

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

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
_____ **Данько Н.І.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ КАФЕ
«ХАРКІВ-BOOK»

Виконала: студентка 4 курсу групи УГР-41
Освітньої програми «Готельно-ресторанна
справа» за спеціальністю 241 «Готельно-
ресторанна справа»
Внукова Ярослава Євгенівна

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

Рецензент:

Підсумкова оцінка за шкалою ЗВО:

Кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2024 рік

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

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

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студента Внукова Ярослава Євгенівна

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи «Розробка інноваційного проєкту кафе «Харків-
book»

затверджена наказом від “12” 04 2024 №4002-5/809

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні засади розвитку ресторанної галузі	10.12.2022	
Формування концептуальних пропозицій та дослідження перспектив розвитку інноваційного кафе	16.03.2023	
Проектні рішення кафе	21.04.2023	

Термін подання дипломної роботи на кафедру 10.06.2024 р.

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

КЕРІВНИК РОБОТИ _____ доцент Д.В. Горєлков

Дата видачі завдання 21.11.2023 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником _____ Я.Є. Внукова

Завідувач кафедри

міжнародної електронної комерції

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

АНОТАЦІЯ

Внукова Я.Є. «Розробка інноваційного проєкту кафе «Харків-book»

Запропоновану роботу присвячено проєктуванню закладу ресторанного господарства типу кафе нової формації у м. Харків. В роботі проведено огляд основних теоретичних питань проведення проєктних робіт, наведено аналіз закладів ресторанної індустрії типу кафе, проаналізовано світовий досвід створення та діяльності кафе-книгарень у різних частинах світу. Сформульовано концепцію закладу, проведено дослідження ринку потенційних споживачів та обґрунтовано доцільність реалізації проєкту. Проведено розрахунки основних виробничих приміщень та необхідного торговельно-технологічного обладнання, розроблено базисну виробничу програму. Проведено проєктування закладу в цілому та основних виробничих приміщень.

Ключові слова: концептуальне рішення кафе, кафе-книгарня, проєктні пропозиції, інноваційний проєкт, розрахунок обладнання.

ANNOTATION

Vnukova Y. «Development of an innovative cafe project «Kharkiv-book»

The proposed work is devoted to the design of a new formation cafe-type restaurant establishment in the city of Kharkiv. In the robot, an overview of the main theoretical issues of project work was carried out, an analysis of the establishments of the cafe-type restaurant industry was provided, and the world experience of creating and operating cafe-bookstores in different parts of the world was analyzed. The concept of the institution was formulated, market research of potential consumers was conducted, and the feasibility of project implementation was substantiated. Calculations of the main production premises and the necessary commercial and technological equipment were carried out, a basic production program was developed. The design of the institution as a whole and the main production premises was carried out.

Keywords: conceptual solution of a cafe, cafe-bookstore, project proposals, innovative project, equipment calculation.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ	7
1.1. Загальні основи формування закладів типу кафе.....	7
1.2. Практичний розвиток індустрії кафе-книгарень.....	12
РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО КАФЕ «ХАРКІВ-ВООК»	19
2.1. Обґрунтування концептуальних пропозиції інноваційного кафе.....	19
2.2. SWOT та PEST-аналіз діяльності інноваційного кафе.....	30
РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ КАФЕ «ХАРКІВ-ВООК»	35
3.1. Розробка базисно-проектної технологічної програми.....	35
3.2. Складання планово-розрахункової програми підприємства та визначення чисельності працівників.....	41
3.3. Проектування виробничих приміщень закладу.....	43
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми. Сучасна ресторанна індустрія зазнає низки випробувань на стійкість та зрілість. Це явище утворилось внаслідок спочатку довготривалої пандемії потім початком та продовження військових дій на території держави. Ці негативні для індустрії явища носять різний характер, проте, дозволили виявити слабкі місця та вказали шляхи для покращення та нові напрямки розвитку галузі. Одним з таких напрямків стало здатність закладу до трансформації та гнучкість до потреб клієнтів, а також розвиток служб доставки кулінарних виробів не тільки мереж фаст-фуду, а ресторанів та кафе різного рівня та напрямленості. Всі ці вже позитивні явища надали нового поштовху для поліпшення якості роботи закладів сфери ресторанного господарства. Однак, незважаючи на явні позитивні риси у складних умовах, є ще одне питання, яке завжди було і мабуть буде актуальним за будь яких часів та обставин. Цим питанням є створення нових форматів закладів та розробка унікальних концепцій, які будуть цікаві споживачеві та перспективними для інвестування бізнес структурами. З огляду на це, логічним є постановка якості цілі проєкту розробка принципового нового формату закладу.

Цілі проєкту. Основотворчою метою проведених досліджень є розробка інноваційного проєкту закладу ресторанного господарства типу кафе з формуванням організаційно-проєктних рішень з метою подальшого практичного впровадження.

Актуальність теми. З урахуванням поставленої цілі досліджень в пошуку нового формату закладу та формування концепції доцільним є звернути увагу на такі явища як культурне середовище в якому буде функціонувати та розвиватись бізнес-проєкт. За різними даними переважною частиною споживачів у закладах типу кафе різного формату рівня є молодь різних вікових категорій. З урахуванням культурного середовища, яке утворилось у м. Харків протягом останнього століття молодь займає в ньому значущу частину, адже Харків це місто студентів та науковий центр. Харків'яни звикли відвідувати бібліотечні фонди різного рівня та напрямленості, відвідувати різноманітні

культурно-просвітницькі заходи. З появою інтернету ці показники дещо знизились, але прагнення містян до освіти та культурного спілкування залишилось, а з цим і залишилась потреба у нових форматах обміну інформацією та проведенням часу за читанням. В бібліотеках Харкова зазвичай не передбачувалась організація пунктів харчування в будь-якому вигляді, що створювало певні незручності для читачів, які працювали у бібліотеках протягом тривалого часу. З розвитком мережі інтернет інтенсивність відвідування бібліотек суттєво знизилась, але потреба у спілкуванні за книгою залишилась. З огляду на ці чинники доцільним буде поєднання закладу просвітницького спрямування з закладом ресторанної індустрії. Такий заклад одночасно забезпечить і якісне харчування та обслуговування, а разом з тим надасть можливість читання книг та їх обговорення широким колом. Слід також увагу, що інформаційні носії можуть мати різний характер – як електронний так і паперовий. Підсумовуючи наведені чинники можна сказати, що розробка нового формату проекту кафе є актуальною та своєчасною для вирішення проектною задачею.

Об'єкт дослідження. Інноваційний проект закладу ресторанного господарства типу кафе «Харків-book».

Предмет дослідження. Використання інноваційних проектних та технологічних методів та рішень для проектування та організації роботи кафе «Харків-book» у м. Харків.

Ступінь вивчення проблеми. Проблемними питаннями дослідження розвитку закладів ресторанної індустрії протягом тривалого часу займалась низка вчених. Такі вчені як Дейниченко Г.В., Пересічний М.І., Дуб В.В., Данько Н.І. приділяли увагу створенню інноваційних форматів та інноваційних рішень в закладах ресторанної індустрії. Слід відзначити, що питання, які ними вирішувались, носили як теоретичний так і практичний характер адже поєднували у собі рішення, що набули сьогодні практичної реалізації у реальних проектах та бізнес-пропозиціях.

Мета роботи. Розробка організаційних та проєктних рішень кафе «Харків-book» у м. Харків.

Завдання дослідження. За для досягнення поставленою мети та цілей проєкту необхідним є вирішення низки завдань різного роду та характеру:

- дослідити рівень розвитку ресторанної індустрії у сегментів кафе у м. Харків та Україні в цілому;
- дослідити ринок з точки зору конкурентного оточення потенційного закладу та можливості виходу його на ринок;
- розробити та сформулювати концепцію кафе «Харків-book»;
- провести роботу зі SWOT- аналізу діяльності закладу, що проєктується;
- розробити заходу щодо проєктування кафе «Харків-book» та провести їх реалізацію.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань були застосовані наступні методи досліджень: метод аналітичного аналізу даних отриманих з науково практичних джерел, інноваційних методів графічної побудови креслень та обробки даних.

Джерела інформації. Для досягнення мети були використані наступні джерела інформації: наукові роботи провідних дослідників та практиків індустрії, технічна інформація виробників технологічного устаткування та дилерів, статистично-довідникова інформація у відкритих джерела Держстатслужби, відкриті офіційні інтернет-ресурси, довідникова література різного спрямування.

Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 56 сторінках друкованого тексту, кваліфікаційна робота містить 31 рисунок, 13 таблиць, складається з вступу, 3 окремих розділів, висновків, списку використаних джерел, які містить 31 пункт, додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Загальні основи формування закладів типу кафе

Згідно ДСТУ 4281:2004 кафе – це заклад ресторанного господарства який має широкий асортимент страв, кондитерських виробів і напоїв. В якому застосовують такі види обслуговування, як самообслуговування або обслуговування офіціантами. Також, зараз дуже актуальні спеціалізовані кафе в різних напрямках [1]. У цих кафе не лише подають їжу та напої, а й надають можливість проводити дозвілля, грати та вчитися, що є новим явищем. У місті Бандунг, Західна Ява проводилось дослідження метою якого було з'ясування причин, через які молодь та студенти відвідують ці кафе та ресторани. Було виявлено нову культуру навчальної поведінки. Результати та інтерпретація показують, що студенти та молодь вважають за краще вибирати кафе чи ресторани як місце для навчання під час їжі [2]. На думку студентів, вони не хочуть навчатися в школі чи бібліотеці через стомлюючу та стресову атмосферу навколо. Знайдено нове визначення простору (неформального простору) як місця для навчання. Кафе обслуговує образи ерудованої, космополітичної та сучасної молоді, і всі вони привабливі. Як концептуальний простір, скромне кафе вийшло за рамки свого покликання як піт-стопа і відродилося як вираз академічного життя, що поєднує у собі виробництво знань та підвищення настрою, серйозні знання та грайливість.

Зараз ця тенденція набуває обертів і в Україні. Люди все частіше працюють, читають, навчаються у закладах ресторанного господарства. Тому виникла ідея створити кафе з книгами, яке б сприяло виведенню молоді та студентів навчатись за межами навчальних закладів, щоб створити нову атмосферу, покращити настрій та підвищити їхню участь в уроках онлайн, а також інших сферах життя.

Загальний дохід закладів ресторанного господарства в Україні у другому звітному півріччі 2023 року підвищився до рівня 30%. Це у порівнянні з

подібним періодом 2022 року, а також зросли відвідуваність на 10%, та середній чек – на 18%. Такі результати обнародовані компанією Poster за підсумками аналізу у 2023 році. Отримані дані для дослідження ґрунтувалися на он-лайн опитуваннях 5000 закладів ресторанної індустрії України [3].

Друга половина звітного 2023 року показала підвищення зростання доходу, якщо порівняти із минулим роком. Наприклад, сегмент ресторанів показав зростання на 37%. Зростання середнього чеку на 23% з 508 грн. до 625 грн., а поточна відвідуваність зросла на 11%. Найбільшу динаміку росту показав сегмент кав'ярень, який збільшив виручку на 31% протягом 2023 року. За той самий період відвідуваність в закладах зросла на 9%, і середній чек зріс на 20%, у грошових одиницях з 82 грн. до 98 грн. Цьому заростанню є декілька пояснень, одним з яких є підвищення вартості сировини [4].

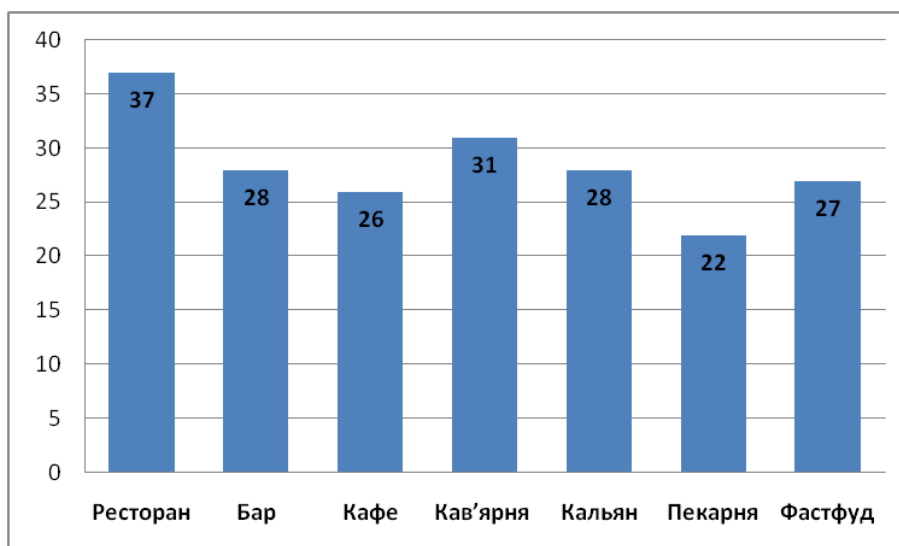


Рис. 1.1. Динаміка зростання виручки закладів ресторанного господарства II півріччя 2022 до II півріччя 2023 року у відсотках

За іншими даними дохід сегмента такого типу закладів як бар також зросла на 28%, і відповідним чином середній чек зріс на 12% з 311 грн. до 348 грн. Відвідуваність збільшилася на 15%. Це явище підтверджує і співзасновниця коктейль-бару «Полуночники» та бістро «Чік Чак», засновниця ECLIPSE у Вінниці Влада Агаркова. Вона стверджує, що валовий обіг в другій половині 2023 року зріс на 12% у порівнянні з 2022 роком. Вона також

відзначає, що кількісні показники гостей не змінювались, натомість кількість чеків зменшилась. Якщо інтерпретувати це грошових одиницях то це на рівні 200 грн і становить на теперішній час – 1100 грн. Окрема ситуація спостерігається у сегменті пекарень, які показують збільшення рівня виручки на 22% якщо порівнювати з 2022 роком [3].

Аналізуючи діяльність закладів швидкого харчування, то можна побачити, що середній чек в цих закладах зріс на 17% з 63грн. до 73 грн. Власники закладів відзначають, що відвідуваність зросла лише на 5%. Дохід закладів фаст-фуду зросла до рівня 27%, а при цьому середній чек зріс на 21% з рівня 145 грн. до 175 грн. В підтвердження цього співзасновник мережі Family sushi.pizza.wok, яка налічує 23 заклади на Дніпропетровщині зазначає, що середній чек відвідувача зріс на рівень 7% і це пояснюється за рахунок зростання вартості. На це зростання вплинуло зростання собівартості продуктів і коливання курсу валют [4].

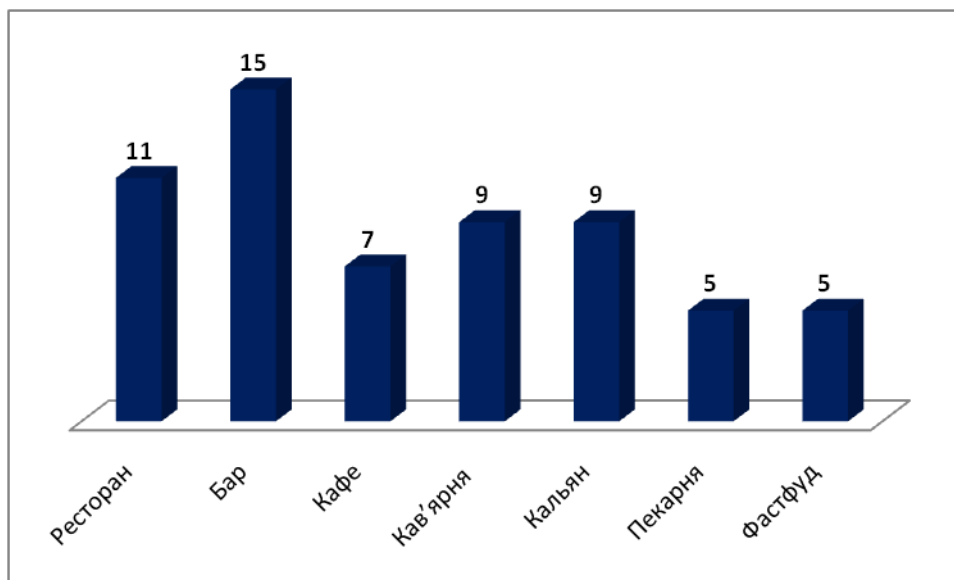


Рис. 1.2. Динаміка відвідуваності закладів II півріччя 2022 до II півріччя 2023 року у відсотках

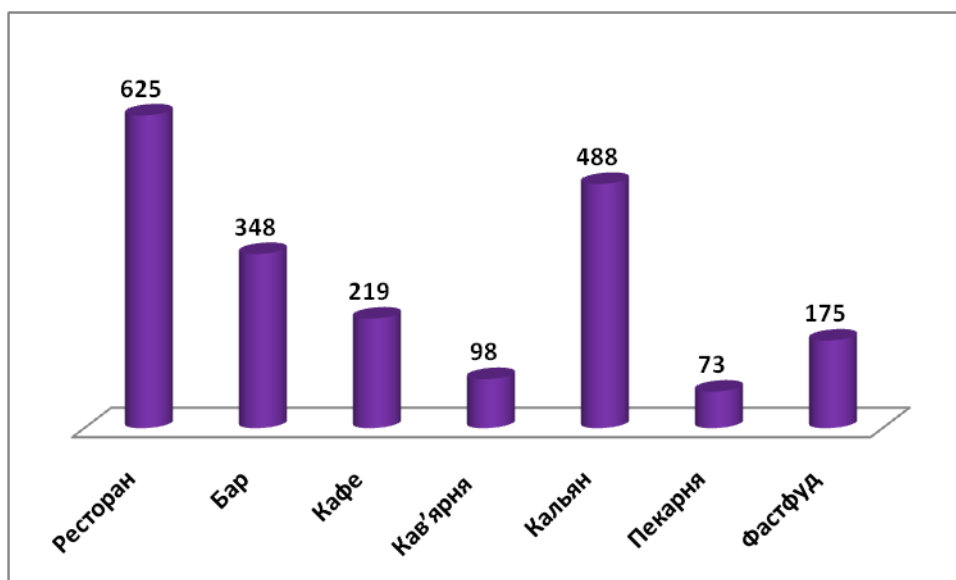


Рис. 1.3. Середній чек закладів ресторанного господарства 2023 року у гривнях

Також, проводилось анонімне анкетне опитування серед рестораторів зі всіх регіонів України в грудні 2023 року. Результати опитування показані на кругових діаграмах.

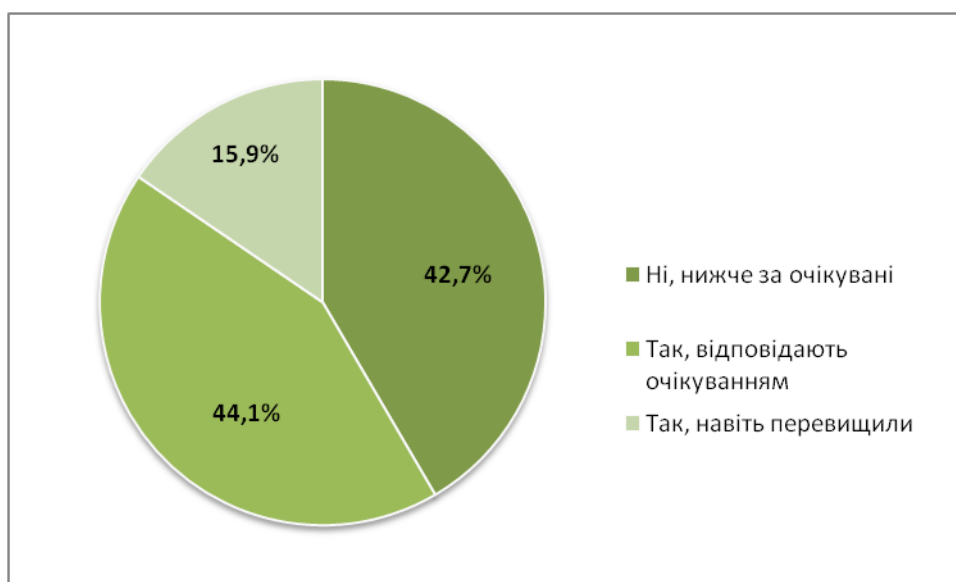


Рис. 1.4. Відсоткова діаграма відповідей на запитання «Показники роботи закладу за 2023 рік виправдали ваші очікування?»

Аналізуючи наведені дані у рестораторів 2023 року була низка складних питань, які вони мали вирішувати. Серед таких питань були: найму та

утримування колективу, втримувати вартість страв, втримувати зростання цін, створювати мотивацію для персоналу, вирішувати питання, що виникають під час перевірок.

Існує ще декілька питань, які також були стримуючими чинниками для розвитку ресторанної індустрії. Одними з таких чинників були низький рівень продаж, зміна поведінок покупців, зростання рівня комунальних платежів та ін. Наслідком цього стало те, що 38 % власників ресторанного бізнесу стикнулись зі зниженням рентабельності бізнесу у 2023 звітному році, а 34% власників зазначають, що рентабельність їх закладів залишалась на сталому рівні, без зросту. Проте 20-22% опитуваних все ж таки зазначають про незначні, але зростання на рівні 10-15%. Окрім зросту та уповільнення зросту є показник закладів в 12%, який свідчить про недоотримання прибутків протягом 2023 року. [5]

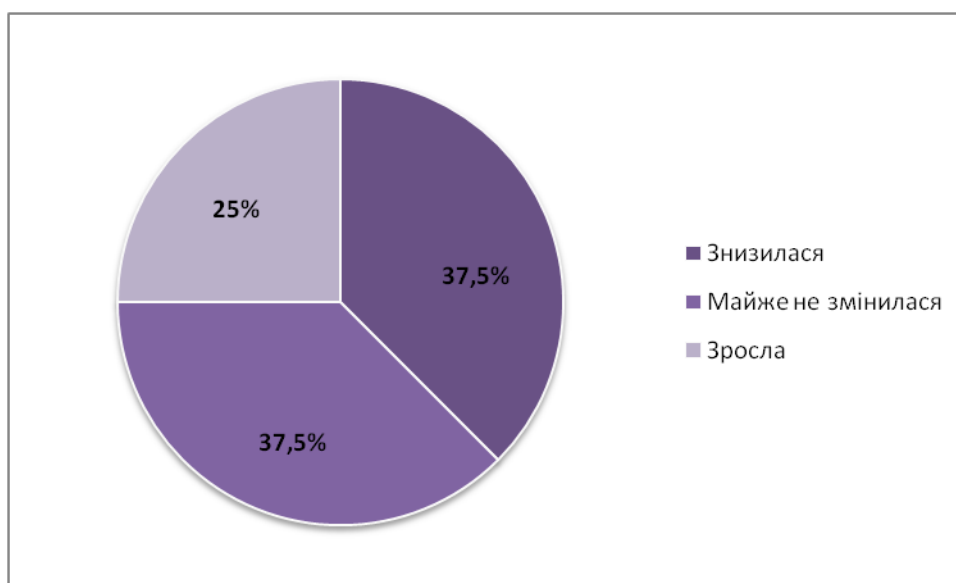


Рис. 1.5. Відсоткова діаграма відповідей на запитання «Як змінилася рентабельність у 2023 році порівняно з 2022 роком?»

Загальні показники рентабельності свідчать про коливання ринку ресторанної індустрії і нестабільності його розвитку. Для цього є причини різного роду та характеру.

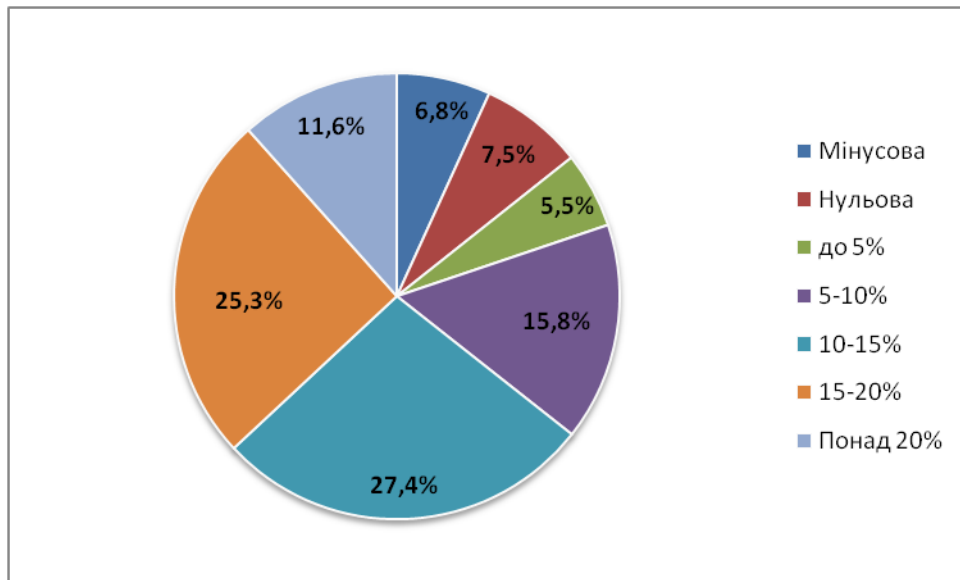


Рис. 1.6. Відсоткова діаграма відповідей на запитання «Яка середня рентабельність вашого закладу у 2023 році?»

Для усунення цих причин мають відбутись зміни економічного та політичного характеру, але разом з тим мають проходити заходи, що покращують роботу самого закладу та ефективне прогнозування діяльності закладу ще на етапі проектування.

1.2. Практичний розвиток індустрії кафе-книгарень

Одним з інноваційних напрямків розвитку ресторанної індустрії є створення нових форматів закладів. Кожного дня ми можемо спостерігати появу нових закладів, проте зараз не здивуєш відвідувача новим фаст-фудом, кав'ярнею, баром тощо. Але є зараз на ринку ресторанных послуг формат, який ще не набув нав'язливої популярності, проте користується попитом по всьому світові. Цим типом закладів є кафе-книгарня. Для більш точного розуміння формату закладу слід провести огляд вже існуючих підприємств, які розвивають.

Перше кафе у цьому списку це «Leaping Windows» в Мумбаї. У читальному залі «Leaping Windows» дуже багато шаф з коміксами. Власники позиціонують себе як заклад, в як затишне місце, в якому можна випити різні кавові напої та провести час читаючи мангу, графічні романи та інше. Ці книги повністю поглинають читача в атмосферу сюжету [6].



Рис. 1.7. Зображення «Leaping Windows», Мумбаї

В Нью-Делі на ринку Хан знаходиться кафе «Turtle» — сімейне книжкове кафе, яке ховає у своїх куточках наші найприємніші спогади дитинства. Воно створене у співпраці з книгарнею Full Circle, вивіска біля Turtle гордо та влучно говорить: «Зупиніться. Дихайте. Насолоджуйтесь». Відвідувачі з задоволенням проводять свій робочий день та насолоджуються нескінченною колекцією книг, кавою та делікатесами для гурманів [7].



Рис. 1.8. Зображення через Full Circle & Cafe Turtle, Нью-Делі

Наступний книжковий магазин «Champasa» в Бангалорі. Незалежний книжковий магазин, яким керують жінки, розташований у тупику на Едвард-

роуд, книжковий магазин Chamrasa є відображенням природи. Поетичні читання, кінопокази, тости з авокадо, смузі та тістечка. Книгарня, бібліотека та кафе в рівних частинах, цей простір в сонячному світлі, землястих чашках кави та книгах за книгами, нагромадженими до високої стелі.



Рис. 1.9. Зображення книжкового магазину «Chamrasa», Бангалор

Зворушливий простір, прикрашений кольоровими полицями з книгами в м'якій обкладинці, The Flying Goat – це кафе, бар і книгарня в Анджуні, Гоа. Зайшовши туди, ви нібито потрапляєте на старовинну веранду — простір, де чарпаї розгортаються на фоні пишної ферми на задньому дворі, а книжкові полиці наповнені нечуваними історіями. Тут дуже гарна кава яка хвилює душу, а доступність книг нескінченна [8].



Рис. 1.10. Зображення кафе «The Flying Goat», Гоа

The Coffee Cup в Сайнікпурі, Хайдарабад, ідеально підходить для вечора мусонного бризу, латте з лісовими горіхами та таємного спостереження за

людьми, поки ви вдаєте, що читаєте. З плакатами коміксів, наклеєними на цегляні стіни, та камінними полицями, прикрашеними класикою та рослинами у горщиках, це кафе можна знайти на околиці міста. Coffee Cup більше підходить для того, щоб ви могли відкласти виконання повсякденних завдань і натомість сховатись під обкладинками книги [9].



Рис. 1.11. Зображення «The Coffee Cup», Хайдарабад

Кафе-книгарні починають з'являтися і в Україні, в більшості це центральна частина міста, а саме місто Київ. Арт-майданчик «BOOKVABAR» знаходиться на другому поверсі книгарні «Літера». Місце поєднує в собі бар, арт-зону та майданчик для проведення культурних заходів. Тут можна купити книгу в магазині та почати читати, купивши собі в барі каву чи чай. Також, тут є тераса, яка працює в літню пору року з якої відкривається вид на місто [10].



Рис. 1.12. Зображення бару «BOOKVABAR», Київ

Магазин-кафе у Києві де продають українські книги або в українському перекладі. В продажі є кави та види різного печива. Всі книги можна як почитати на місці, так і купити, забрати додому [11].



Рис. 1.13. Зображення кафе «Моя книжкова полиця», Київ

А кав'ярню «Старого Лева» на Прорізній відкрило львівське видавництво «Видавництво Старого Льва». У меню бару тут – чай, какао та різні чаї. А у «книжковому меню» можна знайти виключно книги видавництва. До речі, всі книги тут можна купити за видавничою ціною – такою самою, як і на сайті видавництва [12].



Рис. 1.14. Зображення кав'ярні «Старого Лева», Київ

Аналогічно приведеним проектам, які користуються певним попитом існують схожі заклади в яких зроблена спроба поєднання книжкового магазину та кафе, проте варіанта симбіозу кафе з бібліотекою та формування концепції кафе-книгарні не сформовано. Так, є кафе «ХАРМС», яке позиціонує себе як інтелектуальне міське кафе зі «зрозумілою їжею та правильною кавою». В

закладі пропонують почитати книги, які знаходяться на полицях по всьому приміщенню. В асортименті друковані книги різного жанру та срімування.



Рис. 1.15. Інтер'єр кафе «ХАРМС»

Подібне до попереднього закладу є діючий заклад «ІМБІР». Це кафе позиціонується, в першу чергу як вегетаріанське місце, але власники закладу також роблять ставку на книги. По залі вздовж стін стоять стелажі з книгами, які може почитати відвідувач. Книжки також мають різну напрямленість і мають скоріше статус аксесуар інтер'єру ніж самостійну послугу.



Рис. 1.16. Інтер'єр кафе «ІМБІР»

Окрему увагу слід приділити закладу «YUMMY MUMMY». Заклад являє собою не зовсім класична кафе-бібліотека. Проте заклад зоновано за допомогою книжкових стелажів, але без тематичних напрямків.



Рис. 1.17. Інтер'єр кафе «ІМБІР»

Окрім книг, тут є також журнали та фотокаталоги – все це можна спокійно читати, затишно влаштувавшись у кріслі чи на дивані. Місце працює не як кав'ярня, а як повноцінний ресторан, тому крім кави тут можна також щільно пообідати або повечеряти.

РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО КАФЕ «ХАРКІВ-BOOK»

2.1. Обґрунтування концептуальних пропозиції інноваційного кафе

Першочерговим завданням для розв'язання задачі проєкту інноваційного кафе є формування концептуальних рішень, які дозволять окреслити технічні, маркетингові та технологічні аспекти створення та розвитку закладу.

Так першочерговим завданням є створення стилістичної напрямленості та ідеології діяльності закладу. Ідеологія закладу буде базуватись на двох принципах: «любов до книги» та «пригоститись надзвичайним кулінарним виробом». Базуючись на цих двох принципах і буде формуватися кафе. Як вже було зазначено раніше, розташування кафе передбачається у м. Харків. Місто обрано не випадково. Харків – це місто студентів, науковців і взагалі вважається найчитаючим містом України. Хоча неможна не відзначити, що ще заданими 2012 року [13] Україна не увійшла у 20 читаючих країн Європи. Цей показник звісно не є позитивним, проте лише свідчить про необхідність поновлення культури читання та збільшення кількості читаючого населення і звернути увагу на Європейський досвід [13].

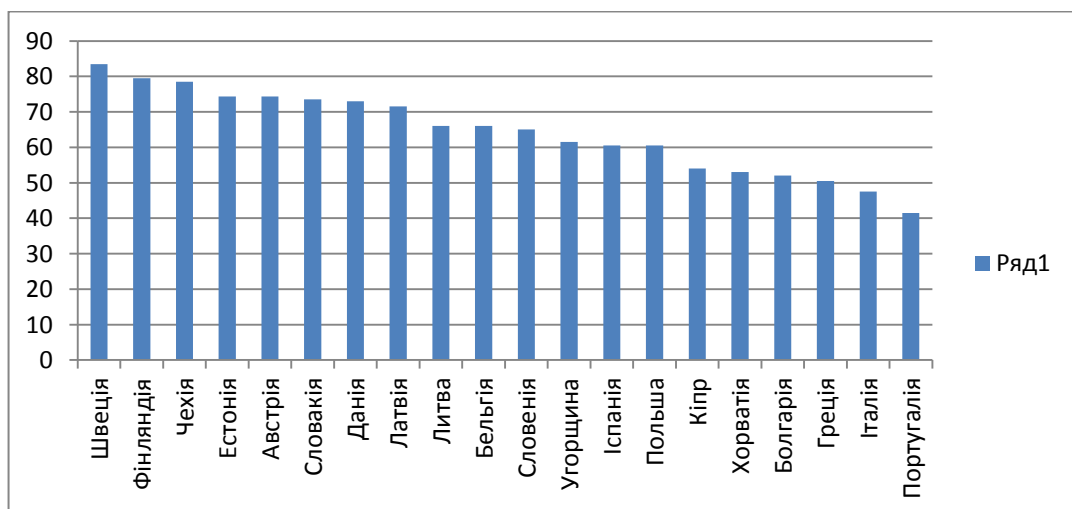


Рис. 2.1. Доля населення у %, що читає хоча б одну книгу на рік

Цей досвід показує, що населенню України є до чого прагнути і доводить той факт, що реалізація проєкту кафе-книгарні лише сприятиме розвитку популярності читання та зробить його знову популярним трендом серед молоді та решти населення.

В підтвердження доцільності розвитку читання можна привести дані опитування міського населення України за період з травня 2023 по травень 2024 рр.

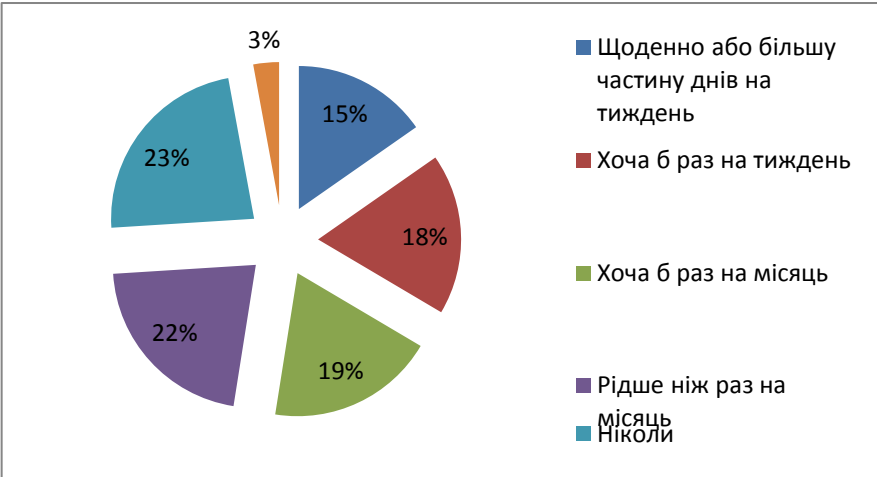


Рис. 2.2. Доля міського населення України, щодо користування книгами станом на 2024 р.

Орієнтовно аналогічні дані були отримані GfK Ukraine у 2011 році (рис2.3) [13]. Ця кореляція даних свідчить лише про те, що негативна тенденція щодо низького рівня людей, що читає книги є незмінною.

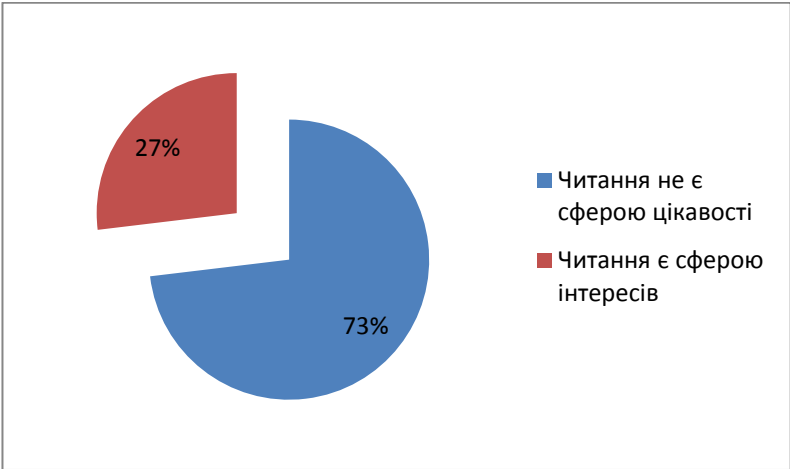


Рис. 2.3. Результати опитування GfK Ukraine у 2011 році [13]

Однак, слід відзначити, що низький рівень популярності читання і саме читання книг притаманний не для всіх обласних міст. Так, лідерами з читання книг можна зазначити такі міста: Харків, Одеса, Київ, Дніпро, Львів. Таке розташування міст обумовлено низкою чинників: активною видавничою діяльністю спеціалізованих компаній, значною кількістю навчальних закладів вищої школи та інших навчальних закладів, а також наявністю бібліотек з багатим фондом та книжковим ресурсом. Щодо результатів опитування населення м. Харків на предмет популярності читання та читання книг, то були тримані наступні результати рис. 2.4.

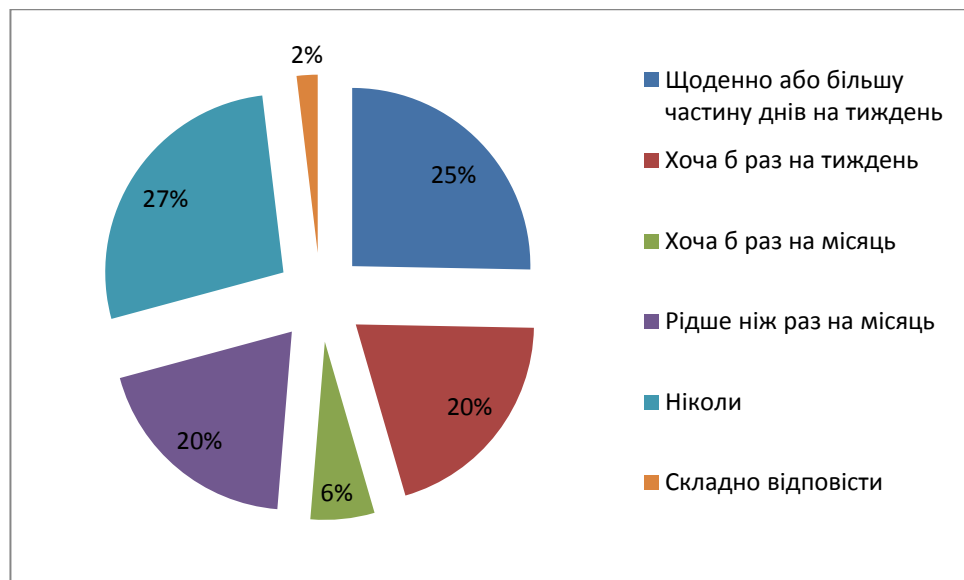


Рис. 2.4. Доля населення м. Харків, щодо користування книгами станом на 2024 р.

Результати за м. Харків є значно вищими ніж загальними по Україні, проте, не є задовільними та не сягають показників бажаного Європейського рівня. Ці показники лише довозлять доцільність прийнятого рішення щодо міста розташування кафе та актуальність розвитку проєкту.

Для популяризації закладу та виходу його на ринок закладів ресторанної індустрії Харківщини, а з годом і всією територією країни пропонуємо сформувати фірмове найменування з двох смислових складових: асоціативного ряду з містом та книгою. Враховуючи повагу та особливу любов харків'ян до

рідного міста, то можна передбачити, що назва міста у фірмовому найменуванні надасть популярності серед містян. Таким чином, пропозицією щодо фірмової назви є «Харків-book». Друга частина «book» є зрозумілою для більшості освічених людей та надає чітке змістовне тлумачення щодо напрямленості закладу. Також друга частина найменування буде зрозумілою для потенційних відвідувачів-туристів з перспективами становлення закладу як візитівки міста як, наприклад, «Lviv Croissants» та інших закладів, що мають належність міста розташування.

Для використання у повсякденній діяльності та рекламній продукції пропонується наступний вигляд торговельного знаку (рис. 2.5). Торговельний знак віддзеркалює фірмову назву яка обрамлена еліпсом коричневого кольору, який символізує з одного боку колір стародавніх книг, а з іншого колір кави як основи для напоїв, що передбачається до подачі у закладі. Також коричневий колір буде символізувати достатню кількість кондитерських виробів на основі шоколаду, які будуть окремими пропозиціями для відвідувачів. Такий вибір не є випадковим, оскільки під час читання активізується розумова діяльність і в організмі читача виникає потреба у солодкому. Для оформлення внутрішнього інтер'єру також передбачається використання теплих, пастельних кольорів з включенням коричневих кольорів. Фон фірмового найменування пропонується оформити рожевим кольором пастельного тону. Тон та колір символізуватимуть наявність солодких виробів з оздобленням крему та наявністю фруктових начинок у виробах та фруктових основ у сезонних напоях.



Рис. 2.5. Фірмова назва та торговельний знак кафе «Харків-book»

Наступним кроком для ефективного розвитку проєкту кафе є визначення місця розташування та аналіз існуючого та потенційного конкурентного середовища. Враховуючи зазначені показники щодо попиту читання у харків'ян, то доцільним є розташування кафе поблизу до основних потоків читачів, поблизу навчальних закладів, на місцях перетину відпочиваючих та туристів. Враховуючи розміри міста, то таких місць може бути значна кількість, але на наш погляд найбільш зручним з точки зору розташування першого кафе, а в перспективі і розгалуження мережі найвдалішим є розташування на перетині вулиці Сумській та провулку Грабовського (рис. 2.7) на першому поверсі будівлі. Будівля розташована

Будівля на теперішній час знаходиться у статусі нежитлового фонду. Планується для реалізації проєкту використання першого поверху в якому попередньо розташовувався нічний клуб та магазин (рис. 2.6). Використання саме цього об'єкту полегшить підключення до мережевих комунікацій, які вже містяться у будівлі, що знизить рівень початкових капіталовкладень.



Рис. 2.6. Фасад будівлі проєктованого кафе «Харків-book»

З точки зору подальшого функціонування закладу та логічного місце розташування закладу також обрано не випадково. Через провулок поруч з кафе розташовано Драматичний театр ім. Т.Г. Шевченка, фасад кафе виходитиме на

Театральну площу, яке перетікає у площу Поезії, вище за вулицею Сумською знаходиться Харківський радіотехнічний технікум, в радіусі 500 метрів знаходиться Харківська державна академія культури, Харківський автотранспортний коледж, неподалік знаходиться і парк культури та відпочинку ім. Т.Г. Шевченка і ще багато різних культурних закладів, а отже функціонування закладу буде відбуватись у сприятливому культурному середовищі, яке за змістом відповідатиме потребам населення та може бути популярним для туристів тому як знаходиметься на центральній вулиці міста.

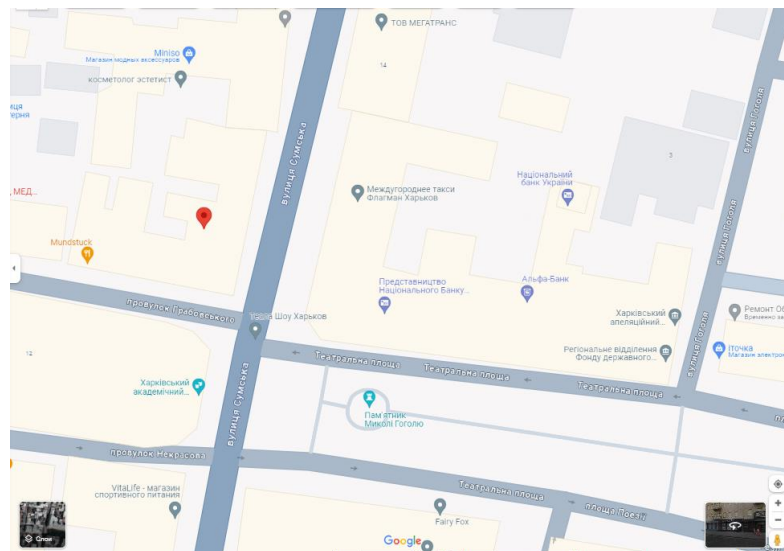


Рис. 2.7. Географічне місце розташування кафе «Харків-book»

Якщо розглянути конкурентне середовище серед закладів ресторанної індустрії, то прямими конкурентами проєктованого закладу на теперішній час є низка закладів. Серед яких є: кальянна «#Шо», кафе Barsalata, ресторан швидкого харчування «Макдоналдс», «Fusioncafe», «Крендель», «Star times», «Aroma KAVA» та більш дрібні заклади різного рівня. Наведені заклади пропонують доволі широкий спектр кулінарних виробів та напоїв, цей асортимент носить доволі різний характер і такі заклади як бари, як за своєю суттю так і за асортиментом, матимуть доволі слабкий конкурентний вплив, але такі заклади як кафе «Barsalata» та «Крендель» за своїм асортиментом потенційно будуть вагомими конкурентами закладу для категорії споживачів, що завітають до закладу з метою споживання суто кулінарних виробів без довготривалого проведення часу за читанням.

З точки зору прямої конкуренції та існування подібних закладів за форматом та напрямленістю, то таких закладів не виявлено. Таким чином можна сказати, що обраний формат закладу та запропонована концепція закладу та концепція розвитку потенційно приведе до успіху та забезпечить належні темпи розвитку та короткі строки окупності проєкту.

Для остаточного формування концепції та її практичної реалізації наступним кроком має стати формування принципових рішень, щодо оздоблення внутрішнього інтер'єру закладу, його організаційної структури. Першочергово було заявлено, що планується використання першого поверху для розташування виробничої групи приміщень, торгівельної зали та адміністративно-побутової групи приміщень. Проте за паспортними даними об'єкта незадіяними залишатимуться ще два поверхи, відповідно 2-го та 3-го поверхів будівлі. Ці зали потенційно и поетапно можуть бути також задіяні у функціонуванні закладу по мірі його розвитку. Крім того стилістично вони можуть бути оформлені у відповідному літературному стилістичному напрямку. Так, ми пропонуємо в кінцевому варіанті отримати на всіх трьох поверхах зали різної тематичної напрямленості: 1-й поверх торговельна зала класичної літератури, 2 – й поверх зала поезії, 3-й поверх зала фантастики. На всіх трьох поверхах пропонується вільного простору для презентації авторських видань безпосередньо авторами. Такий організаційний простір дозволить залучити додаткових відвідувачів до закладу, отримати додатковий прибуток за рахунок договірних виплат за проведення презентацій книг, а також планується підписання угод з видавництвами та авторами щодо популяризації їх творів та повсякденного продажу у кафе. Слід також зазначити, що кафе позиціонуватиме себе як інноваційний заклад який пропонуватиме не тільки друковані видання, а й видання на електронних носіях з дотриманням всіх авторських угод та правил використання. Передбачається, що відвідувач матиме подвійне меню, яке складається з меню з кулінарними та кондитерськими виробами та літературне меню, в якому пропонуватимуться в першу чергу найсвіжіші видання, потім в порядку зростання за роками виходу

творів. В кожному тематичному залі передбачається застосування свого меню, але за загальним принципом. Окрім замовлення літературних творів кафе відвідувач матиме змогу користування мережею Wi-fi та матиме можливість проводити час за читанням літератури свого власного вибору на власному носії, зробивши замовлення з основного меню страв та кулінарних виробів.

Для остаточного формування концептуальних рішень закладу та подальшого проєктування слід вирішити питання принципового характеру щодо внутрішнього оздоблення приміщення та його технічного оснащення.

Цими питаннями є:

- освітлення;
- оздоблення стін та елементів інтер'єру;
- меблювання приміщень;
- технічне оснащення посадкових місць гостей.

В контексті формування фірмового стилю та створення необхідного психо-емоційного середовища прийнято рішення, що буде використано поєднання коричневих та бежевих теплих відтінків. Така тональна та кольорова гамма дозволить створити необхідне середовище, яке створюватиме у відвідачів відчуття затишку та домашньої атмосфери, яка сприятиме позитивному налаштуванню на процес читання та споживання вишуканих страв. В якості оздоблення стін та предметів інтер'єру пропонуємо використання декорованої штукатурки світло-бежевого кольору та коричневого у вигляді натуральної або імітованої деревини. Сходи між поверхами (рис. 2.8. а) планується виконати у вигляді книг з зображенням корінців різних видів книг. Додатково передбачається організація годинників із декоруванням книг різних авторів та стилістики (рис. 2.8. б).

Для виконання кутових стельових та інших елементів інтер'єру передбачається оздоблювати деревиною різних порід в залежності від призначення того чи іншого елемента. Деревина присутня не тільки у оздобленні інтер'єру, а й меблювання. Столи, стільці пропонується також виготовити з деревини, але більш світлих тонів (рис. 2.9. а). Деревина має бути

щільних порід, також передбачається використання і індивідуальних засобів обслуговування. Для відокремлення окремого простору передбачається використання ширм-книжок з натуральної деревини та текстильних матеріалів у кольорових відтінках стін (рис. 2.9. б).



а)

б)

Рис. 2.8. Приклади стилістичного оформлення внутрішнього інтер'єру кафе «Харків-book»

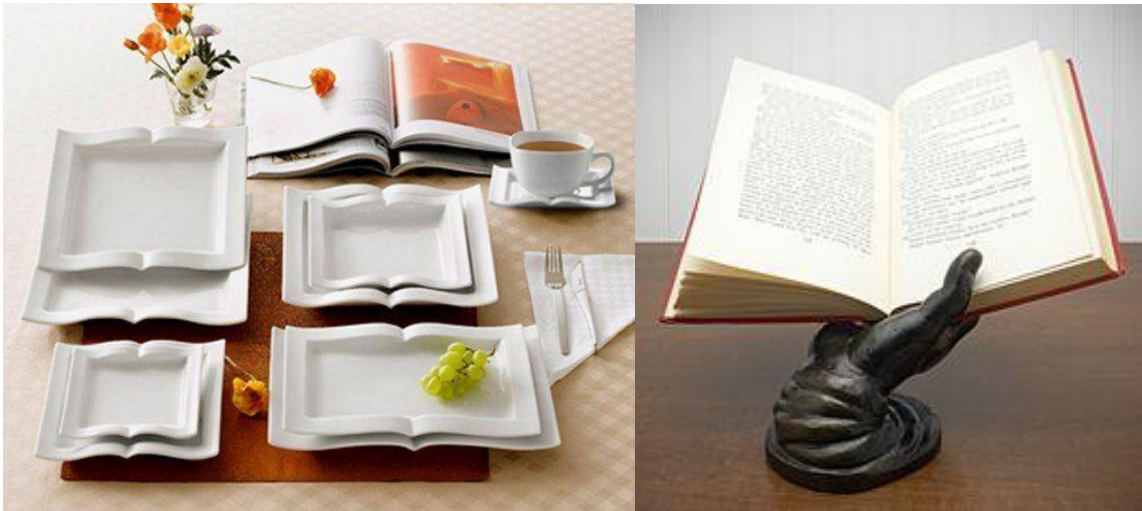


а)



б)

Рис. 2.9. Варіант стилістичного оформлення внутрішнього інтер'єру кафе «Харків-book»



а)

б)

Рис. 2.10. Приклад сервірування та організації процесу читання книги у кафе «Харків-book»

Для продовження формування загальної концепції кафе-книгарні ми пропонуємо використовувати навіть під час обслуговування тарілки та інші предмети сервірування у вигляді книжок. Такий вид посуду надасть можливість додатково поринути у світ книжкового простору, сприймати процес споживання страв як процес сприйняття інформації різного роду. Посуд передбачається до виготовлення з фарфору, оскільки він на відміну від фаянсу має меншу вагу, а отже буде більш зручним у користуванні для споживачів та зменшить навантаження на обслуговуючий персонал. Набір посуду передбачається використовувати повнокомплектний в залежності від типу замовлених страв. Не секрет, що значна кількість людей має звичку щодо одночасного споживання страв та читання, то ж с цією метою передбачається використання підставок-рук під друковані книги, електронні книги або смартфони. Використання таких підставок дозволить забезпечити гігієнічність перебування гостя та споживання страв, а також унеможливить ситуації псування книг або пристроїв у разі випадкового розлиття напоїв. Меню пропонується за QR-кодом. Друкованого меню передбачається випуск в обмеженій кількості за замовленням відвідувача.

Ще одним питанням необхідним для вирішення є організація освітлення загального та посадкових місць. Для загального освітлення пропонується застосування світильників Едісона різної конфігурації та яскравості в залежності від місця освітлення. Для персонального освітлення посадкового місця пропонуємо використання персональних настільних світильників із зеленим абажуром.



а)



б)

Рис. 2.11. Приклад освітлення у кафе «Харків-book»

На нашу думку, використання світильників Едісона надасть необхідного затишку та візуального комфорту відвідувачам, а використання персонального світильника з зеленим абажуром персоналізувати посадкові місця, забезпечити необхідний рівень освітленості під час читання, та зробить більш зручною роботу для офіціантів під час обслуговування, оскільки яскравість абажура на фоні теплих тонів буде вирізняти місце, яке використовується та добре бачити на якому етапі слід приділити увагу гостю.

Щодо технічного оснащення місця відвідувача, то воно планується оснащувати розеткою 220В, USB-роз'ємами, сенсорними панелями для вибору літератури та оплати замовлень. Всі носії паперового та електронного характеру задля запобігання неправомірного виносу за межі кафе планується

оснащувати магнітними стрічками-наліпками, а вхід-вихід рамковими антенами задекорованими під загальний інтер'єр.

Таким чином першопочатково сформулювала концепція розвитку закладу дозволяє припустити, що діяльність закладу має всі перспективи для реалізації та подальшого успіху. З метою підтвердження дієвості запропонованої концепції та більш детального аналізу діяльності закладу слід провести SWOT-аналіз, який має виявити слабкі та сильні сторони проєкту.

2.2. SWOT та PEST-аналіз діяльності інноваційного кафе

Серед низки способів ефективного аналізу компаній та її становища у просторі необхідно виділити SWOT та PEST. Обидва методи ставлять на меті дати розробнику об'єктивну оцінку ситуації та всі необхідні дані для прийняття адекватних, зважених та цілеспрямованих рішень.

Абревіатура SWOT розшифровується з англійської як:

- Strengths (сильні сторони);
- Weaknesses (слабкі сторони);
- Opportunities (можливості);
- Threats (загрози).

До позитивних явищ можна віднести:

- підхід до маркетингу;
- вдалу географію чи сучасне обладнання;
- фінансові ресурси та інвестиції;
- професіоналізм та згуртованість колективу;
- якість товарів чи послуг.

А ось кілька прикладів слабких сторін:

- брак фінансування;
- скромний розмір цільової аудиторії;
- високі виробничі витрати;
- відтік клієнтів;
- висока плинність кадрів.

Щодо решти чинників - можливості та загрози. Ці зовнішні фактори, які позначаються на успіх компанії. І це може бути, наприклад:

- тенденції ринку;
- динаміка розвитку економіки;
- фінансування та фінансові ресурси;
- демографія клієнтів;
- політичні, екологічні та економічні норми.

SWOT-аналіз може бути використаний для тільки нових починаючого закладу, а також стане знадобиться тим учасникам бізнесу, хто зіткнувся з низькими показниками діяльності без очевидної причини або готується до суттєвих змін у бізнесі, серед яких можуть бути:

- запуск нової ініціативи;
- перегляд внутрішніх правил;
- зміна напрямку;
- зміна плану у процесі його виконання;

Таблиця 2.1.

SWOT-аналіз діяльності кафе «Харків-book»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Розташування поблизу перетину туристичних потоків; 2. Територіальне розташування в центральній частині міста поруч з концентрацією потенційних споживачів; 3. Задоволення потреб певного сегменту споживачів; 4. Відсутність прямих конкурентів та аналогічного формату закладів	1. Існуючий невисокий рівень популярності читання книг молоддю; 2. Існуючий невисокий попит на користування закладами ресторанного господарства; 3. Підвищення рівня аренди приміщення

Продовження табл. 2.1.

Можливості	Загрози
1. Застосування інноваційних технічних новинок; 2. Зростання популярності читання серед населення; 3. Проведення презентаційних заходів авторів нових літературних творів.	1. Погіршення демографічної ситуації; 2. Розширення території ведення бойових дій; 3. Зниження попиту на користування літературою

Абревіатура PEST розшифровується як набір чинників різних категорії, які перекладаються з англійської як:

- Political (політичні);
- Economic (економічні);
- Social (соціальні);
- Технологічні (технологічні).

Все ці чинники є зовнішніми чинниками і здатні впливати на розвиток бізнесу. Наприклад, у межах PEST-аналізу доцільно розглянути такі питання:

- дії лідируючої політичної партії можуть позначитися на податках, темпах торгівлі, можливостях для зростання та розвитку бізнесу;
- фондовий ринок, процентні ставки та впевненість споживачів у завтрашньому найближчому майбутньому позначаються на інтенсивності бізнесу;
- зміна демографічних показників, зміна цінності та способу життя цільової аудиторії закладу;
- зміна техніко-технологічного рівня розвитку.

В особливих випадках та за необхідності застосовують розширений методу, який прийнято називати PESTLE-аналізом. В кому літери «L» та «E» означають юридичні (legal) та екологічні (environmental) фактори.

PEST-аналіз дозволяє як додатковий метод до SWOT аналізу отримати дані для оцінити, як рішення чи орієнтири компанії співвідносяться з

об'єктивними чинниками зовнішнього світу. Це вид аналізу допоможе виявити загрози, до того часу як вони трансформуються у дійсні проблеми, і дозволить виявити, як не починати проекти, приречені на провал під впливом зовнішніх факторів. PEST-аналіз доцільно використовувати, в тих випадках коли потрібно прийняти об'єктивне рішення щодо реалізації принципово інноваційного проєкту, вихід на новий рівень у новій країні, регіон або мінливий ринок.

Таким чином, PEST-аналіз дозволяє оцінити зовнішні фактори (не зважаючи на те, що вони пов'язані з окремими сторонами бізнесу), натомість SWOT-аналіз враховує як зовнішні, так і внутрішні аспекти.

Таблиця 2.2.

PEST -аналіз діяльності кафе «Харків-book»

Політичні	Економічні
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільність політичної ситуації; 2. Наявність військових дій на території країни; 3. Нестабільність та мінливість правової системи. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високі темпи інфляції; 2. Залежність вартості технічних засобів від іноземних постачальників; 3. Низький рівень інвестиційної привабливості регіону
Соціальні	Технологічні
<ol style="list-style-type: none"> 1. Складна демографічна ситуація; 2. Падіння рівня доходів населення; 3. Зміна пріоритетів споживачів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Затримка у оновленні програмного забезпечення; 2. Довготривала відсутність централізованого постачання електричної енергії та водозабезпечення

Для більш повної оцінки діяльності закладу та прогнозування імовірних несприятливих явищ було прийнято рішення про проведення поетапного SWOT аналізу та PEST –аналізу з метою деталізації та охоплення як усього більшої

кількості чинників. На основі проведеного комплексного аналізу було виявлено, що найбільш сильними сторонами діяльності закладу є: Розташування поблизу перетину туристичних потоків, територіальне розташування в центральній частині місця поруч з концентрацією потенційних споживачів, задоволення потреб певного сегменту споживачів, відсутність прямих конкурентів та аналогічного формату закладів, що говорить про добрі перспективи функціонування закладу, існує також і перелік можливостей які дозволять розширити можливості діяльності закладу. Наряду з позитивними чинникам, які свідчать про перспективи існує низка загроз соціального, економічного та політичного характеру основними з яких є: наявність військових дій на території країни, високі темпи інфляції, довготривала відсутність централізованого постачання електричної енергії та водозабезпечення, падіння рівня доходів населення, що змушує зробити певні висновки щодо строків практичної реалізації проекту. Такими висновками може бути рішення про відтермінування запуску закладу до періоду закінчення військових дій у регіоні і як наслідок поліпшення економічної ситуації та гарантіях надійного та ефективного забезпечення роботи комунікаційних систем. Інші загрози носять, на нашу думку другорядний характер і суттєвого впливу на становлення та розвиток закладу не несуть. В часовий проміжок до практичної реалізації проекту більшу вагу можна приділити деталізації технічних рішень, розробці детального бізнес-плану та розробці організаційних заходів кафе.

РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ КАФЕ «ХАРКІВ-BOOK»

3.1. Розробка базисно-проектної технологічної програми

Технологічні розрахунки

Складання базисно-проектної технологічної програми підприємства дозволяє визначити структуру виробничого процесу. В основі розробки БПТП I рівня лежать види послуг, що надає підприємство, та асортимент продукції, що виробляє підприємство [32, 33].

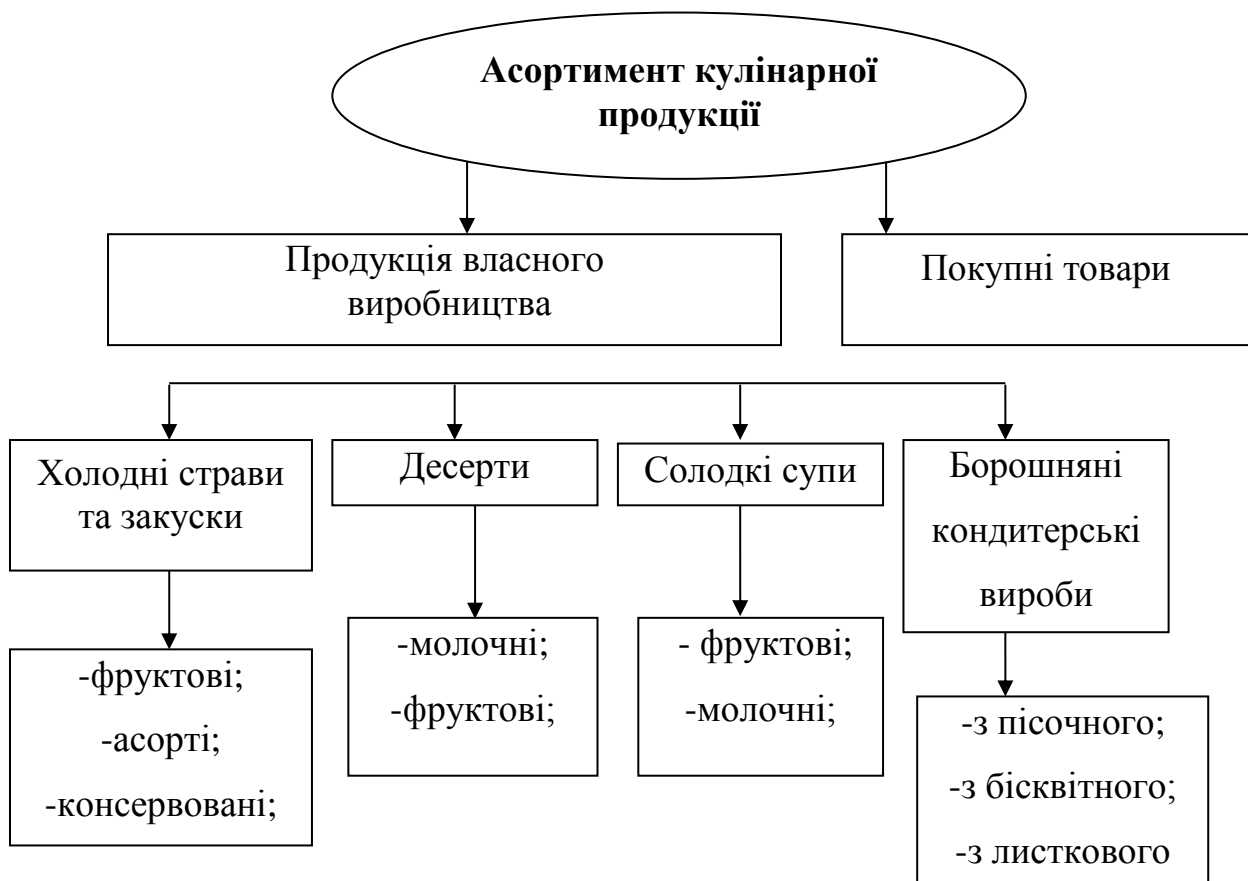


Рис. 3.1. Асортимент кулінарної продукції кафе

Згідно до концепції кафе, яке проектується, розроблено прогнозований асортимент кулінарної продукції, що наведено на рис. 3.1.

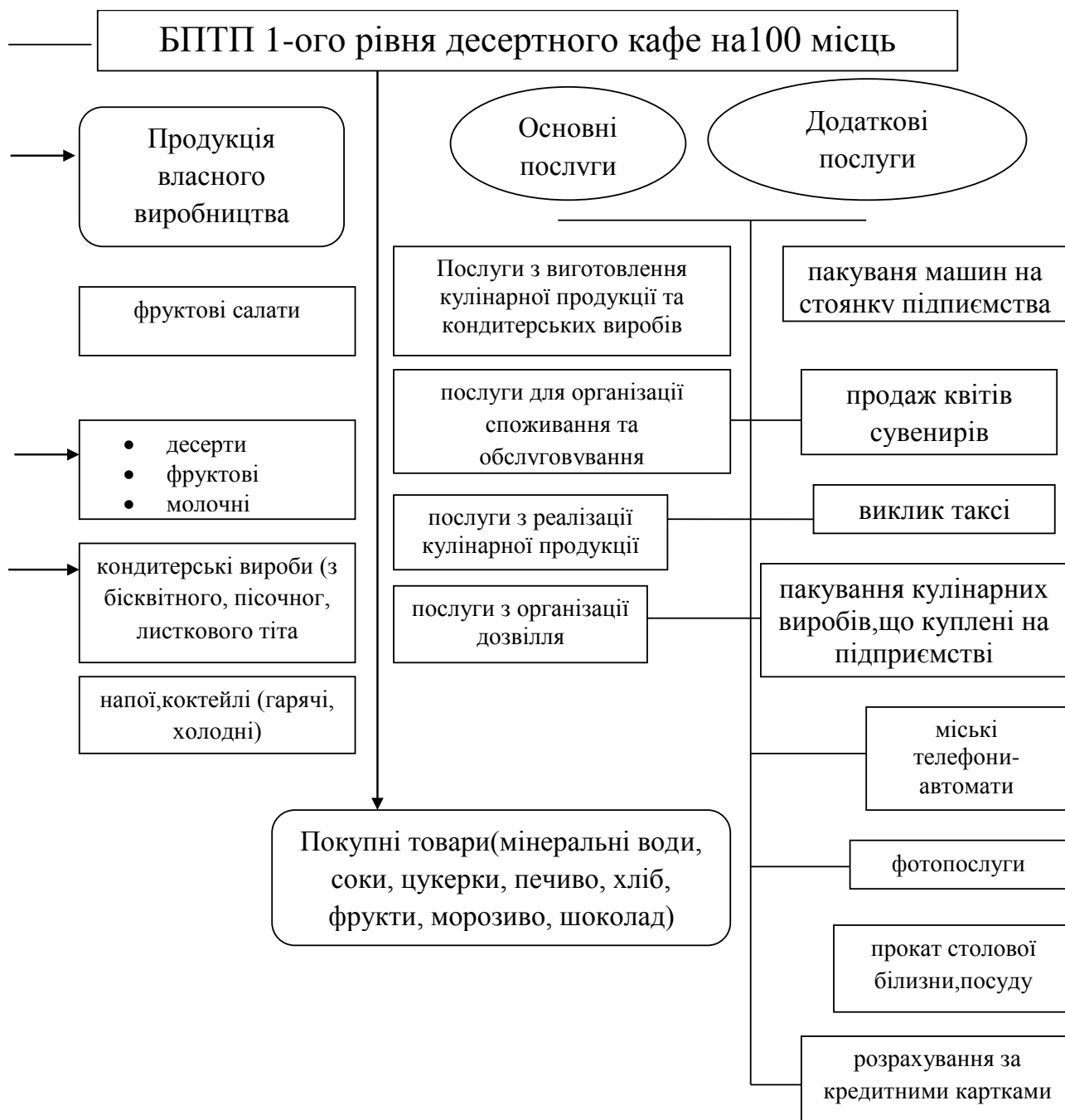


Рис. 3.2. Схема розробки БПТТ-1 рівня

Відповідно до типу проектуемого підприємства, прогнозованого асортименту продукції змодельовано технологічний процес та визначено основні етапи: приймання сировини за якістю та кількістю, зберігання

сировини, механічна кулінарна обробка, теплова обробка, реалізація готової продукції. Схему виробничого процесу на підприємстві наведено на рис. 3.2

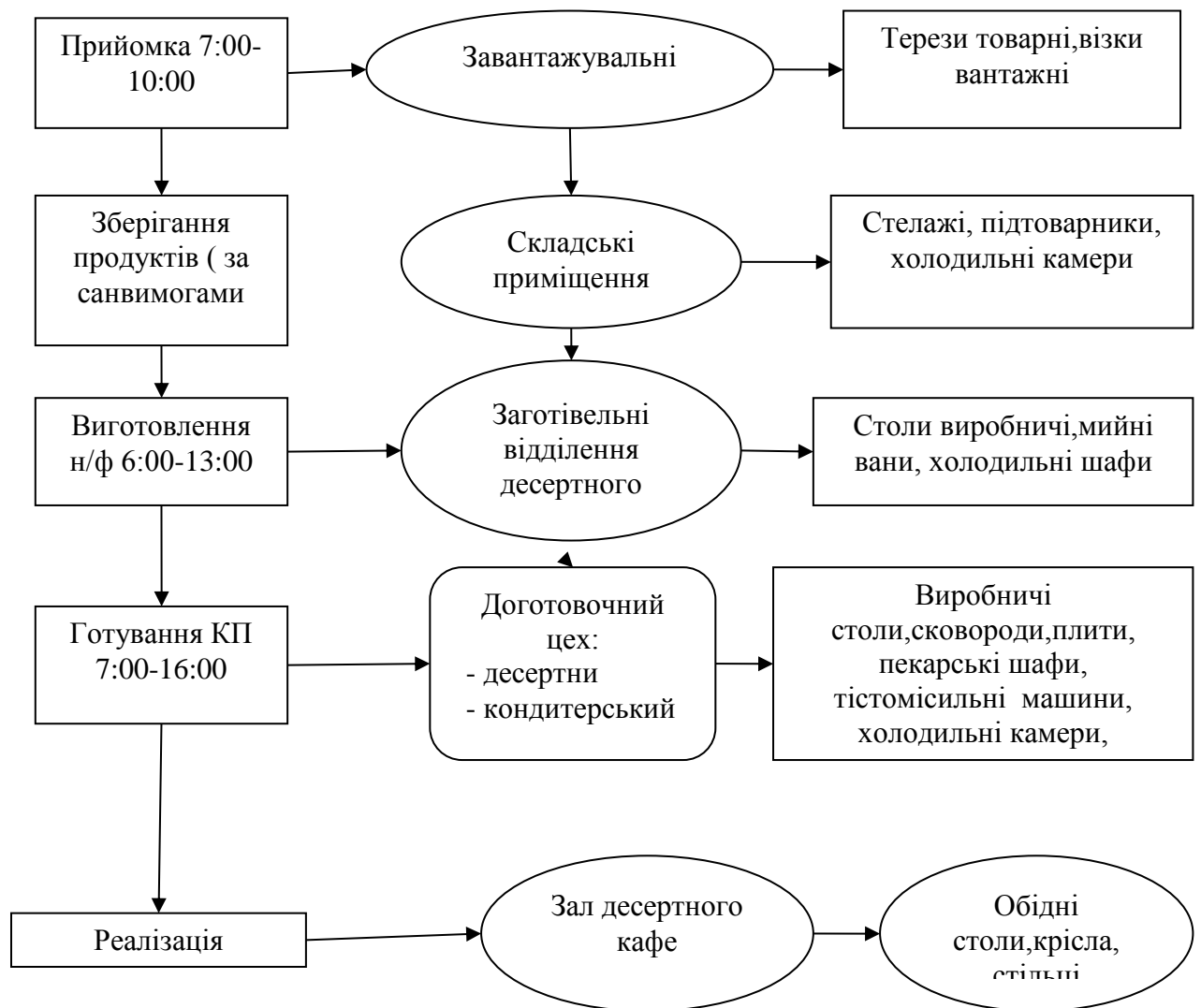


Рис. 3.3. Схема виробничого процесу на підприємстві

В основі розробки БПТП II рівня лежить визначення кількості споживачів, яка прогнозується на підставі проведення соціологічних досліджень закладів ресторанного господарства, що мають аналогічні показники (тип підприємства, кількість місць, асортимент продукції). Результати аналізу існуючих підприємства наведено в таблицях 3.1, 3.2.

Таблиця 3.1

Результати спостереження кількості відвідувачів кафе «Трапеза» на 50 місць протягом 5 днів

№	Номер інтервалу спостереження											
	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23
1	10	15	20	15	20	30	40	50	40	30	20	10
2	5	10	15	20	25	33	40	45	42	28	22	10
3	15	20	23	27	30	35	45	55	48	32	25	20
4	20	25	30	45	58	70	82	92	78	65	55	20

Таблиця 3.2

Спостереження потоку відвідувачів на 3-му діючому підприємстві на 50 місць

Номер дня спостереження	Номер інтервалу спостереження											
	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23
1	5	10	15	20	25	30	40	50	40	30	20	10
2	7	13	17	20	25	33	40	55	42	28	22	10
3	10	15	23	27	30	35	45	55	48	32	25	20
4	15	20	30	45	58	55	52	60	65	60	55	25

Таблиця 3.3

Імітація потоку відвідувачів підприємства, що проектується

Номер дня спостереження	Номер інтервалу спостереження											
	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23
1	8	10	20	24	30	33	50	62	50	37	25	12,5
2	10	16	21	31	31	41	50	66	53	35	27	12,5
3	14	20	29	34	37	44	56	68	60	40	31	25
4	20	26	38	56	73	73	73	83	85	76	69	30
Середнє значення	13	18	27	36,3	42,8	47,8	57,3	69,75	62	47	38	20



Рис. 3.4. Графік потоку відвідувачів ЗРГ, що проектується, де інтервал 1 – 11...12год, 2 – 12...13год, 3 – 13...14год, 4 – 14...15год, 5 – 15...16год, 6 – 16...17год, 7 – 17...18год, 8 – 18...19год, 9 – 19...20год, 10 – 20...21год, 11 – 21...22год, 12 – 22...23год;

Ураховуючи те що $n = 100$, $l = 2$, $n_1 = 50$, $n_2 = 200$, $v_1 = 5$, $v_2 = 6$, одержимо прогнозована кількість відвідувачів ЗРГ, що проектується:

$$N = 500$$

де n та l - кількість відвідувачів та кількість підприємств аналогів, відповідно.

Таким чином прогнозована кількість відвідувачів підприємства, що проектується, складає 500 чоловік протягом дня

Для розрахунку прогнозованої частоти замовлення страв різних груп потрібно визначити довірчі інтервали генеральної частоти замовлення страв, що зведемо у таблицю.

Анкетування відвідувачів аналогічних закладів дозволило визначити частоту замовлень основних груп страв, для якої були розраховані довірчі інтервали (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

Довірчі інтервали для генеральної частоти замовлення страв різних груп

Група страв	Вибіркові частоти	Довірчі інтервали частоти замовлення
Салати	0,55	0,5...0,6
Солодкі супи	0,25	0,2...0,3
Десерти	0,55	0,45..0,65
Борошняні кондитерські вироби	0,57	0,52...0,62
Напої	0,95	0,92...0,98

На підставі визначення кількості потенційних споживачів закладу та обраного довірчого інтервалу на рівні максимального для генеральної частоти замовлень визначено кількість страв, що прогнозується виробляти на підприємстві. Результати розрахунків наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 3.5

Розрахунок прогнозованої кількості страв для підприємства, що проектується

Група страв	Прогнозована кількість відвідувачів(N)	Довірчі інтервали для генеральної частоти замовлення страв	Прогнозована кількість страв (n)
Салати	500	0,6	300
Солодкі супи	500	0,3	150
Десерти	500	0,65	325
Борошняні кондитерські вироби	500	0,62	310
Напої	500	0,98	490
Разом			1575

3.2. Складання планово-розрахункової програми підприємства та визначення чисельності працівників

Надалі для розрахунку кількості виробничих працівників складаємо планово-розрахункову програму підприємства, що проектується, та результати зведемо в таблицю.

Проектування технологічних процесів ґрунтується на даних щодо асортименту та кількості кулінарної продукції, що реалізується у підприємстві, а також чисельності виробничих працівників. Для цього потрібним є складання планово-розрахункової програми підприємства, яке проектується (таблиці 3.9, 3.10). Для розрахунку необхідної кількості робітників закладу з врахуванням проведення фуршетів до суми затрат основного додається сума затрат часу на виготовлення продукції для фуршетів.

Таблиця 3.6

Планово-розрахункова програма закладу, що проектується

Група страв кулінарних виробів	Місця реалізації		Трудомісткість страв	
	У залі		Норма часу, сек.	Сумма витрат часу, сек
	Питома вага, %	Кількість страв в залі/ реалізація в торгівельній мережі		
1	2	3	4	5
Напої, у т.ч.		490		
гарячі	50	245	20	4900
холодні	50	245	30	7350
Десерти, у т.ч.		325		
молочні	70	228	55	12540
фруктові	30	97	221	21437
Борошняні кондитерські вироби		300/1700	Розрахунок виконується при проектуванні кондитерського цеху	
з пісочного	25	77		
з бісквітного	50	155		
з листкового	25	78		
Холодні страви та закуски, у т.ч.		300		
салати фруктові	50	150	70	10500
нарізка	25	75	70	5250
консервовані	25	75	70	5250
Солодкі супи		150		
молочні	50	75	100	7500
фруктові	50	75	100	7500
Разом				82227

Кількість виробничих працівників визначаємо за формулою

$$N_{\text{спис.}} = \sum t_{\text{в}} \alpha / 3600T \quad (3.1)$$

$$N_{\text{спис.}} = 82227 * 1,32 / 3600 * 7 = 108539,64 / 25200 = 5 \text{ чол,}$$

де t_v - сума витрат часу на виготовлення страви, c ; α – коефіцієнт, який враховує роботу підприємства без вихідних, святкових днів для підприємств, що працюють 7 днів на тиждень $\alpha = 1,32$.

Таким чином загальна облікова чисельність виробничих працівників для кафе, що проектується складе 5 чоловік, з них 40% буде працювати в заготовочному цеху, 60% – у десертному, що відповідно складає 2 і 3 чоловіка.

3.3 Проектування виробничих приміщень закладу

Проектування складської групи приміщень (завантажувальна: охолоджувальна камера/комора сухих продуктів).

Складське господарство закладу призначено для приймання та короткочасного зберігання сировини, напівфабрикатів та продуктів, що надходять від постачальників. У приміщеннях складської групи умови зберігання продуктів мають бути оптимальними, відповідати санітарними нормам правилам та забезпечувати збереження харчової цінності та органолептичних властивостей сировини [34, 35]. Режим роботи торговельного залу закладу та асортимент продукції, що виробляється на підприємстві, визначають режим роботи складських приміщень. Складські приміщення розпочинають роботу о 7.00 з метою підготовки запланованої продукції до реалізації до моменту відкриття закладу для відвідувачів. Закінчення роботи складських приміщень співпадає із закінченням роботи залу, тому режим їх роботи становить з 7.00 до 22.00.

Сировина для виготовлення продукції власного виробництва визначається з урахуванням сировини для виготовлення кулінарної продукції згідно планово-розрахункової програми закладу та сировини, необхідної для організації реалізації продукції у мережі супермаркетів та ЗРГ у роздрібний продаж (табл. 3.7).

Таблиця 3. 7

Сировина для виготовлення продукції власного виробництва кафе

№ з/п	Вид сировини	Сировина (брутто), кг
1	Борошно	75,6
2	Цукор	39
3	Молоко	5
4	Яйця	19,4
5	Жири	30,3
6	Сир кисломолочний	9,3
7	Сметана	1,14
8	Кисломолочні напої	5
9	Вершки	2,0
10	Яблука	10,5
11	Банани	3
12	Апельсини	10,5
13	Ківі	15,2
14	Лимони	4,8
15	Повидло, джем, конфітур, у т.ч. наповнювач плодово-ягідний капсульний	5,4
16	Молоко згущене	1.1
	Всього	237,24

Інші види сировини розраховуємо як відсоток від суми основних видів сировини, що необхідна для повсякденної роботи закладу (табл. 3.18).

Таблиця 3.8

Розрахунок додаткових видів сировини

№ з/п	Вид сировини	Співвідношення, %	Кількість, кг
1	Основна сировина	80	237,24
2	Спеції та приправи	0,1	0,3

Продовження табл. 3.8

3	Сухофрукти	0,6	1,8
4	Сік натуральний	0,6	1,8
5	Консерви плодово-ягідні	1,9	5,6
6	Чай	0,1	0,3
7	Кава	0,7	2,1
	Разом	100	249,14

В табл. 3.9 представлено зведену сировинну відомість закладу, що проектується.

Таблиця 3.9

Зведена сировинна відомість закладу, що проектується

№ з/п	Вид сировини	Витрати сировини на виготовлення продукції власного виробництва, кг	Покупна продукція, кг	Загальна маса сировини, кг
1	Борошно	75,6		75,6
2	Цукор	39		39
3	Молоко	5		5
4	Яйця	19,4		19,4
5	Жири	30,3		30,3
6	Сир кисломолочний	9,3		9,3
7	Сметана	1,14		1,14
8	Кисломолочні напої	5		5
9	Вершки	2,0		2,0
10	Яблука	10,5		10,5
11	Банани	3		3
12	Апельсини	10,5		10,5

Продовження табл. 3.9

13	Ківи	15,2		15,2
14	Лимони	4,8		4,8
15	Повидло, у т.ч. наповнювач плодово-ягідний капсульний	5,4		5,4
16	Молоко згущене	1.1		1.1
27	Спеції та приправи		0,3	0,3
28	Сухофрукти		1,8	1,8
29	Сік натуральний		1,8	1,8
30	Консерви плодово-ягідні		5,6	5,6
31	Чай		0,3	0,3
32	Кава		2,1	2,1
33	Холодні напої		29,5	29,5
35	Борошняні кондитерські вироби, шт.		31	31
36	Цукерки, печиво		15	15
37	Винно-горілчані вироби		24,0	24,0
	Разом			349,64

Оскільки потужність закладу, що проектується, невелика, то достатнім є проектування двох охолоджуваних камер для зберігання продуктів, що швидко псуються. Для зберігання сухих продуктів та овочів доцільним є проектування комори сухих продуктів. Для результативного забезпечення зберігання сировини у необхідній кількості та забезпеченні сировинними запасами, а з цим і ритмічності роботи закладу. Вихідними даними для проектування складської групи приміщень слід врахувати характер та особливості зберігання сировини. В нашому випадку це свіжі фрукти та овочі, а також молочні продукти, які передбачаються для використання під час приготування кондитерських виробів та окремих видів напоїв.

Складські приміщення

Таблиця 3.10

Розрахунок площі комори овочів

Комора овочів							
Сировина	Середньодобова кількість сировини	Термін зберігання, днів	Кількість сировини, що підлягає зберіганню, кг	Питоме навантаження, кг/м ²	Площа, яку займають продукти, м ²	Вид складського устаткування	Площа устаткування, м ²
Яблука	10,5	5	52,5	300	0,18	ПТ	
Банани	3	5	15	300	0,05	ПТ	
Апельсини	10,5	5	52,5	300	0,18	ПТ	
Ківі	11,2	5	56	200	0,28	ПТ	
Груши	8,8	5	44	200	0,22	ПТ	
Молочно-жирове відділення							
Молоко	5	1	5	200	0,025	СТ	
Яйця	19,4	3	58,2	220	0,26	ПТ	
Жири	30,3	3	90,9	200	0,45	ПТ	
Сир кисломолочний	9,3	1,5	13,95	220	0,063	СТ	
Сметана	1,14	1,5	1,71	220	0,008	СТ	
Кисломолочні напої	5	1,5	7,5	220	0,034	СТ	
Вершки	2	3	6	220	0,027	СТ	
Повидло, у т.ч. наповнювач плодово-ягідний капсульний	5,4	3	16,2	200	0,081	СТ	
Молоко згущене	1,1	5	5,5	200	0,028	СТ	
Разом на ПТ					1,62	ПТ-2 – 2шт.	1,76
РАЗОМ НА СТ					0,266	СТ-1	0,88
Скам = 2,64 / 0,4 = 6,6 м ²							

Таблиця 3.11

Розрахунок площі комори сухих продуктів

Комора сухих продуктів							
Сировина	Серед ньодо бова кількі сть сиров ини	Термін зберіга ння, діб	Кількіст ь сировин и, що підлягає зберіган ню, кг	Питоме навантаж ення, кг/м ²	Площа, якові займають продукти, м ²	Вид складськ ого устаткув ання	Площ а устатк уванн я, м ²
Борошно	1,1	6	6,6	500	0,01	ПТ	
Вино- горілчані вироби та пиво	24	6	144	420	0,91	ПТ	
Кава	0,6	30	18	120	0,15	СТ	
Консерви плодово- ягідні	1,7	7	11,9	420	0,03	ПТ	
Сік натуральний	0,5	15	7,5	220	0,03	СТ	
Спеції та приправи	0,1	30	3	100	0,03	СТ	
Сухофрукти	0,5	30	15	220	0,07	СТ	
Цукерки, печиво	14,5	5	72,5	400	0,18	ПТ	
Цукор	1,1	6	6,6	500	0,01	ПТ	
Чай	0,1	30	3	120	0,03	СТ	
Разом на СТ					0,31	СПС-2 – 1шт.	0,88
Разом на ПТ					1,21	ПТ-1 – 1шт	1,23
Скам = 2,11 / 0,4 = 5,28 м2							2,11

$$S_{\text{устатк}} = S_1 + S_2 + \dots + S_n, \quad (3.2)$$

де S_1, S_2, S_n – площа, що зайнята окремими видами устаткування;

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{устатк}} / \eta, \quad (3.3)$$

де η – коефіцієнт використання площі, що враховує проходи між обладнанням.

Таким чином площа складських приміщень складе: камера молочно-жирова, сезонних овочів – 6,6 м²; камера сухих продуктів на - 5,28 м²; молочно-жирове відділення приймаємо 6,6 м²; комора сухих продуктів - 5,28 м². Добір устаткування у виробничих приміщеннях здійснюємо на основі даних [16, 18]. Для зберігання молочно-жирових продуктів, гастрономії, сезонних овочів вважаємо доцільним встановити камеру збірно-розбірну середньотемпературну КХС-6 (1940×1940×2020).

ВИСНОВКИ

Виходячи з поставленої мети досліджень щодо розробки проєкту закладу кафе-книгарні у м. Харків та поставлених завдань досліджень було проведено огляд теоретичних питань проєктування закладів ресторанної індустрії. На основі загальнодоступних даних було проведено дослідження ринку кафе у м. Харків, а також були проведені дослідження ринку кафе-книгарень у країнах Європи та світу загалом. Проведені дослідження показали, що даний тип закладів користується у низці країн і цей попит зростає. Дослідження також показали, що цей тип закладів користується попитом в районах де розвинуто наукова та літературна діяльність, а також існує філософія читання як така. Найкращими практиками таких закладів володіють окремі країни Європи та Японія, країни Південної Америки також мають певний розвиток цього напрямку. Україна не має яскравих та успішних прикладів розвитку закладів цього типу. Дослідження також показали, що у населення України є низький рівень популярності процесу читання. Але певні міста, такі як Харків, Одеса, Дніпро є найбільш читаючими містами і маю в собі перспективи до розвитку такого виду ресторанного бізнесу як кафе-книгарні.

На основі проведеного аналізу було сформовано та розроблено концепцію розвитку закладу під фірмовим найменуванням «Харків-book». Запропоновані дизайнерські рішення оформлення інтер'єру та сформовані основні завдання на проєктування. Запропоновані інноваційні рішення щодо технічного оснащення закладу.

Проведено комплексний аналіз діяльності закладу На основі проведеного комплексного аналізу було виявлено, що найбільш сильними сторонами діяльності закладу є: Розташування поблизу перетину туристичних потоків, територіальне розташування в центральній частині міста поруч з концентрацією потенційних споживачів, задоволення потреб певного сегменту споживачів, відсутність прямих конкурентів та аналогічного формату закладів, що говорить про добрі перспективи функціонування закладу, існує також і перелік можливостей які дозволять розширити можливості діяльності закладу.

Наряду з позитивними чинникам, які свідчать про перспективи існує низка загроз соціального, економічного та політичного характеру основними з яких є: наявність військових дій на території країни, високі темпи інфляції, довготривала відсутність централізованого постачання електричної енергії та водозабезпечення, падіння рівня доходів населення, що змушує зробити певні висновки щодо строків практичної реалізації проєкту.

Проведені технологічні розрахунки дозволили отримати дані щодо розробки базисно-проектної технологічної програми, дозволили скласти планово-розрахункової програму підприємства та визначити чисельність працівників, проведено проектування та представлені проєктні рішення закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ, 2004.
2. Purwadi, Yohanes Slamet and Manurung, Elvy Maria, Cafes: New Learning and Knowledge Production Space for Millennial Students (February 17, 2020). Journal of Economics and Business, Vol.3 No.1 (2020), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3539047>
3. Poster POS – програма автоматизації HoReCa: система обліку для громадського харчування на планшеті. URL: https://joinposter.com/ua?ref=g-ads-pmax-brand-ukraine&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=&utm_campaign=pmax-brand-ukraine&utm_term=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw3tCyBhDBARIsAEY0XNkye9zgXHxMmZyRTUuiMv0nMha4fsPyLRU7jtvQOtFYF3yUfThIGHoaAsFvEALw_wcB.
4. Ресторани під час війни. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/analiz-viruchki-restoraniv-kafe-bariv-ta-inshih-zakladiv-u-2023-roci-poster-50384829.html>.
5. Аналіз ринку Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua>.
6. Leaping Windows Cafe. URL: <https://foursquare.com/v/leaping-windows-cafe/4f8ade48e4b029818b84c156>.
7. Full Circle & Cafe Turtle. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/fullcircleandcafeturtle/le-v-175215>.
8. The Flying Goat. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/theflyinggoat.goa/>.
9. Coffee Cup, Kompally, Hyderabad. URL: <https://www.zomato.com/hyderabad/coffee-cup-kompally>.
10. Bookva Bar. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/bookvabar/>.
11. Моя Книжкова Полиця. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/mybookshelf.com.ua/#:~:text=вулиця%20Чикаленка,%207,%20Kyiv,%20Ukraine%2001001>.

12. Відкриття книгарні-кав'ярні Старого Лева. Видавництво Старого Лева. URL: <https://starylev.com.ua/events/vidkryttya-knygarni-kavyarni-starogo-leva-na-vulyci-myhaylivskiy>.
13. Корреспондент: Дочиталися до дир. Україна стала європейським аутсайдером зв кількістю людей, що читають книги <https://korrespondent.net/showbiz/1335743-korrespondent-dochitalis-do-dyr-ukraina-stala-evropejskim-autsajderom-po-chislu-lyudej-chitayushchih-kni>.
14. Основи готельно-ресторанної справи: навч. посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненка, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. –Х.: ХНУ ім В. Н. Каразіна., 2017. – 288с.
15. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 484 с.
16. Методичний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» : підготовка та захист кваліфікаційної роботи / О. П. Миколенко, Н. І. Данько, С. І. Страпчук, О. Г. Терешкін, Д. В. Горелков, В. М. Червоний. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. – 83 с.
17. Череп А. В., Сучков А. В. Стратегічне планування і управління : навч. посіб. Київ : Кондор, 2011. 336 с.
18. Технологічне проектування підприємств харчування : навч. посіб. [О. І. Черевко та ін.]. Харків : ХДУХТ, 2005. 295 с.
19. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. Т. 2. Ресторани / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. унт, 2017. 312 с.
20. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України № 4004-ХІІ; зі змін. від 17.12.2020 № 1113-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4004-12#Text>
21. Будинки і споруди. Культурно-видовищні та дозвіллеві заклади : ДБНВ.2.2-16:2005. Київ : Держбуд України, 2005. 65 с.

22. Містобудування. Планування та забудова міських та сільських поселень : ДБН 360-92. Київ : Держбуд України, 2002. 135 с.
23. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
24. Котлер, Ф. Основы маркетинговой деятельности / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2012. – 944 с.
25. Шиліпук О.Я Сучасні маркетингові інструменти підприємств в умовах Євроінтеграції / О.Я. Шиліпук, Л.П.Артеменко // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції розвитку економіки у 2018 році: аналітичний та теоретико-методологічний аспекти ». — Київ, 1 грудня 2018 року. — С. 236
26. Попова Л.О., Тімофєєва О.М., Онопрієнко І.В. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Збірник наукових праць ХДУХТ. 2008; 2(8), ч.2: 175 – 183.
27. Гросул В.А, Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2017. Випуск 1 (49). Т. 1. С. 143–149.
28. Гладських О. Бум концептуальних ресторанів закінчується. Огляд ресторанного ринку. URL: <https://rau.ua/novyni/obzor-restorannogo-rynka/>.
29. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. Т. 2. Ресторани / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. унт, 2017. 312 с.
30. Про затвердження Нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства та Порядку застосування нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства : Наказ № 1111 від 12.10.2009 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
31. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) : ДБН В.2.2-25:2009. Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. 83 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Компонувальне рішення кафе-книгарні «Харків-book»

