

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА**

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
та харчових технологій
к.е.н., доцент Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему: «Розробка бізнес-плану відкриття кав'ярні у м. Луцьк»

Виконала:
студентка 2 курсу,
групи УГРз-61 спеціальність 241
«Готельно-ресторанна справа»
Прядко Єлизавета Андріївна

Керівник:
канд. техн. наук, доцент Червоний В.М.

Рецензент
канд. екон. наук, доцент Подлепіна П.О.

Харків – 2024 рік

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

Студентки Прядко Єлизавети Андріївни

Курсу _____ П _____ групи УГРз-61

Тема кваліфікаційної роботи **«Розробка бізнес-плану відкриття кав'ярні у м. Луцьк»**

затверджена наказом від 21.10.2024 року № 4001-5/3420

1. Графік виконання робіт:

| Назва розділів роботи | Дата закінчення | Відмітка про виконання (підпис керівника) |
|--|-----------------|---|
| Теоретичні основи розробки бізнес-плану для об'єктів ресторанного бізнесу | 20.09.2024 | |
| Розробка організаційно-економічних рішень та плану роботи кав'ярні «Кавуська» | 20.10.2024 | |
| Аналіз ризиків та фінансово-економічна оцінка ефективності кав'ярні «Кавуська» | 20.11.2024 | |

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 21.11.2024 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 25.11.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ: канд.техн.наук, доцент

Віталій ЧЕРВОНІЙ

Дата видачі завдання 04.09.2024 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником

Єлизаветою ПРЯДКО

Завідувачка кафедри готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій, к.е.н., доцент

Наталя ДАНЬКО

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить: 92 сторінки, 8 таблиць, 16 рисунків, 46 літературних джерел.

НАЗВА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ: «Розробка бізнес-плану відкриття кав'ярні у м. Луцьк».

ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: методи та інструменти бізнес-плану відкриття кав'ярні в умовах кризи.

ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ: процес розробки бізнес-плану відкриття закладу ресторанного господарства.

МЕТА РОБОТИ: розробити та обґрунтувати бізнес-план кав'ярні в умовах кризи.

ЗАВДАННЯ РОБОТИ: вивчити теоретичні основи та методи розробки бізнес-планів для закладів ресторанного господарства; дослідити основні тенденції розвитку кавового бізнесу в Україні та світі в умовах кризових ситуацій; розробити організаційно-економічні рішення та план роботи кав'ярні; оцінити ризики відкриття кав'ярні та розробити шляхи їх мінімізації; спрогнозувати ефективність діяльності закладу в довгостроковій перспективі.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ: економічний аналіз, спостереження, узагальнення.

НАУКОВА НОВИЗНА ДОСЛІДЖЕННЯ: за результатами дослідження сформульовані теоретичні та практичні положення, які доведені автором до конкретних пропозицій щодо розробки бізнес-плану відкриття кав'ярні в умовах кризи. Зокрема, обґрунтовано використання адаптованих методів управління в кризових умовах для ресторанного господарства, а також запропоновано практичні рекомендації щодо мінімізації ризиків та підвищення ефективності функціонування кав'ярні «Кавуска» у місті Луцьк.

Одержані результати можуть бути використані в організації роботи ресторанних підприємств в Україні.

РІК ВИКОНАННЯ **2024** **РІК ЗАХИСТУ** **2024**

КЛЮЧОВІ СЛОВА: БІЗНЕС-ПЛАН, КАВ'ЯРНЯ, КРИЗОВІ УМОВИ, РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО, КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ, РИЗИКИ, МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

ABSTRACT

The qualification work contains: 92 pages, 8 tables, 16 figures, 46 literary sources.

TITLE OF THE QUALIFICATION WORK: «Development of a business plan for opening a coffee shop in the city of Lutsk»

RESEARCH SUBJECT: methods and tools of a business plan for opening a coffee shop in crisis conditions.

RESEARCH OBJECT: the process of developing a business plan for opening a restaurant.

PURPOSE OF THE WORK: develop and justify a business plan for a coffee shop in times of crisis.

JOB TASK: to study the theoretical foundations and methods of developing business plans for restaurant establishments; to investigate the main trends in the development of the coffee business in Ukraine and the world in crisis situations; to develop organizational and economic solutions and a coffee shop work plan; assess the risks of opening a coffee shop and develop ways to minimize them; predict the effectiveness of the institution in the long term.

RESEARCH METHODS: economic analysis, observation, generalization.

SCIENTIFIC NOVELTY RESEARCH: based on the results of the research, theoretical and practical provisions were formulated, which the author brought to concrete proposals for the development of a business plan for opening a coffee shop in crisis conditions. In particular, the use of adapted management methods in crisis conditions for the restaurant industry is substantiated, as well as practical recommendations for minimizing risks and increasing the efficiency of the operation of the "Kavuska" coffee shop in the city of Lutsk.

The obtained results can be used in the organization of the work of restaurant enterprises in Ukraine.

YEAR OF EXECUTION 2024 **YEAR OF PROTECTION** 2024

KEY WORDS: BUSINESS PLAN, COFFE SHOP, CRISIS CONDITIONS, RESTAURANT BUSINESS, COMPETITIVE ENVIRONMENT, FINANCIAL PLANNING, RISKS, MARKETING RESEARCH

ЗМІСТ

| | |
|--|----------|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ОБ’ЄКТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ..... | 6 |
| 1.1. Ресторанний бізнес: сутність, структура та роль у сучасній економіці..... | 6 |
| 1.2. Основні тенденції та інновації в розвитку закладів ресторанного бізнесу..... | 12 |
| 1.3. Методичні підходи до розробки бізнес-плану ресторанного бізнесу... Висновки за розділом 1..... | 15 18 |
| РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ ТА ПЛАНУ РОБОТИ КАВ’ЯРНІ «КАВУСЬКА»..... | 19 |
| 2.1. Концепція відкриття кав’ярні..... | 19 |
| 2.2. Оцінка ринку та визначення цільової аудиторії кав’ярні..... | 26 |
| 2.3. Організаційна структура кав’ярні та управління персоналом..... | 31 |
| 2.4. Логістичні рішення щодо постачання та управління ресурсами..... | 34 |
| 2.5. Маркетингова стратегія розвитку та унікальна товарна пропозиція кав’ярні..... | 37 |
| 2.6. Виробничий процес..... | 41 |
| 2.7. Бізнес-модель CANVAS..... | 43 |
| 2.8. Вплив культурних, соціальних та економічних факторів на ресторанний бізнес..... | 45 |
| Висновки за розділом 2..... | 50 |
| РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РИЗИКІВ ТА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КАВ’ЯРНІ «КАВУСЬКА»..... | 51 |
| 3.1. Планування економічної діяльності кав’ярні..... | 51 |
| 3.2. Прогнозування ефективності діяльності кав’ярні в довгостроковій перспективі..... | 54 |

| | |
|---|----|
| | 3 |
| 3.3. Оцінка основних ризиків у діяльності кав'ярні..... | 57 |
| Висновки за розділом 3..... | 63 |
| ВИСНОВКИ..... | 64 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 68 |
| ДОДАТОК | 72 |

ВСТУП

Відкриття кав'ярні в умовах кризи, зокрема під час воєнного стану в Україні, є сучасним і надзвичайно актуальним завданням. Незважаючи на економічні труднощі та нестабільність, ресторанний бізнес був, є і буде важливим сектором економіки, який забезпечує робочі місця та сприяє розвитку місцевих громад. Як і у більшості міст України, сьогодні населення міста Луцьк потребує затишні та безпечні місця для відпочинку, спілкування та робочого місця в складні часи блекаутів та відсутності електроенергії. Саме тому важливо розробити ефективний бізнес-план для відкриття кав'ярні в таких складних умовах.

Розробка бізнес-плану відкриття кав'ярні в Луцьку сприятиме не лише реалізації конкретного проекту, але й формуванню рекомендацій, які можуть бути корисними для інших підприємців у сфері ресторанного господарства. У даній роботі будуть детально досліджені організаційно-економічні аспекти діяльності кав'ярні і розглянуто інструменти мінімізації ризиків. Саме це дозволить підвищити ефективність управління підприємством у кризових умовах.

Проблематика розробки бізнес-планів у ресторанному бізнесі вже частково досліджена вітчизняними та зарубіжними науковцями, такими як: Чичун В. А. [1], Пітерс Г., Роузен Х. та іншими. Однак у контексті роботи закладів під час кризових ситуацій, особливо під час війни, ця тема потребує більш детального висвітлення. Актуальні дослідження в сфері кризового управління мають обмежену практичну базу для малого та середнього бізнесу в ресторанній індустрії України, що обумовлює необхідність подальших досліджень.

Дане дослідження пропонує теоретичні та практичні положення, які адаптують методи управління ресторанним бізнесом до умов кризи в умовах нашої країни. Запропоновані мною рішення включають розробку ефективної стратегії діяльності кав'ярні, спрямованої на мінімізацію ризиків та підтримку фінансової стабільності. Важливою новизною роботи є також обґрунтування

доцільності відкриття кав'ярні в Луцьку за рахунок адаптації бізнес-плану до кризових умов.

Метою роботи є: аналіз методів та підходів до відкриття кав'ярні та обґрунтування бізнес-плану в умовах кризи. Для досягнення мети поставлено такі завдання: вивчити теоретичні основи та методи розробки бізнес-планів для закладів ресторанного господарства; дослідити основні тенденції розвитку кавового бізнесу в Україні та світі в умовах кризових ситуацій; розробити організаційно-економічні рішення та план роботи кав'ярні; оцінити ризики відкриття кав'ярні та розробити шляхи їх мінімізації; спрогнозувати ефективність діяльності закладу в довгостроковій перспективі.

Об'єктом дослідження є процес розробки бізнес-плану відкриття закладу ресторанного господарства. Предметом дослідження є методи та інструменти бізнес-плану відкриття кав'ярні в умовах кризи. Методологічна основа роботи охоплює економічний аналіз, спостереження та узагальнення.

У роботі використано законодавчі акти, нормативні документи, наукові дослідження українських та зарубіжних авторів, аналітичні дані щодо ресторанного бізнесу, інформаційні джерела про поточні економічні та соціальні умови в Україні, зокрема в Луцьку. Окремим важливим джерелом стали тези наукових робіт, зокрема авторська публікація на тему «Відкриття кав'ярні в умовах воєнного стану в Україні: виклики та перспективи», опублікована у збірнику факультету [2].

Результати дослідження мають стати основою для практичного впровадження бізнес-плану відкриття кав'ярні «Кавуська» в Луцьку та слугуватимуть рекомендаціями для інших підприємців у сфері ресторанного бізнесу. Робота також надасть рішення щодо оптимізації управління, мінімізації ризиків і підвищення конкурентоспроможності закладу.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ОБ'ЄКТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Ресторанний бізнес: сутність, структура та роль у сучасній економіці

Ресторанний бізнес є невід'ємною складовою сфери послуг, яка задовольняє одну з базових потреб людини – потребу в харчуванні. Окрім основної потреби, ресторанний бізнес забезпечує своїх гостей комфортним місцем для дозвілля, зустрічей та робочим простором. Роль цього сектору значно зростає в умовах сучасної економіки. Ресторанний бізнес впливає на зайнятість, доходи населення, обсяги податкових надходжень до бюджету та, загалом, на економічну стабільність регіонів та країни в цілому.

О.М. Головка зазначає, що підприємства готельно-ресторанного господарства — це заклади певної категорії, які надають послуги з організації проживання та харчування поза місцем постійного проживання споживачів [3]. На мою думку, функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу включає фінансово-господарську діяльність суб'єктів ринку, спрямовану на створення та надання різноманітних послуг (проживання, харчування, зв'язок, транспорт тощо) з метою отримання прибутку. Суть економічної діяльності цих підприємств полягає в тому, що вона має нематеріальний характер, адже результатом є не готовий товар, а специфічний комплекс послуг, що пропонуються споживачам. Отже, ресторанний бізнес – це комплекс послуг з вироблення харчової продукції, її реалізації та організації споживання у різних типах закладів ресторанного господарства.

Суб'єктами ресторанного бізнесу є підприємці, які здійснюють вироблення і надання ресторанних та додаткових послуг і продуктів належної якості. Об'єктами ресторанного господарства є послуги та продукти, які є предметами купівлі-продажу на відповідному ринку послуг.

Послуги ресторанного господарства класифікують як основні та додаткові (рис.1.1):



Рис. 1.1. Види послуг ресторанного господарства [4]

Основні послуги ресторанного бізнесу спрямовані на задоволення базових потреб клієнтів у харчуванні та створенні комфортної атмосфери для прийому їжі, в той час як додаткові послуги – на підвищення рівня задоволення клієнтів та створення унікального досвіду, який відрізняє заклад від конкурентів.

Сучасні заклади ресторанного господарства поділяються на такі типи [5]:

- ресторан – це заклад з широким асортиментом власної та закупочної продукції, який базується на високоякісному обслуговуванні;
- кафе – це невеликий заклад, який поєднує приготування нескладних страв, десертів та напоїв (може бути як самообслуговування, так і обслуговування офіціантом);
- кафетерій – це заклад виключно самообслуговування з асортиментом

нескладних страв та напоїв, який обладнаний устаткуванням для роздачі їжі;

- закусна (шинок) – це заклад самообслуговування, який має в асортименті переважно гарячі та холодні закуски або страви нескладного готування (заклад має швидко обслуговувати гостей);

- бар – це заклад, в якому різноманітні напої та легкі страви до них подають через барну стійку;

- їдальня – це заклад, який обслуговує різні групи споживачів з широким асортиментом власних або закупівельних страв, і страви можуть бути скомпоновані в повноцінний раціон;

- буфет – це спеціально обладнаний заклад, у якому асортимент готових страв та напоїв є обмеженим та їжу зазвичай споживають стоячи або на виніс;

- фабрика-заготівельня – це заклад механізованого виробництва продукції, який призначений для централізованого забезпечення нею інших закладів та об'єктів роздрібною торгівлі;

- фабрика-кухня – це заклад, який централізовано готує і постачає готову до споживання їжу в різні місця;

- домашня кухня – це заклад, який виготовляє кулінарну продукцію і продає її домашнім господарствам;

- ресторан за спеціальними замовленнями (catering) – це заклад, який готує та організовує постачання страв до певного місця, а також організовує обслуговування заходів за попереднім замовленням;

В сучасній економіці України, під час війни, кількість закладів ресторанного бізнесу суттєво змінюється. Що є не менш важливим, кількість деяких закладів стрімко набирає обертів. Детальну інфографіку кількості закладів ресторанного бізнесу в порівнянні квітень 2024 року до кінця 2021 року наведено на рис. 1.2:

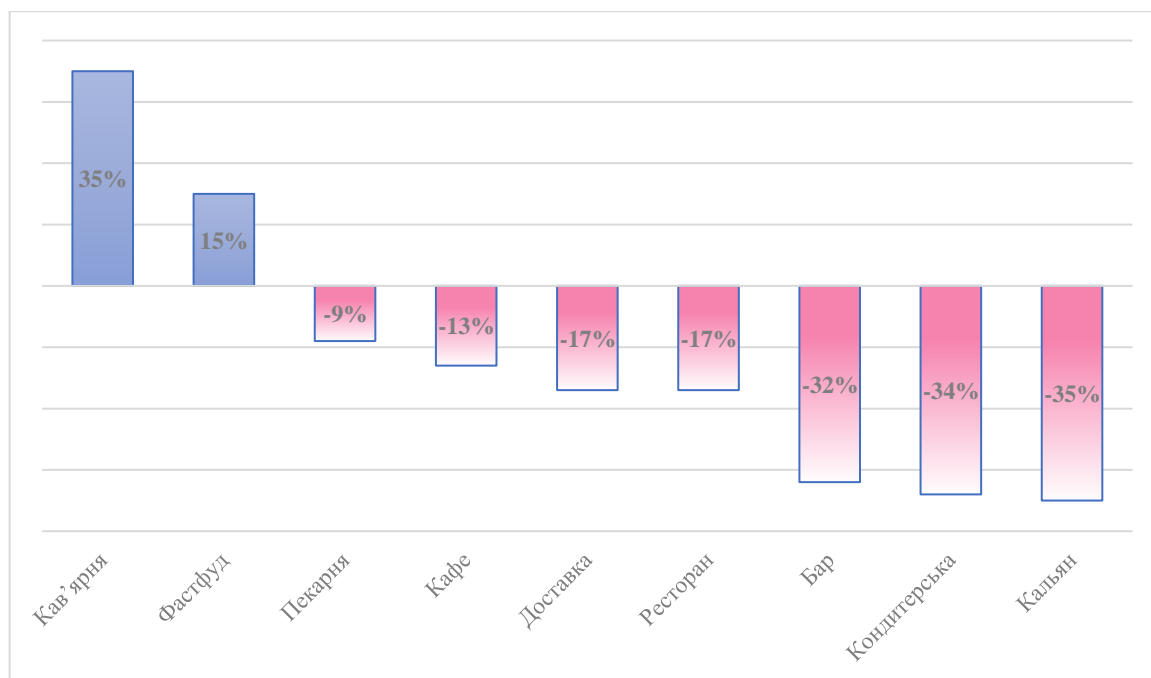


Рис. 1.2. Як змінилася кількість закладів ресторанного бізнесу в Україні під час війни (квітень 2024 до кінця 2021 грудня), у % [6]

Основні функції ресторанного бізнесу включають задоволення попиту на їжу поза домом, формування гастрономічних уподобань, а також надання унікального досвіду, пов'язаного з харчуванням і відпочинком.

Ресторанний бізнес є багатофункціональною системою, що включає різні підсистеми: виробничу, обслуговування, постачання та управління персоналом. Виробнича підсистема займається безпосередньо приготуванням страв і включає в себе використання різноманітних технологічних процесів. Обслуговування передбачає створення комфортної атмосфери для клієнтів та своєчасне задоволення їхніх потреб. Підсистема постачання забезпечує регулярне постачання сировини, продуктів та інших необхідних матеріалів для приготування їжі.

Ресторанний бізнес має основні складові. По-перше, це споживачі, тобто клієнти, які формують попит на різні види харчування та обслуговування. По-друге, це меню. Це не просто список страв, а відображення концепції закладу, його цінності для цільової аудиторії. Також основною складовою є обслуговуючий персонал, адже від якості обслуговування залежить враження

споживача, і саме тому працівники ресторанів повинні мати певні навички комунікації та професійної підготовки. І наостанок, управлінські процеси. Це ефективне управління, яке включає в себе фінансовий облік, планування, маркетинг і управління людськими ресурсами.

Ресторанний бізнес відіграє вагомую роль у розвитку місцевої економіки, що підтверджується зростанням кількості закладів громадського харчування та зростаючою часткою цієї галузі в ВВП. Згідно зі статистикою НАБ України, обсяги реалізації послуг громадського харчування в останні роки демонструють позитивну динаміку (рис. 1.3):

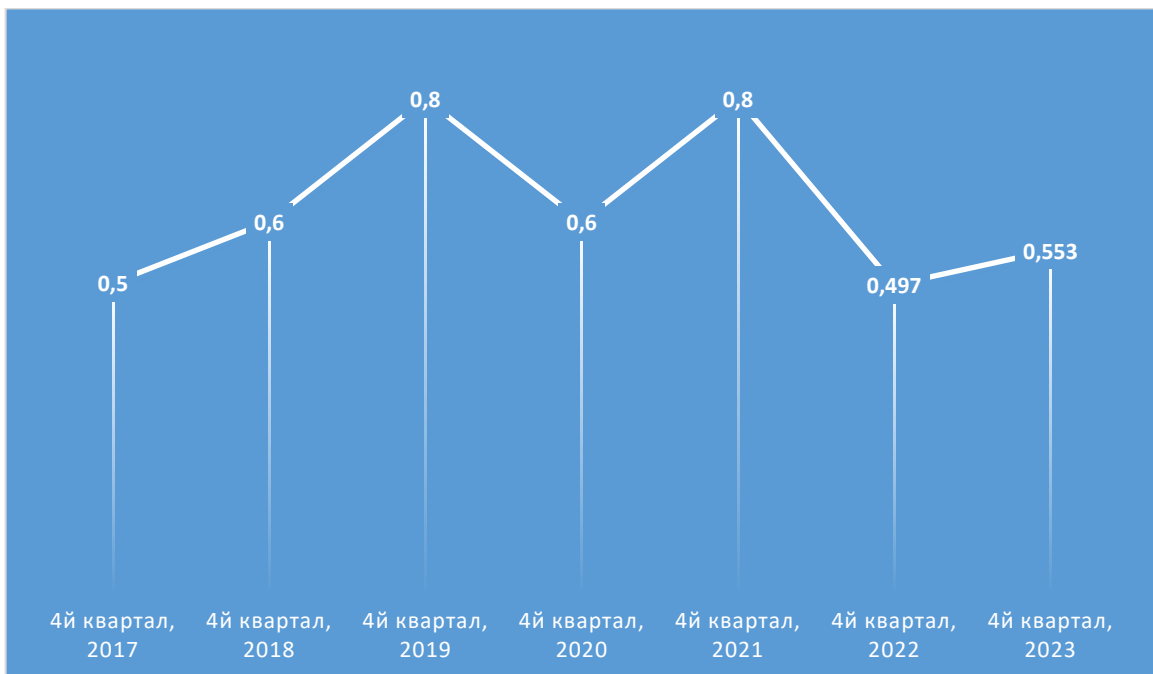


Рис. 1.3. Доля закладів тимчасового розміщування й організація харчування в ВВП України, у % [7]

Також, на зростання попиту послуг ресторанного бізнесу вказують дані дослідження, проведеного компанією Poster у 2023 році [6]. Ці дані демонструють, що за виручкою, середнім чеком та відвідуваністю закладів діяльність кав'ярень лише зростала в порівнянні з аналогічним періодом в 2022 році. Це зображено на діаграмі нижче (рис.1.4):



Рис. 1.4. Дослідження виручки, середнього чека та відвідуваності кав'ярень в Україні у відношенні другого півріччя 2023 року до другого півріччя 2022 року від компанії Poster, у % [6]

Проте існує багато факторів, які стримують роботи підприємств сфери послуг. До таких факторів можна віднести: недостатній попит, нестачу робочої сили, нестачу площ або устаткування, фінансові обмеження та інші. На рис. 1.5 зображено зміну впливу цих чинників протягом 2021-2024 (2й квартал):

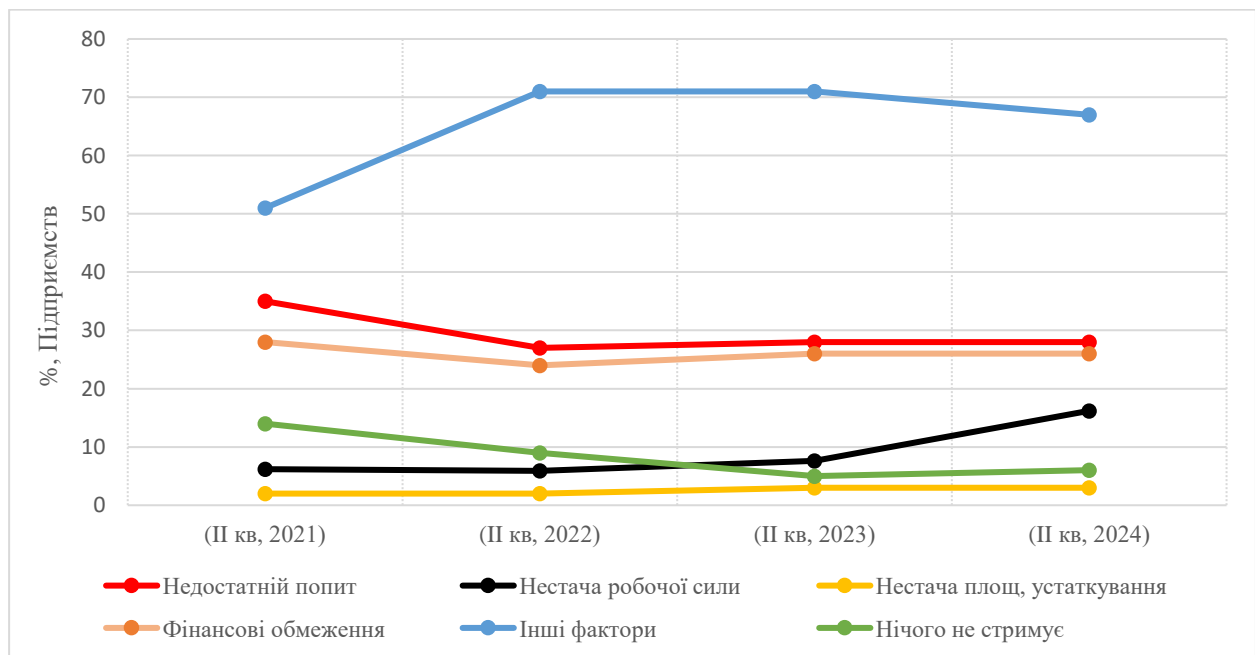


Рис. 1.5. Співвідношення факторів, що стримують діяльність підприємців України у сфері послуг, у % [8]

Значення ресторанного бізнесу полягає не лише в економічному зростанні, але й у створенні нових робочих місць. Крім того, ресторанний бізнес позитивно впливає на інші галузі, зокрема сільське господарство та виробництво харчових продуктів, оскільки забезпечує стабільний попит на продовольчі товари.

Ресторанний бізнес впливає на рівень життя населення, через:

- стимулювання зайнятості (ресторани створюють величезну кількість робочих місць, від кухарів до менеджерів, а для молодого населення України це стає чудовим стартом у професійному зростанні);
- значні надходження до бюджетів всіх рівнів, тому що вони використовуються для фінансування соціальних програм, інфраструктури та інших важливих потреб суспільства, особливо під час військового стану в країні;
- гастрономічну різноманітність, адже заклади ресторанного бізнесу сприяють розвитку внутрішньої культури та традицій, а також представляючи навіть екзотичні кухні, збагачуючи цим українське суспільство та його пізнання світу.

1.2. Основні тенденції та інновації в розвитку закладів ресторанного бізнесу

Сучасний розвиток закладів громадського харчування характеризується швидкими змінами та інноваційними підходами. Вони допомагають адаптуватися до нових потреб споживачів, економічних викликів та навколишніх змін. Галузь ресторанного бізнесу активно реагує на зміну тенденцій глобалізації, на будь-які нові технологічні рішення та екологічні вимоги. Водночас зростає значення здорового харчування та підвищення рівня обслуговування клієнтів, що впливає на розвиток формату закладів та їх спеціалізацію.

Однією з ключових тенденцій, яка відзначається в галузі громадського харчування, є зростання популярності здорового та екологічного харчування. Споживачі все частіше надають перевагу закладам, які пропонують органічні,

або низькокалорійні, або вегетаріанські/веганські страви. Саме тому, багато закладів впроваджують меню з такими стравами, орієнтуючись на збільшення частки здорових продуктів у пропозиції. До того ж, тенденції закладів харчування в Україні досить схожі зі світовими.

Україна вже зараз почала відмовлятися від пластику, адже пластик розкладається від 450 до 1000 років. На мою думку, в Україні за кілька років пластиковий одноразовий посуд також буде повністю заборонений. Проте, є альтернативні варіанти заміни пластиковим одноразовим стаканчиком або гастроємностям.

- Паперові стаканчики вже поступово витісняють пластиковий одноразовий посуд. Практично все зараз можна замінити паперовими виробами: пакети, підставки під стаканчики, посуд, соломинки тощо.

- Деревина – чудовий заміник для різних видів транспортної упаковки або столових приборів, таких як ложки, виделки, і навіть ножі. Також можна використовувати еко деревину, таку як бамбук, для, наприклад, соломинок.

- Скляні вироби, на відміну від паперових або дерев'яних, можна використовувати багаторазово, проте такий варіант посуду буде дорожчим.

- Морські водорості – відносно новий та все більш популярний спосіб заміни пластика. Можливо, це звучить дивно, але з морських водоростей можна також виробляти посуд і навіть з'їсти його після використання. Виробництво такого посуду значно дешевше і час розкладання після використання – не більше чотирьох тижнів.

- Також ще використовується у виробництві харчових упаковок конопля, nanoцелюлоза та пшеничні висівки.

Іншою важливою тенденцією є автоматизація процесів у громадському харчуванні. Використання програмного забезпечення для управління замовленнями, обліку запасів та фінансів дозволяє оптимізувати операційну діяльність, що підвищує якість обслуговування клієнтів і скорочує витрати. Наприклад, запровадження мобільних додатків для замовлення та оплати страв

значно полегшує процес взаємодії з клієнтами та дозволяє скоротити час очікування.

Не можна виключати зі списку тенденцій – наявність доставки у закладах харчування. Проте, це вже втратило свою новизну, оскільки майже кожний заклад в Україні має свою власну доставку страв або ж співпрацює з такими компаніями як Glovo, MisterAm, BoltFood тощо. Наявність такої функції дозволяє гостям закладу насолоджуватися меню не лише в закладі, але й знаходячись будь-де і економлячи власний час на приготування їжі або пересування.

Ще однією тенденцією серед закладів харчування в Україні є створення франшиз. Майбутні підприємці не хочуть ризикувати, тому відкриття бізнесу за успішною та стабільною моделлю виглядає набагато привабливіше. Ринок франшиз в Україні ще не є досить стабільним та заповненим. Популярними українськими франшизами є:

- франшизи понад \$50000 (Львівська майстерня шоколаду, Mafia);
- франшизи вартістю \$20000-\$50000 (Галя Балувана, Lviv Croissants);
- франшизи до \$20000 (AromaKava).

Як не дивно, але шаленої популярності в нашій країні набуває популяризації національної кухні, національних традицій в оформленні закладу та регіональна кухня. Наприклад, популярними закладами сучасної української кухні є ресторани Євгена Клопотенка («Інші», «100 років тому вперед»). Також в Луцьку відкрився перший український фастфуд від розробників «Галя Балувана» - «GaBar». А на Заході України популяризація національної кухні давно не є новизною.

Інноваційний розвиток закладів ресторанного бізнесу пов'язаний зі збільшенням використання високотехнологічних рішень та впровадженням нових форм обслуговування. Зокрема, серед нових рішень слід виділити роботизоване обслуговування та використання штучного інтелекту (ШІ) для аналізу поведінки клієнтів та покращення маркетингових кампаній. За даними досліджень, проведених агенцією McKinsey, до 2023 року кількість закладів, що

застосовують ШІ для обслуговування клієнтів, зросла на 30% у порівнянні з попередніми роками (рис. 1.6):

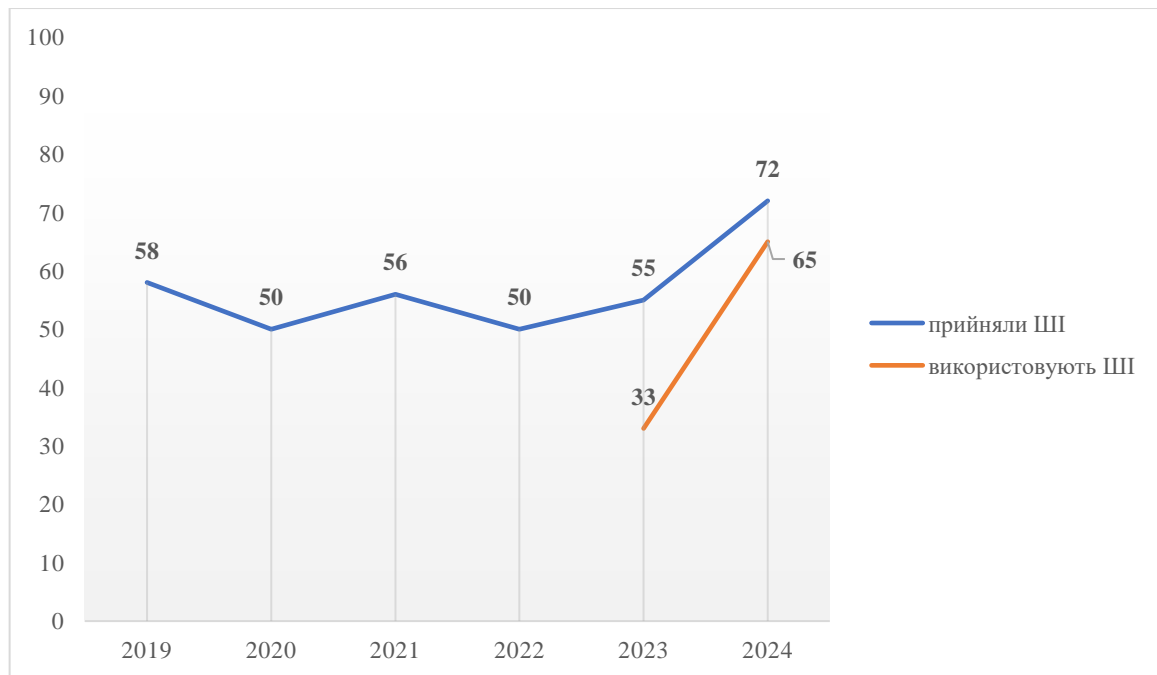


Рис. 1.6. Кількість респондентів США, які прийняли та використовують штучний інтелект у розрізі 2019-2024 рік, у % [9]

Як показує дослідження, 72% компаній використовують принаймні одну функцію ШІ. П'ять або більше функцій застосовують лише 8% опитаних організацій.

1.3. Методичні підходи до розробки бізнес-плану ресторанного бізнесу

Розробка бізнес-плану для ресторанного бізнесу є важливим етапом на шляху до успішного функціонування підприємства, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації. Основна мета бізнес-плану полягає у створенні комплексного документу, який охоплює стратегії розвитку, фінанси, маркетингові підходи та можливі ризики, які дають можливість ефективно планувати діяльність та забезпечити економічну стійкість підприємства.

В широкому розумінні бізнес-план обов'язково включає такі етапи:

1. Резюме бізнес-плану. По суті – це перша сторінка бізнес-плану, але

саме її пишуть вже останньою, адже в ній прописано мету, концепцію, цільову аудиторію, місцезнаходження тощо. Також має бути прописано: календарний план відкриття, інвестиції, терміни окупності, прогнозовані прибутки, переваги та УТП та ризики. Саме в цьому розділі все прописується коротко і в загальному вигляді.

2. Аналіз ринку. На цьому етапі необхідно проаналізувати цільову аудиторію, конкурентів, тенденції на ринку, прохідність локації тощо.

3. Концепція закладу. Це формат закладу, графік його роботи та зовнішній вигляд, логотип/бренд.

4. Маркетингова стратегія. Тут необхідно прописати плани щодо просування, ціноутворення, канали продажу тощо.

5. План виробництва. Цей етап включає в себе: пошук або будівництво приміщення; закупівлю обладнання, меблів тощо; реєстрацію бізнесу; підбір та найм персоналу; створення меню; пошук постачальників та інше.

6. Організаційна структура. Це поетапні дії, які виконуються при відкритті закладу. Тут вказується з якою періодичністю відбувається постачання сировини, який персонал та в якій кількості має працювати на заклад, штатний розклад, підпорядкування та інше.

7. Фінансова стратегія. У цьому розділі варто прорахувати прогнозовані витрати та прибутки закладу, а також оцінити період окупності закладу.

8. Прогнозування ризиків. У цьому розділі необхідно проаналізувати потенційні ризики та загрози під час відкриття чи функціонування закладу, а також способи мінімізації цих ризиків.

Саме така структура дозволяє системно підійти до розробки бізнес-плану та охопити всі аспекти, важливі для успішного ведення ресторанного бізнесу.

Серед методів, які використовуються для бізнес-планування у сфері ресторанного бізнесу, варто виділити такі.

- PEST-аналіз – це маркетинговий метод, який дозволяє оцінити вплив зовнішніх політичних (political), економічних (economic), соціальних (social) та

технологічних (technicological) чинників на заклад. Він допомагає виявити зовнішні загрози та можливості, враховуючи макроекономічне середовище, зміни в законодавстві та соціальні тенденції.

- SWOT-аналіз – метод, який широко використовується при стратегічному плануванні. Він потрібен для оцінки сильних і слабких сторін бізнесу, а також зовнішніх можливостей і загроз. SWOT-аналіз дозволяє власникам закладів виявити конкурентні переваги, визначити внутрішні слабкі сторони та стратегічно спланувати заходи для мінімізації ризиків. На мою думку, SWOT-аналіз має ґрунтуватися на основі власних спостережень та зовнішніх спостерігачів, дотичних до бізнесу.

- Фінансове моделювання – інструмент, що включає створення фінансових прогнозів, побудову бюджетів та розрахунок показників рентабельності. Фінансове моделювання дає можливість оцінити потреби в капіталі, можливі витрати, доходи та окупність проєкту. Такий спосіб важливий для прийняття обґрунтованих фінансових рішень і оцінки економічної ефективності.

- Business Model Canvas – візуалізація бізнес-моделі, яка дозволяє зобразити ключові елементи бізнесу: ціннісну пропозицію, цільову аудиторію, канали дистрибуції, ключові ресурси, партнерів та джерела доходу. Цей підхід дозволяє спростити розробку бізнес-плану, зосереджуючи увагу на основних аспектах діяльності.

- Big Data та аналітика – використання даних для аналізу поведінки клієнтів, їхніх уподобань і ринкових тенденцій. Завдяки аналізу даних ресторани можуть краще розуміти свою аудиторію, оптимізувати процеси обслуговування та адаптувати маркетингові стратегії.

- Ну і власне, маркетингові дослідження – це збір та аналіз інформації про ринок, споживчі тенденції, структуру попиту, потреби та смаки цільової аудиторії. Маркетингові дослідження дають змогу сформулювати ефективну маркетингову стратегію для залучення клієнтів і покращити конкурентоспроможність.

Висновки за розділом 1

Отже, ресторанний бізнес є динамічною складовою сфери послуг, яка швидко адаптується до змінних умов ринку та споживчих вподобань. Це зумовлює необхідність глибокого розуміння тенденцій розвитку та нових підходів до управління.

Дослідження сучасних тенденцій дозволило виділити інноваційні процеси, що змінюють структуру послуг громадського харчування, зокрема орієнтацію на здорове харчування, підвищення якості обслуговування, застосування цифрових технологій, а також розвиток екологічної відповідальності. Аналіз цих аспектів надає чітке розуміння напрямків, які варто враховувати при створенні та управлінні ресторанним бізнесом для забезпечення його конкурентоспроможності.

Розгляд таких методичних підходів до бізнес-планування показав, що успішна розробка бізнес-плану вимагає комплексного застосування інструментів, типу PEST-аналіз, SWOT-аналіз, Business Model Canvas тощо. Ці методи забезпечують системне бачення ринку, поведінкових змін споживачів тощо, що є важливим для ефективного функціонування та розвитку закладу в умовах кризи.

Отже, цей розділ є основою для подальшого дослідження організаційних та економічних рішень, необхідних для ефективного реалізації проекту кав'ярні. Узагальнена інформація щодо тенденцій, інновацій та методів бізнес-планування допомагає зрозуміти ключові аспекти та виклики, що стоять перед підприємцями у галузі ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ ТА ПЛАНУ РОБОТИ КАВ'ЯРНІ «КАВУСЬКА»

2.1. Концепція відкриття кав'ярні

У сучасних умовах конкуренції на ринку готелів і ресторанів надзвичайно важливо розробляти унікальні концепції, які не тільки привертають увагу споживачів, але й забезпечують довгострокову лояльність клієнтів.

Створення успішної кав'ярні вимагає детального планування, включаючи дизайн, вибір місця, меню, дизайн інтер'єру, маркетингову стратегію та організаційні аспекти.

Ідея відкриття мого проекту - кав'ярні «Кавуська» в місті Луцьк - це не тільки бізнес-ідея, а й реалізація мрії та засоби для її реалізації.

Назва закладу «Кавуська» обрана мною саме тому, що саме це слово вживається нами з подругами під час приємних та теплих зустрічей, типу «ходімо на кавуська». Є шанс, що це слово не є унікальним і зустрічається у назвах деяких магазинів кави або кав'ярнях. Саме тому я перевірила збірник торговельних марок (далі – ТМ) у галузі кав'ярень (детальніше у Додатку) і прийшла до висновку, що патенту на ТМ серед переліку ТМ немає, тому я в праві використовувати цю назву для свого закладу.

Особисто для мене, кав'ярня – це місце теплих зустрічей, місце розвантаження та комфортний плейсмент для роботи в теплі та з електроенергією. Саме такою я бачу кав'ярню «Кавуська» у своїй ідеї: вона має бути комфортною, затишною та теплою, вона – це місце, куди хочеться повертатися, незалежно від того, де воно розташоване.

Основна ідея закладу – це поєднання якості кавових напоїв, невимушеного обслуговування та привітної атмосфери, яка сприяє спілкуванню, роботі та відпочинку.

Основна філософія «Кавуськи» – створення атмосфери, де кожен відвідувач почуватиметься як вдома. Заклад буде невеликим і затишним, з

обмеженою кількістю місць, що створить інтимну та приватну атмосферу, де кожен клієнт відчує особисту турботу. Інтер'єр кав'ярні включатиме натуральні матеріали, теплі відтінки деревини у м'яких меблях, приємне освітлення та елементи декору, що підкреслюють гармонію із природою, оскільки кав'ярня розташована в парку, а також – літня невеличка тераса з ліхтариками для теплих вечорів.

Дизайн простору буде спрямований на сприяння комфортному відпочинку, чи то для того, щоб насолодитися спокійно філіжанкою кави чи неформальною бесідою з друзями. Заклад буде ідеальним місцем для релаксу під час обідньої перерви або після робочого дня, де можна буде насолодитися смачними напоями та спогляданням природи.

Ключовий акцент «Кавуськи» робиться на високоякісну каву. Усі кавові напої будуть готуватися з добірної арабіки та робусти, а рецепти створюватимуться з урахуванням різноманітних смакових уподобань клієнтів. Окрім класичних кавових напоїв (еспreso, американо, капучино, лате тощо), меню включатиме додаткові методи приготування кави, такі як, пурровер або дріп-каву.

Для тих гостей, хто не споживає каву в її звичному вигляді, заклад пропонуватиме широкий вибір інших напоїв: фірмові чаї, гарячий шоколад, какао, літні прохолодні лимонади, смузі та холодну каву в теплу пору року. Також протягом дня «Кавуська» пропонуватиме легкі алкогольні коктейлі, типу «Апероль-шприц», «Мохіто», «Віскі-кола», «Текіла Санрайз» тощо, які створять атмосферу затишних зустрічей або романтичних вечорів у закладі.

Кав'ярня пропонуватиме не тільки каву та інші напої, але й легкі страви для перекусу. Меню включатиме сендвічі, ролліні, легку випічку, а також десерти з локальних або домашніх кондитерських.

Важливим аспектом концепції є пропозиція страв зі здорового харчування, що особливо зацікавить відвідувачів спортзалу, який знаходиться поруч. Легкі перекуси та дієтичні десерти, такі як веганські або безглютенові, дозволять клієнтам обирати хелсі альтернативи під час своїх візитів до кав'ярні.

На рис. 2.1 наведено потенційне меню моєї кав'ярні:

| кавуська. coffee | | Меню | |
|--------------------------------|----|-----------------------------|----|
| Еспресо | 45 | Щось додати? | |
| Американо | 50 | Лимон/Апельсин | 5 |
| Американо з молоком | 55 | Сироп до кави в асортименті | 5 |
| Лате/Капучино | 60 | Рослинне/безлактозне молоко | 10 |
| Кака | 40 | Маршмеллоу | 10 |
| Чай (пакетований, натуральний) | 45 | Хильнути? | |
| Гарячий шоколад | 45 | Маргарита | 60 |
| Дріп-кава | | Мохіто | 65 |
| Шокочино | 55 | Апероль | 60 |
| Раф кава | 45 | Текіла Санрайз | 65 |
| Кава по-ірландськи | 55 | Віскі кола | 55 |
| Молочний коктейль | 60 | Джин тонік | 55 |
| Глінтвейн | 55 | Солоденького? | |
| Лимонад | 55 | Макарон | 55 |
| | | Еклер | 45 |
| | | Тарт | 55 |
| | | Горішок | 25 |
| | | Чизкейк | 50 |
| | | Вафельний торт | 40 |
| | | Трубочка | 40 |
| | | Вупі | 55 |
| | | Моті | 50 |
| | | Перекусити? | |
| | | Ролліні | 25 |
| | | Сендвіч | 45 |
| | | Лаваш | 50 |
| | | Хот-дог | 45 |

Рис. 2.1. Потенційне меню кав'ярні «Кавуська»

Також пропонуватимуться сезонні новинки, які будуть вводитися залежно від пори року або від інфоприводів, наприклад, гарбузове лате восени або ягідні напої влітку, десерт із квіточками напередодні 8 березня або синьо-жовтий макаронс на День Незалежності.

У закладі планується застосувати стратегію середньої ціни. Це метод, за якого ціни встановлюються на рівні між найвищими та найнижчими на ринку. Основна ціль такої стратегії – підтримання рівноваги між привабливістю цін для споживачів та забезпечення прибутковості бізнесу [10].

Одним із ключових елементів концепції «Кавуська» є індивідуальне обслуговування. Відвідувачі повинні відчувати себе частиною ком'юніті, коли заходять у кав'ярню. Баристи в «Кавуській» будуть не лише готувати каву, але й спілкуватися з клієнтами, дізнаватися їхні смаки або побажання, пропонувати новинки та організовувати затишну атмосферу. Це дозволить створити середовище, в яке гості захочуть повернутися знову, щоб відчути себе важливою частиною спільноти.

Баристи також стануть частиною бренду, який по суті створює позитивний, дружній настрій, увагу до деталей і турботу про клієнтів. Основною частиною є навчання персоналу навичкам комунікації та обслуговування, щоб побажання кожного гостя були враховані.

Дизайн кав'ярні підкреслює її концепцію затишку та гармонії. Інтер'єр буде виконаний у стилі модерн. Переважають теплі тони, а саме жовтий, кремовий, молочний, з акцентом на природні матеріали, такі як деревина, текстиль та м'яке освітлення. Акцентним кольором буде смарагдовий, який стане чудовим вкрапленням у текстилі та шпалерах.

Отже, основне приміщення невеличке – приблизно 35 кв.м.. У кінці залу стоїть барна стійка з ДСП з смарагдовим профілем, на фоні темно-зелених або смарагдових шпалер з листями папороті. За барною стійкою встановлені: холодильник з десертами, кавовим апаратом, холодильник для продуктів, льодогенератор, вивіска «меню», поличка із сиропами та додатками, посуд, мийка та мікрохвильова піч. На барній стійці розташований ПОС термінал та термінал для розрахунку, а також стійка із цукром, дерев'яними паличками, зубочистками, пластиковими кришечками для стаканів та підстаканниками для самообслуговування гостей навиніс. Також за барною стійкою є ширма в підсобне приміщення, де баристи можуть трошки перепочити та невеликий склад для інвентарю та особистих речей персоналу. В основній кімнаті ліворуч від барної стійки є ширма, за якою розташовано металевий вішак для одягу клієнтів, а також вхід до санвузла кав'ярні, яка розміром 3-4 кв.м. Гості можуть ознайомитися з цінами в меню, яке розміщено по QR-коду на кожному столику, а також на вивісці за баром. QR-код водночас посилає на сторінку в соц-мережі Instagram. Основними кольорами приміщення також є теплі жовті, кремові кольори шпалер, столики з ДСП теплого кольору буку, смарагдовими диванчиками та зручними дерев'яними кріслами зі смарагдовими текстильними вставками в тон кімнаті. У кімнаті панує тепле приглушене освітлення, яке створює комфортну атмосферу для очей. Через панорамні вікна можна спостерігати за літньою невеличкою терасою, над якою розташована гірлянда-

ліхтарики. Стеля закладу виконана з металевих конструкцій на які прикріплено скляні світильники. Підлога виконана з керамічної плитки кремово-бежевого кольору. У залі лунає приємна, але сучасна музика.

Мета дизайну – створити простір, у якому клієнти захочуть залишатися надовше, відчувати себе у комфорті та відстороненості від зовнішніх проблем.

На рис. 2.2 я розробила своє бачення дизайну кав'ярні за допомогою онлайн-конструктору Planner5D (з такою можливістю, з якою безкоштовна версія конструктору дала мені змогу) [11]:



Рис. 2.2. Приблизний візуал дизайну кав'ярні «Кавуська»

Логотип кав'ярні «Кавуська» також відіграватиме важливу роль у брендовій стратегії. Він буде простим, трохи грайливим, як і настрій кав'ярні, але запам'ятовуваним, з використанням асоціацій із кавою. Логотип, який я розробила за допомогою Figma [12], зображено на рис. 2.3:



Рис. 2.3. Логотип кав'ярні «Кавуська»

Для кав'ярні найкращою формою власності є фізична особа-підприємець (далі – ФОП). ФОП — це одна з найпоширеніших форм підприємницької діяльності в Україні, яка дає можливість звичайній людині вести підприємницьку діяльність на основі свідоцтва про державну реєстрацію. ФОП забезпечує спрощену систему ведення бухгалтерії та звітності, що зазвичай дуже зручно для малого бізнесу, зокрема таких закладів як кав'ярні [13].

Основні переваги ФОП:

- простота реєстрації, оскільки не потрібно створювати статутний капітал чи проводити складні юридичні процедури, як у випадку з ТОВ або ПП;
- ФОП має можливість працювати за спрощеною системою оподаткування, завдяки чому буде простіше сплачувати податки та опубліковувати звіти, що є дуже важливим для невеликого бізнесу, такого як кав'ярня;
- ведення ФОП не потребує складної управлінської структури, саме це дозволяє керівництву вести саме справи бізнесу, а не розпилюватися на багатозадачність.

Враховуючи масштаби діяльності кав'ярні «Кавуська» та прогнозовані обсяги доходу, краще обрати другу групу платників єдиного податку. Ця група є зручною для невеликих закладів громадського харчування, у яких не дуже великий потік клієнтів та доходів.

Основні умови другої групи [14]:

- обсяг доходу: до 5 921 400 грн на рік (станом на 2024 рік);

- ставка єдиного податку: 20% від мінімальної зарплатні на місяць;
- кількість працівників до 10 осіб;
- друга група дозволяє здійснювати роздрібну торгівлю, громадське харчування, надання послуг іншим ФОП або населенню.

Саме ця група є зручною для кав'ярні, яка працює в режимі невеличкого закладу, не має великих оборотів і не потребує великої кількості працівників. Крім того, друга група дозволяє уникнути складних процедур звітності та спрощує процес сплати податків.

Для відкриття кав'ярні, також треба правильно обрати відповідні класифікатори видів економічної діяльності (далі – КВЕД), отримати відповідну документацію та, якщо буде необхідно, ліцензії. Я б обрала КВЕД 56.10: «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» – цей код найкраще підходить для кав'ярень і ресторанів, які займаються приготуванням та подачею їжі та напоїв. Як додатковий, я б обрала КВЕД 56.30: «Обслуговування напоями» – цей код охоплює діяльність барів, кафе, кав'ярень, які пропонують напої на місці споживання. Він також підходить для закладів, які мають намір продавати алкогольні напої. І ще один можливий додатковий КВЕД 47.25: «Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах» – можна використовувати, якщо планується продаж напоїв не лише для споживання на місці, а й у системі «з собою» [15].

Для продажу алкогольних коктейлів у кав'ярні необхідно отримати ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями. Ліцензія видається Державною податковою службою України. Її вартість складає 8 000 грн на рік за кожне місце торгівлі алкоголем. Також якщо кав'ярня перевищує ліміти доходів другої групи платників єдиного податку або торгує алкоголем чи іншими підакцизними товарами, їй обов'язково потрібен касовий апарат для реєстрації продажів.

Чудовим способом економії під час відкриття свого ресторанного бізнесу є договір оренди, на відміну від власного будівництва. Тому ключовим аспектом під час вибору локації для мене стала оренда приміщення в офісному комплексі.

2.2. Оцінка ринку та визначення цільової аудиторії кав'ярні

Вибір місця розташування закладу залежить від таких факторів:

1. Найголовніший критерій вибору місця – наявність потенційних споживачів. Важливо, щоб місце було легкодоступним для різних категорій відвідувачів та прохідним.

2. Також важливим для вибору місця розташування закладу є рівень конкуренції в обраному районі, адже саме від цього залежить – чи буде взагалі рентабельність у бізнес-ідеї та чи матиме вона місце бути.

3. Локація повинна бути не лише прохідною, але й добре видимою для потенційних відвідувачів. Важливо, щоб люди могли легко знайти кав'ярню та швидко прийняти рішення про її відвідування. Тому вона має «чіпляти око» гостей та манити до себе.

4. Наявність зручного транспортного сполучення, парковки для авто та вело-доріжок також є важливими при виборі місця розташування.

Тому, для кав'ярні «Кавуська» обрано стратегічне розташування в Сіті парку на проспекті Волі 49А (рис. 2.4) [16]:

Парк – чудове місце для прогулянок і відпочинку для різних категорій населення. Зокрема Сіті парк – це велика прохідність офісних працівників, студентів, мам із дітьми та місцевих жителів. У самому парку розташоване офісне приміщення, з різноманітними бізнесами: салони краси, туристична агенція, швейне виробництво, офіси маркетологів, студія дитячих свят, стоматологія, офіс місцевого телеканалу «Конкурент» з постійними відвідувачами з різних сфер діяльності (бізнесмени, впливові люди міста тощо) та великий фітнес-клуб. Також вже розпочато будівництво ще одного торгово-оздоровчого приміщення у цьому ж парку, що дасть можливість для розвинення клієнтури.

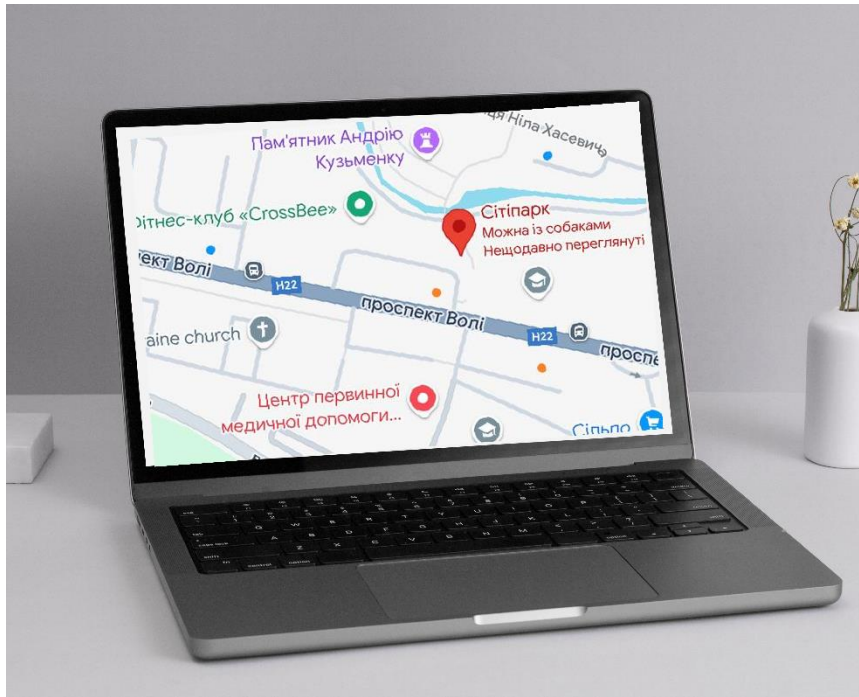


Рис. 2.4. Розташування потенційної локації кав'ярні у Сіті парку в місті Луцьк

Неподалік від парку знаходиться фаховий коледж технологій, бізнесу та права ВНУ імені Лесі Українки. Це дасть змогу залучити клієнтів серед студентів цього навчального закладу. Розташування в парку забезпечує досить стабільний потік потенційних клієнтів протягом дня, незалежно від сезону.

Окрім того, розташування кав'ярні в парку дозволяє залучити тих, хто займається спортом, адже в парку розташований фітнес-клуб «CrossBee».

У парку також встановлено пам'ятник відомому співаку сучасності – Андрію Кузьменку (Кузьма Скрябін). Ця пам'ятка культури приваблює туристів, які в процесі прогулянки можуть стати споживачами нашої продукції.

Розташування «Кавуськи» в Сіті парку є її безперечною перевагою. Парк оточений офісом, спортзалом, вищим навчальним закладом, розташований майже у центрі міста, що робить кав'ярню ідеальним місцем для перепочинку під час робочого дня або навчання і після тренування. За великими панорамними вікнами відвідувачі зможуть спостерігати за природою, а це додає більше затишку. Або ж брати каву на виніс та дивитися на качок, що пропливають по річці. Також ми можемо мати у запасі на продаж зерно, щоб люди мали змогу погодувати качок чи птахів у парку, не підіймаючись нагору до магазину.

Під час особистої розмови з відділом оренди у Сіті парку я з'ясувала, що на даний момент вільним є лише одне приміщення на першому поверсі квадратурою – 34 кв.м., що зображено на рис. 2.5 [17]:



Рис. 2.5. Потенційне місце розміщення кав'ярні у Сіті парку

Наступним етапом оцінки ринку – є аналіз конкурентів. На даний момент у Сіті парку працює лише декілька закладів громадського харчування, серед яких виділяється ресторан-бургерна. Але він не задовольняє потреби кавоманів та офісних працівників у смачній каві і легкому перекусі. За результатами аналізу місцевого ринку, найближчі конкурентні кав'ярні розташовані або біля основних транспортних шляхів, або на відстані від парку, що робить їх менш доступними для цільової аудиторії Сіті парку. Конкуренція – це важливий фактор, який впливає на подальшу стратегію побудови бізнес-ідеї, і саме тому її варто провести досить ретельно.

Оскільки конкуренція в самому парку незначна (на основі методу власних спостережень та на основі оцінки інформації у відкритих джерелах), кав'ярня «Кавуська» зможе скористатися цим і зайняти свою нішу на ринку. Детальніше ознайомитися з конкурентами можна у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Перелік діючих закладів ресторанного господарства в районі Сіті парку
м.Луцьк, Волинської області

| <i>Діючі заклади ресторанного господарства</i> | <i>Адреса</i> | <i>Кількість місць</i> | <i>Робочі години</i> | <i>Короткий опис місця</i> |
|---|-----------------|----------------------------|--------------------------|---|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
| <p>RingDJ Cafe</p>  | пр. Волі 49а | 50+ | 10:00 – 23:00 | Перше у Луцьку DJ Cafe з диско музикою та крутими діджеями. Основні напрямки: бургер, піца, алкоголь, кальян. |
| <p>ÉDES - кюртошкалач</p>  | пр. Волі 49а | До 8 | 10:00 – 21:00 | Нова кав'ярня, яка спеціалізується на виготовленні угорської традиційної випічки кюртошкалач. |
| <p>Kashka.Lutsk</p>  | пр. Волі 49а | відсутнє | 9:00 – 20:00 | Мережа закладів швидкого здорового харчування. Основні напрямки: боули, салати, крем-супи, апаратна кава |

Продовження таблиці 2.1.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-------------|-----------------|-----------------|--|
| Кав'ярня ПАРАГРАФ  | пр. Волі 49 | приблизно 15 | 9:00 – 20:00 | Затишне місце для відпочинку з акцентом на якісну каву та десерти та можливістю легкого перекусу. Ціни вищі за середні |
| We Coffee  | пр. Волі 49 | до 15 | 8:00 – 21:30 | Дизайнерська кав'ярня зі сніданками цілий день. Ціни вищі за середні |

Джерело: складено автором за даними [18,19,20,21,22]

Проаналізувавши прямих та непрямих конкурентів, а також відгуки усного опитування серед працівників офісів у Сіті парку (салон краси, швейне виробництво) можемо зробити наступні висновки.

- «Ring Dj Café» не буде прямим конкурентом, адже їхні ціни досить високі і відсутня смачна кава.
- «Edes» не становить великої загрози, адже їхнє УТП – традиційний угорський десерт – і це їхня основна спеціалізація. Поки що це єдина кав'ярня у самому парку, але судячи з відгуків та власної оцінки – їхня кава потребує вдосконалення. Це нове місце у районі Сіті парку, тому можливо, до них поки прикутий інтерес, хоча споживачів їхнього продукту за час спостереження було не так багато.
- «Кашка» – це про здорове харчування та їжу навиніс. Вони розташовані трохи вище сходами, ніж сам парк і не мають посадкові місця.

- «Параграф» – це прямий конкурент, який має схожу ідею до моєї, а саме: кава, десерти та легкий перекус. Різниця між нами – моє місцезнаходження у парку, вони ж – вище за сходами на самому проспекті, що є незручним для офісних працівників.

- «WeCoffee» – також прямий конкурент, адже мають у своєму меню сніданки весь день, трохи десертів, каву та вино. Але вони також знаходяться в стороні від Сіті парку, і їхні ціни трохи «кусаються».

Отже, оцінюючи конкурентів для кав'ярні «Кавуська», можу сказати, що моя кав'ярня має усі шанси на успіх при правильному позиціюванні та чудовому обслуговуванні, а також завдяки системі лояльності та якісному продукту. Оскільки, каву споживає 77% населення віком 16-55 років в середньому 1-2 чашки кави на день [23], то попит на подібні заклади залишиться на високому рівні.

Отже, основною цільовою аудиторією моєї кав'ярні будуть:

- офісні працівники, які планують випити каву перед початком робочого дня та в обідню перерву разом з перекусами;
- відвідувачі спорт залу, які після тренування хочуть випити каву на рослинному або безлактозному молоці разом з корисними десертами;
- студенти, які проходять повз парку або виходять на перерву;
- жителі та гості міста, які приїжджають до парку прогулятися та перепочити або розслабитися у вечірній час.

2.3. Організаційна структура кав'ярні та управління персоналом

Організаційна структура кав'ярні «Кавуська» повинна забезпечити ефективне функціонування закладу, швидке обслуговування гостей і максимізацію прибутку. Це ключові елементи управління, які допомагають чітко визначити: обов'язки кожного працівника, зону відповідальності та модель підпорядкування.

З огляду на розміри кав'ярні (приблизно 30-40 кв.м) та обмежену кількість

посадкових місць (до 10), кількість робочого персоналу буде невеликою. Основні співробітники:

- 2 баристи на зміну (графік 7/7 або 3/3). Усього – 4 людини;
- SMM-спеціаліст (працює у довільному графіку).

Режим роботи кав'ярні буде 8:00 – 21:00, щоб задовільнити вимоги як офісних працівників, які зранку приходять на роботу, так і бажаючих розслабитися увечері за келихом коктейлю. В одній зміні працюватимуть два баристи, щоб у час пік обслуговування не затримувалось. Обідня перерва для кожного з барист буде становити 60 хв.

Організаційна структура «Кавуськи» буде представлена лінійно-функціональною моделлю (рис. 2.6):



Рис. 2.6. Лінійно-функціональна модель кав'ярні «Кавуська»

У таких невеликих закладах, типу кав'ярні, ця модель є найпоширенішою, оскільки дозволяє оптимально розподілити обов'язки між співробітниками. Така структура включає:

- керівника кав'ярні, який несе відповідальність за загальне управління бізнесом, стратегічні рішення, контроль фінансових питань, співпрацю з постачальниками, найм персоналу та визначення маркетингових стратегій;
- барист, які відповідають за приготування напоїв та інші продукти з меню, подачу, спілкування з клієнтами, а також чистоту на робочому місці і прибирання та замкнення кав'ярні в кінці дня;

- SMM-менеджера, який відповідає за просування кав'ярні у соц мережах, типу Інстаграм, Тік-Ток, Фейсбук тощо, а також за збір контенту.

Важливими аспектами управління персоналом є:

1. На початковому етапі важливо знайти професійних та мотивованих співробітників. Основними критеріями для барист будуть ввічливість та грамотність, клієнтоорієнтованість і вміння працювати в команді, а професійні навички і досвід вітаються, але не є обов'язковими.

2. Співробітники повинні проходити регулярні тренінги та навчання. Особливо це важливо, якщо кав'ярня запланує використовувати спеціальне обладнання або пропонувати якісь авторські напої. Звичайно, це все відбувається за рахунок підприємства. Також працівникам важливо розуміти, як підтримувати високу якість продукту та обслуговування. До будь-яких ідей та пропозицій від персоналу керівництво має прислухатися та робити висновки.

3. Щоб підтримувати високу продуктивність і зацікавленість, можна використовувати систему премій за роботу або допродаж. Важливо створити приязну атмосферу між керівництвом та персоналом, адже це впливає на загальне ставлення працівників до своїх обов'язків.

4. Для створення безперебійної роботи закладу важливо встановити гнучкий графік роботи, з врахуванням пікових годин відвідування. Чергування персоналу дозволяє уникнути вигорання та забезпечує рівномірне навантаження на всіх працівників. Саме тому планується найняти дві пари барист, які працюватимуть тиждень через тиждень (або три дні через три дні) з можливістю заміни один одного.

2.4. Логістичні рішення щодо постачання та управління ресурсами

Організація товаропостачання та управління ресурсами є важливою складовою роботи кав'ярні «Кавуська». Для забезпечення безперебійної роботи закладу важливо розробити ефективну логістичну систему. Вона включає постачання кавових зерен, молока, десертів, інших продуктів та витратних матеріалів. У цьому підрозділі розглянуто основні рішення щодо постачання та управління ресурсами, зокрема вибір постачальників і оптимізацію процесів.

У таблиці 2.2 наведено потенційних постачальників сировини та продуктів для кав'ярні «Кавуська» та ціни на цю продукцію з розрахунком на місяць.

Таблиця 2.2

Організація постачальників сировини та продуктів

| <i>Назва постачальника</i> | <i>Сировина/продукт, що постачається</i> | <i>Ціна за одиницю, грн</i> | <i>К-ть на місяць, шт</i> | <i>Витрати на місяць</i> |
|----------------------------|---|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
| 1. PETROVKA HoReCa [24] | Чай пакетований порційний ТМ «Palmira», 2,4 г | 7,1 грн | 300 шт | 2130 грн |
| | Чай для заварника ТМ «Palmira», 4г | 10,9 грн | 200 шт | 2180 грн |
| | Натуральний чай-концентрат ТМ «PETROVKA HoReCa», 50 г | 14,5 грн | 200 шт | 2900 грн |
| | Паперові крафтові стаканчики 340 мл/175 мл | 1,58 грн/ | 200 шт | 316 грн/ |
| | Сиропи ТМ «Maribell» 0,7 л в асорт. | 1,02 грн | /200 шт | 204 грн |
| | Молоко рослинне / безлактозне/ звичайне 1 л | 99 грн | 10 шт | 990 грн |
| | | 72,5 грн | 15 шт | 1087,5грн |
| | | 45 грн | 20 шт | 900 грн |
| | | 36,5 грн | 200 шт | 7300 грн |
| | | | | |

Продовження таблиці 2.2

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|----------|--------|--------------------|
| 2. Coffee Lover [25] | Кавові зерна купаж ТМ «CoffeeLover», 1кг | 940 грн | 10 шт | 9400 грн |
| | Кавові зерна арабіка ТМ «CoffeeLover», 1кг | 940 грн | 10 шт | 9400 грн |
| 3. Foundation [26] | Дріпи ТМ «Foundation» | 38,9 грн | 100 шт | 3890 грн |
| 4. Maudau [27] | Віскі ТМ «William Lawson's», 1л | 459 грн | 3л | 1377 грн |
| | Ром ТМ «Bacardi Oakheart», 1л | 439 грн | 3л | 1317 грн |
| | Джин ТМ «Gordon's», 1л | 699 грн | 2л | 1398 грн |
| | Текіла ТМ «True Tequila», 1л | 589 грн | 2л | 1178 грн |
| | Аперитив ТМ «Aperol Aperetivo» | 559 грн | 3л | 1677 грн |
| | Вино ігристе ТМ «San Martino Prosecco», 0,75 л | 284 грн | 3л | 1136 грн |
| 5. Кондитер Мар'яна Романович [28] | Тарт в асортименті | 40 грн | 70 шт | 2800 грн |
| | Вупі пай | 42 грн | 40 шт | 1680 грн |
| | Моті | 36 грн | 30 шт | 1080 грн |
| | Макаронс в асортименті | 36 грн | 80 шт | 2880 грн |
| | Еклер в асортименті | 45 грн | 45 шт | 2025 грн |
| | Хелсі десерти (тирамісу/баунті) | 45 грн | 40 шт | 1800 грн |
| | Чизкейк в асортименті | 40 грн | 75 шт | 3000 грн |
| | Вафельний торт в асортименті (цілий: 8-10 шматків) | 320 грн | 4 шт | 1280 грн |
| 6. Самоси - вегетаріанська випічка [29] | Самоси в асортименті | 35 грн | 30 шт | 1050 грн |
| 7. Паляниця маркет [30] | Сендвіч/паніні | 30 | 40 шт | 1200 грн |
| | Лаваш-рол | 45 | 35 шт | 1575 грн |
| | Круасан | 45 | 25 шт | 1125 грн |
| 8. Valesto [31] | Ролліні в асортименті | 20 | 50 шт | 1000 грн |
| Усього: | | | | 71275,5 грн |

На основі таблиці 2.2, можемо зробити висновки щодо щомісячних приблизних витрат на розхідні матеріали, а саме – 71275,5 грн. Більш точні витрати зможемо спрогнозувати вже на основі працюючої кав'ярні та попиту зі сторони аудиторії.

Ключовою складовою успішного управління ресурсами є оптимізація процесу замовлення продуктів. Постійна робота з локальними постачальниками дозволяє налагодити процес регулярного постачання. Це дає можливість зменшити витрати на транспортування та зберігання продуктів. Для цього розробляється система прогнозування замовлень, яка ґрунтується на даних з продажів та відвідуваності кав'ярні. Усі закупівлі продуктів мають бути заплановані, щоб уникнути надлишкових витрат та перевитрати бюджету.

Ключовим елементом управління ресурсами є управління запасами. Важливо налаштувати систему контролю за продуктами та матеріалами, щоб уникнути перевитрат і забезпечити безперебійну роботу кав'ярні. Сучасні автоматизовані системи управління, такі як Poster POS [32], дозволяють вести детальний облік закупівель, витрат продуктів і матеріалів; відслідковувати залишки на складі та контролювати мінімально граничну наявність; керувати робочим часом персоналу; контролювати витрати; аналізувати звіти про продажі, ефективність меню та роботу персоналу; робити детальні звіти про середній чек, продажі по категоріях; створювати програми лояльності для клієнтів, видавати бонуси, накопичувати знижки та використовувати карти лояльності; проводити оплату та залишати відгуки за QR-кодом; працювати з РРО.

Автоматизація процесів скорочує час, необхідний для виконання рутинних завдань, дозволяючи співробітникам більше зосереджуватися на обслуговуванні клієнтів. Витрати зменшуються завдяки точному обліку продукції та аналізу продажів. За допомогою цієї системи покращується обслуговування клієнтів завдяки швидкій обробці замовлень і можливостям маркетингових інструментів (бонусні картки, програми лояльності). Оптимізоване управління дозволяє

власникам кав'ярень контролювати кожен аспект свого бізнесу з будь-якої точки світу за допомогою Інтернету.

Для забезпечення стабільної роботи кафе важливим чинником є налагодження логістичних процесів.

- Бажано налагодити партнерські відносини з місцевими постачальниками, що допоможе знизити витрати на доставку та терміни доставки продукції. Це дозволяє звести до мінімуму ризик браку або пошкодження товару.

- Необхідно встановлювати регулярні поставки з урахуванням специфіки продажів (кава, десерти, їжа) для підтримки оптимального рівня запасів.

- Треба обирати надійного постачальника, який гарантує якість і свіжість продукції.

Юридичні аспекти включають санітарні ліцензії та дозвіл на продаж алкоголю. Ці нюанси необхідно узгоджувати при відкритті бізнесу, щоб у майбутньому не виникало юридичних проблем у веденні бізнесу.

2.5. Маркетингова стратегія розвитку та унікальна товарна пропозиція кав'ярні

Ключовим елементом концепції кав'ярні «Кавуська» є створення затишної, комфортної атмосфери з великим вибором напоїв і страв, які відповідають різним смаковим уподобанням клієнтів. Унікальна торгова пропозиція (УТП) – це саме те, чим кав'ярня може утримати увагу аудиторії і змусити її повертатися знову і знову. Я прописала декілька індивідуальних ідей для моєї кав'ярні, які зможу використовувати у подальшому:

1. Меню буде включати не лише традиційно каву та десерти, але й солоні продукти — легкі перекуси, сендвічі, паніні, можливо солоні десерти. Це робить кав'ярню більш універсальною та зручною для клієнтів, які хочуть поєднати перекус і релакс у своєму улюбленому місці. Додавання алкогольних коктейлів

у меню також надає кав'ярні «Кавуська» особливий шарм і привабливість для відвідувачів, які хочуть розслабитися в компанії друзів чи провести ділову зустріч у неформальній атмосфері. Саме для цього створена барна карта із найпопулярніших коктейлів та сезонних новинок.

2. Акцент на екологічність та відповідальність перед природою. Відвідувачі мають можливість взяти безкоштовну їжу для качок, щоб під час прогулянки зробити корисну справу. Це сприяє екологічному іміджу закладу та підкреслює його залученість у навколишнє середовище – тобто Сіті парк, де розташована кав'ярня. Це не лише екологічний підхід, а й можливість залучення родин з дітьми. А також активних користувачів соціальних мереж, які цінують та схвалюють такі ініціативи і освітлюють у своїх акаунтах. А щоб підвищити економічну ефективність – можна поставити на барі скарбничку з написом «На їжу крилатим браттям» чи подібну, щоб бажаючі змогли долучитися до цієї акції та підтримати коштами кав'ярню. У подальшому можна інтегрувати цю акцію у підтримку притулків для тварин або інших зборів.

3. Ще однією ініціативою є періодичні капінги та дегустації кави, що підвищить інтерес до різних сортів кави та дозволить відвідувачам відкрити для себе нові смаки. Це сприятиме створенню лояльної спільноти клієнтів, які будуть відвідувати кав'ярню знову і знову для нових вражень. А також в рамках цієї ініціативи, можна влаштовувати майстер-класи з готування кави/коктейлів для бажаючих або запрошувати інших майстрів та влаштовувати творчі зустрічі, бізнес-зустрічі та подібне.

4. Хочу впровадити хелсі десерти, корисні перекуси та корисні напої для спортсменів-відвідувачів фітнес-клубу або людей, які піклуються про своє здоров'я. Це залучить аудиторію, яка прагне вести здоровий спосіб життя.

5. Досить інноваційною ідеєю серед кав'ярень я вважаю використання принтера для кави, який дозволяє друкувати малюнки або фотографії на каві. Ця ініціатива приваблює молодь та любителів соціальних мереж, адже такі напої ідеально підходять для створення яскравих фотографій або якихось романтичних подій. Такий підхід є інноваційним, адже ще дуже мало кав'ярень

використовують цю ідею. Ця послуга має бути безкоштовною, щоб залучити аудиторію користуватися цією послугою.

6. Наостанок, хочу запропонувати запровадити «безвідходне виробництво». Кавову гущу можна відправити на переробку для створення різноманітних еко-товарів. Наприклад, «Rekava» - це компанія, яка займається переробкою кавової гущі для створення еко-свічок, еко-стаканчиків, еко-горщики, еко-капсули для кавомашин тощо. Така ініціатива допомагає підтримувати сталий розвиток бізнесів, а також збереження екології. До того ж, кавова гуща – це добриво для ґрунту. Тому, можливо співпрацювати з локальними агро компаніями. Такі ініціативи можна проводити, як на волонтерських засадах, так і за інших умов співпраці, отримуючи певну вигоду. Для нас кавова гуща – це відходи, але їх можна використати з користю.

Я гадаю, що ці УТП можуть підвищити впізнаваність бренду, створити лояльну аудиторію та бути ТОП-1 у своїй ніші.

Маркетингова стратегія кав'ярні «Кавуська» передбачає активну присутність у соціальних мережах, особливо у Instagram та TikTok, де планується просування бренду. Важливо звернути увагу на створення емоційного зв'язку з аудиторією, тому контент буде включати не лише інформацію про продукти, але й відео з процесу їх приготування, кулінарні майстер-класи і прямі ефіри з капінгів. Також будуть використовуватися тренди у соцмережах, висвітлювання акцій у кав'ярні та інше. Варто зробити рубрикатор для свого контенту і публікувати кожен рубрику для певної аудиторії. Щоб SMM був комплексним, варто вести прийнятну модерацію, створити фірмовий стиль у спілкуванні, у візуалі та притримуватися цих ідей в усьому.

Таргетована реклама на відкриття кав'ярні буде спрямована на мешканців міста, що дозволить охопити необхідну аудиторію. Такий підхід дозволить залучити максимальну кількість відвідувачів на відкриття кав'ярні і сприятиме організації такого маркетингового інструменту, як сарафанне радіо. Для підтримки уваги клієнтів будуть використовуватися постійні рубрики та інтерактивні конкурси у соціальних мережах. Саме так організується зростання

лояльності до бренду. Також можлива залученість місцевих фуд-блогерів, таких як stefanifly (UGC-creator, огляди на нові заклади) [33] або anastasia_lutsk_girl (найцікавіші місця Луцька, огляди закладів) [34].

Для підсилення офлайн-маркетингу планується проведення серії публічних заходів у парку, де розташована кав'ярня. Це можуть бути тематичні заходи типу фестивалів кави, поетичних зустрічей або вечірок з алкогольною програмою. Також, для залучення постійної аудиторії, розробляється система лояльності з бонусами та знижками для постійних клієнтів.

Можливим доповненням є проведення різних акцій під час свят або на честь відкриття, таких як «другий напій безкоштовно» або «знижка на замовлення до 12 години дня». Це сприятиме залученню нових клієнтів та стимулюватиме повторні відвідування закладу.

У таблиці 2.3 зображено приблизну періодичність проведення маркетингових заходів.

Таблиця 2.3

Періодичність маркетингових активностей кав'ярні «Кавуська»

| Категорія активностей | Опис | Частота |
|------------------------------------|--|---|
| Соціальні мережі | Публікація фото, відео, процес приготування, огляди продуктів, тренди. | 2-3 публікації на тиждень, 3-4 сторіс кожен день, кроспостинг відгуків гостей |
| Таргетована реклама | Оголошення про відкриття, акції, знижки для нових клієнтів, різноманітні заходи. | Раз на місяць |
| Публічні заходи | Капінги, дегустації, майстер-класи, вечірні заходи з алкогольною програмою. | Раз на місяць |
| Програма лояльності | Знижки для постійних клієнтів, бонуси за кожен покупу. | Постійно |
| Інтерактивні конкурси в соцмережах | Конкурси з розіграшами безкоштовних напоїв або страв, фото-конкурси на кращий знімок з кавою (стимуляція UGC). | Раз на 2 місяці |

Реалізація маркетингової стратегії буде відбуватися з урахуванням сучасної економічної ситуації в Україні. Після кризових періодів споживачі стали більш вимогливими до ціни та якості продукту. Це створює баланс між прибутковістю та конкурентоспроможністю. Для досягнення цієї мети кав'ярня «Кавуська» планує реалізувати стратегію середньої ціни, коли вартість напоїв та страв буде знаходитися між преміальними та бюджетними на ринку.

Таким чином, маркетингова стратегія кав'ярні «Кавуська» базується на інноваціях, клієнтоорієнтованості та креативних підходах до просування, щоб забезпечити сталий розвиток бізнесу та збільшення кількості лояльних клієнтів.

2.6. Виробничий процес

Виробничий процес кав'ярні також є основним аспектом її функціонування, оскільки забезпечує якість, свіжість і відповідність продуктів очікуванням клієнтів. Процес охоплює весь ланцюжок від закупівлі сировини до подачі готового продукту клієнту. Для кав'ярні «Кавуська» виробничий процес організовано так, щоб врахувати специфіку маленького закладу з інноваційним підходом до подачі та обслуговування.

Усе починається з ретельно обраних постачальників сировини. Вони мусять забезпечити високу якість кавових зерен, десертів, свіжих продуктів для перекусів та алкогольних коктейлів. Виробничий процес кав'ярні базується в основному на принципі співпраці з локальними постачальниками.

Процес зберігання продуктів є надзвичайно важливим елементом організації виробничої діяльності кав'ярні. Використовуються сучасні складські системи обліку, які дозволяють контролювати наявність товарів та своєчасно їх поповнювати. Автоматизація складського обліку також допомагає запобігати перевитратам та забезпечує оптимальне використання ресурсів. Наприклад, кавові зерна зберігаються в герметичних судках, а свіжі продукти — в холодильниках з контролем температурного режиму.

Саме виробництво у кав'ярні включає кілька етапів: приготування кавових напоїв, алкогольних коктейлів, а також видача десертів та солоних страв. Використання професійного обладнання, такого як новітні та сучасні кавові машини, забезпечує стабільність, якість та швидкість обслуговування. Впровадження інновацій, таких як кавовий принтер, створює додатковий інтерес для клієнтів і додає унікальності та «родзинки» закладу. Особлива увага приділяється якості та свіжості продукції: усі напої готуються безпосередньо перед подачею, а десерти та перекуси поставляються з такою періодичністю, щоб залишатися свіжими у час подачі. Саме так аромат та смак інгредієнтів залишаються збереженими.

Виробничий процес у кав'ярні «Кавуська» включає також впровадження енергоефективних технологій. Система освітлення в кав'ярні базується на LED-лампах. Завдяки такій системі, кількість споживання електроенергії зменшиться.

Іншим важливим аспектом виробничого процесу є контроль якості та оптимізація ресурсів. Впровадження автоматизованих систем управління, таких як Poster POS, дає змогу контролювати витрати на продукти, облік закупівель та витрати робочого часу персоналу. Завдяки цьому система забезпечує прозорість усіх виробничих процесів і дозволяє швидко адаптуватися до змін у попиті клієнтів.

Контроль якості напоїв здійснюється за допомогою регулярних тренінгів для персоналу та використання спеціальних чек-листів, що визначають стандарти обслуговування та приготування. А також можна робити опитування серед клієнтів або використовувати спосіб перевірки «Таємний гість». Під час такої перевірки, стороння для кав'ярні, але підібрана навмисне людина, спілкується з персоналом як звичайний гість, і проводить спостереження щодо обслуговування, свіжості страв, якості страв тощо.

Капінги – це ще одна інновація, що підвищує інтерес до кав'ярні серед місцевих жителів і туристів. Клієнти знайомляться з різними сортами кави, дізнаються про особливості їхнього приготування та формують власний

смаковий досвід. Подібні заходи створюють атмосферу спілкування та лояльності серед клієнтів, що сприяє зміцненню позицій кав'ярні на ринку.

Загалом, виробничий процес у кав'ярні «Кавуська» спрямований на забезпечення високої якості продукції та обслуговування. Ми поєднуємо сучасні технології, традиції приготування кави та інноваційні підходи до організації виробництва. Це дозволить закладу вирізнитися серед конкурентів і створювати унікальний досвід для кожного відвідувача.

2.7. Бізнес-модель CANVAS

Модель CANVAS використовується для визначення поточної та майбутньої стратегії. Вона підходить як для розвитку нових організацій, так і для зміни стратегії вже існуючих, а також для аналізу діючих управлінських моделей з метою виявлення слабких місць у діяльності та пошуку нових можливостей для зростання. Створили цю бізнес-модель у 2008 році Олександр Остервальдер, швейцарський бізнес-теоретик, та Ів Пін'є, бельгійський вчений і професор управлінських інформаційних систем. Відтоді модель швидко набула популярності і сьогодні використовується викладачами та студентами в престижних бізнес-школах і університетах, таких як Гарвард, Стенфорд, Колумбія та Берклі [35].

Основна ідея бізнес-моделі CANVAS — це візуалізувати бізнес на одній сторінці, щоб побачити загальну картину, визначити ключові елементи та взаємозв'язки між ними. Елементи бізнес-моделі дозволяють побудувати цілісну картину бізнесу, визначити його слабкі місця, оптимізувати витрати та знайти нові можливості для розвитку.

Бізнес-модель CANVAS допоможе зосередитися на створенні цінності для проекту. Саме таку бізнес-модель я візуалізувала у таблиці 2.4 для своєї бізнес-ідеї.

Таблиця 2.4

Бізнес-модель CANVAS для кав'ярні «Кавуська»

| Ключові партнери | Ключові види діяльності | Ціннісна пропозиція | Взаємовідносини з клієнтом | Сегменти клієнтів |
|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Локальні кондитерські; • Постачальники солоних страв та напоїв; • Компанії з автоматизації (Poster POS); • Постачальники кавових зерен; • Спеціалісти з енерго-ефективного освітлення та дизайну приміщень; • Виробники поліграфічних матеріалів; • Виробники обладнання. | <ul style="list-style-type: none"> • Закупівля, зберігання та підготовка продуктів для кав'ярні; • Приготування кавових напоїв та алкогольних коктейлів; • Організація маркетингових заходів та промоційних акцій; • Впровадження інноваційних технологій для поліпшення обслуговування клієнтів; • Проведення регулярних заходів для навчання персоналу та залучення клієнтів. | <ul style="list-style-type: none"> • Організація кав'ярні з атмосферою затишку; • Широкий асортимент; • Пропозиція солоних перекусів; • Безкоштовна їжа для птахів у парку; • Використання кавового принтера; • Проведення дегустацій (капінгів); • Пропозиція хелсі-десертів. | <ul style="list-style-type: none"> • Персоналізоване обслуговування завдяки кавовому принтеру; • Лояльність через участь у капінгах та дегустаціях; • Регулярні акції та знижки для клієнтів; • Залучення клієнтів через соціальні мережі з інтерактивним контентом. | <ul style="list-style-type: none"> • Місцеві жителі, які шукають затишне місце для релаксу; • Молода аудиторія (18-35 років), що активно користується соціальними мережами; • Спортсмени та люди, які відвідують спортзал поруч; • Відвідувачі парку; • Офісні працівники у Сіті парку. |

Продовження таблиці 2.4

| Ключові ресурси | Канали збуту |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Професійне обладнання для приготування кави; • Локальні постачальники високоякісних продуктів/продукції; • Технічна підтримка автоматизованої системи управління (Poster POS) для обліку витрат і закупівель; • Власний персонал: баристи (дві зміни), SMM-менеджер, постачальники; | <ul style="list-style-type: none"> • Фізичне обслуговування клієнтів у кав'ярні в Сіті парк; • Соціальні мережі: Instagram та TikTok для просування бренду та залучення молоді аудиторії; • Партнерства з місцевими блогерами для реклами закладу; • Проведення капінгів та заходів з дегустації для залучення нових клієнтів; |
| Структура витрат | Потоки надходження доходів |
| <ul style="list-style-type: none"> • Закупівля високоякісних кавових зерен та свіжих продуктів; • Оренда приміщення; • Оплата праці персоналу; • Витрати на маркетинг; • Закупівля професійного обладнання; • Витрати на автоматизацію процесів та облік товарів; • Екологічні ініціативи та витрати на підтримку соціальних проєктів. | <ul style="list-style-type: none"> • Продаж кавових напоїв та десертів; • Продаж алкогольних коктейлів; • Продаж хелсі-десертів та перекусів для спортсменів; • Можливі спонсорські партнерства з локальними бізнесами та організаціями. |

Завдяки цій бізнес-моделі CANVAS я структурувала основні бізнес-елементи. Спираючись на дані з таблиці 2.4 можна надалі будувати стратегію ведення підприємницької діяльності.

2.8. Вплив культурних, соціальних та економічних факторів на ресторанний бізнес

Ресторанний бізнес є однією з найбільш залежних від зовнішніх факторів галузей. Успішність такого бізнесу тісно пов'язана з культурними, соціальними

та економічними умовами країни. Існує багато загроз для закладу, які розглядалися вище, пов'язані з цими факторами. Але окрім загроз, ці фактори дають бізнесу можливості для розвитку, для інновацій, для ідей.

Культурні фактори, що включають національні традиції, цінності, вподобання та норми, відіграють значну роль у формуванні ресторанної індустрії. Наприклад, звички споживання кави в Україні стрімко змінилися за останні десятиліття: зростає популярність кави в закладах швидкого обслуговування, що віддзеркалює зміни у ставленні до кавової культури загалом. Імпорт кави в Україні з кожним роком лише зростає, динаміка цього показника зображена на рис. 2.7:

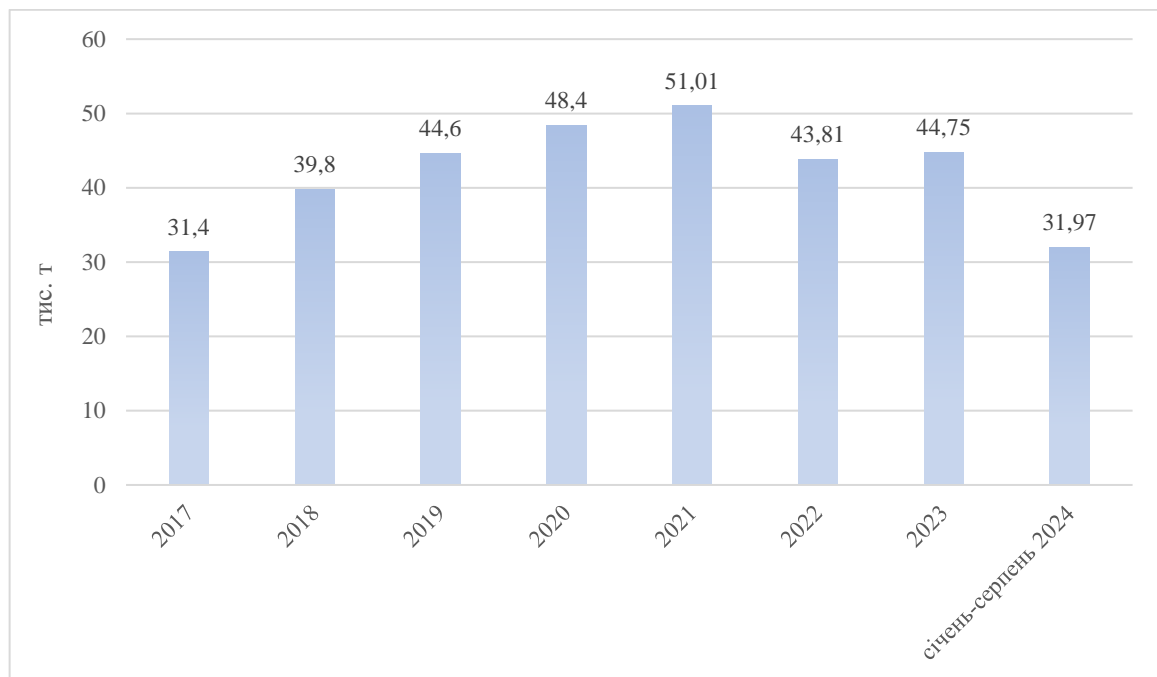


Рис. 2.7. Динаміка імпорту кави в Україні 2017- січень-серпень 2024, у тис.т [36],[37],[38]

Через війну в Україні імпорт кави у 2022 році трохи впав, але продовжує зростати. Лише за перші 8 місяців 2024 року було імпортовано такий обсяг кави, який був імпортований за увесь 2017 рік. Найбільше кави імпортують з Польщі, Італії, Німеччини, Франції, Нідерландів, Австрії та, звичайно, Бразилії. Окрім

того, в Україні також виготовляють каву і експортують її за кордон. Наприклад, в 2020 році було експортовано 365,5 т кави [39].

Клієнти прагнуть до інноваційних, авторських напоїв, і відповідно, в меню «Кавуськи» впроваджуються варіації класичних кавових рецептів з локальними акцентами (типу сезонні напої або авторські коктейлі). Крім цього, культурні впливи визначають і атмосферу закладу, інтер'єр, музику, обслуговування та загальний імідж кав'ярні. Наприклад, сучасний дизайн, інтер'єр у природних відтінках та етнічні акценти, які можуть бути привабливими для різних категорій клієнтів, створюють атмосферу затишку та відпочинку, важливу для клієнтів кав'ярні. А також, зараз важливо підтримувати українську культуру. І саме тому, хоч інколи, необхідно популяризувати українську музику, як українську культуру.

Соціальні фактори впливають на структуру цільової аудиторії, її вподобання та поведінку. Одним із значущих соціальних факторів є зміни в ритмі життя. Сьогодні сучасне населення міста (споживачі кави) прагне швидкості обслуговування та комфорту. Середньостатистичний клієнт кав'ярні – це майже кожен громадянин України, який цінує якісні продукти та атмосферу відпочинку. Саме тому «Кавуська» створює зони для швидкого обслуговування і відпочинку, пропонуючи послуги самовиносу, що полегшує і прискорює процес покупки. А для тих, хто сприймає каву як момент перепочити – обладнані лаундж зони для комфортного проведення часу.

Ще одним важливим аспектом є соціальна відповідальність, адже клієнти часто обирають заклади, що підтримують екологічні ініціативи або пропонують варіанти продуктів без одноразових пластикових упаковок. Моя кав'ярня може використати ці тенденції, запровадивши екологічно чисті матеріали для упаковки кави чи продуктів з собою. Відверто правильним рішенням, до того ж, є сортування відходів для підтримки екології.

Соціальний аспект став поштовхом для зародження такої ідеї як «годування качок», прописаної в підрозділі 2.5. Адже підтримка тваринного світу – це соціальний тренд.

Економічні фактори впливають на рівень платоспроможності клієнтів, яка, у свою чергу, впливає на структуру ціноутворення, собівартість продуктів та рівень прибутковості закладу. Одним із ключових економічних факторів є інфляція та коливання цін на продукти харчування, що особливо впливає на витрати на сировину. За останній рік ціни на основні інгредієнти для кав'ярень зросли на 15%, що призводить до збільшення собівартості продуктів і необхідності перегляду цінової політики.

Існує світовий показник – індекс Еспресо, який використовується для вимірювання вартості стандартної порції даного виду кави в різних містах світу. Такий показник дозволяє оцінити, наскільки відрізняються ціни на аналогічні товари та послуги в різних країнах, відображаючи рівень купівельної спроможності населення та інфляції. На рис. 2.8 зображено динаміку індексу Еспресо в Україні:

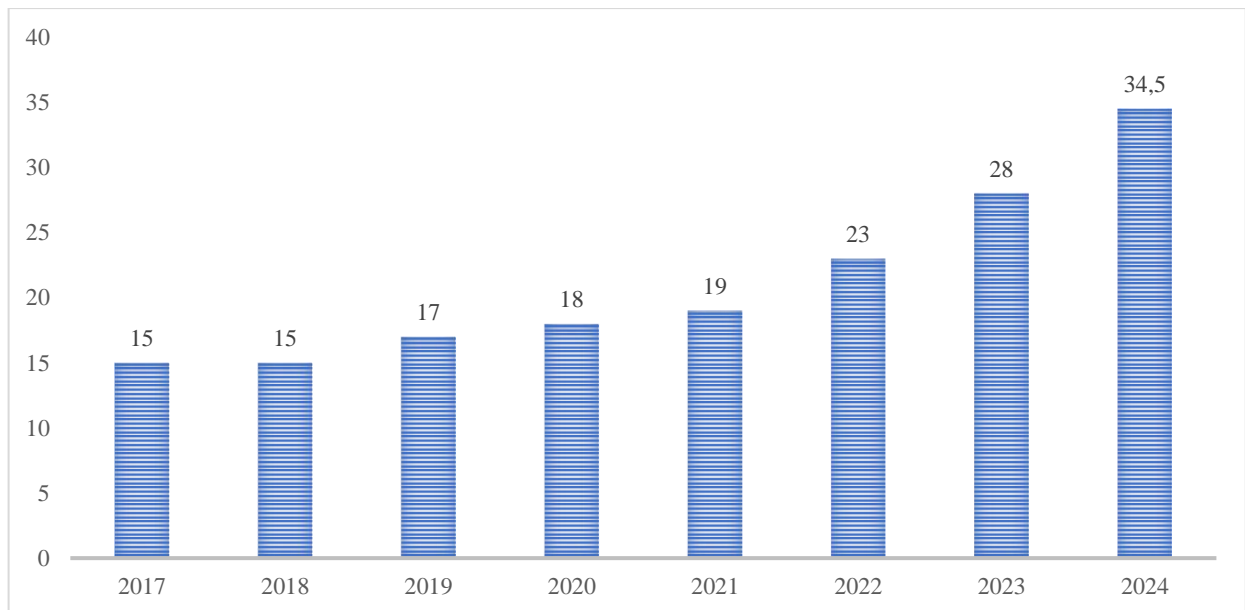


Рис. 2.8. Динаміка індексу Еспресо в Україні в 2017-2024 роках, у грн [40]

Ціна на еспресо варіюється у кожному регіоні України. На рис. 2.9 зображено різницю в ціні на один і той самий напій за областями:

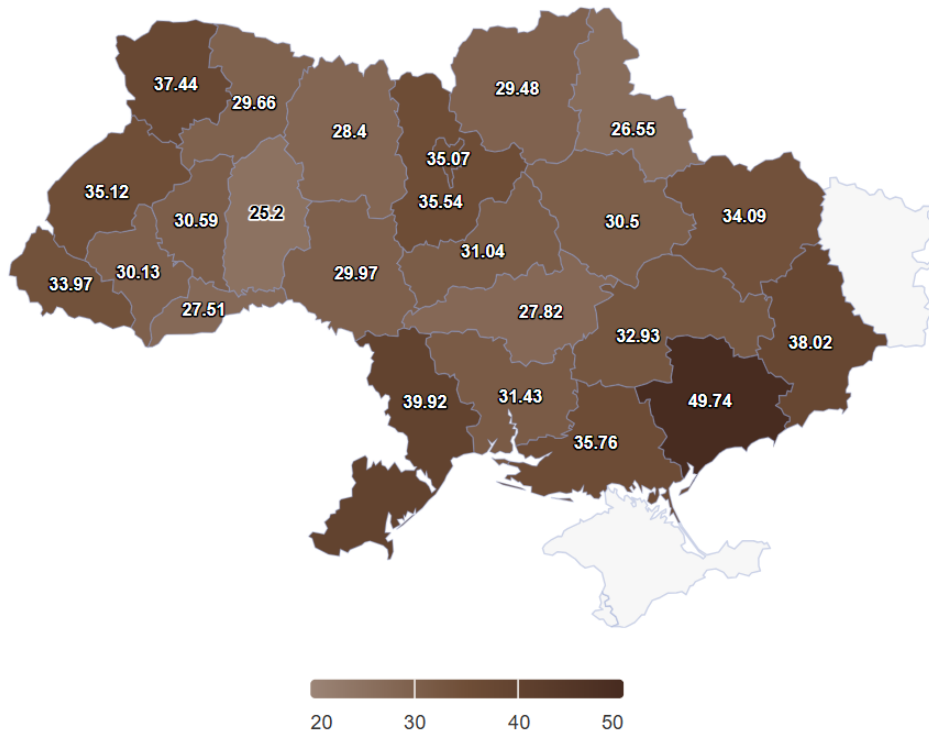


Рис. 2.9. Середня вартість еспресо за областями України, у грн [40]

Відтак, найдорожчим еспресо є в Запорізькій, Одеській, Донецькій та Волинській областях, а найдешевшим – у Хмельницькій, Сумській та Чернівецькій областях.

До слова, ціна на філіжанку еспресо у Америці в середньому \$2,75, а саме 113,35 грн (наприклад, в Нью-Йорку чи Сан-Франциско). В країнах Європи ціни на еспресо також різні: в Італії, еспресо можна знайти за €1.00–€1.50 (43-65 грн), а в Норвегії чи Швейцарії ціна варіюється від €3 до €4 (130-174 грн) [41].

Успішне врахування культурних, соціальних, економічних та інших багатьох факторів дозволяє ефективніше адаптувати бізнес до зовнішнього середовища, забезпечити конкурентну перевагу та стабільність на ринку. Оцінка цих факторів є важливою для подальшого розвитку кав'ярні і дає можливість здійснювати коригування у стратегії задля забезпечення максимальної відповідності потребам та очікуванням споживачів.

Висновки за розділом 2

Отже, проведений аналіз та розробка організаційно-економічних рішень і плану роботи кав'ярні «Кавуська» підтвердили перспективність цього проєкту в умовах поточної ситуації на ринку. Дослідження концепції, ринкових умов, цільової аудиторії, організаційної структури та управління ресурсами дозволили створити комплексне бачення розвитку кав'ярні, враховуючи всі аспекти ведення бізнесу в умовах кризи.

Особливу увагу було приділено визначенню унікальних характеристик закладу, які відрізняють його від конкурентів та можуть стати запорукою успіху на ринку. Збалансована маркетингова стратегія, включаючи використання сучасних інструментів, таких як соціальні мережі та таргетована реклама, сприятиме не лише залученню клієнтів, але й формуванню сталого позитивного іміджу бренду. Водночас ефективне управління ресурсами та логістикою дозволить оптимізувати витрати, забезпечити якість продуктів та своєчасність постачання.

Крім того, було проаналізовано можливості впровадження інноваційних рішень, таких як використання сучасного обладнання для автоматизації процесів обліку та управління. Інтеграція таких інструментів стане основою для конкурентної переваги в довгостроковій перспективі.

Загалом, розроблений бізнес-план кав'ярні «Кавуська» враховує основні тенденції на ринку в кризових умовах, потреби споживачів, особливості логістичних рішень та організаційні нюанси. Це дозволяє впевнено прогнозувати успіх проєкту навіть в умовах невизначеного економічного середовища, спираючись на унікальні торгові пропозиції, які створюють додаткову цінність для клієнтів, та добре продуману бізнес-модель, яка може стати основою для подальшого розширення.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РИЗИКІВ ТА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КАВ'ЯРНІ «КАВУСЬКА»

3.1. Планування економічної діяльності кав'ярні

Одним з найважливіших факторів під час відкриття нового підприємства (в даному випадку – кав'ярні «Кавуська») – це прорахунок фінансових складових. Зокрема, важливо проаналізувати рентабельність підприємства.

Рентабельність підприємства – це показник, що відображає ефективність використання ним своїх ресурсів, таких як матеріальні, трудові та фінансові. Вона демонструє, наскільки ефективно компанія перетворює ці ресурси в прибуток, і розраховується як співвідношення отриманого прибутку до активів, що його створюють [42].

Аналіз рентабельності є важливим інструментом для ухвалення управлінських рішень, оскільки він не лише характеризує поточний стан підприємства, а й допомагає спрогнозувати його розвиток у майбутньому.

Рентабельність є відносним показником, адже вона залежить від багатьох змінних факторів, наприклад, від об'єму продажів, стійкості бізнесу, ефективності роботи, прибутку тощо. Чим вищий коефіцієнт рентабельності, тим це краще для бізнесу.

Для оцінки рентабельності та фінансової ефективності кав'ярні «Кавуська» в місті Луцьк доцільно детально розглянути та проаналізувати структуру витрат, потенційний дохід, а також запровадити інноваційні інструменти для оптимізації виробничих процесів.

Розрахунок місячних витрат дозволяє точно визначити суму, яку кав'ярня повинна заробити для покриття основних операційних витрат.

Для цього необхідно проаналізувати усі витрати кав'ярні протягом місяця. Сюди входять такі категорії: оренда, витрати на сировину, витрати на зарплатню, маркетингові витрати, комунальні витрати, ліцензії тощо.

В таблиці 3.1 наведено детальний опис прогнозованих щомісячних витрат для кав'ярні «Кавуська».

Таблиця 3.1

Прогнозовані щомісячні витрати кав'ярні «Кавуська»

| Категорія витрат | Деталізація | Місячна сума, грн |
|---------------------------|--|----------------------|
| Оренда приміщення | Приміщення 34 кв.м. в Сіті парку міста Луцьк | 10 000 |
| Заробітна плата персоналу | 4 баристи (по 13500 грн) та 1 SMM-менеджер (15000 грн) | 69 000 |
| Витрати на сировину | Витрати на каву, чай, десерти тощо з підрозділу 2.4 | 71 275,5 |
| Маркетингові витрати | Витрати на таргетинг у соціальних мережах, комунікацію з блогерами, проведення майстер класів та інше з підрозділу 2.5 | 10 000 |
| Комунальні витрати | Електроенергія, вода, опалення в «Сіті парку» | 1 500 |
| Ліцензійні збори | Ліцензія на роздрібну торгівлю алкоголем | 667 |
| Податки | ФОП 2 група | 2 200 |
| Усього: | | 164 642,5 |

Заробітна платня є середньою зарплатнею в місті Луцьк за даними платформи WorkUa [43]. Ліцензія на роздрібну торгівлю алкоголем в Україні на сьогодні становить 8000 грн на рік. Відповідно за 1 місяць – це 667 грн. Податки для ФОП 2 група, відповідно до нововведень від 10.10.2024 включають в себе: єдиний податок (1420 грн) та військовий збір (800 грн) [44]. Податок ЄСВ не платиться до початка 2025 року.

Наступним кроком стане прорахунок точки беззбитковості. Точка беззбитковості – це той самий момент, коли функціонування закладу перестає бути збитковим і починає досягати перших прибутків. Прорахунок цього

показника нескладний, але досить суттєвий, адже дає змогу зрозуміти і віднайти той переломний момент, коли заклад нарешті починає працювати не в мінус.

$$\text{Точка беззбитковості} = \frac{\text{Загальні витрати}}{\text{Середній чек}} \quad (3.1)$$

Середній чек кав'ярень в Україні 80-98 грн [6]. Припустимо, що середній чек моєї кав'ярні 98 грн. Тоді, точка беззбитковості «Кавуська» складає 1680 чеків/місяць. Тобто, в місяць кав'ярня має обслуговувати не менш як 1680 гостей, а саме 56 гостей в день. Це основа для подальшого планування стратегії продажів і маркетингу.

Наступний крок – це оцінка потенційного місячного доходу. Припустимо, що в середньому стабільно працюючу кав'ярню за день відвідує 60 осіб. Тоді, очікуваний місячний дохід складатиме $60 \times 98 \times 30 = 176400$ грн.

Отже, потенційний чистий прибуток складає $176400 - 164642,5 = 11757,5$ грн.

На даному етапі ми можемо розрахувати рентабельність кав'ярні, яка відображає прибутковість закладу. Рентабельність (ROS) розраховується за такою формулою:

$$\text{Рентабельність} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Очікуваний дохід}} \times 100\% \quad (3.2)$$

Рентабельність кав'ярні «Кавуська», виходячи з очікуваних та потенційних середніх даних, буде становити 6,67%. Розрахований рівень ROS трохи вище за низький і є середнім. Проте оцінювати даний показник варто в розрізі декількох місяців. Якщо він зменшуватиметься, то це вказує на зниження ефективності роботи закладу. Якщо показник зростатиме, то обрані методи підвищення ефективності обрано стратегічно правильно і варто продовжувати в тому ж напрямку.

Важливою частиною виробничої ефективності є застосування автоматизованих систем, таких як Poster POS. Ця система дозволяє автоматизувати облік витрат і контроль за запасами, що знижує ризик перевитрат і покращує ефективність. Система автоматично відстежує залишки сировини, кількість проданих позицій, а також дозволяє швидко реагувати на зміни у попиті.

Отже, фінансово-економічний аналіз підтверджує, що кав'ярня «Кавуська» є більше перспективним проектом із потенційною рентабельністю 6,67%. Основними статтями витрат є заробітна плата персоналу та витрати на сировину, які мають стабільний характер. Для підтримки рівня прибутковості потрібно забезпечувати потік клієнтів у середньому на рівні не менш як 56 осіб на день із середнім чеком в 98 грн. Використання сучасних автоматизованих систем для обліку витрат дозволить ефективно керувати ресурсами, знижуючи ризики перевитрат.

3.2. Прогнозування ефективності діяльності кав'ярні в довгостроковій перспективі

Одним з найголовніших питань при відкритті будь-якого бізнесу є питання: «Як швидко я почну заробляти?». Відповіддю на це запитання є вираховування терміну окупності закладу. Період окупності дає змогу зрозуміти за який час вкладені кошти будуть відшкодованими і бізнес почне заробляти на повну. Строк окупності вимірюється в роках або місяцях.

Розрахунок терміну окупності допомагає оцінити, наскільки вигідним є проект, і дозволяє планувати, коли можна очікувати прибуток після покриття початкових витрат.

Для того, щоб прорахувати даний показник, варто знати свої початкові капіталовкладення. Цей етап включає всі витрати на запуск проекту: купівля обладнання, оренда, зарплата працівникам на початковому етапі, оформлення

документів, ремонт та інші витрати. У таблиці 3.2 наведено найбільш вірогідні статті витрат для початкових вкладень без щомісячних постійних витрат.

Таблиця 3.2

Потенційні початкові капіталовкладення кав'ярні «Кавуська»

| Стаття витрат | Компанія/бренд постачальника | Вартість, у грн |
|------------------------------------|---|-----------------|
| Кавовий апарат | Двопостова професійна кавомашина Astoria Tanya R SAE | 112 330 |
| Кавомолка | Кавомолка Fiorenzato F64 E | 28 200 |
| Холодильник для десертів | Вітрина кондитерська Gooder XC-68L | 15 660 |
| Холодильник для продуктів | Однокамерний холодильник Industrial CustomCool CCR700P | 7 999 |
| Льодогенератор | Льодогенератор Brema CB 316A | 7 199 |
| Принтер для друку на кавовій пінці | Принтер Ripples Maker | 50 000 |
| POS-система з терміналом | Комплекс гаджетів від Poster+річна підписка програми | 24 718 |
| Меблі та інше обладнання | Столи, стільці, диванчики, освітлення, бар тощо | 100 000 |
| Мікрохвильова піч | Мікрохвильова піч (НВЧ) Bartscher 610181 | 2 100 |
| Посуд | Тарілки, чашки, келихи, столові прибори | 45 000 |
| Ремонтні роботи | Оздоблення закладу | 10 000 |
| Вивіска | Лед вивіска | 3 000 |
| Усього: | | 406 206 |

Наступний крок – розрахунок потенційного річного доходу та річних витрат. При щоденному обслуговуванні не менш як 56 осіб (припустимо, 60 осіб) із середнім чеком 98 грн, річний дохід становитиме 2 146 200 грн. Щомісячні витрати становлять 164 642,5 грн, а річні – 1 975 710. Отже, річний чистий прибуток приблизно становитиме 170 490 грн.

Термін окупності розраховується за наступною формулою:

$$\text{Термін окупності} = \frac{\text{Початкові капіталовкладення}}{\text{Річний прибуток}} \quad (3.3)$$

Термін окупності кав'ярні «Кавуська» становить 2,4 роки. Це є не мало для такого бізнесу, але зменшити період окупності та збільшити рівень прибутку можна за допомогою різноманітних інновацій та маркетингових дій. Прогнозування таких показників, як рентабельність або термін окупності є не ефективним, якщо будь-які статті витрат або прибутків є приблизними і спираються лише на загальні середні показники по Україні. Під час роботи закладу буде виявлено точні цифри та прорахунок прибутку стане більш точним.

Також варто прорахувати показник рентабельності інвестицій (ROI). Цей показник показує, чи бізнес приносить прибуток вище або нижче середнього. Чим вищий цей показник, тим результат вважається кращим. Його можна розрахувати за такою формулою:

$$\text{Рентабельність інвестицій (ROI)} = \frac{\text{Річний прибуток}}{\text{Початкові капіталовкладення}} \times 100\% \quad (3.4)$$

ROI кав'ярні «Кавуська» становить 41,97%. Це дуже хороший показник і свідчить про те, що інвестиції є високоефективними. Високий ROI свідчить про те, що інвестиції приносять більший прибуток відносно витрат.

Важливим є коефіцієнт оборотності активів. Він показує, як ефективно кав'ярня використовує свої активи для генерування доходу. Цей показник розраховується як відношення річного доходу до загальної вартості активів і відображає швидкість, з якою активи перетворюються в дохід. Формула розрахунку цього коефіцієнту вказана нижче:

$$\text{Коефіцієнт оборотності активів} = \frac{\text{Річний дохід}}{\text{Загальна вартість активів}} \quad (3.5)$$

В даному випадку загальна вартість активів – це початкові капіталовкладення. Тому коефіцієнт оборотності активів кав'ярні «Кавуська» становить 5,3. Це означає, що кожна вкладена гривня в активи приносить 5,3 гривні доходу протягом року. Високий коефіцієнт оборотності активів вказує на ефективне використання активів для генерації доходу.

У таблиці 3.3 зібрані всі розраховані економічні показники кав'ярні «Кавуська»:

Таблиця 3.3

Економічні показники кав'ярні «Кавуська»

| Показник | Значення |
|---------------------------------|-------------------|
| Точка безбитковості | 1680 чеків/місяць |
| Рентабельність | 6,67% |
| Термін окупності | 2,4 роки |
| Рентабельність інвестицій (ROI) | 41,97% |
| Коефіцієнт оборотності активів | 5,3 |

Отже, кав'ярня «Кавуська» має позитивні економічні показники, і це свідчить про те, що кав'ярня приносить прибуток. Оскільки дані, на які я спиралася при розрахунку приблизні і не точні, то реальні показники будуть однозначно відрізнятися.

3.3. Оцінка основних ризиків у діяльності кав'ярні

Будь-яка підприємницька діяльність – це свідомий ризик підприємця. Щоб ефективно вести бізнес, необхідно раціонально оцінювати усі потенційні ризики, які можуть вплинути на ведення діяльності. Ці ризики варто і треба передбачати, щоб мати план як їх швидко уникнути або впоратися з проблемами, які можуть виникати.

Я можу виділити такі види ризиків для кав'ярні «Кавуська» (рис. 3.1):

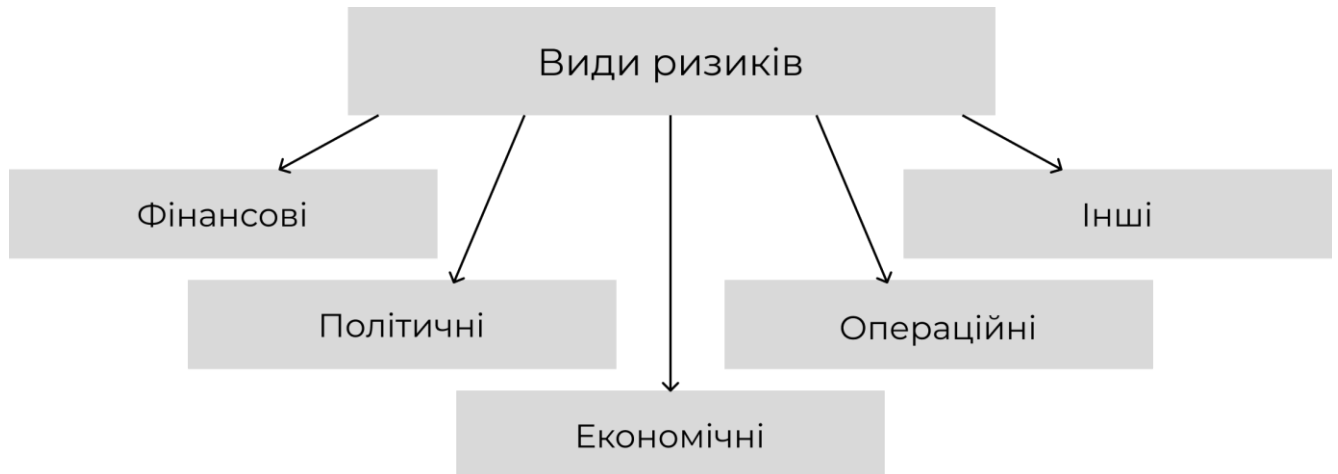


Рис. 3.1. Види ризиків кав'ярні «Кавуська»

Розглянемо детальніше кожен з цих видів ризиків.

1. Фінансові ризики – це можливі ризики, пов'язані з втратою фінансових вкладень. Нестабільність національної валюти й інфляційні процеси в Україні створюють високі фінансові ризики для таких маленьких підприємств як кав'ярні. Щорічний зріст інфляції призводить до постійного зростання цін на імпортні товари, такі як кава, обладнання та навіть побутові матеріали. Це може вплинути на вартість сировини та обладнання, збільшуючи витрати на ведення бізнесу. Також фінансовим ризиком є обмежений доступ до дешевих кредитних ресурсів, оскільки в Україні вартість кредитів досить висока через високу облікову ставку Національного банку. Порівнюючи з іншими країнами Європи, де процентні ставки для бізнесу низькі, в Україні підприємства змушені працювати в умовах високих ставок за кредитами. На даному етапі важливо передбачити альтернативні джерела фінансування, типу інвесторів або партнерські програми, що дозволяють зменшити залежність від банківських кредитів. Вагомим внеском від держави зараз є фінансування грантами на регіональному або Всеукраїнському рівні. На сьогодні підприємці можуть отримати грант на власну справу від «єРобота» (50-250 тисяч гривень), мікрогрант для майбутніх ФОПів на розвиток бізнесу (до 75 тисяч гривень), гранти для молоді на відкриття бізнесу «Власна справа» (до 150 тисяч гривень)

[45]. Така підтримка від держави стимулює підприємців до створення бізнесу та дає яку-не-яку, але підтримку для будь-якого бізнесу.

2. Політичні ризики пов'язані із політичними та воєнними змінами в державі. Політична нестабільність, пов'язана з війною та агресією з боку росії, суттєво впливає на всі бізнеси в Україні. Воєнні дії на території країни не лише перешкоджають стабільній роботі підприємств, але й створюють додатковий ризик переміщення населення, зниження платоспроможності клієнтів і зниження попиту на товари і послуги. Крім того, інфраструктурні ризики, такі як періодичні блекаути чи затримки в логістиці, можуть призвести до непередбачуваних витрат. Щоб знизити вплив політичних ризиків, треба розглянути варіанти підвищення автономності бізнесу. Це можна зробити через використання альтернативних джерел енергії (наприклад, придбати генератор). Або налагодження відносин з кількома постачальниками. Також важливо активно підтримувати присутність бізнесу онлайн, що допоможе залишатися в інформаційному просторі навіть у разі зміни попиту і керувати цим попитом або стежити за тенденціями. Впливати на політичні нестабільності фактично неможливо, тому до таких ризиків варто пристосовуватися і змінювати стратегію залежно від нововведень. Важливим керуванням цим ризиком – це є підтримка наших воїнів та захисників. А тому варто підтримувати збори, організовувати зустрічі щодо зборів та стимулювати гостей донатити на підтримку боротьби за нашу країну, а також донатити власними коштами. Ми маємо робити все можливе з нашого боку, щоб скоріше завершити цю війну.

3. Економічні ризики – це ризики, пов'язані з майбутніми результатами господарської діяльності. За високої конкуренції та зростання кількості кав'ярень у великих містах зменшується частка ринку для кожного окремого підприємства. Кав'ярням доводиться інвестувати більше в маркетинг і якість продукції для підтримки конкурентоспроможності. У періоди економічного спаду доходи населення знижуються, і клієнти скорочують витрати на другорядні потреби, такі як відвідування кав'ярень. Це знижує можливий обсяг продажів і змушує підприємства шукати нові шляхи приваблення клієнтів. Для

мінімізації цих ризиків важливо регулярно здійснювати економічний моніторинг, адаптувати стратегії ціноутворення, оптимізувати витрати та інвестувати в програми лояльності для клієнтів.

4. До операційних ризиків, які впливають на ефективність діяльності кав'ярні, належать ризики управління персоналом, постачання та підтримання якості продукції. Постійне підвищення якості послуг вимагає збереження професійного персоналу. Цього важко досягти через конкуренцію на ринку праці. Затримки в поставках сировини також можуть призводити до затримок у роботі та втрати клієнтів. Важливим також є контроль якості продуктів і послуг, який забезпечує задоволення клієнтів і їх повернення. Для мінімізації операційних ризиків слід впроваджувати стандарти якості для всіх процесів і здійснювати контроль над постачальниками. Застосування сучасних технологій автоматизації дозволяє забезпечувати стабільну роботу закладу та мінімізувати операційні ризики.

5. До інших ризиків можна віднести певні непередбачувані ризики, типу природні явища, які не залежать від нашої діяльності (падіння метеориту, землетрус, пожежа тощо). Сезонність також впливає на купівельну спроможність населення (наприклад, влітку до холодної кави більш виявлений інтерес і люди бажають освіжитися, тому частіше п'ють прохолодні напої). Юридичні ризики також впливають на нашу діяльність. Особливо такі, як зміни в законодавстві, скарги від клієнтів тощо. Поява нових конкурентів або поява нових інновацій, кліматичні зміни або кібератаки, перевірки чи технічні неполадки – усе це інші ризики, які є не менш важливими і їх треба прогнозувати і планувати шляхи вирішення цих потенційних проблем.

За допомогою SWOT-аналізу можна детально візуалізувати свої сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози. SWOT-аналіз є простим, але ефективним інструментом, який використовується для оцінки сильних та слабких сторін організації, її можливостей та загроз відносно внутрішніх та зовнішніх умов [46].

У таблиці 3.4, що наведена нижче, продемонстровано такий аналіз.

Таблиця 3.4.

SWOT-аналіз кав'ярні «Кавуська»

| Сильні сторони (Strength): | Слабкі сторони (Weaknesses): |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренція та туристичне місцезнаходження закладу. 2. Цікава концепція з акцентом на здоровому харчуванні та інноваціях. 3. Використання сучасних технологій. 4. Екологічність та привабливість для молоді. 5. Широкий вибір напоїв (коктейльна карта). 6. Невеликий штат. 7. Компактний та затишний розмір приміщення. 8. Гнучкість меню. 9. Акцент на якість у продукції. 10. Висока якість обслуговування. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Обмежена кількість місць. 2. Залежність від локальних постачальників. 3. Великі початкові капіталовкладення. 4. Залежність від попиту. 5. Великі витрати на сировину щомісяця. 6. Слабка позиція в конкурентному середовищі. 7. Слабка впізнаваність на початкових етапах. 8. Відсутність досвіду в управлінні бізнесом. |
| Можливості (Opportunities): | Загрози (Threats): |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення асортименту. 2. Залучення клієнтів через маркетингові інструменти. 3. Залучення додаткових інвестицій. 4. Створення більшої унікальності закладу, залежно від попиту. 5. Додаткове фінансування через грантові програми. 6. Вдосконалення інтер'єру. 7. Запуск додаткових послуг (майстер-класи, доставка тощо). 8. Розвиток мережі закладів. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Вплив конкурентів. 2. Коливання цін на сировину та комунальні послуги. 3. Зміни в законодавстві. 4. Політична криза. 5. Кадровий дефіцит в країні. 6. Швидкі зміни в трендах. 7. Відсутність контролю якості постачальників з мого боку. |

Такий ретельний аналіз свої сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз для бізнесу допоможуть закладу знайти орієнтир і чітко

слідувати своєму плану. Спираючись на цей SWOT-аналіз, можна ретельно оцінити потенційну діяльність закладу та скоригувати, за потреби, певні види діяльності.

На мою думку, додатково варто поділитися бізнес-ідеєю з іншою сторонньою до бізнесу особою, яка не має упередженого ставлення та дивиться на ідею з іншого боку. Це потрібно, щоб людина проаналізувала ці ж показники зі своєї точки зору, і можливо наштовхнула на нові ідеї чи знайшла слабкі сторони, про які могли б забути чи не взяти до уваги.

Для мінімізації ризиків треба спланувати стратегію, на випадок неочікуваних ситуацій. Щоб мінімізувати ризики, пов'язані з фінансами, варто запровадити, наприклад, резервний фонд для покриття неочікуваних витрат. Також можливо варто оптимізувати витрати за допомогою різних систем, типу PosterPOS або власноруч контролювати витрати на закупівлю сировини, маркетинг та інші операційні витрати. Окрім того, необхідно обов'язково застрахувати майно та підключити заклад до охоронної фірми та оснащити камерами відеоспостереження.

До того ж, необхідно постійно контролювати зміни в економіці та законодавстві держави. Це дасть змогу скоріше адаптуватися до змін та зреагувати швидко на нововведення. Регулярне навчання та тренінги для персоналу є важливою необхідністю, оскільки персонал має бути готовий до змін в тенденціях та швидко реагувати на них. Персонал має бути кваліфікованим та ефективно підготовленим до будь-яких ситуацій, щоб знизити ризики, пов'язані із людським фактором.

Ці заходи мінімізують ризики, підвищуючи стабільність і конкурентоспроможність кав'ярні «Кавуська» у кризових умовах та забезпечуючи успішний розвиток бізнесу в довгостроковій перспективі.

Висновки за розділом 3

Отже, у цьому розділі було проведено комплексний аналіз фінансово-економічної ефективності та ризиків, пов'язаних із діяльністю кав'ярні «Кавуська». Це дало змогу оцінити її потенційний успіх на ринку в умовах економічної нестабільності та змінних соціально-культурних факторів. Підсумовуючи результати фінансово-економічного аналізу, можна зробити висновок, що рентабельність кав'ярні є на достатньому рівні (6,67%) для підтримки її операційної діяльності, хоча й вимагає ретельного управління витратами та постійного моніторингу доходів для досягнення стабільності та підвищення рівня прибутку.

Прогнозування ефективності діяльності у довгостроковій перспективі свідчить, що за умов збереження поточного рівня доходів, ефективного контролю витрат та впровадження інновацій, кав'ярня має можливість досягти окупності у встановлені терміни, а саме 2,4 роки, забезпечити постійний рівень прибутковості і прискорити терміни окупності.

Оцінка основних ризиків показала необхідність уважного ставлення до фінансових, економічних та зовнішніх політичних ризиків, зокрема нестабільної економічної ситуації, коливання цін на сировину та зміни законодавства. Підприємству варто бути готовим до адаптації своєї стратегії в залежності від соціально-економічної ситуації в Україні. SWOT-аналіз допоміг візуалізувати потенційні загрози та можливості, а також оцінити сильні та слабкі сторони бізнес-ідеї.

Отже, аналіз довів, що кав'ярня «Кавуська» має шанс на існування з урахуванням поточних ризиків та економічних факторів, а також вказав на можливості адаптації та розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

Отже, ресторанний бізнес – це невід’ємна складова сфери послуг, яка задовольняє одну з базових потреб людини – потребу в харчуванні. Суб’єктами ресторанного бізнесу різних типів є підприємці, які здійснюють вироблення і надання ресторанних та додаткових послуг і продуктів належної якості. З кожним днем кількість закладів-кав’ярень зростає, а отже зростає і попит, що показують різноманітні дослідження виручки, середніх чеків та відвідуваності. Саме тому кав’ярня - це вдалий вибір для створення власного бізнесу.

Але щоб мати попит на свої послуги, заклад має йти у ногу з часом та дотримуватися тенденцій. Однією з ключових тенденцій, яка відзначається в галузі громадського харчування, є зростання популярності здорового та екологічного харчування, а також користування екологічно-чистою продукцією. Наприклад, паперовий посуд давно перестав бути в новинку; з переробленого дерева створюють упаковку чи столові прибори, а з бамбуку – соломинки; скляний посуд, звісно, не дається на виніс, але використовується у закладах багаторазово; посуд з морських водоростей навіть можна з’їсти після використання.

Серед інновацій також варто виділити можливість доставки, наявність франшизи та використання штучного інтелекту. Ці методи дозволяють закладам ставати більш гнучкими та доступними для своїх гостей. А популяризація української атмосфери та кухні набирає шалених обертів не лише у Західних регіонах країни, а й по всій Україні і за кордоном. Українці створюють заклади з сучасними українськими стравами, а також перші в своєму роді види закладів.

Саме тому я вирішила розробити бізнес ідею власної затишної кав’ярні «Кавуська». Ідея відкриття мого проекту - кав’ярні «Кавуська» в місті Луцьк - це не тільки бізнес-ідея, а й реалізація мрії та засоби для її реалізації. Мною було проаналізовано збірник торгівельних марок, і з’ясувала, що назва «Кавуська» не була використана і я можу використати цю назву для свого бізнесу.

Основна філософія «Кавуськи» – створення атмосфери, де кожен відвідувач почуватиметься як вдома. Мій заклад планується створити для любителів кави, а також для людей, які не споживають каву, і для людей, які хочуть розслабитися в невимушеній обстановці і посмакувати коктейль на літній терасі. До того ж, заклад включатиме в своє меню закуски та перекуси, десерти та інші сезонні пропозиції.

Моя ідея – це дружній настрій у закладі, приємне обслуговування, персоналізоване ставлення до кожного гостя з боку барист. Щоб гості прагнули повертатися – дизайн інтер'єру сприятиме затишному настрою у закладі.

Для офіційної роботи я обрала другу групу ФОП, оскільки саме ця група є зручною для кав'ярні, яка працює в режимі невеличкого закладу, не має великих оборотів і не потребує великої кількості працівників.

Свій заклад я хочу розташувати у місті Луцьк, у Сіті парку, оскільки Сіті парк – це велика прохідність офісних працівників, студентів, мам із дітьми та місцевих жителів. В парку розташовано великий офісний центр (і добудовується ще один торгово-оздоровчий центр), де знаходяться офіси маркетологів, телеканал, фітнес-центр, швейний цех, салони краси, дитячий простір, туристична агенція та інші. Зокрема, парк – туристична локація, адже тут розташовано пам'ятник Кузьмі Скрябіну. У парку протікає річка Сапалаївка, поряд знаходиться коледж ВНУ імені Лесі Українки і Київський майдан. Конкуренція у парку не значна, і з особистого досвіду та з власного дослідження у вигляді особистого спілкування з декількома офісами – я можу сказати, що попит в парку є, а хороший продукт відсутній.

Серед працівників мого закладу будуть лише баристи – 4 людини, по 2 на зміну та SMM-спеціаліст, який відповідає за контент та модерацію в соц мережах TikTok/Instagram тощо. Співробітники мають бути вмотивованими, клієнтоорієнтованими і прагнуть працювати в команді. Досвід не є важливим, оскільки новачкам теж варто давати шанс, проте вітатиметься. Співробітники проходитимуть тренінги, адже працюватимуть з дорогавартісним обладнанням. Для них буде організовано гнучкий графік, який влаштовуватиме всіх. На зміні

має бути дві баристи, але під час низької відвідуваності (зранку або ввечері) на робочому місці може знаходитися одна людина.

Серед постачальників я можу визначити постачальника чаю, стаканчиків, кави, дріпів, алкоголю, кондитерських виробів, випічки тощо. Для оптимізації керування запасами та автоматизації роботи варто використовувати автоматизовані системи управління, такі як Poster POS.

Серед інноваційних ідей та унікальних товарних пропозицій мого закладу, слід виділити: гнучкість меню, що включає різноманіття напоїв та закусок; акцент на екологічність; організацію капінгів та дегустацій кави; впровадження хелсі їжі; принтер для друку на кавовій пінці; переробка кавової гущі. Маркетингова стратегія включає в себе комплексне просування у соціальних мережах, таргетовану рекламу перед подіями, використання послуг UGC-креаторів, застосування програм лояльності та впровадження інтерактивних конкурсів в соцмережах.

Виробничий процес включає в себе впровадження автоматизованих систем управління, таких як Poster POS. Система освітлення в кав'ярні базується на LED-лампах. Контролювати якість напоїв можливо за допомогою регулярних тренінгів для персоналу, а також через опитування серед клієнтів і таємного гостя.

Культурні, соціальні та економічні фактори впливають на роботу закладу, оскільки культура споживання кави росте з кожним днем, а спеціалізація кав'ярень видозмінюється, і саме тому атмосфера у закладі має відповідати потребам та вподобанням споживачів. Ціни на сировину зростають, і саме індекс Еспресо дає змогу оцінити, з яким темпом зростає ціна на цей напій і на каву загалом. Ціни на еспресо у Волинській області є посередніми, тому стратегія середньої ціни – це правильний вибір для мого закладу, розташованого у місті Луцьк.

Також проаналізовано планові економічні показники та очікувані показники ефективності закладу. На основі прогнозованих витрат та очікуваного прибутку (спираючись на середній чек та середню відвідуваність по Україні),

проаналізовано точку беззбитковості, яка вказує на те, що в день кав'ярня має обслуговувати не менше 56 гостей з середнім чеком 98 грн. Розрахований рівень рентабельності дав змогу зрозуміти, що заклад є досить рентабельним, але прорахунок точніших даних можливий лише після початку роботи закладу. Термін окупності закладу 2,4 роки – це не мало, але впровадження маркетингових та інноваційних дій дасть змогу вплинути на скоріший термін окупності. Рівень рентабельності інвестицій показує, що інвестиції є високоефективними, а коефіцієнт оборотності активів показує, що кожна вкладена гривня в активи приносить 5,3 гривні доходу протягом року, а отже активи використовуються ефективно. Загалом кав'ярня «Кавуська» має позитивні економічні показники, і це свідчить про те, що кав'ярня приносить прибуток. Оскільки дані, на які я спиралася при розрахунку приблизні і не точні, то реальні показники будуть однозначно відрізнятися.

SWOT-аналіз допоміг візуалізувати потенційні загрози та можливості, а також оцінити сильні та слабкі сторони бізнес-ідеї.

Отже, бізнес-план кав'ярня «Кавуська» є робочим проектом, який в найближчому майбутньому я прагну реалізувати, оскільки ідею цього закладу я «виношую» досить довго. Оцінка ефективності економічних показників показала, що заклад має шанс на життя, але потрібно буде вкласти багато старань та сил, щоб «підняти заклад на ноги» та досягти постійного потоку прибутків та створити економічно сталий, конкурентоспроможний бізнес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чичун В. А., Паламарчук В. Д. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності // Соціум. Наука. Культура. 2010., вип. 18 Т. 21. С. 58-63.
2. Прядко Є. А., Червоний В. М. Відкриття кав'ярні в умовах воєнного стану в Україні: виклики та перспективи / III Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (14-15 листопада 2024 року), Національний університет «Запорізька політехніка». Запоріжжя, 2024. С. 640-644.
3. Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С. Організація готельного господарства // навч. посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2012. С. 338.
4. Організація обслуговування в ресторанах // Електронна бібліотека «Підручник»: [Веб-сайт]. URL: https://pidru4niki.com/1584072023485/turizm/organizatsiya_obsługovuvannya_u_zakladah_restorannogo_gospodarstva (дата звернення: 27.10.2024).
5. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. Київ.
6. Хмарна система автоматизації // Poster POS Inc: [Веб-сайт]. URL: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 27.10.2024).
7. ВВП України за роками // Незалежна асоціація банків України: [Веб-сайт]. URL: <https://nabu.ua/ua/vvp-2.html> (дата звернення: 27.10.2024).
8. Очікування підприємств сфери послуг у III кварталі 2024 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності // Держстат: [Веб-сайт]. URL: <https://stat.gov.ua/uk> (дата звернення: 27.10.2024).
9. Gen AI adoption spikes and starts to generate value // Modern Slavery Act: The state of AI in early 2024: [Веб-сайт]. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>

(дата звернення: 28.10.2024).

10. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2004. 712 с.
11. Онлайн-конструктор Planner5D: [Веб-сайт]. URL: <https://planner5d.com> (дата звернення: 13.10.2024).
12. Векторний графічний дизайнер Figma: [Веб-сайт]. URL: <https://www.figma.com> (дата звернення: 13.10.2024).
13. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань»: [Веб-сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> (дата звернення: 04.10.2024).
14. Інформація про групи платників єдиного податку // Офіційний сайт Державної податкової служби України: [Веб-сайт]. URL: <https://tax.gov.ua> (дата звернення: 04.10.2024).
15. Сервіс для визначення кодів видів економічної діяльності за КВЕД-2005 та КВЕД-2010: [Веб-сайт]. URL: <https://kved.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.10.2024).
16. Google Maps; [Веб-сайт]. URL: https://www.google.com/maps/place/CityPark/@50.7439362,25.3487819,17z/data=!4m6!3m5!1s0x47259a02cfacfbdf:0x3956cf78d2f1a95a!8m2!3d50.7439328!4d25.3513568!16s%2Fg%2F11c71htr_m?hl=ru&entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MTAxNi4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D (дата звернення: 10.10.2024).
17. Сайт CityPark Луцьк [Веб-сайт]. URL: <https://citypark.lutsk.ua> (дата звернення: 10.10.2024).
18. Сайт RingCafe [Веб-сайт]. URL: <https://ring.lutsk.ua> (дата звернення: 11.10.2024).
19. edes.lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: <https://www.instagram.com/edes.lutsk/> (дата звернення: 11.10.2024).
20. kashka.lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: <https://www.instagram.com/kashka.lutsk/> (дата звернення: 11.10.2024).
21. paragraf.lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: <https://www.instagram.com/paragraf.lutsk/> (дата звернення: 11.10.2024).

22. we_coffee_lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.instagram.com/we_coffee_lutsk/ (дата звернення: 11.10.2024).
23. Українці випивають близько 15 чашок кави на тиждень: яку каву п'ють найбільше // Інтернет-газета VillageUA: [Веб-сайт]. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/308489-ukrayintsi-vipivayut-blizko-15-chashok-kavi-na-tizhden-yakoyi-kavi-p-yut-naybilshe> (дата звернення: 11.10.2024).
24. Інтернет-магазин Petrovka HoReCa: [Веб-сайт]. URL: <https://petrovka-horeca.com.ua/uk/> (дата звернення: 20.10.2024).
25. Інтернет-магазин Coffee Lover: [Веб-сайт]. URL: <https://coffeelover.com.ua> (дата звернення: 20.10.2024).
26. Інтернет-магазин Foundation Coffee Roasters: [Веб-сайт]. URL: <https://foundation.ua> (дата звернення: 20.10.2024).
27. Інтернет-магазин MAUDAU: [Веб-сайт]. URL: <https://maudau.com.ua> (дата звернення: 20.10.2024).
28. patisserie_lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.instagram.com/patisserie_lutsk?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw== (дата звернення: 20.10.2024).
29. samosy_lutsk // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.instagram.com/samosy_lutsk?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw== (дата звернення: 20.10.2024).
30. palyanytsya__market // Інстаграм-сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.instagram.com/palyanytsya__market?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw== (дата звернення: 20.10.2024).
31. Офіційний сайт ТМ «Valesto»: [Веб-сайт]. URL: <https://valesto.org> (дата звернення: 20.10.2024).
32. Хмарна система автоматизації // Poster POS Inc: [Веб-сайт]. URL: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 20.10.2024).
33. stefanifly // Тік-ток сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.tiktok.com/@stefanifly?_t=8qmgJ3AYtsb&_r=1 (дата звернення:

21.10.2024).

34. anastasia_lutsk_girl // Тік-ток сторінка: [Веб-сайт]. URL: https://www.tiktok.com/@anastasia_lutsk_girl?t=8qmg8lj9luI&r=1 (дата звернення: 21.10.2024).

35. Простір підтримки громадських організацій України: [Веб-сайт]. URL: <https://www.prostir.ua> (дата звернення: 22.10.2024).

36. Укрінформ – актуальні новини України та світу: [Веб-сайт]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3185444-v-ukraini-zrostaie-import-kavi-z-brazilii-zavozat-lise-7-eksperti.html> (дата звернення: 10.11.2024).

37. У 2023 році імпорт кави скоротився на 12% від 2021 року // Скільки скільки: [Веб-сайт]. URL: <https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-import-kavy-skorotyvsia-na-12-vid-2021-roku/> (дата звернення: 10.11.2024).

38. Україна наростила імпорт кави до 31,97 тис тонн за 8 місяців 2024 // АГРО ПЕРСПЕКТИВА: [Веб-сайт]. URL: <https://www.agroperspectiva.com/ru/news/193663> (дата звернення: 10.11.2024).

39. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. Архів 2020 // Держстат: [Веб-сайт]. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/e_iovt/arh_iovt2020.htm (дата звернення: 10.11.2024).

40. Опендатабот: [Веб-сайт]. URL: <https://opendatabot.ua> (дата звернення: 10.11.2024).

41. How expensive is your cup of coffee? // Eurostat [Веб-сайт]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20221006-1> (дата звернення: 10.11.2024).

42. Рентабельність підприємства // Школа бізнесу Нова Пошта: [Веб-сайт]. URL: <https://online.novaposhta.education> (дата звернення: 05.11.2024).

43. Статистика зарплат в Україні // Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні: [Веб-сайт]. URL: <https://www.work.ua/stat/> (дата звернення: 05.11.2024).

44. Верховна Рада підвищила податки: кого стосується і що змінюється // ZAXID.NET: [Веб-сайт]. URL: <https://zaxid.net> (дата звернення: 05.11.2024).

45. Грант АВ: [Веб-сайт]. URL: <https://grant-av.com.ua> (дата звернення: 07.11.2024).

46. Про Бізнес-Аналіз Українською: [Веб-сайт]. URL: <https://www.ba.in.ua> (дата звернення: 07.11.2024).