенко Н.В. Економічна сутність ефективності виробництва підприємства і аналіз підходів до її визначення. Інноваційна економіка. 2009. № 2. С. 153–162.
15. Про авторське право і суміжні права. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (дата звернення: 20.05.2024)
16. Психологія кольору в інтер'єрі: підбираємо кольори для оселі. Home Interiors Design. URL: <https://homeinteriors.com.ua/psychologiya-koloru-v-interyeri/> (дата звернення: 27.05.2024)
17. Учасники проектів Вікімедіа. Амортизація – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Амортизація> (дата звернення: 20.05.2024)
18. Що таке операційний прибуток. Суспільне | Новини. URL: <https://suspilne.media/2081-operacijnij-pributok-finansova-abetka/> (дата звернення: 20.05.2024)
19. Що таке SWOT аналіз?. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 20.03.2024)

20. 2024 essential facts about the U.S. video game industry. the ESA. URL: <https://www.theesa.com/resources/essential-facts-about-the-us-video-game-industry/2024-data/> (дата звернення: 10.03.2024)
21. Canva. Графічний дизайнер. URL: <https://www.canva.com/> (дата звернення: 02.05.2024)
22. Enestech. The official site of the holding. URL: <https://techiia.com/ua/business/enestech> (дата звернення: 22.02.2024)
23. Esports Premium Lounge (@pride.premium.gg) Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/pride.premium.gg/> (дата звернення: 02.03.2024)
24. History of NAVI – Natus Vincere. URL: <https://navi.gg/ua/company/history> (дата звернення: 02.03.2024)
25. IT Land - Комп'ютерний клуб на Троєщині. IT Land - Комп'ютерний клуб на Троєщині. URL: <https://itland.kiev.ua/> (дата звернення: 02.03.2024)
26. it land. Hub T, інтернет-кафе. Відгуки та оцінки киян - ТОП 20. ТОП 20 - Ваші відгуки про послуги компаній. URL: https://top20.ua/kyiv/rozvagi/kompyuterni-klubi/it-land-hub-t-internet-kafe.html#company_reviews_list (дата звернення: 02.03.2024)
27. Meltdown: the UK's first e-sports bar. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2014/oct/12/meltdown-uks-first-e-sports-bar-london> (дата звернення: 22.02.2024)
28. NIQ. URL: <https://nielseniq.com/global/en/> (дата звернення: 27.04.2024)
29. NN bar (ex. Navi.bar) (@nn.gamebar) Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/nn.gamebar/> (дата звернення: 02.03.2024)

30. Довгоруку Д.С. Ігрові кафе як місце для розвитку і соціалізації підлітків. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного: II Міжнар. науково-практ. конф., м. Запоріжжя, 10 листоп. 2023р. Харків, 2023. С. 891–893.

31. Довгоруку Д.С. Стан та перспективи розвитку ігрових барів у світі та в Україні. Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи: Всеукр. студент. науково-практ. конф., м. Харків, 22 трав. 2024р. Харків, 2024. С. 6.

ДОДАТКИ

Зразок оформлення меню

Game Power Menu

Сніданки

Сендвіч "Крок-мадам"	250г	150 грн
Вівсянка з сезонними ягодами	200г	120 грн
Сирники з солоною карамеллю	200г	125 грн
Бельгійськ вафлі з грушею та прошутто	220г	180грн



Салати

Цезар	250г	180 грн
Грецький	250г	150 грн
Нісуаз	220г	120 грн



Сертифікат учасника конференції



Сертифікат учасника конференції

