

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  
доц. Данько Н.І.

---

## **Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему: «Розробка концепції кав'ярні у стилі комп'ютерної гри  
"Warcraft"»

Виконала:  
студентка 4 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна  
справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Віктор Еліна Михайлівна  
Керівник:

Гревцева Н.В.  
Рецензент:

Підсумкова оцінка:  
за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_  
кількість балів: \_\_\_\_\_  
Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

**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**

Студентки Віктор Еліни Михайлівни

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи: «Розробка концепції кав'ярні у стилі комп'ютерної гри "Warcraft"»

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

Графік виконання робіт:

| Назва розділів роботи                                                     | Дата закінчення | Відмітка про виконання (підпис керівника) |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------|
| Розділ 1. Теоретичні аспекти розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft | 29.04.2024      |                                           |
| Розділ 2. Розробка концепції закладу у стилі Warcraft                     | 13.05.2024      |                                           |
| Розділ 3. Економічна оцінка запропонованих рішень                         | 31.05.2024      |                                           |

Термін подання роботи на кафедру

01 червня 2024 р.

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

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.т.н., проф. Наталія ГРЕВЦЕВА

Дата видачі завдання

12 квітня 2024 р.

Завдання прийняте до виконання

Еліною ВІКТОР

Завідувачка кафедри

міжнародної електронної комерції  
та готельно-ресторанної справи

к. е. н., доц. Наталя ДАНЬКО

## АНОТАЦІЯ

**Віктор Е.М.** Розробка концепції кав'ярні у стилі комп'ютерної гри "Warcraft".

Роботу присвячено розробці концепції кав'ярні у стилі популярної комп'ютерної гри "Warcraft". Здійснено аналіз та розглянуті ключові аспекти розробки концепції закладу ресторанного господарства.

Проаналізовано принципи та формати ресторанного бізнесу з урахуванням сучасних тенденцій ринку та потреб цільової аудиторії. Створено концепцію кав'ярні з урахуванням розташування, концептуального меню, оснащення та планування закладу. Здійснено економічну оцінку запропонованих заходів.

*Ключові слова:* кав'ярня, комп'ютерна гра, Warcraft, концепція, цільова аудиторія, економічна оцінка.

## ANNOTATION

**Viktor E.** Development of the concept of a coffee shop in the style of the computer game "Warcraft"..

The work is devoted to developing the concept of a coffee shop in the style of the popular computer game "Warcraft". The key aspects of developing the concept of a restaurant establishment were analyzed and considered.

The principles and formats of the restaurant business were analyzed, taking into account current market trends and the needs of the target audience. The concept of the coffee shop was created, taking into account the location, conceptual menu, equipment and layout of the establishment. An economic evaluation of the proposed measures was carried out.

*Keywords:* coffee shop, computer game, Warcraft, concept, target audience, economic evaluation.

## ЗМІСТ

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                      | 4  |
| РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft ..... | 6  |
| 1.1 Особливості розвитку ринку ресторанного бізнесу в Україні.....              | 6  |
| 1.2 Роль кав'ярень у сучасному світі.....                                       | 10 |
| 1.3 Передумови розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft.....                | 12 |
| Висновки за розділом 1.....                                                     | 15 |
| РОЗДІЛ 2. Розробка концепції закладу у стилі Warcraft.....                      | 17 |
| 2.1 Опис бізнес-концепції та оцінка цільової аудиторії.....                     | 17 |
| 2.2 Аналіз потенційних конкурентів.....                                         | 21 |
| 2.3 Розробка виробничого плану кав'ярні.....                                    | 30 |
| 2.4 Організаційно-проектні розрахунки.....                                      | 39 |
| Висновки за розділом 2.....                                                     | 46 |
| РОЗДІЛ 3 Економічна оцінка запропонованих рішень.....                           | 47 |
| 3.1 Розрахунок витрат на відкриття закладу.....                                 | 47 |
| 3.2 Оцінка ефективності бізнес-моделі.....                                      | 51 |
| Висновки за розділом 3.....                                                     | 53 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                   | 54 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                 | 56 |
| ДОДАТКИ.....                                                                    | 63 |

## ВСТУП

Спільнота сучасного світу стикається з нестримним розвитком технологій та стрімкими змінами у визначенні розваг та відпочинку. У цьому контексті виникає необхідність у нових та оригінальних підходах до концепції громадських місць, таких як кав'ярні. Ця кваліфікаційна робота присвячена розробці унікальної концепції кав'ярні у стилі комп'ютерної гри Warcraft, яка поєднає елементи геймінгу та затишної атмосфери кавового закладу.

**Метою роботи** є розробка концепції кав'ярні, що відповідає сучасним тенденціям та вимогам гостей, зокрема, шукаючих нові форми розваг та спілкування.

Ця кваліфікаційна робота відповідає актуальним вимогам ринку ресторанного господарства, оскільки надає новий погляд на концепцію кав'ярні, пропонуючи оригінальний підхід до її організації та дизайну. В умовах стрімкого розвитку технологій та постійних змін у смаках та уподобаннях гостей, кав'ярня у стилі комп'ютерної гри Warcraft стає унікальним місцем, яке поєднує в собі елементи геймінгу та атмосферу традиційної кав'ярні. Це забезпечує не лише можливість насолодитися смачним напоєм, а й підняти настрій за допомогою відпочинку в грі, спілкування з однодумцями та друзями, новими знайомими, а також відчувати особливу атмосферу, яка відрізняє цю кав'ярню від звичайних закладів ресторанного господарства.

Стиль Warcraft був обраний для концепції кав'ярні, оскільки такі тематичні кав'ярні в Україні представлені у невеликій кількості. Створення кав'ярні у цьому унікальному стилі надає можливість виділитися серед конкурентів та привернути увагу широкої аудиторії. Це новаторське рішення надає унікальний досвід відвідування кав'ярні, який відрізняється від традиційних закладів, що дає змогу залучити як любителів ігор, так і поціновувачів атмосфери затишних кав'ярень. В результаті така кав'ярня стане

не лише популярним місцем для відпочинку та спілкування, а й центром тяжіння для любителів віртуальних світів та культури ігор.

**Основні задачі** включають в себе вивчення особливостей геймінгу та ігрової культури, аналіз сучасних тенденцій у сфері ресторанного господарства та розробку концептуального дизайну кав'ярні.

**Об'єктом дослідження** є концепція кав'ярні у стилі комп'ютерної гри Warcraft.

**Предметом дослідження** є аналіз можливостей і вимог потенційної цільової аудиторії, концепція і дизайн інтер'єру, а також вивчення ефективних стратегій просування та маркетингу, спрямованих на привертання уваги та залучення клієнтів. Дослідження також охоплює аналіз тенденцій розвитку громадського харчування та геймінгу, що дозволяє визначити конкурентні переваги і потенційні можливості в цьому сегменті ринку.

**Методологічна база роботи** включає аналіз літературних джерел, вивчення досвіду схожих закладів, а також експериментальні методи дослідження, такі як анкетування та спостереження за відвідувачами кав'ярні.

Очікується, що результати цього дослідження стануть важливим внеском у розуміння специфіки кав'ярень в епоху цифрової трансформації та сприятимуть розвитку новаторських концепцій у галузі ресторанного господарства.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, загального висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок. Список використаних джерел містить 62 найменування.

## **РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft**

### **1.1 Особливості розвитку ринку ресторанного бізнесу в Україні**

Задоволення людської потреби в харчуванні є фундаментальним аспектом. Ця потреба задовольняється як у приватному просторі, так і в громадських місцях. Діяльність закладів ресторанного господарства спрямована саме на задоволення потреби людини в їжі в місцях поза її мешканням. Важливим є не тільки процес насичення їжею, але й візуальне насичення атмосферою (інтер'єр, музика, обслуговування, дотримання стилістики закладу). Сучасний розвиток національної економіки здебільшого має соціальну спрямованість, що передбачає орієнтацію на створення умов, які сприяють забезпеченню гідного життя і розвитку людини, а з іншої сторони вимагає проведення якісних змін у цій сфері. Результати діяльності громадського харчування носять комплексний характер, збільшують вільний час населення, звільняють його від трудомістких робіт по веденню домашнього господарства, сприяють раціональному використанню грошових доходів. Заклади ресторанного господарства відіграють важливу роль у задоволенні потреб населення, а в системі інфраструктури національної економіки розглядаються як суспільноорганізована форма задоволення потреб людей в готовій їжі [33].

Основною метою ресторанного господарства є надання платних послуг населенню через організовану форму харчування. Це служба, яка функціонує як стійкий механізм постачання продовольчих товарів, проте в останні роки відбулися істотні трансформації у споживанні цих товарів. Зараз ресторанне господарство перетворюється, відзначаючи зміни в процесах виробництва, розподілу і споживання продуктів харчування. Проте цей еволюційний процес супроводжується певними негативними явищами, зокрема, нерівновага між структурою та асортиментом попиту та пропозиції, а також дисбаланс між

пропозицією та платоспроможним попитом, що виникає внаслідок зменшення реальних доходів основної частини населення.

Виходячи з вищесказаного, розгляд теоретичних засад розвитку ринку ресторанного бізнесу стає надзвичайно важливим. Ресторанний бізнес визнається однією з ключових складових сучасної гастрономічної культури і є значущим елементом ресторанного господарства. Динаміка цього ринку тісно пов'язана з економічними, соціокультурними та технологічними тенденціями.

Важливим аспектом є розуміння сутності гастрономічної культури та звичаїв, які визначають вибір та сприйняття їжі. У контексті ресторанного бізнесу це стає ключовим фактором успіху. Сучасні споживачі не лише цінують смак і якість страв, але й вкрай обережні у виборі місць для харчування, приділяючи увагу атмосфері, сервісу та етиці закладу.

Технологічний аспект грає суттєву роль у розвитку ресторанного бізнесу. Впровадження сучасних інформаційних систем, замовлення онлайн, програми лояльності, аналіз даних про споживання – все це сприяє ефективному управлінню закладом та забезпечує конкурентні переваги.

Крім того, важливо розглядати аспекти сталого розвитку в галузі ресторанного бізнесу. Зростаюча увага споживачів до екологічно чистих продуктів, утилізація відходів та зелені стандарти ведення бізнесу стають необхідністю для відповіді на потреби ринку.

Отже, теоретичні основи розвитку ринку ресторанного бізнесу включають в себе розуміння культурних відтінків харчування, використання сучасних технологій та врахування принципів сталого розвитку.

Таким чином, враховуючи зазначені тенденції та виклики, стає очевидною необхідність в проведенні глибокого дослідження сфери ресторанного господарства.

Однією з основних завдань є розробка стратегії, яка лише враховує потреби сучасного споживача, а й відповідає викликам промисловості за умов швидких змін. Важливим аспектом є збереження балансу між якістю



продуктів, їх доступністю і конкурентоспроможністю. Такий підхід є ключовим для успіху в сучасному ринковому середовищі.

У наукових джерелах виділяють, як правило, два головні рівні розгляду проблеми розвитку ресторанного господарства: регіональний і підприємницький. Стверджують, що головним є регіональний рівень так як розвиток такої жорстко комерціалізованої галузі як ресторанне господарство в максимальній мірі визначається поселенськими характеристиками щільності населення, соціально-демографічним складом населення, середнім рівнем матеріальної забезпеченості жителів та ін. Саме тому оптимізація структур управління даною системою повинна здійснюватися саме на рівні регіону [24].

Роль ресторанного господарства в національному господарстві визначається першочергово особливостями послуг, які продукуються ним. Послуги ресторанного господарства є маркетинговим багаторівневим продуктом. Саме такий підхід до послуги, викладений у межах атрибутивної теорії продукту Т. Левітта [15].

Ознаки, характеристики і ресурси необхідні для участі у ринковому процесі, і представлений у вигляді ядра, що оточене трьома колами. Внутрішнє кільце, що оточує ядро (перший рівень) чи «очікуваний» споживачем продукт, означає мінімальне очікування клієнтів. Наступний рівень відповідає «розширеному продукту» і включає те, що може відрізнити даний продукт від його ринкових аналогів в частині додаткових переваг, що пов'язані з його придбанням і споживанням. По мірі звикання клієнтів до таких переваг, вони перестають розглядатися як додаткові і стають частиною очікуваного продукту. Останнє зовнішнє коло є потенційним продуктом, який складається із всього, що потенційно досягне і реалізується в перспективі для приваблення та утримання клієнтів, на відміну від розширеного продукту, який фіксує лише те, що було зроблено у цих цілях.

Негативні явища, такі як незбалансованість між пропозицією та платоспроможним попитом, можуть виникнути внаслідок зниження реальних доходів основної маси населення. Виробництво та реалізація продуктів

ресторанного господарства повинні бути адаптовані до цих економічних реалій.

Дослідження також повинно враховувати інноваційні підходи та технологічні рішення, які можуть покращити якість обслуговування та зробити ресторанне господарство більш конкурентоспроможним. Створення стратегії повинно базуватися на глибокому розумінні вимог сучасного ринку та вмінні адаптуватися до нових тенденцій у споживанні продуктів.

У цьому контексті ключовою точкою є не тільки задоволення базових потреб споживачів у харчуванні, але й створення привабливого та сучасного середовища, яке відповідає вимогам сучасної аудиторії.

Ф. Котлер [26] пропонує розглядати в якості центра моделі не сам продукт, а ту користь, яку одержує клієнт після придбання цього продукту. Так, наприклад, відвідувач престижного ресторану задовольняє потребу в підтриманні свого іміджу, а клієнт системи швидкого харчування заощаджує час. Послуги ресторанного господарства виконують низку ключових соціально-економічних функцій, включаючи:

- задоволення об'єктивних потреб населення в готовій їжі та послугах з організованого споживання;
- врахування суб'єктивних соціально-культурних потреб населення, таких як спілкування, дозвілля та відпочинок;
- удосконалення структури використання вільного часу споживачів;
- підвищення реальних доходів споживачів шляхом раціоналізації структури витрат;
- збільшення реальних доходів малозабезпечених і соціально-вразливих верств населення;
- економія часу мобільного економічно активного населення.

Такий підхід дозволяє чітко визначити ключові аспекти впливу громадського харчування на суспільство та економіку.

## 1.2 Роль кав'ярень у сучасному світі

Сучасний світ гастрономії та ресторанного господарства визначається не лише смаковими перевагами їжі, але і естетикою простору, де ця їжа подається. Задоволення гостей в кав'ярнях та ресторанах тепер стало складнішим завдяки широкому вибору конкурентів і зростаючим вимогам споживачів. У цьому плані, етика кав'ярень грає ключову роль, визначаючи їхню унікальність та привабливість для клієнтів.

У сучасному світі, де можливості вибору є безмежні, кожен гастрономічний заклад повинен виявляти непередбачуваність та ексклюзивність, щоб зберегти вірну аудиторію та привернути нових клієнтів. Смакові враження вже давно втратили монополію на увагу гостей – тепер важливо створити повнокомплектне переживання, починаючи від входу в заклад і закінчуючи кінцевим акордом, коли клієнт покидає приміщення.

Етика кав'ярень та ресторанів визначається не лише якістю приготування страв, але й турботою про естетику і атмосферу. Приємний інтер'єр, зручність меблів, правильно підібрана музика – все це стає частиною загального враження від візиту.

У статті «Дизайн інтер'єру кав'ярні» [13] детально розглядається важливість дизайну кав'ярень і його вплив на успішну роботу закладу. Вона допомагає зрозуміти, як атмосфера та вигляд кав'ярні можуть впливати на задоволення клієнтів та створювати неповторний образ.

Розуміння того, що клієнти не просто їдять, але й шукають нові враження, є ключовим елементом у сучасній гастрономії. Гості хочуть більше, ніж просто страву – вони шукають справжнє переживання. Тому етика кав'ярень та ресторанів сьогодні визначається також їхньою здатністю створювати історію, вражати та залишати позитивні спогади.

Складність завдання для кав'ярень полягає в тому, щоб бути унікальними у своїй концепції та підходах. Вони повинні виявляти креативність у кожному аспекті – від меню інноваційних страв до стильного оформлення приміщення.

Ефективна комбінація гастрономічних вражень і гармонійного дизайну може підняти кав'ярню на новий рівень конкурентоспроможності.

Загальна тенденція у цих дослідженнях полягає в тому, що естетика, брендування та маркетинг є ключовими компонентами успіху кав'ярень у сучасному гастрономічному світі.

Історії кав'ярень з унікальними концепціями свідчать про те, що кожна з них намагається знайти своє нішеве місце на ринку та відмінитися серед конкурентів.

- Кафе Mocha – Mojo в Індії пропонує відвідувачам незвичайний дизайн, який робить його видатним серед інших закладів у місті Ченнай. Зручно розміститися можна всередині величезної лего-конструкції, складеної з безлічі яскравих блоків. Дизайн інтер'єру був створений за допомогою програми 3D-проектування, а використані декоративні прийоми 60-70-х років надають йому особливий шарм.

- Еспресо бар D'espresso у Нью-Йорку, розташований на Медісон Авеню поруч з бібліотекою Bryant Park Library, відрізняється оригінальним дизайном. Стіни та стеля тут помінялися місцями, а інтер'єр прикрашений класичними бібліотечними мотивами з книжковими полицями, столами та лампами.

- Кафе Starbucks у Фукуоці (Японія) стало відоме завдяки вмінню японського архітектора Кенго Куми працювати з деревом. Його фірмовий стиль полягає в використанні багатовимірної структури з брусів, яка створює глибокий і складний простір, доповнений оригінальним внутрішнім оформленням.

- Кафе DreamBags-JaguarShoes в Лондоні (Англія) відзначається неймовірною творчістю в дизайні. Тут залежно від освітлення ситуація може змінюватися, а стрімке покриття стін розкриває свої «таємні знаки», перетворюючи простір на тропічні джунглі, де багато екзотичних рослин, чи на арену зображень диких тварин.

- Кафе Attendant у Лондоні (Англія) відзначається своєю шокуючою концепцією, де відвідувачам пропонується випити каву серед старих

порцелянових пісуарів 1890-х років. Це оригінальне втілення старовинної сантехніки нагадує про минуле закладу як громадського туалету, а тепер він став неординарним місцем для відпочинку.

Таким чином, різноманітність концепцій кав'ярень свідчить про пошук інноваційних шляхів для залучення і утримання клієнтів в умовах зростаючої конкуренції на ринку гастрономічних послуг.

У світі, де відвідування кав'ярні стає не лише актом харчування, але і культурною подією, етика стає своєрідним маршрутом до серця клієнта. Відповідальність за те, як заклад взаємодіє зі своєю аудиторією, визначає його успіх та репутацію у світі гастрономії.

### **1.3 Передумови розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft**

Розробка кав'ярні у стилі гри Warcraft є неабияким кроком в новітньому гастрономічному середовищі. Ця ідея не лише привносить новий, свіжий погляд на концепцію кав'ярні, а й відзначається конкурентними перевагами, які формують її унікальність та привабливість для клієнтів.

Актуальність ідеї.

Зараз ігрова тематика набуває популярності серед широкого загалу. Гравці, які вже зацікавлені в ігровій культурі, шукають місця, де вони можуть не лише насолоджуватися кавовими напоями, а й поглибитись в атмосферу улюбленої гри. Зокрема, унікальність Warcraft ідеї полягає в тому, що вона об'єднує два популярних тренди: культуру кавових напоїв та ігрову тематику.

За останні роки культура ігор в Україні розвивається швидкими темпами. З'являються ігрові події, конференції та фестивалі, які об'єднують геймерську спільноту. Крім того, українські розробники внесли вагомий внесок у світову гейм індустрію [32].

Конкурентоспроможність.

Ця концепція виграє на конкурентному ринку завдяки своїй оригінальності та здатності привертати не лише цільову аудиторію гравців, але

і людей, які хочуть насолоджуватися кавовими напоями в незвичній і атмосферній обстановці. У такій кав'ярні клієнт не лише випиває каву, але й занурюється в атмосферу, що змінює його звичний погляд на відпочинок у кафе.

Цільова аудиторія.

- Геймери та любителі Warcraft.
- Люди, які активно грають у World of Warcraft або інші ігри серії Warcraft.
- Прихильники фентезі та всесвіту Warcraft.
- Любителі кави.
- Особи, які цінують якісну каву та спеціальні кавові напої.
- Аматори, які хочуть провести час у затишному кавовому закладі.
- Люди, які шукають унікальний досвід.
- Ті, хто цінує нестандартність та оригінальність в розвагах та харчуванні.
- Люди, які шукають нові та приємні враження від відвідування кав'ярні.
- Студенти та активна молодь.
- Група, яка часто виходить у заклади ресторанного господарства.
- Люди, які цінують атмосферу та можливість спілкування.
- Техноспрямовані люди.
- Ті, хто цікавиться інноваційними технологіями та їхнім використанням у ресторанному бізнесі.

Кав'ярня у стилі Warcraft може стати не тільки місцем для гри, а й пунктом зустрічі людей із подібними інтересами, що робить її цікавим для широкого кола клієнтів.

У комп'ютерних іграх, де є елемент приготування їжі, ми часто зустрічаємо унікальні та культові страви, які викликають бажання їх скуштувати в реальному житті. Наприклад, знайомий усім солодкий рулет із

«The Elder Scrolls V: Skyrim» або знамениті тортики Гладос із «Portal». Моя кав'ярня, що втілює стиль Warcraft, може надати таку можливість, занурюючи гостей у світ відомих ігрових уподобань. Фанати гри та любителі оригінальних вражень зможуть насолодитися такими стравами, як пундики нового місяця, медовий пиріг у горщику, тістечка груммелів, круковичні пляцки, а також іншими унікальними делікатесами, натхненними світом Warcraft. Ця пропозиція не лише додасть новизни до досвіду відвідування кафе, а й стимулює інтерес до кулінарної та культурної спадщини ігрового світу.

У контексті сучасних тенденцій у гастрономічній індустрії, де мистецтво приготування їжі стає невід'ємною частиною ігрового досвіду, концепція кав'ярні у стилі Warcraft є унікальною нагодою перетворити віртуальні смаки на реальні кулінарні пригоди. Цей підхід, заснований на натхненні ігровим світом та його культурною спадщиною, не лише надає оригінальності та індивідуальності кав'ярні, а й збагачує її атмосферу, створюючи привабливий простір для спілкування та відпочинку. Таким чином, пропонований асортимент унікальних страв, натхнених світом Warcraft та інших ігор, стає важливим елементом формування яскравого та незабутнього образу закладу, привертаючи увагу та відданість як фанатів ігор, так і широкої аудиторії, що бажає поринути в унікальні смакові пригоди.

Разом з тим, дослідження геймерської спільноти в Україні вказує на те, що вона різноманітна за віком та інтересами. Геймери активно взаємодіють у віртуальних спільнотах, обговорюючи ігри, обмінюючись досвідом і створюючи власні геймерські таунгали [37]. Таким чином, кав'ярня в стилі Warcraft стає не тільки місцем зустрічі для любителів кави та геймерів, але й центром кулінарної різноманітності, що поєднує різні верстви суспільства в єдиному просторі ігрових та кулінарних вражень.

Сучасний світ гастрономії та ресторанного господарства визначається не лише смаковими перевагами їжі, але і естетикою простору, де ця їжа подається. Задоволення гостей в кав'ярнях та ресторанах тепер стало складнішим завдяки широкому вибору конкурентів і зростаючим вимогам споживачів. У цьому

плані, етика кав'ярень грає ключову роль, визначаючи їхню унікальність та привабливість для клієнтів.

Розробка концепції кав'ярні в стилі Warcraft виступає новаторським підходом до гастрономічного бізнесу. Впровадження елементів фентезійного світу, таких як дизайн, естетика та особливості, притаманні грі, вносить унікальний дотик у простір ресторанного господарства. За допомогою цієї концепції, кав'ярня стає не лише місцем для прийому їжі та напоїв, але і місцем, де клієнти можуть зануритися у світ, який вони обрали в ігровому контексті.

Актуальність цього підходу визначається сучасними тенденціями до індивідуалізації та персоналізації. Гравці, особливо фанати серії Warcraft, шукають не лише харчові радощі, але й спосіб об'єднати свої улюблені ігрові враження з реальним життям. Такий формат кав'ярні може знайти своє місце серед різних груп споживачів, створюючи особливий простір для спілкування, розваг та відчуття належності до улюбленого світу.

Завдяки концепції кав'ярні в стилі Warcraft, здійснюватиметься успішне поєднання кавової культури, елементів гри та вимог сучасних гостей. Такий підхід може забезпечити конкурентні переваги на ринку ресторанного господарства, привертаючи цільову аудиторію та надаючи відвідувачам неповторний досвід.

## **Висновки до розділу 1**

Перший розділ кваліфікаційної роботи розкрив теоретичні аспекти, необхідні для розробки концепції кав'ярні в стилі Warcraft.

Розгляд сучасного стану ресторанного бізнесу в Україні виявив, що цей сектор є важливою складовою національної економіки, спрямованою на задоволення фундаментальних потреб населення в харчуванні та створенні соціально-економічних цінностей. Значна увага приділяється не лише якості



їжі, але й візуальному та емоційному насиченню через атмосферу закладів, їх інтер'єр, музику та обслуговування. Останніми роками ресторанне господарство зазнало суттєвих змін, включаючи впровадження нових технологій, розвиток онлайн-замовлень та програм лояльності, а також зростання уваги до екологічності та сталого розвитку. Проте, ринок стикається з викликами, такими як нерівновага між попитом і пропозицією та зменшення реальних доходів населення. Важливою є розробка стратегій, що враховують сучасні тенденції та потреби споживачів, а також забезпечують конкурентоспроможність та якість послуг.

Кав'ярні стали важливою складовою соціального життя суспільства, виконуючи роль місця для спілкування, роботи та відпочинку. З огляду на глобальні тренди, кав'ярні поступово трансформуються у багатофункціональні простори, які поєднують у собі різні елементи дозвілля та культурного розвитку. Важливим аспектом є також створення унікального бренду та атмосфери, що сприяє лояльності клієнтів.

Розробка концепції кав'ярні в стилі популярної комп'ютерної гри Warcraft має всі передумови для успіху в умовах українського ринку. Феномен популярності відеоігор і зростання геймерської культури створюють великий потенціал для залучення цільової аудиторії. Тематичні заклади, натхненні відомими ігровими всесвітами, мають змогу пропонувати відвідувачам унікальний досвід, який поєднує в собі гастрономічні задоволення та елементи ігрової культури. Це може стати вирішальним фактором у диференціації та конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, теоретичний аналіз підтверджує актуальність та перспективність створення кав'ярні в стилі Warcraft, яка зможе задовольнити потреби сучасних споживачів та зайняти гідне місце на ринку ресторанного бізнесу в Україні.

## РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ЗАКЛАДУ

### 2.1 Опис бізнес-концепції та оцінка цільової аудиторії

В сучасному господарському середовищі ресторанний бізнес відіграє значущу роль як сегмент господарства, що поєднує кулінарну майстерність, підприємництво та обслуговування. Відкриття ресторанного закладу передбачає детальне дослідження ринкових умов, аналіз потенційної аудиторії та уявлення про її потреби і очікування. Це вступне розділення присвячене огляду бізнес-ідеї ресторанного закладу та виявленню можливостей на ринку для її реалізації.

Бізнес-ідея кав'ярні із назвою «Драконяча фляга» полягає не тільки у тому, щоб задовольнити потреби відвідувачів у смачній каві та солодких десертах, але воно пронизане духом всесвіту Warcraft. Воно створене для тих, хто шукає місце, де можна насолодитися не лише смаком, а й атмосферою вишуканого світу ельфів, орків, драконів та магії.

Виділимо цілі проєкту:

Сприяти відчуттю імерсії. Ми прагнемо створити атмосферу, де гості можуть перенестися в чарівний світ Warcraft, насолоджуючись стравами та напоями, натхненними цим унікальним всесвітом.

- Підтримка спільноти. «Драконяча Фляга» створює місце для зустрічей фанатів Warcraft, де вони можуть обмінюватися думками, створювати фан-арт та брати участь у захоплюючих конкурсах.

- Пропаганда здорового способу життя. Наше кафе пропонує не лише смачні страви, а й здорові альтернативи, які стимулюють здоровий спосіб життя, дбаючи про здоров'я та самопочуття гостей.

- Створення унікального досвіду. Ми прагнемо зробити «Драконячу Флягу» місцем, куди люди будуть повертатися знову і знову, отримуючи нові враження та відкриваючи для себе нові аспекти магічного світу Warcraft.

Таким чином, «Драконяча Фляга» об'єднує у собі пристрасть до гри та культурного досвіду, надаючи своїм гостям унікальну можливість насолоджуватися кавою та смаколиками у чарівній атмосфері Warcraft.

Для оцінки ринку збуту та потенційного обсягу продажів для «Драконячої Фляги» спочатку слід провести дослідження ринку, означивши основних конкурентів у даному регіоні. А також провести аналіз потенціалу ринку за такими даними.

1. Розмір та вік населення.
2. ВВП країни та середній дохід після сплати податків.
3. Кількість та вартість аналогічної продукції чи послуг.

Згідно зі статистичними даними, на даний момент в місті Харків проживає 1 365 896 осіб, з яких 633 337 – чоловіки і 732 558 – жінки. Середній вік мешканців становить 42 роки [7].

Згідно з даними Міністерства фінансів, ВВП на душу населення України за 2022 рік становить 3900,5 доларів США, що на 19,2% менше, ніж у 2021 році. Це вказує на погіршення фінансового становища населення та зменшення його купівельної спроможності [6].

Середня заробітна плата на 2023 рік, після сплати всіх податків, складає 14400 гривень на місяць [38].

У Харкові не досить багато тематичних закладів, тому будемо роздивлятися також заклади, які мають середньовічний стиль та дизайн інтер'єру.

Далі можна оцінити обсяг їхніх продажів та динаміку зростання. Потрібно також здійснити аналіз цільової аудиторії, її потреб та уподобань.

Для визначення цільової аудиторії ми проведемо аналіз ринкової сегментації та встановимо критерії для кожного окремого сегменту.

Таблиця 2.1

Сегментація цільової аудиторії кав'ярні у стилі комп'ютерної гри  
Warcraft

| Сегмент         | Опис сегменту                                                                                                        | Критерії                                                                                                                           |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1               | 2                                                                                                                    | 3                                                                                                                                  |
| Геймери         | Ентузіасти комп'ютерних ігор, особливо фанати Warcraft. Готові витратити час і гроші на геймінг та ігрові аксесуари. | вік 18-40 років;<br>зацікавлені в геймінгу;<br>досвід гри в Warcraft та інші фентезі ігри;<br>активні в онлайн спільнотах.         |
| Студенти        | Студенти різних університетів та навчальних закладів. Мають обмежений бюджет, але люблять проводити час з друзями.   | вік 18-25 років;<br>студенти;<br>з обмеженим бюджетом;<br>зацікавлені у вільному часі, здоровому харчуванні та затишній атмосфері. |
| ІТ спеціалісти  | Професіонали в сфері ІТ та комп'ютерних технологій. Віддають перевагу затишним місцям для роботи та спілкування.     | вік 25-45 років;<br>зайняті роботою в ІТ сфері;<br>зацікавлені у технологіях, затишному місці для роботи та спілкування            |
| Креативний клас | Артисти, письменники, музиканти та інші творчі особистості, які шукають натхнення та місце для розмірковування.      | вік 20-50 років;<br>творчі особистості;<br>шукають натхнення;<br>відкриті до нових ідей і вражень.                                 |

Продовження таблиці 2.1

| 1          | 2                                                                                                                    | 3                                                                                                   |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Фрілансери | Люди, які працюють на себе і віддають перевагу гнучкому робочому графіку та можливості працювати з будь-якого місця. | вік 20-60 років;<br>фрілансери, цінують гнучкість графіка;<br>шукають комфортне місце для роботи.   |
| Блогери    | Активні користувачі соціальних медіа, які створюють контент для своїх блогів і ведуть активну аудиторію.             | вік 20-40 років;<br>активні в соціальних мережах;<br>створюють контент;<br>мають активну аудиторію. |

Розроблено автором.

Після того, як ми зробили сегментацію ринку, можна визначити спільні риси кожного типу ЦА.

- Інтерес до геймінгу. Усі цільові сегменти мають певний інтерес до комп'ютерних ігор, зокрема до ігор серії Warcraft. Це створює сприятливу атмосферу для приваблення гравців і фанатів гри.
- Спільнотність. Клієнти цих сегментів налаштовані на спілкування та взаємодію з іншими учасниками спільноти. Вони шукають місце, де можна зустрічатися з друзями, обговорювати новини геймінгу та ділитися враженнями.
- Шанування стилістики Warcraft. Клієнти мають певний вплив і пристрасть до атмосфери та естетики ігор серії Warcraft. Вони цінують відтворення цього стилю в дизайні інтер'єру та концепції кав'ярні.

Основною метою вибору цих клієнтів цієї кав'ярні є створення привабливого місця для геймерської спільноти, де вони можуть насолоджуватися якісним кавовим напоєм та стравами, спілкуватися з друзями та занурюватися в атмосферу улюбленої гри. Всі розроблені маркетингові

стратегії і дії спрямовані на задоволення потреб цих сегментів клієнтів та створення унікального простору для геймерської спільноти.

Далі ми здійснимо аналіз конкурентів, починаючи з визначення розташування нашої кав'ярні. Головна мета вибору локації – з'ясувати, де можна забезпечити максимальний обсяг продажів та залучити максимальну кількість клієнтів.

Кав'ярню передбачається розмістити у Харкові, у приміщенні на вул. Бажанова, 3 [36] (додаток А). Із загальною площею 120 м<sup>2</sup>. Сума оренди в місяць складає 26 400 грн.

Ось кілька аргументів на користь місцезнаходження.

- Зручне місце: Центр міста та близькість до метро роблять заклад легко доступним для мешканців та відвідувачів міста. Це забезпечить велику кількість пішохідного та автомобільного трафіку.
- Велика прохідність: місце біля метро гарантує велику кількість людей, які щодня проходять мимо закладу. Це створює великий потенціал для залучення нових клієнтів та збільшення продажів.
- Популярне місце: вулиця Бажанова, 3 знаходиться в центральній частині міста, де є багато офісних будівель, торгових центрів та інших комерційних установ. Це означає, що кав'ярня буде на околиці популярних місць, де люди часто відвідують та проводять годину.
- Висока видимість: біля метро і в центрі міста кав'ярня буде легше помічена і відзначена новими клієнтами. Це створить більшу свідомість про бренд і приверне більше уваги до закладу.
- Конкурентна перевага: завдяки центральному розташуванню та близькості до метро кав'ярня може бути конкурентоспроможною у порівнянні з іншими кафе та кав'ярнями, що знаходяться в інших районах міста.

Проведення аналізу конкурентів кав'ярні "Драконяча Фляга" буде зосереджено на різних аспектах, таких як географічне розташування, асортимент послуг та середній чек. Це допоможе краще зрозуміти наше місце

на ринку і розробити стратегії для привернення та утримання клієнтів, а також виявити можливості для покращення. Аналіз конкурентного середовища допоможе уникнути помилок і забезпечить успішне позиціонування нашого бізнесу на ринку.

За місцем розташування були виявлені такі конкурентні заклади: таверна "Стара Корабельна Мавпа", ресторан "Старгород" та "Львівська Майстерня Шоколаду" (додаток Б).

## 2.2 Аналіз потенційних конкурентів

Опис основних та додаткових послуг конкурентних закладів є важливим кроком у розумінні потреб споживачів і визначенні власних конкурентних переваг. Аналізуючи, що пропонують інші гравці на ринку, ми можемо отримати унікальні ідеї та концепції для покращення власного бізнесу. Розуміння того, які послуги вже присутні на ринку, допоможе нам створити привабливу пропозицію для наших клієнтів та забезпечити успішне функціонування нашого закладу.

Таблиця 2.2

### Характеристика діяльності підприємств-конкурентів

| Назва закладу | Основні та додаткові послуги                                                                                                                                                                                  | Цінова політика         |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1             | 2                                                                                                                                                                                                             | 3                       |
| Старгород     | Ресторан знаходиться у центрі м. Харків години роботи з 12:00 – 22:00.                                                                                                                                        | Середній чек – 450 грн. |
|               | Пиво: широкий вибір місцевих та імпортованих сортів, включаючи крафтове.<br>Українська кухня: традиційні страви, такі як борщ, вареники, голубці<br>Жива музика: вечірні виступи місцевих артистів та гуртів. |                         |
|               | Основні послуги: Харчування.                                                                                                                                                                                  |                         |

Продовження таблиці 2.2

| 1                                    | 2                                                                                                                                                                                                                                               | 3                          |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|                                      | Виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів.                                                                                                                                                                                     |                            |
|                                      | Інформаційно-консультативні послуги.                                                                                                                                                                                                            |                            |
|                                      | Серед додаткових послуг є продаж продукції на винос.                                                                                                                                                                                            |                            |
| Таверна Стара<br>Корабельна<br>Мавпа | Заклад знаходиться у центрі м. Харків<br>години роботи з 12:00 – 22:00.                                                                                                                                                                         | Середній чек –<br>350 грн. |
|                                      | Тематичний інтер'єр у стилі старовинного корабля з піратськими елементами.                                                                                                                                                                      |                            |
|                                      | Піратська атмосфера з вечірніми виступами різноманітних артистів.                                                                                                                                                                               |                            |
|                                      | Меню з морепродуктами, включаючи кальмарів, креветки та різноманітну рибу.                                                                                                                                                                      |                            |
|                                      | Основні послуги:                                                                                                                                                                                                                                |                            |
|                                      | Харчування.                                                                                                                                                                                                                                     |                            |
|                                      | Виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів.                                                                                                                                                                                     |                            |
|                                      | Інформаційно-консультативні послуги.                                                                                                                                                                                                            |                            |
|                                      | Серед додаткових послуг є продаж продукції на винос.                                                                                                                                                                                            |                            |
| Львівська<br>Майстерня<br>Шоколаду   | Заклад знаходиться у центрі м. Харків<br>години роботи з 10:00 – 21:00.<br>Шоколадні десерти: широкий асортимент тортів, пирогів, морозива.<br>Кава: різні сорти кави, приготовані на вибір. Коктейлі: ексклюзивні шоколадні коктейлі та напої. | Середній чек –<br>210 грн. |



Продовження таблиці 2.2

| 1 | 2                                                           | 3 |
|---|-------------------------------------------------------------|---|
|   | Основні послуги:                                            |   |
|   | Харчування.                                                 |   |
|   | Виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів. |   |
|   | Інформаційно-консультативні послуги.                        |   |
|   | Серед додаткових послуг є продаж продукції на винос.        |   |

Розроблено автором.

Ця таблиця надає огляд основних та додаткових послуг кожного розглянутого ресторанного заходу та його цінову політику.

Після огляду конкурентів очевидно, що послуги, які вони надають, мають значні перекриття між собою. Враховуючи цей факт, ми можемо зрозуміти, які конкретно послуги будуть пропонувати наша кав'ярня "Драконяча Фляга". Серед основних послуг будуть включені харчові послуги, приготування кулінарної продукції та кондитерських виробів, продаж товарів і організація послуг по їх споживанню, а також інформаційно-консультативні послуги. У додаток до цього, ми також надаватимемо послугу видачі замовлень на винос та можливість придбати нашу власну брендову продукцію. З таким розмаїтим спектром основних та додаткових послуг ми будемо конкурувати з іншими закладами на ринку.

Проведемо аналіз конкурентоспроможності кав'ярні "Драконяча Фляга". Один з найбільш популярних методів для цього - PEST-аналіз та SWOT-аналіз.

Розпочнемо з SWOT-аналізу - це інструмент бізнес-планування, який допомагає проаналізувати внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози, що впливають на організацію. Використання SWOT-аналізу дозволяє стратегічно оцінити бізнес та визначити, як максимально використати свої переваги, уникнути загроз та вирішити недоліки (додаток В).

Після проведеного SWOT-аналізу кав'ярні "Драконяча Фляга" можна визначити кілька ключових моментів. Кав'ярня має чіткі сильні сторони, такі

як унікальна концепція, сприятливе розташування та широкий асортимент продукції. Однак, варто відзначити, що є певні слабкі сторони, зокрема висока конкуренція на ринку та обмежена рекламна активність.

Незважаючи на це, в кав'ярні існують потенційні можливості для розвитку, зокрема зростання попиту на кавові напої серед молоді та любителів комп'ютерних ігор, а також можливість розвитку програми лояльності. Проте існують також загрози, такі як конкуренція з боку вже відомих кав'ярень та економічна нестабільність.

Загалом, SWOT-аналіз надав можливість виявити потенційні шляхи розвитку та визначити стратегії для збереження конкурентних переваг та мінімізації негативних чинників.

Щодо PEST-аналізу, в результаті оцінки важливих тенденцій ринку для кав'ярні "Драконяча Фляга", було виявлено кілька ключових аспектів.

- Політичні фактори: зміни в податковій та регуляторній політиці можуть впливати на витрати та вимоги до безпеки.
- Економічні фактори: економічна стабільність та інфляція можуть впливати на купівельну спроможність клієнтів та вартість виробництва.
- Соціокультурні фактори: зміни в уподобаннях споживачів можуть впливати на популярність продукції.
- Технологічні фактори: інновації в галузі приготування напоїв та використання Інтернет-технологій можуть забезпечити конкурентні переваги.

Отже, ретельний аналіз зовнішнього середовища дозволяє ідентифікувати потенційні загрози та можливості для розвитку кав'ярні "Драконяча Фляга". На основі цих висновків можна розробити стратегії для максимізації переваг та мінімізації загроз у конкурентному середовищі.

Стратегія збуту та реалізації продукції [41] - це план або підхід до просування, продажу та постачання продуктів або послуг на ринок з метою задоволення потреб цільової аудиторії та отримання прибутку для підприємства. Вибір каналу збуту має принципове значення, так як визначає параметри цінової та рекламної політики, сервісної підтримки.

Для кафе використання власного каналу збуту та власної служби збуту має значні переваги.

По-перше, це дозволяє кафе зберігати контроль над якістю продуктів, що продаються. Власна виробнича ланка дозволяє встановлювати стандарти якості та контролювати всі аспекти виробництва, що допомагає уникнути проблем з якістю, що можуть виникнути в разі співпраці із зовнішніми постачальниками.

По-друге, власна служба збуту дозволяє кафе бути більш гнучкими в управлінні асортиментом та ціновою політикою. Вони можуть швидко реагувати на зміни в попиті, впроваджувати нові продукти та акції, не залежачи від рішень зовнішніх постачальників чи дистриб'юторів.

По-третє, використання власної служби збуту дозволяє кафе створити унікальний досвід для своїх клієнтів. Вони можуть контролювати атмосферу, обслуговування та інші аспекти взаємодії з покупцями, щоб підвищити задоволення клієнтів та забезпечити їм приємний досвід від відвідування кафе.

Загалом, власний канал збуту дозволяє кафе зберігати більший контроль над усіма аспектами бізнесу, що може призвести до підвищення якості продукції, більшої гнучкості в управлінні та створення унікального досвіду для клієнтів.

Вибір виду каналу розповсюдження - одне із найскладніших питань в сфері маркетингу, які необхідно прийняти керівництву підприємства. Обрані підприємством канали безпосередньо впливають на решту управлінських та господарських рішень в сфері маркетингу. Рішення щодо вибору того чи іншого каналу розповсюдження також визначає основні напрями в сфері комерційної роботи, управління персоналом, договірних відносин.

Тому всі висновки, щодо побудови мережі розповсюдження повинні підтверджуватися економічними розрахунками, прогнозними даними та обґрунтуванням фахівців [43].

Для кав'ярні доцільно використання типу каналу "виробник - споживач" (рис 2.4).

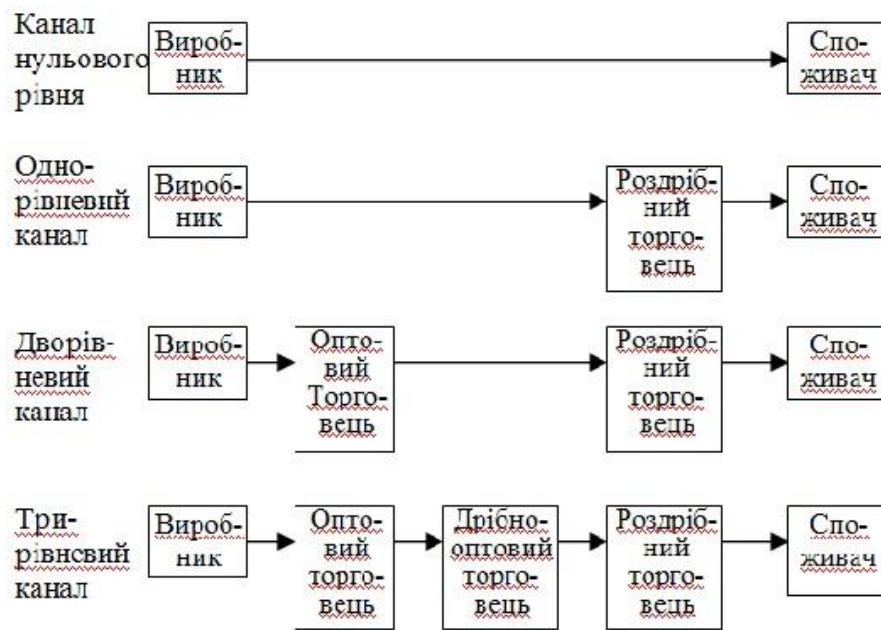


Рис 2.4 Канали розповсюдження послуг

Звісно, після аналізу вибору каналу розповсюдження можна розглянути варіанти його оптимізації та вдосконалення. Це може включати в себе пошук нових можливостей для розширення каналу розповсюдження, удосконалення процесів логістики та постачання, а також залучення технологій для підвищення ефективності розповсюдження. Крім того, варто розглянути можливості партнерства з іншими підприємствами для спільного розширення ринку або обміну ресурсами. Також важливо регулярно моніторити та аналізувати результати роботи кожного каналу розповсюдження і вносити відповідні корективи для оптимізації його діяльності.

Існує декілька шляхів оптимізації та покращення каналу розповсюдження "Виробник - споживач" (нульового рівня), що сприятимуть підвищенню ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

По-перше, розширення асортименту продукції може виявитися корисним, сприяючи задоволенню різноманітних потреб споживачів та привертанню нових клієнтів. Підвищення якості продукції через контроль

якості та удосконалення процесів виробництва є також важливим аспектом, що сприятиме утриманню та розширенню бази клієнтів.

Введення програми лояльності, яка охоплює накопичувальні бонуси, знижки та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів, може стимулювати їх повторні відвідування.

Розвиток онлайн-присутності через створення веб-сайту, мобільного додатку та активне використання соціальних медіа може сприяти рекламі та залученню нових клієнтів.

Партнерство з іншими підприємствами для розширення ринку або обміну ресурсами може бути вигідним.

А також впровадження програм знижок та акцій може стимулювати продажі та збільшити оборот.

Ці стратегії можуть допомогти оптимізувати та удосконалити ваш канал розповсюдження, забезпечивши стабільний ріст і успіх бізнесу.

Реклама є важливою складовою стратегії маркетингу будь-якого підприємства, включаючи кав'ярні. Вона відіграє ключову роль у привертанні уваги потенційних клієнтів, підвищенні відомостей про бренд і стимулюванні продажів. Рекламні заходи можуть бути різноманітними і охоплювати різні канали комунікації, такі як телебачення, радіо, Інтернет, соціальні мережі, принтові видання та інші. Ефективна рекламна кампанія допомагає кав'ярні залучити нових клієнтів, зберегти існуючих, а також зміцнити свою позицію на ринку.

Рекламні ініціативи кав'ярні спрямовані на підвищення відомостей про бренд, приваблення нових клієнтів та утримання наявної клієнтської бази. Для досягнення цих цілей можна використовувати різноманітні методи реклами.

Почнемо з розгляду соціальних медіа як одного з ключових інструментів просування для кав'ярні. Створення сторінки закладу в соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook, Twitter та інші, відкриває широкі можливості для спілкування з аудиторією. Публікація привабливих фотографій інтер'єру, апетитних знімків напоїв та страв, оголошення акцій та знижок, а також

взаємодія з підписниками через коментарі та відгуки - все це дозволяє привертати увагу нових клієнтів та зберігати існуючих. Такий активний присутній у соціальних мережах допомагає створити позитивний імідж бренду і підвищити впізнаваність кав'ярні серед цільової аудиторії.

- Соціальні медіа. Створення сторінки закладу в соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook, Twitter тощо. Публікація фотографій інтер'єру, апетитні знімки напоїв та страв, оголошення акцій та знижок. Взаємодія зі своїми підписниками, відповідь на коментарі та відгуки.

- Акції та знижки. Організація регулярних акцій та спеціальних пропозицій для своїх клієнтів. Наприклад, знижки на певні напої або страви у певні дні тижня, акції "2 за ціною 1" або безкоштовна доставка.

- Лояльність та програма винагород. Впровадження програми лояльності, де клієнти можуть отримувати бонусні бали за кожну покупку, які потім можна обмінювати на безкоштовні напої або знижки на наступні відвідини.

- Партнерські відносини. Будівання партнерських відносини з місцевими компаніями та організаціями. Наприклад, можливість укласти угоди з офісами або університетами для постачання продуктів на їхній території або організація спільних акцій та подій.

- Партнерська реклама. Розміщення оголошень про кав'ярню на місцевих веб-сайтах, у паперових виданнях, в інтернет-каталогах та на дошках оголошень. Розглядання можливості співпраці з блогерами або впливовими особистостями для просування вашого бренду.

- Події та заходи. Організація тематичних заходів, концертів, майстер-класів чи дегустації продуктів. Це приверне увагу нових клієнтів та підсилить зв'язок зі старими.

- Взаємодія з громадськістю. Підтримування активного зв'язку з місцевими ЗМІ та блогерами. Запрошення журналістів на відкриття закладу або спеціальні події, щоб отримати збільшену увагу до закладу.

Підсумовуючи, ефективне використання різноманітних методів реклами дозволяє кав'ярні збільшити свою впізнаваність, залучити нових клієнтів та зберегти існуючу клієнтську базу. Створення привабливого іміджу у соціальних мережах, організація акцій та знижок, впровадження програми лояльності, партнерська реклама та організація заходів та подій - це лише деякі з методів, які можна використовувати для просування кав'ярні та залучення уваги клієнтів. Правильно спланована та реалізована рекламна кампанія може стати ключовим чинником у успіху бізнесу.

Загалом, ефективне планування та використання різноманітних стратегій реклами, методів стимулювання продажів та зв'язку з громадськістю є важливими складовими успішної діяльності кав'ярні. Рекламні кампанії сприяють підвищенню усвідомленості про бренд, привертають нових клієнтів та зберігають існуючу клієнтську базу. Сполучення різних методів, таких як соціальні медіа, акції та знижки, програми лояльності, партнерські відносини, реклама та організація заходів, дозволяє покрити широку аудиторію та підвищити інтерес до закладу.

Щодо виробничого плану відкриття закладу, це є важливим етапом в проєктуванні кав'ярні. Належне планування дозволить максимально оптимізувати процес відкриття та ефективно використовувати наявні ресурси. Виробничий план включає в себе детальне обговорення всіх аспектів, пов'язаних з виробництвом та забезпеченням роботи закладу, включаючи вибір обладнання, розробку меню, організацію робочих процесів та контроль якості.

### **2.3 Розробка виробничого плану кав'ярні**

Один із найважливіших аспектів успішного відкриття закладу ресторанного господарства є створення різноманітного та привабливого асортименту страв. Меню є своєрідним обличчям кулінарного закладу, що відображає його характер, стиль та концепцію. Не лише різноманітність страв,

але і їх якість, оригінальність та привабливість грають важливу роль у привертанні та утриманні клієнтів.

У рамках цього розділу розглядається процес проєктування асортименту страв для нового закладу ресторанного господарства. Увага буде приділена виробничо-торговельній структурі та вибору тематичних блюд, що відповідають концепції закладу. Варто відзначити, що однією зі структур, яка додасть унікальності та оригінальності меню, є наявність тематичних страв, інспірованих популярною у всесвіті гри «World of Warcraft». Це дозволить закладу відзначитися серед інших, створивши неповторний імідж та привабивши увагу шанувальників цього відомого віртуального всесвіту.

Концептуальне меню складається з урахуванням асортименту продукції, характерного для даного типу закладу ресторанного господарства, дані зведені у таблицях 2.3, 2.4.

Таблиця 2.3

## Концептуальне меню кав'ярні «Драконяча фляга»

| Назва страви                         | Вихід страви, г |
|--------------------------------------|-----------------|
| Морозиво Бривельверпа                | 150             |
| Горіхова паста Беллари               | 200             |
| Коржики з какао                      | 100             |
| Бісові шоколадні тістечка            | 120             |
| Просолене моряцьке печиво            | 180             |
| Гленбрукский пудинг                  | 250             |
| Матроський пиріг                     | 220             |
| Круковичні пляцки                    | 170             |
| Медовий пиріг з мацenyти             | 200             |
| Пишний кекс Мозера                   | 180             |
| Гарбузові оладки від Пенні           | 150             |
| Пу'дінго                             | 160             |
| Трольбатіг                           | 190             |
| Тістечко груммелів                   | 130             |
| Булочки зі смаком горіхового відвару | 140             |
| Ролли «Нічний врожай»                | 180             |
| Пиріг з арденвельдських яблук        | 200             |
| Новикові пундики                     | 170             |
| Кул-тірамісу                         | 210             |

Розроблено автором.



Таблиця 2.4

## Карта напоїв кав'ярні «Драконяча фляга»

| Назва напою             | Вихід, мл |
|-------------------------|-----------|
| Чай                     |           |
| Чай чорний              | 600       |
| Чай зелений             | 600       |
| Чай фруктовий           | 600       |
| Чай трав'яний           | 600       |
| Кава                    |           |
| Еспресо                 | 40        |
| Доппіо                  | 80        |
| Амерікано               | 180       |
| Капучіно                | 200       |
| Лате                    | 250       |
| Какао                   | 200       |
| Матча лате              | 250       |
| Айс-лате                | 250       |
| Айс матча лате          | 250       |
| Спеціальні пропозиції   |           |
| Тіневиновий шанді       | 200       |
| Морська кава            | 250       |
| Сурамарський пряний чай | 250       |

Розроблено автором.

Щоб визначити прогнозовану кількість страв, спочатку потрібно спрогнозувати кількість споживачів за день.

Кав'ярня на 40 посадкових місць, тривалість відвідування кав'ярні загального типу з обслуговуванням офіціантами у день 30 хвилин, увечері 60 хвилин. Денна оборотність місця 4 рази. Заклад працює з 10.00-22.00 кожен день, без вихідних.

Прогнозовану кількість споживачів у закладах ресторанного господарства визначаємо за формулою

$$N_q = P \cdot \varphi \cdot K_z, \quad (2.1)$$

де  $N_q$  – кількість споживачів, що обслуговуються за 1 год роботи зали;

$P$  – місткість зали (кількість місць);

$\varphi$  – оборотність місця у залі за годину;

$K_z$  – коефіцієнт завантаження зали, частка від од.

Загальна прогнозована кількість споживачів за день:

$$N_{\text{д}} = \sum N_{\text{г}}. \quad (2.2)$$

Оборотність місць протягом години залежить від тривалості посадки та розраховували за формулою

$$\eta = 60/t_{\text{посадки}} \quad (2.3)$$

Можемо скласти таблицю (2.5) завантаженості зали за один робочий день.

Таблиця 2.5

Прогнозована динаміка завантаженості зали кафе на 40 місць

| Години роботи, год                    | Тривалість відвідування, хв | Оборотність місця за годину, разів | Коефіцієнт завантаження зали, частка від одиниці | Кількість споживачів, осіб |
|---------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------|
| 10.00-11.00                           | 20                          | 3                                  | 0,2                                              | 20                         |
| 11.00-12.00                           | 20                          | 3                                  | 0,3                                              | 30                         |
| 12.00-13.00                           | 30                          | 2                                  | 0,3                                              | 29                         |
| 13.00-14.00                           | 30                          | 2                                  | 0,4                                              | 30                         |
| 14.00-15.00                           | 30                          | 2                                  | 0,5                                              | 35                         |
| 16.00-17.00                           | 30                          | 2                                  | 0,5                                              | 28                         |
| 17.00-18.00                           | 30                          | 2                                  | 0,6                                              | 38                         |
| 18.00-19.00                           | 30                          | 2                                  | 0,7                                              | 37                         |
| 19.00-20.00                           | 30                          | 2                                  | 0,5                                              | 32                         |
| 20.00-21.00                           | 30                          | 2                                  | 0,3                                              | 38                         |
| 21.00-22.00                           | 30                          | 2                                  | 0,2                                              | 35                         |
| Оборотність місцями протягом дня      |                             | 2                                  |                                                  |                            |
| Середній коефіцієнт завантаження зали |                             |                                    | 0,4                                              |                            |
| Усього споживачів за день             |                             |                                    |                                                  | 352                        |

Розроблено автором.

Використовуючи формули (2.1; 2.2), можемо розрахувати прогнозовану кількість споживачів за одну годину у закладі ресторанного господарства:

$$N_{\text{г}} = 40 \cdot 2 \cdot 0,4 = 32 \text{ – за годину}$$

Загальна прогнозована кількість споживачів за день:

$$N_d = 32 \cdot 11 = 352 \text{ – за день}$$

Визначимо прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах розраховують на підставі моніторингу конкурентного середовища шляхом визначення споживаної кількості страв за одне відвідування закладу та прогнозованої чисельності споживачів за зміну роботи зали:

$$n = N \cdot t, \quad (2.4)$$

де  $n$  – денна кількість страв групи, страв;

$N$  – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи зали, осіб;

$t$  – коефіцієнт споживання страв

Використовуючи формулу, складемо таблицю 2.6 з розрахунками денного обсягу реалізації продукції по групах страв.

Таблиця 2.6

Прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах

| Назва групи страв | Од. виміру | Кав'ярня на 40 місць           |                             |                  |                 |
|-------------------|------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------|-----------------|
|                   |            | Кількість відвідувачів за день | Коефіцієнт споживання страв | Норма споживання | Кількість страв |
| Солодкі страви    | шт.        | 352                            | 0,3                         | -                | 105,6           |
| Гарячі напої      | шт.        | 352                            | 1                           | -                | 352             |
| Холодні напої     | л          | 352                            | -                           | 0,09             | 31,68           |

Розроблено автором.

За даними таблиці 2.6 можна зробити висновок, що найбільший попит припадає на групу страв "гарячі напої" а найменший на "холодні напої".

Далі потрібно розробити виробничо-торговельну структуру кав'ярні. Згідно ДБН В.2.2-25:2009 [11] склад приміщень закладу ресторанного господарства, а саме кав'ярні, повинно містити такі виробничі приміщення:

1. Гарячий цех
2. Холодний цех
3. Приміщення завідуючого виробництвом

4. Мийна кухонного посуду
5. Роздавальна
6. Кондитерський цех

Далі потрібно підібрати необхідне обладнання для забезпечення ефективного виробництва. Для цього треба звернутись до наказу Міністерства Економіки та з питань Європейської інтеграції України від 03.01.2003 року «Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування» [31]. Після ознайомлення з документом зведемо потрібне технічне обладнання у таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

## Перелік обладнання для кав'ярні на 40 місць

| № з/п                                | Устаткування: тип, марка, країна, виробник  | Основні технічні характеристики, показник продуктивності, габаритні розміри, споживана потужність, маса | Вартість, грн | Кількість, шт | Площа, м <sup>2</sup> |
|--------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| 1                                    | 2                                           | 3                                                                                                       | 4             | 5             | 6                     |
| Теплове (електричне або газове) М600 |                                             |                                                                                                         |               |               |                       |
| 1                                    | Плита конфоркова Luxstahl ПИ 2-94           | 420x860x255<br>Тип: настільний                                                                          | 40 365 грн    | 1             | 0,36                  |
| 2                                    | Пароконвектомат Distform MyChef Bake 6 EN   | 600x400<br>Тип: настільний                                                                              | 212 719 грн   | 1             | 0,24                  |
| 3                                    | Кип'ятильник КНЕ-25                         | 25л/год,<br>450x350x675,<br>3кВт, 20кг,<br>Тип: настільний                                              | 4 500 грн     | 1             | 0,16                  |
| Роздавальне і барне                  |                                             |                                                                                                         |               |               |                       |
| 1                                    | Мікрохвильова піч LG MS-2042DY, 20 л, Китай | 20 літрів,<br>455x245x320,<br>9 кг, тип:<br>настільний                                                  | 7 000 грн     | 1             | 0,10                  |

Продовження таблиці 2.7

| 1                         | 2                                                                                     | 3                                                                                            | 4              | 5 | 6    |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---|------|
| 2                         | Підігрівач тарілок<br>PD-50-E Orest, 50<br>шт, Україна                                | 600x600x500,<br>тип:напільний<br>На 50 тарілок.<br>Потужність – 1,3<br>кВт.<br>Напруга-220 В | 17 354<br>грн  | 1 | 0,36 |
| 3                         | Кавомашина<br>напівавтоматична<br>С.М.А. ASTORIA<br>Touch AEP/2 на 2<br>групи розливу | Потужність, кВт:<br>3,6<br>725x550x560<br>Тип: настільний                                    | 170 781<br>грн | 1 | 0,40 |
| 4                         | Кавомолка<br>CUNILL BRASIL<br>GREY LIGHT (з<br>лічильником<br>порцій)<br>Іспанія      | 170x340x410<br>Тип: настільний                                                               | 15 371<br>грн  | 1 | 0,05 |
| 5                         | Соковитискач<br>AMITEK SPL для<br>цитрусових<br>Італія                                | Потужність, кВт:<br>0,35<br>180x220x350<br>Тип: настільний                                   | 25 177<br>грн  | 1 | 0,03 |
| 6                         | Блендер Amitek<br>BP1Італія                                                           | Потужність: 0,6<br>175x230x460<br>Тип: настільний                                            | 15 328<br>грн  | 1 | 0,03 |
| Холодильне (технологічне) |                                                                                       |                                                                                              |                |   |      |
| 1                         | Холодильна шафа<br>GN-650TN Goodeg<br>(середньотемперат<br>урна)                      | 1480x830x2010<br>Тип: напільний                                                              | 39 000<br>грн  | 1 | 1,23 |
| 2                         | Вітрина<br>холодильна<br>CRYSPI ВПС<br>Sonata Q 1800<br>(RAL 7016)                    | Потужність: 0,406<br>1804x1091x1216<br>Тип: напільний                                        | 49 975<br>грн  | 1 | 2,0  |
| Мийне                     |                                                                                       |                                                                                              |                |   |      |
| 1                         | Машина<br>посудомийна<br>MACH EASY 40<br>Італія                                       | Потужність: 4,61<br>Габаритні<br>розміри, мм:<br>460x540x690<br>Тип: напільний               | 70 056<br>грн  | 1 | 0,24 |

Закінчення таблиці 2.7

| 1                                                     | 2                                                              | 3                                                 | 4          | 5 | 6    |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------|---|------|
| 2                                                     | Ванна мийна двосекційна CRYSPI BM 2/800 оц                     | Висота: 870 мм<br>700x700x450<br>Тип: напільний   | 15 106 грн | 1 | 0,49 |
| 3                                                     | СТІЛ універсальний Luxstahl СПУ-9/6 із суцільною полицею нерж. | 900x600x850<br>Тип: напільний                     | 7 106 грн  | 1 | 0,54 |
| 4                                                     | Стелаж на 4 полиці з нерж., сталі                              | 600x600x1800<br>Тип: напільний                    | 3 000 грн  | 1 | 0,36 |
| Ваговимірювальне і підйомнотранспортне (технологічне) |                                                                |                                                   |            |   |      |
| 1                                                     | Ваги торговельні CAS PR-30 В (LCD, II)                         | Розміри платформи, мм: 320x210<br>Тип: настільний | 5 842 грн  | 1 | 0,10 |
| 2                                                     | Візки вантажні ТЛН-200                                         | 400x600x1160, до 200кг,<br>Тип: напільний         | 1 600 грн  | 1 | 0,24 |

Розроблено автором.

Даний перелік дає змогу розрахувати необхідну площу виробничої групи приміщень. Загальні витрати на обладнання становлять – 700 295 грн.

Згідно ДБН В.2.2-25:2009 кожне приміщення має свою мінімальну площу згідно з класифікацією та місткістю. Кав'ярня на 40 місць за ДБН В.2.2-25:2009 не вказано мінімальної необхідної загальної площі виробничих приміщень. Зазвичай мінімальний розмір слід приймати, не менше 7м<sup>2</sup>.

Площа виробничих приміщень розраховується за формулою:

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{кор}} / K_{\text{сп}} \quad (2.5)$$

де,  $S_{\text{заг}}$  – загальна площа цеху, м<sup>2</sup>;

$S_{\text{кор}}$  – корисна площа цеху, зайнята під обладнання, м<sup>2</sup>;

$K_{\text{сп}}$  – коефіцієнт використання площі, що враховує проходи між обладнанням.

Для розрахунків прийняті такі коефіцієнти використання площі: гарячий цех – 0,25-0,3; холодний цех – 0,35-0,4; заготівельний цех – 0,35.

Розрахуємо кожен цех окремо використовуючи формулу 2.5:

$$\text{Гарячий цех} = 0,52/0,3 = 1,7 \text{ м}^2;$$

$$\text{Холодний цех} = 1,23/0,4 = 3,075 \text{ м}^2$$

$$\text{Мийна кухонного посуду} = (0,24+0,49+0,54)/0,4 = 3,2 \text{ м}^2;$$

З цих розрахунків можна зробити висновок, що загальна мінімальна площа виробничих приміщень повинна бути 12,3 м<sup>2</sup>.

Загальну площу зали визначили, виходячи з кількості місць, типу підприємства, та норм площі на одне місце в залі за формулою:

$$S = p * S_1 * m^2 \text{ (2.6).}$$

$$S = 40 * 1,4 = 56 \text{ м}^2.$$

На рис. 2.5 представлена схема закладу.

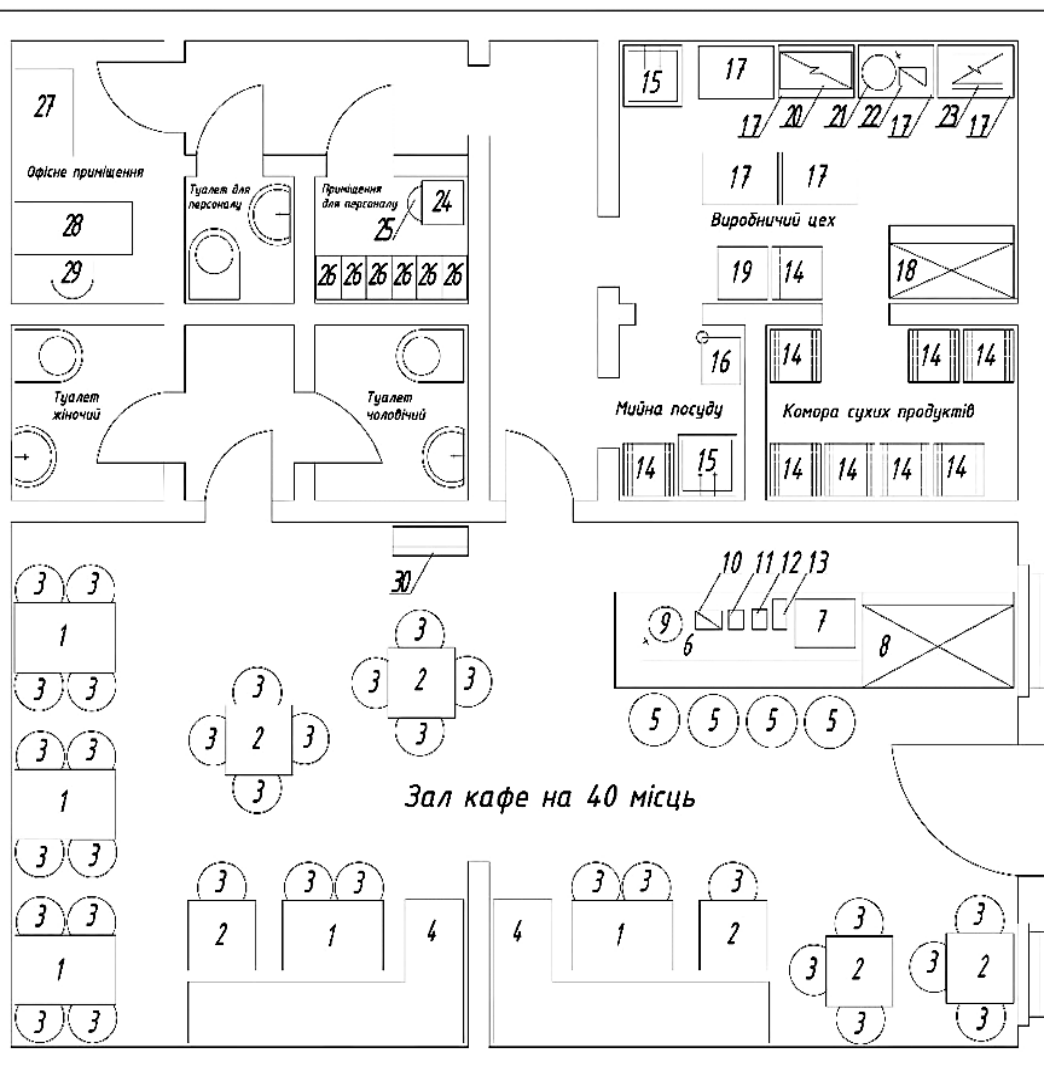


Рис. 2.5 Схема виробничих та торговельних приміщень кав'ярні з розміщенням обладнання

1 - стіл на 4 особи, 2 - стіл на 2 особи, 3 – стільці, 4 – диван, 5 - барний стілець, 6 - барна стійка, 7 – кавомашина, 8 - вітрина холодильна, 9 – термопіт, 10 - ваги торгові, 11 – соковитискач, 12 - блендер, 13 – кавомолка, 14 – стелаж, 15 - мийна раковина, 16 - посудомийна машина, 17 - стіл виробничий, 18 - холодильна шафа, 19 - стіл із підігрівом для посуду, 20 - плита для смаження, 21 - термопіт, 22 - ваги торгові, 23 - пароконвектомат, 24 - обідній стіл для персоналу, 25 - стілець для персоналу, 26 - шафки для персоналу, 27 - офісна шафа, 28 - комп'ютерний стіл, 29 - офісний стілець, 30 - стейшн для офіціантів.

Графічна ілюстрація розташування обладнання у виробничих цехах кав'ярні сприяє оптимізації робочих процесів та забезпеченню безпеки персоналу.

## 2.4 Організаційно-проектні розрахунки

Наступним етапом є визначення приміщень для обслуговування клієнтів. До них належать: вестибюльна група, зали та підсобні приміщення.

Вестибюльна група складається з таких елементів.

- Вестибюль, де розташовуються гардероб для верхнього одягу відвідувачів. Площа вестибюля повинна бути пропорційною площі торгового залу, приблизно  $0,3-0,45 \text{ м}^2$  на одне місце.
- Туалетні кімнати, де відвідувач може помити руки, та привести себе до ладу.

Зали ресторанного закладу – основне місце обслуговування відвідувачів. Підсобні приміщення для зберігання інвентарю для прибирання містять шафи, полиці або кімнати, де зберігається різноманітне обладнання, таке як мітли, щітки, пилососи, ганчірки, мийні засоби та інше.

У таблиці 2.8 зведено оснащення меблями кожного приміщення та їх вартість.



Таблиця 2.8

## Оснащення меблями групи приміщень для споживачів

| Приміщення                         | Назва меблі                               | Кількість,<br>шт | Ціна за<br>шт, грн | Сума,<br>грн. |
|------------------------------------|-------------------------------------------|------------------|--------------------|---------------|
| Вестибюль                          | Старі дерев'яні латунні вішалки           | 3                | 7 200              | 21 600        |
|                                    | Дзеркало 1700х600мм                       | 1                | 3 000              | 3 000         |
|                                    | Вішалки для верхнього одягу               | 50               | 20                 | 1 000         |
| Туалетні кімнати                   | Унітаз підвісний                          | 3                | 4 500              | 13 500        |
|                                    | Умивальник настільний                     | 3                | 3 500              | 10 500        |
|                                    | Тумба під умивальник                      | 3                | 10 000             | 30 000        |
|                                    | Дзеркало з підсвіткою                     | 3                | 2 000              | 6 000         |
|                                    | Диспансер для мила                        | 3                | 300                | 900           |
|                                    | Диспансер для паперових рушників          | 3                | 400                | 1 200         |
| Основний зал                       | Стільці у середньовічному стилі           | 40               | 4 000              | 160 000       |
|                                    | Барна стійка                              | 1                | 40 000             | 40 000        |
|                                    | Барний стілець                            | 4                | 5 500              | 22 000        |
|                                    | Стіл обідній дерев'яний на чотирьох людей | 5                | 5 000              | 25 000        |
|                                    | Стіл обідній дерев'яний на двох людей     | 6                | 3 000              | 18 000        |
|                                    | Автентичний диван                         | 2                | 30 000             | 60 000        |
|                                    | Музична колонка                           | 1                | 7 000              | 7 000         |
|                                    | Стейшн для офіціантів                     | 1                | 18 000             | 18 000        |
|                                    | Лампи для точкового освітлення            | 10               | 1 500              | 15 000        |
| Обладнання для службових приміщень | Обідній стіл для персоналу                | 1                | 4 000              | 4 000         |
|                                    | Стілець дерев'яний                        | 1                | 2 000              | 2 000         |
|                                    | Шафки для персоналу                       | 5                | 4 000              | 20 000        |
|                                    | Офісна шафа                               | 1                | 15 000             | 15 000        |
|                                    | Комп'ютерний стіл                         | 1                | 7 000              | 7 000         |
|                                    | Офісний стілець                           | 1                | 10 000             | 10 000        |
| Разом                              |                                           |                  |                    | 510 700       |

Розроблено автором.

З таблиці можна зробити висновок, що необхідний бюджет на обладнання приміщень становить 510 700 грн.

Концептуальне зображення прикладів інтер'єру для відвідувачів представлено у додатку Д.

Необхідно придбати спеціальне касове обладнання для ефективного функціонування кав'ярні. Це включає в себе принтер чеків, грошову скриньку для безпечного зберігання готівки, планшет і його підставку для роботи з програмним забезпеченням, а також POS-термінал для зручності оплати клієнтами. Покупка цього обладнання є ключовим етапом у встановленні інфраструктури кав'ярні, яке допоможе забезпечити якісне обслуговування та ефективне керування фінансами. Таблиця 2.9 містить інформацію про одноразові витрати на касове обладнання, що допоможе здійснити раціональне планування фінансових ресурсів.

Таблиця 2.9

## Касове обладнання

| Назва            | Кількість | Ціна, грн |
|------------------|-----------|-----------|
| Принтер чеків    | 1         | 5 000     |
| Скринька грошова | 1         | 2 000     |
| Планшет          | 1         | 16 000    |
| Підставка        | 1         | 200       |
| Всього           | 6         | 23 200    |

Розроблено автором.

Таким чином можна зазначити, що витрати на касове обладнання складаються 23 200 грн.

До щомісячної оплати включається оренда терміналу за тарифами ПриватБанку – 400 грн плюс 1,3% за кожну транзакцію.

Посуд в кав'ярні відіграє важливу роль, не лише з практичної точки зору, а й у створенні атмосфери та відображенні тематики закладу. Він є не лише засобом подачі напоїв та страв, а й важливим атрибутом дизайну, що може підкреслити концепцію кав'ярні. Аутентична посудина додає закладу унікальності та відокремлює його серед інших. У зв'язку з тематикою кав'ярні, в якості матеріалу для посуду можна використовувати кераміку. Цей матеріал не лише естетично приємний, але й має екологічні переваги, оскільки він

виготовляється з природних матеріалів, що дозволяє зменшити вплив на довкілля. Крім того, керамічна посудина відома своєю довговічністю та властивістю зберігати тепло, що є важливим у кавовому бізнесі, де належне тепло напою грає важливу роль у задоволенні клієнтів. Таким чином, використання аутентичної керамічної посуду відображає концепцію та стиль кав'ярні, надаючи їй унікальності та створюючи неповторну атмосферу.

Розрахунок кількості столового посуду та приборів з урахуванням кількості місць закладу плюс 10 відсотків, що виходить 50 шт. на кожену позицію. Зведемо підібраний посуд по групам страв у таблицю 2.10.

Таблиця 2.10

## Столовий посуд до групам страв для кав'ярні на 40 місць

| Група страв/напоїв | Назва посуду                              | Кількість, шт | Ціна за шт, грн | Ціна загальна, грн |
|--------------------|-------------------------------------------|---------------|-----------------|--------------------|
| 1                  | 2                                         | 3             | 4               | 5                  |
| Десерти            | Тарілки Churchill Finlandia 22 см         | 50            | 300             | 15 000             |
|                    | Тарілка Haviland Limoges 22 см            | 50            | 250             | 12 500             |
|                    | Тарілки Royal Albert Moonlight Rose 22 см | 50            | 350             | 17 500             |
|                    | Тарілки R&C Monbijou Bavaria 22 см        | 50            | 400             | 20 000             |
|                    | Тарілки Rossetti SPRING VIOLETS 22 см     | 50            | 250             | 12 500             |
|                    | Тарілка Haviland MONTMERY 22 см           | 50            | 300             | 15 000             |
|                    | Тарілки EDELSTIEN BLUE OCEAN 22 см        | 50            | 300             | 15 000             |
|                    | Виделка для тортів COMAS London Vintage   | 50            | 50              | 2 500              |
|                    | Ніж десертний COMAS London Vintage        | 50            | 50              | 2 500              |
|                    | Виделка десертна COMAS London Vintage     | 50            | 50              | 2 500              |
|                    | Ложка чайна COMAS London Vintage          | 50            | 40              | 2 000              |
|                    | Ложка для кави COMAS London Vintage       | 50            | 40              | 2 000              |

Продовження таблиці 2.10

| 1     | 2                                              | 3  | 4   | 5       |
|-------|------------------------------------------------|----|-----|---------|
| Чай   | Чашка Bone porcelain та блюдце 250 мл          | 50 | 250 | 12 500  |
|       | Чайник для заварювання Ardesto Midori 600 мл   | 50 | 290 | 14 500  |
|       | Підставка дерев'яна 14 см діаметр              | 50 | 190 | 9 500   |
| Кава  | Чашка Aynsley та блюдце 300 мл                 | 50 | 300 | 15 000  |
|       | Чашка та блюдце Antique Furnivals Quail 100 мл | 50 | 250 | 10 000  |
|       | Чашка та блюдце Limoges France 250 мл          | 50 | 300 | 15 000  |
| Разом |                                                |    |     | 195 500 |

Розроблено автором.

Можна зробити висновок, що необхідний бюджет на столовий посуд становить 195 500 грн.

Так як у закладу є можливість взяти їжу із собою, потрібно визначити необхідний одноразовий посуд. Зведемо дані у таблицю 2.11.

Таблиця 2.11

## Одноразовий посуд для самовивозу

| Група страв/напоїв | Назва посуду                          | Кількість на місяць, шт | Ціна за шт, грн | Ціна загальна, грн |
|--------------------|---------------------------------------|-------------------------|-----------------|--------------------|
| 1                  | 2                                     | 3                       | 4               | 5                  |
| Десерти            | Контейнер Екокрафт 500мл              | 100                     | 5,00            | 500                |
|                    | Контейнер Екокрафт 1000 мл            | 100                     | 5,00            | 500                |
|                    | Виделка дерев'яна десертна одноразова | 100                     | 1,50            | 150                |
|                    | Ложка дерев'яна десертна одноразова   | 100                     | 1,50            | 150                |

Продовження таблиці 2.11

| 1     | 2                                                | 3   | 4    | 5    |
|-------|--------------------------------------------------|-----|------|------|
| Напої | Паперові склянки з печаткою на замовлення 100 мл | 300 | 2,00 | 600  |
|       | Паперові склянки з печаткою на замовлення 250 мл | 300 | 2,00 | 600  |
|       | Паперові склянки з печаткою на замовлення 300 мл | 300 | 2,00 | 600  |
|       | Кришка для паперового стакану 70 мм              | 300 | 1,80 | 540  |
|       | Кришка для паперового стакану 80 мм              | 300 | 1,80 | 540  |
|       | Трубочка паперова в індивід. упаковці            | 400 | 1    | 400  |
|       | Картонний костер                                 | 150 | 1,80 | 270  |
| Разом |                                                  |     |      | 4850 |

Розроблено автором.

Для забезпечення самовивозу щомісяця потрібно купляти необхідного приладдя на 4850 грн.

Ефективне функціонування будь-якого підприємства надзвичайно важливе і залежить від якісного персоналу, починаючи від керівництва і закінчуючи робочими. Кадрова політика проекту спрямована на використання сучасних методів організації праці, що дозволяють створити ефективний та злагоджений колектив. Цей колектив повинен оперативно та результативно виконувати свої обов'язки й бути готовим реагувати на зміни на ринку.

В успішному ресторанному закладі необхідна добре налагоджена команда різних спеціалістів, які працюють разом для досягнення спільних цілей.

Головною фігурою в організації є директор, який визначає стратегію розвитку, встановлює мети та завдання для всієї команди і контролює їх виконання. Бухгалтер відповідає за фінансовий облік та звітність підприємства, що гарантує фінансову стабільність та успішність бізнесу. Бариста та кухар відповідають за якісне приготування напоїв та страв, відповідно, забезпечуючи задоволення смакових потреб клієнтів. Офіціант та

бармен обслуговують гостей та відповідають за прийом та доставку замовлень. Адміністратор координує всі аспекти роботи закладу, включаючи управління графіком роботи, взаємодію з клієнтами та вирішення конфліктних ситуацій. Прибиральник та мийник посуду відповідають за підтримання чистоти та порядку в приміщенні.

Усі ці посади об'єднуються у важливу команду, яка працює разом для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Потрібно зазначити, що з 01.04.2024 року мінімальний місячний оклад працівника становить 8 000 грн. Кількість персоналу, які необхідні для повного функціонування закладу та витрати на заробітну плату заведемо у таблицю 2.12.

Таблиця 2.12

Таблиця посад персоналу та витрати на заробітну плату

| Посада                        | Кількість | Місячний оклад на 1 особу, грн | Єдиний соціальний внесок (22%), грн | Загальні витрати на оплату праці всіх працівників, грн |
|-------------------------------|-----------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Директор                      | 1         | 20 000                         | 4 400                               | 20 000                                                 |
| Бухгалтер                     | 1         | 18 000                         | 3 960                               | 18 000                                                 |
| Бариста                       | 3         | 15 000                         | 9 900                               | 45 000                                                 |
| Офіціант                      | 3         | 12 000                         | 7 920                               | 36 000                                                 |
| Адміністратор                 | 2         | 16 000                         | 7 040                               | 32 000                                                 |
| Прибиральник та мийник посуду | 2         | 8 500                          | 3 740                               | 17 000                                                 |
| Бармен                        | 2         | 16 000                         | 7 040                               | 32 000                                                 |
| Кухар                         | 3         | 9 000                          | 5 940                               | 27 000                                                 |
| Разом                         |           |                                |                                     | 227 000                                                |

Розроблено автором.

Успішне функціонування кафе залежить від спільної роботи всього персоналу, кожен з яких виконує свої обов'язки для того, щоб гості, що завітали на обід чи вечерю, отримали задоволення від візиту. Загальні місячні витрати на заробітну плату персоналу складають 227 000 грн.

## Висновки за розділом 2

Завершуючи аналітико-дослідний розділ, можемо зробити наступні висновки та рекомендації щодо кожного напрямку дослідження. Аналіз бізнес-концепції та оцінка потенційних ринкових можливостей вказують на важливість ретельного вивчення цільової аудиторії та конкурентного середовища. Визначено цільову аудиторію кафе "Драконяча Фляга" та їхні потреби, виявлено переваги місцезнаходження закладу та проведено SWOT та PEST аналізи. Детальний опис стратегії збуту та рекламних заходів допоможе привернути нових клієнтів та підтримувати існуючу клієнтську базу. Щодо виробничого плану відкриття закладу, було розроблено концептуальне меню та визначено оптимальну динаміку завантаженості зали кафе. Запропонована виробничо-торговельна структура та підбір кухонного обладнання та меблів враховують тематику кафе та потреби клієнтів. Загальні висновки дають підставу для розробки пропозицій та рекомендацій щодо вдосконалення діяльності кафе, включаючи модернізацію технологій та оптимізацію управління.

## РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЗАПРОПОНОВАНИХ ЗАХОДІВ

### 3.1 Розрахунок витрат на відкриття закладу

Неефективне управління витратами може призвести до фінансових збитків закладу. Тому важливо постійно відстежувати фінансові показники, ретельно розраховувати та планувати витрати, а також прогнозувати доходи. Враховуючи всі дані, представлені у попередньому розділі, включаючи витрати на кухонне обладнання, меблі та посуд, необхідно адекватно оцінити необхідні витрати та доходи. Для того, щоб ефективно дослідити економічні показники щодо відкриття ресторанного бізнесу, рекомендується розпочати із загального опису витрат. Витрати можна поділити на інвестиційні, постійні та змінні. Одноразові витрати на кав'ярню є витрати, які здійснюються лише один раз і не повторюються в майбутньому. Це включає покупку обладнання, придбання посуду та інвентарю. Отримані дані представляємо у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

#### Інвестиційні витрати у кав'ярні «Драконяча фляга»

| Параметр                         | Сума, грн |
|----------------------------------|-----------|
| Обладнання кухонне               | 700 295   |
| Обладнання касове                | 23 200    |
| Одноразовий посуд для самовивозу | 4 850     |
| Оснащення меблями                | 510 700   |
| Оснащення столовим посудом       | 195 500   |
| Всього                           | 1 434 545 |

Розроблено автором.

Можна зробити висновок що початкові інвестиції складають 1 434 545 грн.

Постійні витрати закладу включають оренду приміщення, виплати заробітної плати персоналу, а також витрати на ремонт та обслуговування обладнання. Для визначення величини амортизації основних засобів річну



суму амортизації розраховуємо шляхом поділу вартості, що підлягає амортизації, на строк корисного використання об'єкта основних засобів за формулою

$$A = B/T \quad (3.1)$$

де В – ціна устаткування;

Т – термін корисного використання об'єкта (візьмемо середній показник 6 років, це дорівнює- 72 місяця).

$$A = 1\,234\,195 / 6 = 205\,699,17 \text{ грн на рік};$$

$$A = 205\,699,17 / 12 = 17\,141,60 \text{ грн на місяць}.$$

У таблиці 3.2 представлені щомісячні витрати, які включають амортизацію, оренду приміщення та фонд оплати праці. Ці дані допомагають детальніше оцінити фінансові потоки та скласти більш точні прогнози для управління витратами та прибутком.

Таблиця 3.2

Постійні витрати у кав'ярні «Драконяча фляга»

| Параметр                     | Сума на місяць, грн |
|------------------------------|---------------------|
| Оренда приміщення            | 26 400              |
| Фонд заробітної плати        | 227 000             |
| Єдиний соціальний внесок 22% | 49 940              |
| Амортизація                  | 17 141,60           |
| Всього                       | 320 481,60          |

Розроблено автором.

З таблиці можна зробити висновок, що постійні витрати на місяць становлять 320 481,60 грн.

Змінні витрати в кафе - це витрати, які безпосередньо залежать від обсягу продажу та можуть змінюватись в залежності від активності бізнесу. Вони включають собівартість продуктів, одноразову тару для доставки або видачі на виніс, комунальні платежі та рекламні витрати.

Собівартість продуктів (Food cost) – це вартість інгредієнтів та матеріалів, що використовуються у ресторанному бізнесі для приготування страв та напоїв. Її основна мета - контроль собівартості кожної позиції меню з

метою управління витратами. Середня норма Food cost для кафе складає 25-30%. Припустимо, середня собівартість страв у закладі становить 30 грн., а середня ціна продажу – 100 грн. Значення Food cost розраховується за формулою

$$F_c = \frac{\text{Собівартість страв}}{\text{Ціна продажу}} * 100\% \quad (3.2)$$

Підставимо всі дані:

$$F_c = \frac{30 \text{ грн}}{100 \text{ грн}} * 100\% = 30\%$$

Таким чином, значення Food cost складає 30%.

Середня виручка на день складає 35 200 грн, отже витрати на закупівлю сировини становлять 10 560 грн.

Оплата комунальних послуг є важливим аспектом ведення будь-якого підприємства, включаючи кафе та ресторани. Ці послуги включають витрати на воду, електроенергію, газ, опалення, вивіз сміття та інші комунальні служби, необхідні для забезпечення нормальної роботи закладу. Вартість послуг вказана на момент квітня 2024 року. Зведемо дані у таблицю 3.3.

Таблиця 3.3

Комунальні послуги кав'ярня «Драконяча фляга»

| Послуга                          | Ціна, грн                 | Споживання на місяць | Ціна на місяць, грн |
|----------------------------------|---------------------------|----------------------|---------------------|
| Електроенергія                   | грн/кВт з ПДВ<br>2,64     | 3500 кВт             | 9 240               |
| Оплата інтернету                 | 500                       | -                    | 500                 |
| Водопостачання та водовідведення | грн/куб. м. з ПДВ<br>24,5 | 100 куб. м           | 2 450               |
| Вивіз сміття                     | 170                       | -                    | 170                 |
| Всього                           |                           |                      | 12 360              |

Розроблено автором.

Витрати на побутову хімію становлять 1700 грн на місяць. Витрати на банківські послуги через термінал становлять 400 грн плюс 1,3% від суми транзакції, приблизно у розмірі 5000 грн на місяць.

Маркетингові витрати є важливим аспектом операційних витрат. Вони включають засоби, спрямовані на просування бренду і залучення клієнтів. Ці витрати можуть змінюватись в залежності від вибраних каналів реклами, таких як онлайн-реклама, друковані видання, зовнішня реклама і т.д.

Середня вартість маркетингових послуг складає 8 000 грн на місяць.  
Зведемо всі отримані дані у таблицю 3.4.

Таблиця 3.4

## Змінні витрати кафе «Драконяча фляга»

| Параметр                               | Сума на місяць, грн |
|----------------------------------------|---------------------|
| Food cost                              | 10 560              |
| Одноразова тара для доставки           | 4 850               |
| Комунальні платежі                     | 12 360              |
| Адміністративно-побутові витрати       | 6 700               |
| Витрати на збут (маркетингові послуги) | 8 000               |
| Всього                                 | 42 470              |

Розроблено автором.

Загальна сума змінних витрат складає 42 470 грн на місяць.

Для розуміння фінансових аспектів діяльності кав'ярні "Драконяча Фляга" складено таблицю 3.5 з усіма основними щомісячними витратами. Ця таблиця включає витрати на амортизацію, оренду приміщення, фонд заробітної плати, комунальні послуги, закупівлю сировини та матеріалів, рекламні витрати та інші адміністративні витрати.

Таблиця 3.5

## Витрати ресторанного закладу "Драконяча Фляга"

| Перелік витрат            | Грн на місяць |
|---------------------------|---------------|
| 1                         | 2             |
| Виробничі витрати         |               |
| Виробничі запаси          | 264 000       |
| Заробітна плата           | 113 000       |
| ЄСВ 22%                   | 24 860        |
| Загальновиробничі витрати |               |
| Вартість ремонтів та ін.  | 1 700         |

Продовження таблиці 3.5

| 1                                                                            | 2         |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Заробітна плата працівників, які обслуговують та підтримують основні послуги | 44 000    |
| ЄСВ 22%                                                                      | 9 680     |
| Амортизація                                                                  | 17 141,60 |
| Витрати на збут                                                              |           |
| Реклама, маркетинг                                                           | 8 000     |
| Упаковка на винос                                                            | 4 850     |
| Адміністративні витрати                                                      |           |
| Комунальні послуги                                                           | 5 760     |
| Оренда                                                                       | 26 500    |
| Заробітна плата                                                              | 70 000    |
| ЄСВ 22%                                                                      | 15 400    |
| Послуги банку                                                                | 5 000     |

Розроблено автором.

Аналіз господарської діяльності за місяць:

- Виручка - 1 056 000 грн. У тому разі ПДВ – 176 000 грн.
- Виручка без ПДВ – 880 000 грн.
- Витрати підприємства – 609 891, 60 грн.
- Прибуток до оподаткування – 270 108,40 грн.

Рентабельність закладу складає 30,6%.

$$\text{Рентабельність} = \frac{\text{прибуток}}{\text{виторг}} * 100\% = \frac{270\,108}{880\,000} = 30,6\%$$

Це позначає високу ефективність та стабільність функціонування кав'ярні.

Важливим аспектом діяльності ресторанного закладу є вибір та обґрунтування оптимальної системи оподаткування. Це дозволяє мінімізувати податкові зобов'язання, оптимізувати фінансові потоки та забезпечити прозорість фінансових операцій. У наступному підрозділі розглядаються можливі варіанти систем оподаткування для ресторанного бізнесу та обґрунтовується найбільш доцільний вибір для закладу "Драконяча Фляга".

### 3.2 Оцінка ефективності бізнес-моделі

Була обрана організаційно правова форма юридичної особи "Товариство з обмеженою відповідальністю" з одним засновником. Є платником податку на додану вартість 20% та є платником податку на загальній системі оподаткування. Статутний капітал складає 500 000 грн.

Використовуючи щорічний приріст доходу: 2-ий рік -0,5 %, 3 та 4 рік – 1%, та 5 рік – 2%, можна спрогнозувати показник на наступні роки.

План на 5 років, використовуючи наступні показники:

Net Sales (чистий дохід, без ПДВ) – це загальна сума надходжень від усіх видів господарювання.

COGS – собівартість реалізованої продукції протягом звітного періоду.

Cross Profit – показник ефективності. Для визначення цього параметру, використовуємо формулу:

$$\text{Cross Profit} = \text{Net Sales} - \text{COGS}$$

SG&A- витрати адміністративні, витрати на збут та ін.— ця сума витрат яка включає усі витрати маркетингу, програма забезпечення, зв'язок, інтернет, банківські послуги, заробітну плату, податки ЄСВ та ін.

Амортизація – це розподіл вартості основних засобів протягом їх корисного терміну використання обраним методом. У нашому разі використовується прямолінійний метод.

EBIT- або операційний прибуток, аналітичний показник, який дорівнює обсягу прибутку до сплати податків. Цей показник використовується для оцінки прибутковості основної діяльності компанії. Для визначення цього параметра використаємо формулу:

$$\text{EBIT} = \text{EBITDA} - \text{Амортизація}$$

Income Tax – податок на прибуток .

Net Income – це чистий прибуток, фінансовий показник, який компанія отримує після сплати податків, зборів, що залишається в його розпорядженні.

Проведемо розрахунки у таблиці 3.6

Таблиця 3.6

## Звіт про доходи та витрат

| Показник<br>(період<br>проекту) | 1 рік    | 2 рік    | 3 рік      | 4 рік    | 5 рік    |
|---------------------------------|----------|----------|------------|----------|----------|
| Sales                           | 12672000 | 12735360 | 12862713,6 | 12991340 | 13251167 |
| ПДВ 20%                         | 2112000  | 2122560  | 2143785,6  | 2165223  | 2208528  |
| Net Sales                       | 10560000 | 10612800 | 10718928   | 10826117 | 11042639 |
| COGS                            | 3168000  | 3183840  | 3215678    | 3247835  | 3312792  |
| Cross Profit                    | 7392000  | 7428960  | 7503260    | 7578282  | 7729847  |
| SG&A                            | 3945000  | 3964725  | 4004372    | 4006200  | 4046262  |
| Profit before<br>tax            | 3447000  | 3464235  | 3498888    | 3572082  | 3683585  |
| Амортизація                     | 205699   | 205699   | 205699     | 205699   | 205699   |
| EBIT                            | 3241310  | 3258536  | 3293189    | 3366383  | 3477886  |
| Income Tax                      | 583435   | 586536   | 592774     | 605949   | 626019   |
| Net income                      | 2657875  | 2672000  | 2700415    | 2760434  | 2851867  |

Розроблено автором

## Висновки за розділом 3

Зібрані дані свідчать про те, що кав'ярня має ефективну бізнес-модель, яка демонструє стійке зростання, підвищену операційну ефективність, контрольовані витрати та збільшення прибутковості. Ці чинники вказують на перспективи для подальшого розвитку та залучення інвестицій, що сприяє розширенню бізнесу та зміцненню його позицій на ринку.

## ВИСНОВКИ

У проведеному дослідженні було здійснено аналіз та розглянуті ключові аспекти розробки концепції закладу ресторанного господарства. Зокрема, детально проаналізовано принципи та формати ресторанного бізнесу з урахуванням сучасних тенденцій ринку та потреб цільової аудиторії. Основна увага приділялася важливості розробки унікальної концепції, що враховує вимоги споживачів та тенденції ринку.

1. Розгляд сучасного стану ресторанного бізнесу в Україні виявив, що цей сектор є важливою складовою національної економіки, спрямованою на задоволення фундаментальних потреб населення в харчуванні та створенні соціально-економічних цінностей. Значна увага приділяється не лише якості їжі, але й візуальному та емоційному насиченню через атмосферу закладів, їх інтер'єр, музику та обслуговування.

2. Останніми роками ресторанне господарство зазнало суттєвих змін, включаючи впровадження нових технологій, розвиток онлайн-замовлень та програм лояльності, а також зростання уваги до екологічності та сталого розвитку. Проте, ринок стикається з викликами, такими як нерівновага між попитом і пропозицією та зменшення реальних доходів населення. Важливою є розробка стратегій, що враховують сучасні тенденції та потреби споживачів, а також забезпечують конкурентоспроможність та якість послуг.

3. Кав'ярні стали важливою складовою соціального життя суспільства, виконуючи роль місця для спілкування, роботи та відпочинку. З огляду на глобальні тренди, кав'ярні поступово трансформуються у багатофункціональні простори, які поєднують у собі різні елементи дозвілля та культурного розвитку. Важливим аспектом є створення унікального бренду та атмосфери, що сприяє лояльності клієнтів.

4. Розробка концепції кав'ярні в стилі популярної комп'ютерної гри Warcraft має всі передумови для успіху в умовах українського ринку. Феномен популярності відеоігор і зростання геймерської культури створюють великий

потенціал для залучення цільової аудиторії. Тематичні заклади, натхненні відомими ігровими всесвітами, мають змогу пропонувати відвідувачам унікальний досвід, який поєднує в собі гастрономічні задоволення та елементи ігрової культури. Це може стати вирішальним фактором у диференціації та конкурентоспроможності на ринку.

5. Аналіз бізнес-концепції та оцінка потенційних ринкових можливостей вказують на важливість ретельного вивчення цільової аудиторії та конкурентного середовища. Визначено цільову аудиторію кафе "Драконяча Фляга" та їхні потреби, виявлено переваги місцезнаходження закладу та проведено SWOT та PEST аналізи. Детальний опис стратегії збуту та рекламних заходів допоможе привернути нових клієнтів та підтримувати існуючу клієнтську базу.

6. Розроблено концептуальне меню та визначено оптимальну динаміку завантаженості зали кафе. Запропонована виробничо-торговельна структура та підбір кухонного обладнання та меблів враховують тематику кафе та потреби клієнтів. Проведені розрахунки дають підставу для розробки пропозицій та рекомендацій щодо вдосконалення діяльності кафе, включаючи модернізацію технологій та оптимізацію управління.

7. Економічна оцінка запропонованих заходів свідчить про те, що кав'ярня має ефективну бізнес-модель, яка демонструє стійке зростання, підвищену операційну ефективність, контрольовані витрати та збільшення прибутковості. Ці чинники вказують на перспективи для подальшого розвитку та залучення інвестицій, що сприяє розширенню бізнесу та зміцненню його позицій на ринку.

Результати роботи представлено на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи» (додаток Е).



### Список використаних джерел

1. Аветисова А. О. Економіка підприємств різних типів : навч. посіб. / А. О. Аветисова, Т. С. Халімовська, Ю. Ю. Юрченко; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Краматор. технікум Донец. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. Донецьк, 2019. 162 с.
2. Андренко І.Б., Кравець О.М., Писаревський І.М. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 431 с.
3. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2018. 342 с.
4. Бехар Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks / Говард Бехар при участии Джанет Голдстайн ; Пер. С англ.. – 3-е узд. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. – 192 с.
5. Бізнес-план кав'ярні у 2024 році – приклад із розрахунками [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://joinposter.com/ua/post/biznes-plan-kavyarni>
6. Валовий внутрішній продукт (2002-2022). Ставки, індекси, тарифи. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення: 02.04.2024).
7. Війна у цифрах: як за останній рік змінилися Україна та українці. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cv28871qdv8o> (дата звернення: 02.04.2024).
8. Воронюк Т.А. Місце і роль кав'ярень у структурі ресторанного господарства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Т. 4. № 1. С. 145-149.
9. Галасюк С. С. Дослідження особливостей функціонування мережевих та авторських кав'ярень / С. С. Галасюк, Ю. В. Торжинська // Засади реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 09.11.2019 р. Одеса: ЦЕДР, 2019. С. 43-47.

10. Гурджиян К.В. Сутність та типи лояльності споживачі. Економіка розвитку. 2015. № 2(74). С. 78–86.
11. ДБН В.2.2-25:2009 Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Зі Змінами № 1 та № 2 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id\\_doc=25951](https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=25951)
12. Джум Т. А. Особливості здійснення комунікаційної політики в ресторанному бізнесі. Сфера послуг: інновації та якість, 2013. №. 11. 15 с.
13. Дизайн інтер'єру кав'ярні [Електронний ресурс]. - Режим доступу до інформації <https://www.archdaily.com/931151/voids-cafe-studio-sklm>
14. Дизайн інтер'єру кав'ярні [Електронний ресурс]. - Режим доступу до інформації <https://www.archdaily.com/918132/cake-and-breakfast-cafe-hotels-only>
15. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навчальний посібник. Київ : ВД «Професіонал», 2019. 320 с.
16. Іваннікова М. М. Партизанський маркетинг та його вплив на споживача /М.М. Іваннікова, В.В. Кісурін // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у ХХІ столітті : тези доповідей ХІІІ Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науководослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07-08 квітня 2020 р.) : 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 143-145. – Режим доступу: [http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=817004](http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=817004)
17. Іванова Л.О., Музика О.М. Лояльність споживачів та формування видів на споживчому ринку. Науковий вісник НЛТУ України 2013. Вип. 23.7. С. 164–173
18. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 314–317

19. Інновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]: Все про туризм, туристична бібліотека [Сайт] – Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/butenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/butenko.htm)
20. Іщенко І.Т., Лазоренко Н.П. Мерчандайзинг в ресторанному господарстві: конспект лекцій. Київ, НУХТ, 2013. 67 с. URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43.27.pdf>
21. Кава: хто вирощує, п'є і платить найбільше. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-43786400>.
22. Карпенко Н. В. Маркетинговий інструментарій підприємства в сучасних умовах / Н.В. Карпенко, Б.Р. Шарко // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науководослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07-08 квітня 2020 р.) : 2 ч. - Полтава : ПУЕТ, 2020. - С. 165-166. – Режим доступу: [http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=817004](http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=817004)
23. Кільницька О. С., Кравчук Н. І., Куцмус Н. М. Ринок кондитерської продукції в Україні: тенденції та перспективи розвитку // Економіка АПК. 2018. №. 11. С. 29–43.
24. Коваленко І.І. Економічна оцінка виробничого ризику в інтегрований системі менеджменту // Гіпотеза. 2019. № 1 (2). С. 47–55.
25. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>. 3. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://www.globalfoodtourism.com>
26. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Науковий світ, 2022. 880 с.
27. Литвиненко, Я. В., Литвиненко Т. Є. Напрямки підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства в Україні. Економіка ринкових відносин. 2013. № 12. С. 50–53.

28. Литвинець Л. Ф. Програми лояльності споживачів як перспективний напрям інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Science, research, development*, №30. 2020. С. 23-25.
29. Макарець К.О. Міжнародні стандарти сервісу у ресторанному господарстві. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг» (м. Львів, 6 грудня 2018 р.). - Львів: Растр-7, 2018. - 316 с. - С. 251-253.
30. Мустафін О. Напій змін. Як кава створила сучасний світ. – Харків: Фоліо, 2018. – 192 с.
31. Н А К А З 03.01.2003 N 2 Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://zakononline.com.ua/documents/show/126517\\_\\_\\_126517](https://zakononline.com.ua/documents/show/126517___126517)
32. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.
33. Ощипок І. М. Розвиток закладів ресторанного господарства на концептуальних засадах інновацій. Підприємництво і торгівля, 2017. Вип. 21. С. 101-105. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg\\_2017\\_21\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2017_21_20)
34. Реклама кав'ярні : секрети ефективного просування кав'ярні Poster.2021. 13 червня 2021. URL : [Joinposter.com/ua/post](https://joinposter.com/ua/post)
35. Сайт Міністерства з питань стратегічних галузей промисловості України, Державної інноваційної фінансово-кредитної установи <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/>
36. Сдам помещение в Центре (м. Архитектора Бекетова), ул. Бажанова, 3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.olx.ua/d/uk/obyavlenie/sdam-pomeschenie-v-tsentre-m-arhitektora-beketova-ul-bazhanova-3-IDU2kzZ.html> (04.04.2024)
37. Секреты привлечения поколения Z: как монетизировать молодежь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.restorator.ua>

38. Середня зарплата в Україні перевищила 17 900 гривень. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3803239-seredna-zarplata-v-ukraini-perevisila-17-900-griven.html> (дата звернення: 02.04.2024).

39. Сінковська В.М. Вимірювання лояльності споживачів в умовах конкуренції. Маркетинг і цифрові технології. 2019. № 4. Том 3. С. 40–53.

40. Станіславська К. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : моногр./ К. Станіславська. – 2-ге вид. , перероб. і доп. - Київ : НАКККиМ, 2016. – 352 с. ; Stanislavska K. Mystetsko-vydovyshchni formy suchasnoi kultury : monohr./ K. Stanislavska. – 2-he vyd. , pererob. i dop. - Kyiv : NAKKKiM, 2016. – 352 s.

41. Стратегія збуту продукції. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/5043544/page:16/> (дата звернення: 07.04.2024).

42. Стратонова Н. О. Антропологія відеогри: соціокультурний аспект формування ідентичності / Н. О. Стратонова // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2016. – Вип. 10. – С. 150–152 ; Stratonova N. O. Antropolohiia videohry: sotsiokulturnyi aspekt formuvannia identychnosti / N. O. Stratonova // Aktualni problemy filosofii ta sotsiolohii. – 2016. – Vyp. 10. – S. 150–152.

43. Політика розповсюдження в системі маркетингу. URL: <https://library.nusta.edu.ua/depository/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BDi%20%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%B8/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3/07.pdf> (дата звернення 07.04.2024)

а. ТОП-13 трендів в ресторанному бізнесі в 2021 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends>

44. Федак В. І. Гостинність – найважливіший елемент якісного обслуговування // Технологія і організація готельного обслуговування. – 2012. С. 277–278.

45. Шевченко О. Мерчандайзинг у ресторанному господарстві. Міжнародний науково-практичний журнал «Товари і ринки». 2008. Вип. 1 (5). С. 48–53.
46. Штучний інтелект в ресторанному бізнесі. Основні напрямки та приклади. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/ai-in-restaurants.html>.
47. HoReCa: Том 1. Готелі./А.А.Мазаракі, С.Л.Шаповал та ін. // Навч.посіб.: у 3 т. Т. 1.Готелі / [А.А.Мазаракі та ін.]; за ред. А.А.Мазаракі. - Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 412 с.
48. HoReCa: Том 2.Ресторани./А.А. Мазаракі, С.Л.Шаповал та ін. // Навч.посіб.: у 3 т. Т. 3. Ресторани / [А.А. Мазаракі та ін.]; за ред А.А.Мазаракі. - Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 312 с.
49. HoReCa: Том 3. Кейтерінг./А.А.Мазаракі, С.Л.Шаповал та ін. // Навч.посіб.: у 3 т. Т. 3. Кейтерінг / [А.А.Мазаракі та ін.]; за ред А.А.Мазаракі. - Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 448 с
50. Bovsh L., Gopkalo L. Customer orientation as the restaurant hospitality philosophy // Tourism of the XXI century: global challenges and values of civilization: scientific works and theses, FRGTB KNTEU, 2020.
51. Developing Serious Games for Cultural Heritage: A State-of-the-Art Review/ E. F. Anderson, L. McLoughlin, F. Liarokapis, C. Peters, P.s Petridis, S. de Freitas // Virtual Reality. 2010. Vol. 14, № 4. P. 255–275.
52. Gajadhar, B. J., Kort, Y. A. W. d., IJsselsteijn, W. A. and Poels, K. Where everybody knows your game: the appeal and function of game cafés in western Europe. In Proceedings of the Proceedings of the International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology (Athens, Greece, 2009). ACM.
53. Hamari, J., & Keronen, L. (2017). Why Do People Play Games? A Meta-Analysis. International Journal of Information Management (37), 125-141
54. He, Q. C. (2017). Virtual Items Trade In Online Social Games. International Journal of Production Economics, (187), 1-14.
55. Kovalevskyi V., Yushkevych O. The Client-Focusedness of Organization as a Socio-Economic Category. Business Inform [Internet]. Research

Centre of Industrial Problems of Development of NAS of Ukraine; 2019;6(497):246–51. Available from: <http://dx.doi.org/10.32983/2222-4459-2019-6-246-251>

56. Kulchytska, A. Ye., Tsarova, T. O. Specificity and trends of the development of the craft product market in Ukraine. Actual Problems of Economics and Management. 2018. 12. P. 3-14.

57. Matt Alderton. How virtual reality will transform meeting [Electronic resource]. Successful Meetings Publishing, 2016. Режим доступу: <http://www.successfulmeetings.com/Strategy/Technology-Solutions/VirtualReality-Meetings-Events-Destination-Marketing/>

58. Nicholas, S. (2015). Subcultures and Countercultures. Research Starters: Sociology (Online Edition).

59. The Elder Scrolls: The Official Cookbook by CHELSEA MONROE-CASSEL – 2019 .

60. Ukrainian Coffee Company: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://ucc.net.ua/ua/> (дата звернення: 31.03.2024)

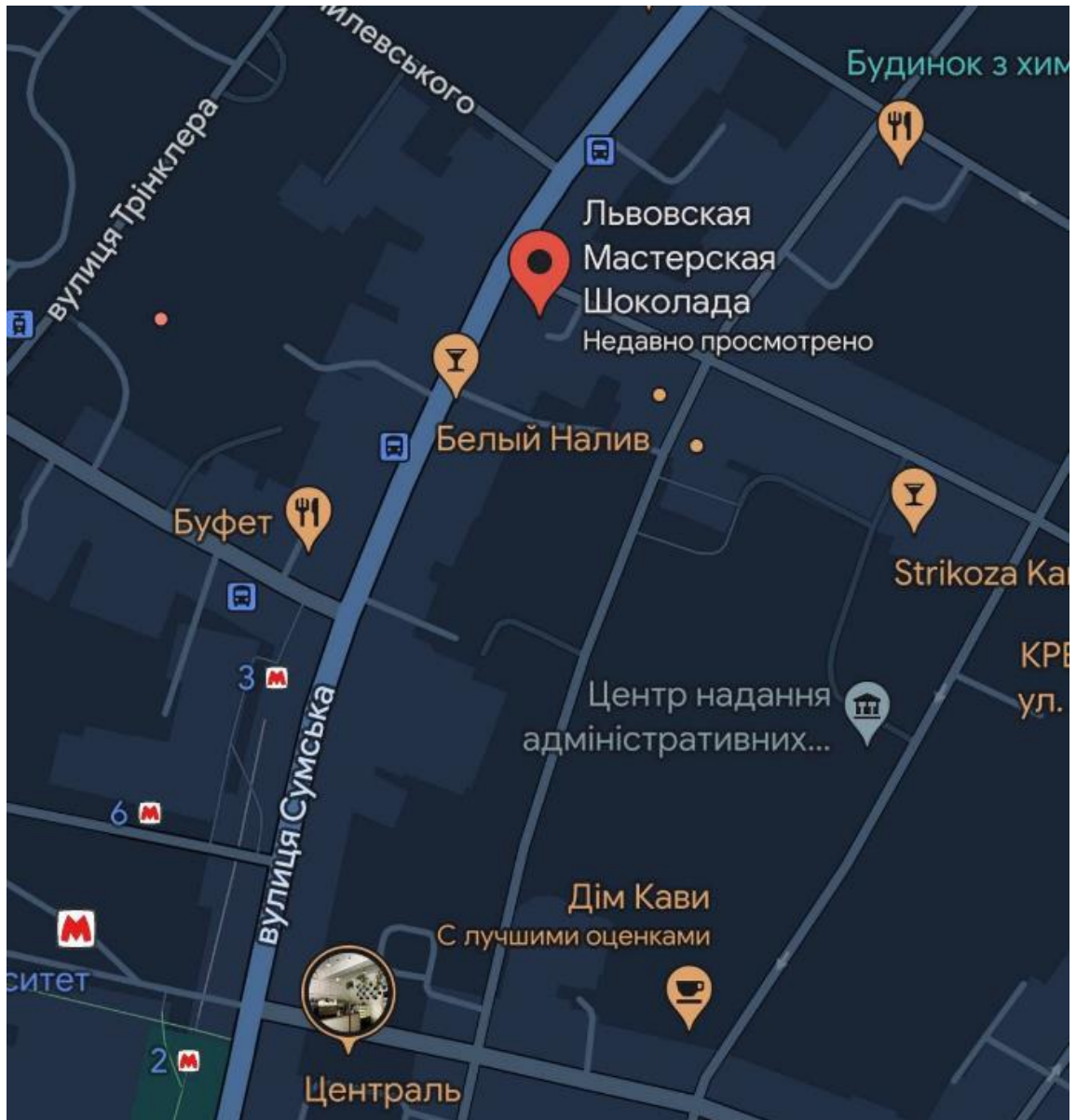
61. Wilkinson Ph. A Brief History of Serious Games / P. Wilkinson // Entertainment Computing and Serious Games : International GI-Dagstuhl Seminar 15283, Dagstuhl Castle, Germany, July 5-10, 2015. Cham : Springer International Publishing, 2016. P. 17–41.

62. World of Warcraft: The Official Cookbook by CHELSEA MONROE-CASSEL 2016



## ДОДАТОК А

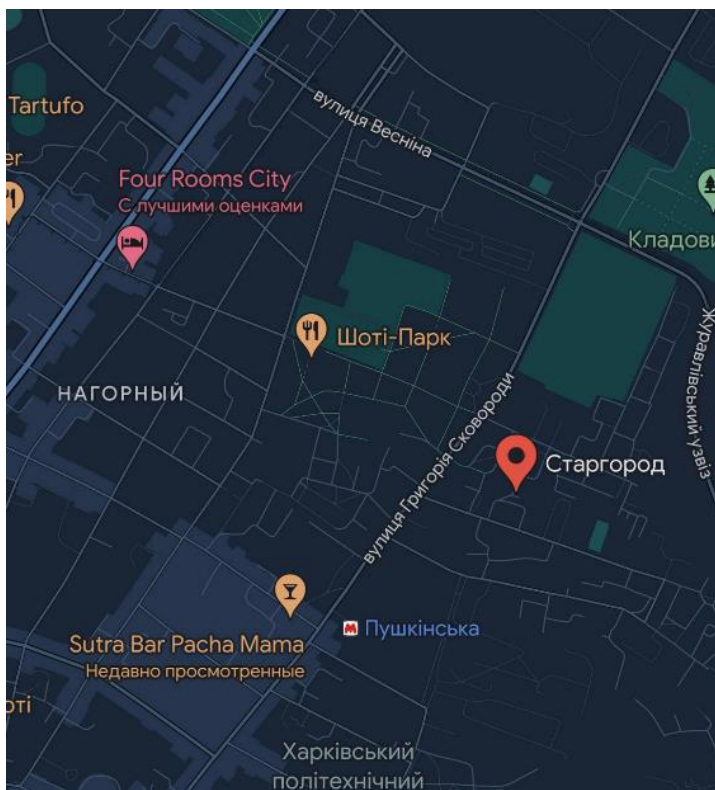
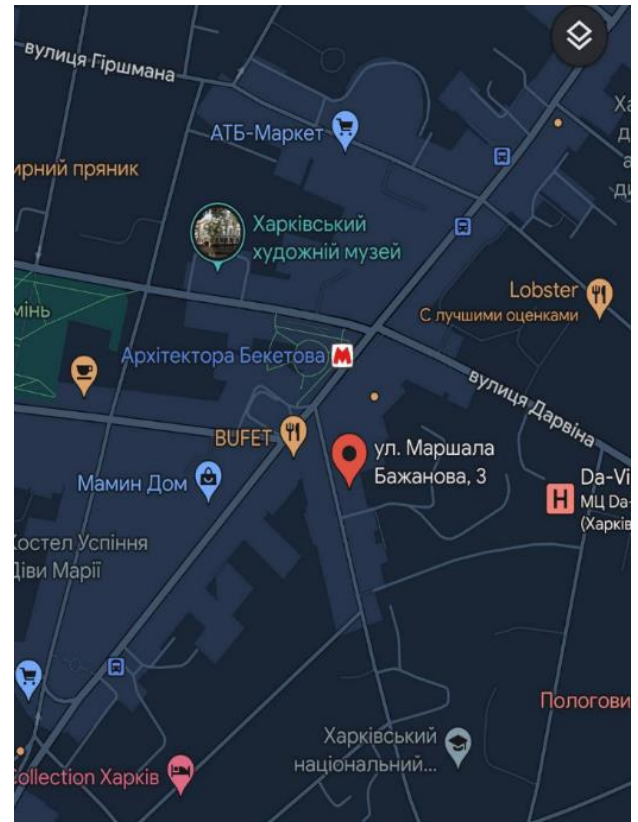
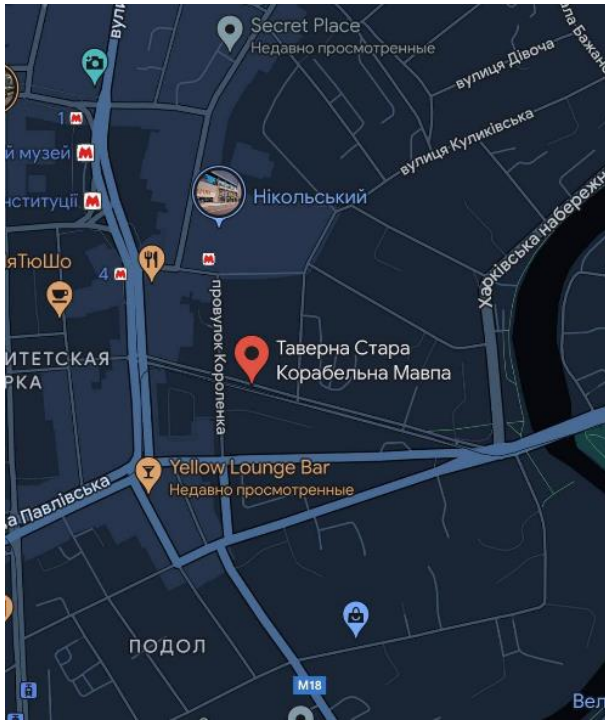
Місцезнаходження орендованого приміщення на карті м. Харків





## ДОДАТОК Б

## Розташування конкурентних закладів у м. Харків



## ДОДАТОК В

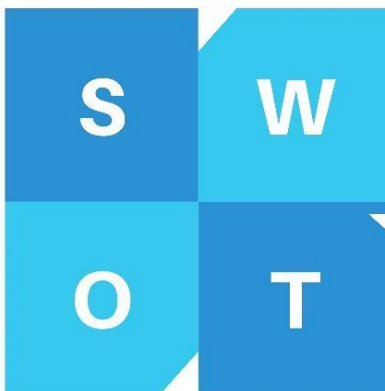
## SWOT-аналіз закладу "Драконяча Фляга"

## СИЛЬНІ СТОРОНИ

- Унікальна концепція в стилі "Warcraft", яка привертає увагу шанувальників цієї гри.
- Зручне розташування в центрі міста, біля метро, що забезпечує високий потік клієнтів.
- Широкий асортимент кавових напоїв та солодошів, виготовлених з високоякісних інгредієнтів.
- Привітний персонал, одягнений у тематичні костюми

## МОЖЛИВОСТІ

- Зростання популярності серед фанатів ігри "Warcraft" та інших ігрових культурних спільнот.
- Розвиток програми лояльності для приваблення постійних клієнтів.
- Розширення асортименту напоїв та страв, шляхом додання блюд із інших ігрових всесвітів, щоб задовольнити різні смаки клієнтів.



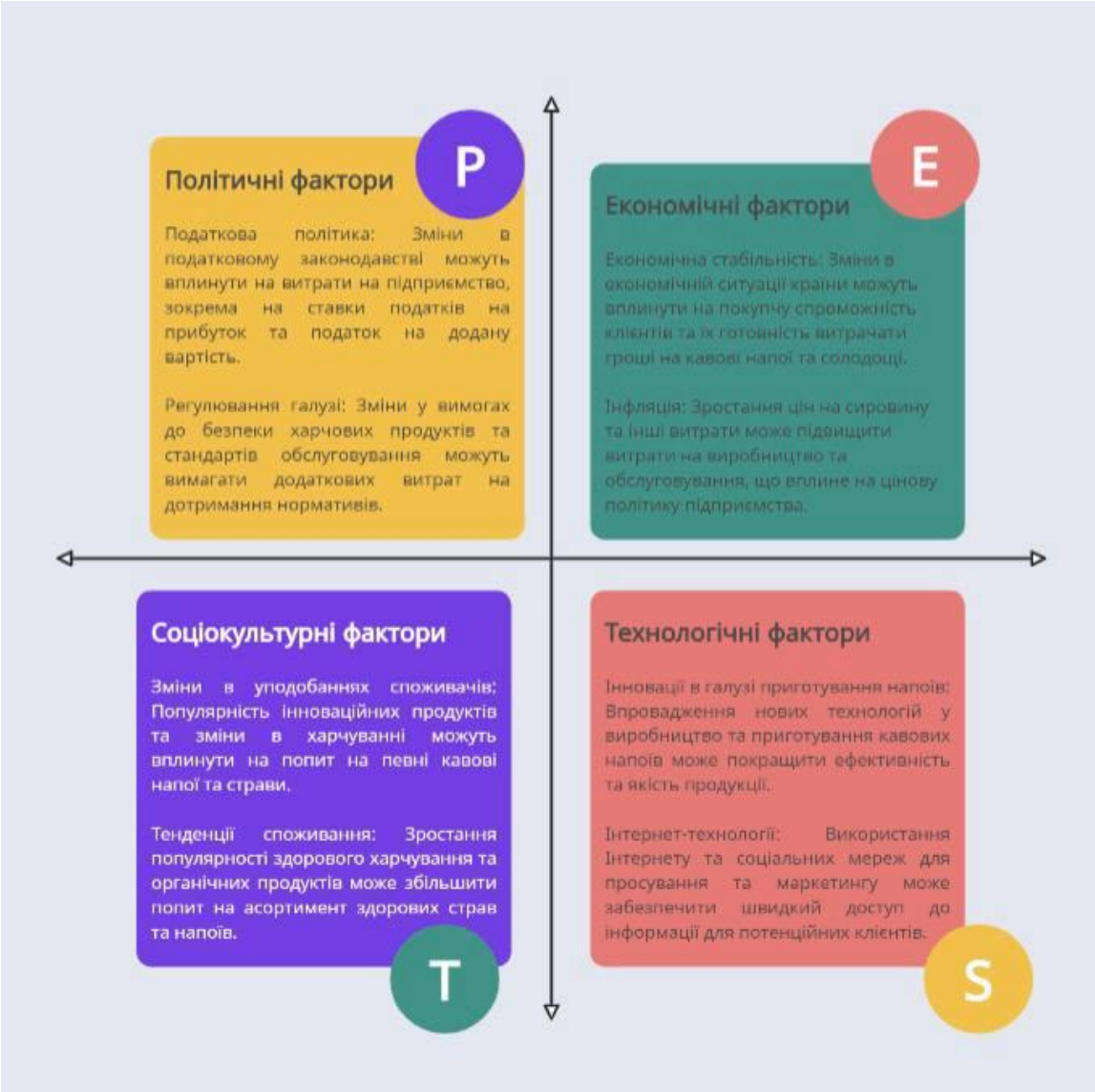
## СЛАБКІ СТОРОНИ

- Нове підприємство, що може потребувати часу для залучення постійної клієнтської бази.
- Висока конкуренція в галузі кавових закладів у центрі міста.
- Потребує додаткових вкладень у рекламу та маркетинг для залучення уваги клієнтів.

## ЗАГРОЗИ

- Нестабільна економічна ситуація в країні, яка може вплинути на покупчу спроможність клієнтів.
- Конкуренція з боку вже відомих та усталених кавових закладів у місті.
- Зміни в законодавстві або фінансові обмеження, які можуть вплинути на ведення бізнесу.

PEST-аналіз закладу "Драконяча Фляга"





Приклад меню закладу

# Драконяча фляга

Меню

## Сурамарський пряний чай

Автори напою стверджували, що готують його за рецептом настільки давнім, що ще калдорай пили його на зорі своєї історії. Так це чи ні – судити не можемо, але в тому, що цей пряний і освіжаючий чай створить особливу атмосферу – жодних сумнівів у цьому немає!

250 гр/75 грн



## Морська кава

Сьогодні до сніданку ми приготували напій за новим рецептом. Карамельне молоко, густа кавова піна і щіпка морської солі – таке поєднання вас точно підбадьорить і порадує. Можемо подати напій у гарячому чи холодному вигляді, як забажаєте.

250 гр/80 грн



## Тіневиновий шанді

Весна вступає у свої права, а погода стає все приємнішою для лісових прогулянок. Ліс оживає, з-під товщі торішнього листя та хвої пробивається перша зелень, зацвітають перші квіти. Після таких прогулянок вже не завжди хочеться зігрівальних напоїв, часом тягне на щось освіжаюче та легке. І шанді з кулінарної книги Номі в такі моменти дуже до речі!

200 гр/100 грн



# Драконяча фляга

Меню

## Бісові шоколадні тістечка

М'яке, розсипчасте, з шоколадом, прянощами та шматочками пікантного імбиру. На таке печиво падки маленькі бесіята, адже воно таке смачне, що здатне спокусити будь-кого!

120 гр/75 грн



## Просолене моряцьке печиво

Це ситне печиво цінують і люблять моряки Тирагардського помор'я. Вони беруть його з собою в плавання, їдять як перекус або додають до густих супів і ароматних рагу. Одна з гостей таверни якось сказала: «Просолене моряцьке печиво – дух моря та свободи!»

180 гр/75 грн



## Круковичні плячки

Форма, зовнішній вигляд та техніка приготування круковичних плячок традиційні для кухні людей та ельфів. Але кулітарські принесли в цей десерт дещо своє, використовуючи для його приготування місцеві продукти – трави, запашний мед і дикі ягоди, що виростають на території островів.

170 гр/100 грн



## Гарбузові оладки від Пенні

Терміново прихоль у нашу таверну! Тут на тебе чекають чарка пишних рум'яних гарбузових оладок з медом і кучоць гарячого напою! З такими оладками навіть найнеприємніший осінній ранок стане краще, а серце шукача пригоду наповниться радістю та умиротворенням!

150 гр/150 грн



Сертифікат

