

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»
ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА**

Природничо-математичний факультет
Кафедра хімії, технологій та фармації

**КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ
Освітній ступінь: БАКАЛАВР
на тему: ПРОЄКТ РЕКОНСТРУКЦІЇ КАВ'ЯРНІ-КОНДИТЕРСЬКОЇ
НА 10 МІСЦЬ**

Виконав(ла):
студент(ка) 4 курсу 47-ФМТ групи
спеціальності 241 Готельно-ресторанна
справа
Коваленко Юлія Олексіївна

Керівник:
к.т.н., доцент **Лапицька Н. В.**

Чернігів 2026

Роботу подано до розгляду «^{15 червня}~~15 травня~~ 2026 року.

Студентка


(підпис)

Коваленко Ю. О.

(прізвище та ініціали)

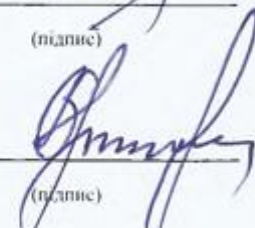
Керівник


(підпис)

Лапицька Н. В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент


(підпис)


(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційну роботу (проект) розглянуто на засіданні кафедри хімії, технологій та фармації. Протокол № 14 від «^{15 червня}~~15~~» травня 2026 року.
Студентка допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри


(підпис)

Курмакова І. М.

(прізвище та ініціали)

Факультет	<u>природничо-математичний</u>
Кафедра	<u>хімії, технологій та фармації</u>
Освітній рівень	<u>перший (бакалаврський)</u>
Спеціальність	<u>241 Готельно-ресторанна справа</u>
Освітня програма	<u>Готельно-ресторанна справа</u>
(шифр і назва)	

ЗАВДАННЯ**НА КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**Коваленко Юлії Олексіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Проєкт реконструкції кав'ярні-кондитерської на 10 місць»керівник роботи Лапицька Надія Василівна, канд техн. наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи ____ «...» ____ р.

3. Вихідні дані до роботи: обрати приміщення для кав'ярні-кондитерської, передбачити введення до меню овочевих фрешів і мафінів підвищеної харчової цінності за використання отриманих вичавок

4. Зміст дипломного проєкту ВСТУП. РОЗДІЛ 1 ХАРАКТЕРИСТИКА КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ 1.1. Характеристика місця розташування нової кафе-кондитерської; 1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків; 1.3. Аналіз переваг та ризиків відкриття нового кафе-кондитерської. РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ, МЕНЮ ТА ПОСЛУГ 2.1. Концепція закладу; 2.2. Розробка меню та послуг; 2.3. Оперативне планування меню; 2.4. Організація постачання. РОЗДІЛ 3 БУДІВЕЛЬНО-АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ 3.1. Характеристика ділянки розташування та будівлі, в якій планується розмістити заклад; 3.2. План озеленення території; 3.3. Проєктні рішення щодо будівлі, що буде реконструюватися. РОЗДІЛ 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ. РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ. РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ. ВИСНОВОК. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Перелік графічного матеріалу: 1 – План благоустрою території кафе-кондитерської та схема проїзду до закладу; 2 – план торгівельної зали кафе-кондитерської; 3 – дизайнерські рішення для торгівельного залу; 4 – план складських, санітарно-гігієнічних та виробничих приміщень закладу; 5 – загальний план і розріз будівлі; 6 – план евакуації

6. Дата видачі завдання ____ р.

Студент

Коваленко Ю. О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник кваліфікаційного проєкту

Лапицька Н. В.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА КАВ'ЯРНІ–КОНДИТЕРСЬКОЇ.....	8
1.1. Характеристика місця розташування нової кав'ярні– кондитерської.....	8
1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків.....	12
1.3. Аналіз переваг та ризиків відкриття нової кав'ярні– кондитерської.....	29
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ КАВ'ЯРНІ– КОНДИТЕРСЬКОЇ, МЕНЮ ТА ПОСЛУГ.....	39
2.1. Коротка концепція закладу.....	39
2.2. Розробка меню та послуг.....	44
2.3. Оперативне планування меню.....	54
2.4. Організація постачання.....	58
РОЗДІЛ 3. БУДІВЕЛЬНО–АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ.....	63
3.1. Характеристика ділянки розташування будівлі, в якій планується розмістити заклад.....	63
3.2. План озеленення території.....	65
3.3. Проектні рішення щодо будівлі, що буде реконструюватися....	67
РОЗДІЛ 4. ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ.....	71
РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	88
РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КАФЕ–КОНДИТЕРСЬКОЇ.....	95
ВИСНОВКИ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102

ВСТУП

Актуальність дипломного проєкту. Сучасний розвиток індустрії гостинності в Україні характеризується активним зростанням ролі малих закладів ресторанного господарства, орієнтованих на створення комфортного міського простору, формування культури споживання та задоволення потреб різних категорій населення. Особливої актуальності набуває розвиток кав'ярень–кондитерських, які поєднують функції закладу ресторанного господарства, місця відпочинку, соціальної комунікації та елементу міської гастрономічної інфраструктури. У сучасних умовах споживачі дедалі більше звертають увагу не лише на якість продукції, а й на атмосферу закладу, концепцію, сервіс, візуальну складову та можливість отримання нових гастрономічних вражень.

Актуальність теми дипломного проєкту зумовлена необхідністю реконструкції та оновлення закладів ресторанного господарства відповідно до сучасних вимог ринку, зміни споживчих уподобань, посилення конкуренції та необхідності впровадження ефективних проєктних, технологічних і маркетингових рішень. Для міста Чернігова розвиток сучасних кав'ярень–кондитерських є важливим елементом формування туристичної привабливості, розвитку малого бізнесу та створення комфортного урбаністичного середовища. Центральна частина міста характеризується наявністю стабільних пішохідних потоків, концентрацією культурно–історичних об'єктів, адміністративних установ, закладів освіти та рекреаційних зон, що створює сприятливі умови для функціонування закладів малої потужності у сфері гостинності.

Необхідність реконструкції кав'ярні–кондитерської обумовлена потребою адаптації закладу до сучасних архітектурно–планувальних, технологічних, санітарно–гігієнічних та економічних вимог. В умовах підвищення конкуренції на ринку ресторанного господарства важливого значення набуває раціональна організація виробничих процесів, оптимізація

планувальних рішень, удосконалення системи обслуговування споживачів, формування сучасного іміджу закладу та створення конкурентних переваг.

Під час розроблення дипломного проєкту особлива увага приділяється комплексному підходу до реконструкції кав'ярні–кондитерської на 10 місць із урахуванням особливостей місця розташування, аналізу ринку закладів гостинності, туристичних потоків, сучасних тенденцій розвитку кавового бізнесу, вимог до організації виробництва та обслуговування у закладах ресторанного господарства. Проєктом передбачається впровадження сучасних архітектурних і дизайнерських рішень, створення комфортного простору для відвідувачів, удосконалення технологічних процесів, а також формування позитивного іміджу закладу.

Метою дипломного проєкту є розроблення проєкту реконструкції кав'ярні–кондитерської на 10 місць у місті Чернігові із обґрунтуванням архітектурно–планувальних, технологічних, економічних та іміджевих рішень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування закладу та його конкурентоспроможності.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- охарактеризувати місце розташування закладу та провести аналіз конкурентного середовища;
- здійснити аналіз туристичних потоків та оцінити привабливість дестинації;
- розробити концепцію кав'ярні–кондитерської та меню закладу;
- обґрунтувати архітектурно–планувальні рішення щодо реконструкції приміщення;
- виконати технологічні та технічні розрахунки;
- провести економічне обґрунтування проєкту;
- розробити заходи щодо формування позитивного іміджу закладу;
- визначити перспективи ефективного функціонування реконструйованої кав'ярні–кондитерської.

Об'єктом дослідження є кав'ярня–кондитерська як підприємство ресторанного господарства малої потужності.

Предметом дослідження є проєктні, технологічні, організаційні, економічні та маркетингові рішення щодо реконструкції кав'ярні–кондитерської.

У процесі виконання дипломного проєкту використовувалися методи аналізу та узагальнення наукової літератури, нормативно–технічної документації, порівняльний аналіз, методи проєктування та моделювання, розрахункові методи, методи економічного аналізу, графічного та планувального моделювання.

Практичне значення дипломного проєкту полягає у можливості використання запропонованих рішень під час реконструкції або створення сучасних закладів ресторанного господарства малої потужності у міському середовищі. Реалізація запропонованого проєкту сприятиме підвищенню якості послуг, розширенню гастрономічної пропозиції міста Чернігова, покращенню рівня обслуговування населення та підвищенню туристичної привабливості регіону.

Структура дипломного проєкту включає вступ, шість розділів, висновки та список використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 103 сторінки, список використаних джерел містить 21 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА КАВ'ЯРНІ–КОНДИТЕРСЬКОЇ

1.1. Характеристика місця розташування нової кав'ярні–кондитерської

Вибір місця розташування кав'ярні–кондитерської у м. Чернігові є ключовим чинником успішності проекту, оскільки саме просторове положення визначає інтенсивність потоку відвідувачів, рівень заповнюваності закладу, можливості розвитку асортименту та доцільність подальших інвестицій.

У працях українських і зарубіжних дослідників заклади малої потужності розглядаються як найбільш чутливі до помилок у виборі локації, адже не мають значного запасу площі чи фінансових ресурсів для компенсації слабких сторін розташування [1–3]. Тому характеристика місця розташування для кав'ярні–кондитерської на 10 місць потребує комплексного аналізу.

Чернігів є обласним центром з розвиненою адміністративною, освітньою та торговельною інфраструктурою. Місто має:

- компактну планувальну структуру, що сприяє формуванню виражених пішохідних маршрутів між житловими кварталами, центром та рекреаційними зонами;
- багатий історико–культурний потенціал, що формує туристичну привабливість та додатковий попит на послуги харчування;
- добре розвинену мережу громадського транспорту, яка забезпечує взаємозв'язок між спальними районами, центром і промисловими зонами.

Для закладів ресторанного господарства це означає наявність стабільного локального попиту з боку мешканців міста та додаткових потоків відвідувачів, пов'язаних із туризмом, діловими поїздками, навчанням і транзитними переміщеннями [4]. Дослідники ринку

гостинності наголошують, що саме поєднання регулярних місцевих споживачів і періодичних туристичних потоків створює найсприятливіші умови для розвитку кав'ярень і кондитерських [5].

Для розміщення проєктованої кав'ярні–кондитерської обрано центральну частину Чернігова, у зоні, що поєднує адміністративні будівлі, об'єкти торгівлі, освітні заклади та рекреаційні простори. Така локація відповідає кільком базовим вимогам до розташування малих закладів ресторанного господарства:

- висока щільність пішохідних потоків протягом усього дня завдяки розташуванню поблизу ділового та культурного центру;

- хороша транспортна доступність – наявність зупинок громадського транспорту на відстані декількох хвилин ходьби, можливість під'їзду автомобіля для короткочасної зупинки;

- змішаний тип забудови (житлові будинки, офіси, невеликі торговельні об'єкти), що формує різновікову та соціально різнорідну аудиторію;

- наявність рекреаційних просторів (парки, сквери, пішохідні вулиці), які стимулюють попит на напої, десерти та продукцію «на виніс».

З погляду міського планування обрана ділянка належить до зони активного громадського користування. Тут зосереджені:

- органи місцевого самоврядування та державні установи;
- навчальні заклади;
- торговельно–розважальні центри та окремі магазини;
- туристичні магніти – пам'ятки архітектури, музеї, місця проведення міських заходів.

Приміщення відведені під кав'ярню–кондитерську розташовані на першому поверсі капітальної будівлі та мають окремий вхід з вулиці безпосередньо з проспекту Перемоги, 69, м. Чернігів. Таке планування вважається ідеальним для закладів сфери ресторанного господарства та готельного бізнесу з таких причин:

- забезпечується безбар'єрний доступ для всіх категорій відвідувачів;
- вітрини та вхідна група працюють як інструмент візуальної комунікації із пішоходами;
- підвищується безпека та швидкість евакуації у разі надзвичайних ситуацій.

Площа приміщення дозволяє організувати:

- зал обслуговування на 10 посадкових місць із можливістю розміщення високих столів для гостей, які очікують напої «з собою»;
- барну стійку з вітриною для демонстрації кондитерських виробів;
- виробничу зону для приготування напоїв, випікання або доробки мафінів підвищеної харчової цінності та зберігання напівфабрикатів;
- допоміжні приміщення (санвузол для відвідувачів, невеликий склад сухих продуктів та мийне відділення).

Наявність достатньої висоти стель, можливість підведення вентиляційних каналів та варіантів зонування простору створюють умови для впровадження сучасних дизайнерських рішень: поєднання відкритої барної зони, де гість може спостерігати за приготуванням напоїв, із затишною посадковою частиною.

Інженерна інфраструктура приміщення (електропостачання, водопостачання, каналізація, опалення) є критичною для функціонування кав'ярні–кондитерської. Оскільки заклад передбачає використання професійного кавового обладнання, холодильних вітрин та теплових приладів для випікання й розігрівання виробів, важливим є:

- достатня потужність електромережі;
- можливість облаштування окремих ліній для технологічного устаткування;
- доступ до води у виробничій зоні та мийному відділенні.

Центральна частина Чернігова традиційно є місцем концентрації культурних, освітніх і громадських подій. Тут проводяться міські свята, ярмарки, фестивалі, благодійні заходи, що стимулює додатковий попит на

продукцію швидкого споживання – каву, десерти, фреші, легкі снеки. Кав'ярня–кондитерська, розташована в такому середовищі, отримує можливість:

- працювати у форматі «точки притягання» для учасників і глядачів заходів;
- формувати партнерства з організаторами подій (кейтеринг, брендовані напої, десерти для фестивалів);
- використовувати вітрину та фасад для промоцій, пов'язаних із міськими активностями.

Соціальний профіль мешканців та відвідувачів центральної частини міста характеризується відносно високим рівнем освіченості та доходів, відкритістю до нових форматів харчування та зацікавленістю у здорових продуктах. Для проєктованого закладу це створює передумови для успішного впровадження в меню:

- овочевих фрешів;
- мафінів підвищеної харчової цінності (виготовлених на основі цільнозернового борошна, ягодами, горіхами, насінням та продуктами їх переробки, білковими компонентами тощо);
- альтернативних видів молока, цукрозамінників, безглютенових позицій.

На основі аналізу функціонального зонування міста та структури установ, розташованих поблизу, можна виокремити кілька ключових цільових груп:

- студенти та молодь – відвідують центр у зв'язку з навчанням, дозвіллям, зустрічами; цінують доступні ціни, зручність «кави з собою», наявність Wi-Fi та можливість короткочасного перебування;
- офісні працівники й службовці – формують стабільний потік у будні дні, особливо вранці та в обідній час; орієнтуються на швидке обслуговування, якість кави, можливість придбати десерт або корисний перекус до кави;

- мешканці прилеглих житлових кварталів – користуються послугами закладу в неробочий час, у вихідні, під час прогулянок із дітьми; для них важливі стабільна якість, безпека продукції, зручний графік роботи;

- туристи та гості міста – реагують на візуальну привабливість фасаду, атмосферу закладу, асортимент авторських напоїв та десертів, можливість придбати продукцію «на виніс» під час огляду міських пам'яток.

Узагальнюючи проведений аналіз, місце розташування нової кав'ярні–кондитерської у м. Чернігові на вул. пр. Перемоги, 69, можна охарактеризувати як перспективне з огляду на:

- вигідне розміщення у центральній частині міста зі стійким пішохідним трафіком;

- наявність розвиненої інженерної, торговельної та соціальної інфраструктури;

- сприятливий культурно–рекреаційний контекст, що формує додатковий попит;

- присутність кількох чітко окреслених сегментів потенційних споживачів;

- відповідність приміщення вимогам до малих підприємств ресторанного господарства та можливість його реконструкції з урахуванням сучасних санітарних і технологічних норм.

1.2. Аналіз ринку наявних закладів гостинності та розрахунок туристичних потоків

Ринок закладів гостинності у м. Чернігові є динамічно сформованою системою, що поєднує підприємства різних форматів – від кав'ярень і кондитерських до ресторанів, кафе, фастфудів та мережевих закладів швидкого обслуговування. Для визначення конкурентного середовища, в якому функціонуватиме нова кав'ярня–кондитерська, необхідно здійснити

аналіз найближчих об'єктів та оцінити їхній вплив на потенційний попит [6].

У дослідженнях індустрії гостинності підкреслюється, що наявність конкурентів у безпосередній близькості не є негативним чинником; навпаки, концентрація декількох закладів ресторанного господарства в одному районі свідчить про сформований попит і здатність локації забезпечувати стабільний потік відвідувачів [7]. Водночас важливо виявити конкурентні переваги, нішу та можливості диференціації для проєктованого закладу.

Таблиця 1.1

Заклади гостинності, що діють у м. Чернігів

Назва закладу	Тип закладу	Основні послуги, що надаються	Додаткові послуги	Інфраструктурна характеристика об'єкта
Coffee Boss	Кав'ярня	Кава, авторські напої, десерти	Take away, сезонне меню	Розташована в центральній частині міста, поруч із пішохідними маршрутами та комерційними об'єктами
Lucky Coffee	Кав'ярня–фастфуд	Кава, сендвічі, десерти	Доставка, швидке обслуговування	Високий трафік, близькість до зупинок громадського транспорту
Краш Кава	Молодіжна кав'ярня	Кава, солодощі, напої з трендовим позиціонуванням	Фото–зона, напої «to go»	Локація орієнтована на молодіжні потоки, активний Instagram–стиль
Small Café	Міні–кав'ярня	Еспресо, капучино, круасани, випічка	Сніданкове меню	Затишне розміщення у двориковій зоні, стабільний локальний потік постійних відвідувачів

Ринок кав'ярень у центральних районах Чернігова має виражений тренд на малі формати: mini-café, to-go точки, кав'ярні з десертами та сезонними напоями. Цей формат легко масштабувати, він потребує менших витрат і швидко адаптується до змін попиту.

Наведені в таблиці заклади показують наступні особливості конкурентного середовища:

1. Coffee Boss – сильний локальний бренд.

Переваги:

- стабільна впізнаваність, лояльна аудиторія;
- широкий кавовий асортимент;
- хороше розташування у місці з високим пішохідним трафіком.

Недоліки:

- стандартний формат без яскравої «фішки»;
- конкуренція з мережевими аналогами по ціні.

2. Lucky Coffee – орієнтація на швидкий перекус.

Переваги:

- добре працює з офісним та студентським сегментом;
- є доставка та сендвічі – універсальний формат.

Недоліки:

- меню не спеціалізоване, десертна позиція слабша.

3. Краш Кава – яскрава молодіжна концепція.

Переваги:

- сильний візуальний стиль;
- наявність фото-зон, Instagram-трафік;
- трендові напої, орієнтація на молодь 14–25 років.

Недоліки:

- залежність від трендів та сезонності;
- менш сильний акцент на випічці/десертах.

4. Small Café – затишна локація з постійною аудиторією

Переваги:

- камерність, «домашній» стиль;
- постійні гості, які приходять саме в це місце;
- якісна випічка та круасани.

Це сильний конкурент у частині сніданків, але менш конкурентний у молодіжному сегменті.

Аналіз наведених чотирьох закладів показує такі тенденції:

1. Всі кав'ярні пропонують стандартний «набір». Кава, десерти, напої, тобто входження на ринок з такими ж позиціями без унікальності не дасть конкурентної переваги.

2. Лише частина закладів працює з чітким позиціонуванням

- Краш Кава – молодіжний контент;
- Small Café – камерність і сніданки;
- Lucky Coffee – швидко та недорого;
- Coffee Boss – стабільний «класичний» формат.

3. Ринок потребує чогось «новішого», а не чергової кав'ярні з ідентичним меню. Саме тому унікальна ідея – наприклад:

- десерти підвищеної харчової цінності,
- натуральні мафіни з овочами/фруктами,
- корисні фреш–сети,
- веганські та дієтичні позиції,
- авторські десерти, яких немає у конкурентів

4. Усі конкуренти працюють у форматі «швидко–перекусити», але мало хто робить ставку на «корисність». Туристичні потоки для м. Чернігова є важливим чинником формування попиту на послуги закладів ресторанного господарства. Кожен турист, який приїжджає до міста хоча б на один день, потенційно користується послугами закладів ресторанного господарства, транспортом, послугами розміщення та дозвілля. Тому оцінка масштабів туристичного руху дозволяє обґрунтувати доцільність відкриття нової кав'ярні–кондитерської та прогнозувати рівень завантаження закладу.

За офіційними даними Департаменту культури Чернігівської ОДА, у 2024 році Чернігівську область відвідали 424,18 тис. екскурсантів, а надходження туристичного збору становили 1,64 млн грн, з яких 45,7 % припадає на Чернігівську міську територіальну громаду [8]. Раніше, у 2019 році, область в цілому відвідали близько 1,1 млн туристів, що демонструє значний потенціал регіону у довоєнний період [9].

Надалі для розрахунків беремо 2024 рік як найбільш актуальний, а отримані значення вважаємо орієнтовними.

1) Статистичний метод. Туристичний потік визначають за формулою 1.1:

$$T = \sum N_{\text{в'їзд}} + \sum N_{\text{виїзд}} + \sum N_{\text{внутрішні}}; \quad (1.1)$$

де:

$N_{\text{в'їзд}}$ – кількість іноземних туристів, що прибули до регіону;

$N_{\text{виїзд}}$ – кількість жителів регіону, які виїхали за кордон з туристичною метою;

$N_{\text{внутрішні}}$ – кількість внутрішніх туристів (громадян України, що подорожують у межах країни).

Умови та припущення для розрахунку. Використаємо логічно обґрунтовані частки потоку:

– частка іноземних туристів:

$$N_{\text{в'їзд}} = 5\%$$

– частка внутрішніх туристів:

$$N_{\text{внутрішні}} = 95\%$$

– кількість громадян, що виїхали за кордон:

$$N_{\text{виїзд}} = 10\%$$

Підстановка в основну формулу:

$$T = N_{\text{в'їзд}} + N_{\text{виїзд}} + N_{\text{внутрішні}}$$

$$T = 21,21 + 42,42 + 403,0$$

$$T \approx 466,63 \text{ тис. туристів на рік}$$

Орієнтовний туристичний потік Чернігівської області у 2024 році за статистичним методом становить:

$$T \approx 460...470 \text{ тис. осіб}$$

Оскільки в регіоні зосереджено значну кількість культурних, історичних та релігійних пам'яток, переважна частина туристичного потоку спрямовується до міста Чернігова. Метою цього дослідження вважається прийнятним визначити туристичний потік конкретного населеного пункту як похідну від загального регіону.

Міцну основу для кількісної оцінки частки Чернігова можна створити, врахувавши частку муніципального утворення у сукупних доходах від туристичних зборів. Згідно з загальнодоступними фінансовими даними (з порталу «Біла хата») [8], цей показник свідчить про таке:

$$T_{\text{Чер}} = 45,7\%$$

У розрахунках ми будемо використовувати округлене значення:

$$T_{\text{Чер}} \approx 46\%$$

Оскільки туристичний збір корелює з кількістю фактичних туристичних відвідувань, ця частка може бути використана як коефіцієнт для визначення фактичного туристичного потоку міста.

Проведемо розрахунок фактичного туристичного потоку Чернігова враховуючи частку туристичного збору.

$$T_{\text{Чер}} = 0,46 \times 466,6$$

$$T_{\text{Чер}} \approx 215 \text{ тис. туристів на рік}$$

Оціночний туристичний потік міста Чернігова становить:

$$T_{\text{Чер}} \approx 215 \text{ тис. осіб на рік}$$

Це саме ті відвідувачі, які безпосередньо формують попит на послуги міських закладів гостинності, зокрема кав'ярень, кондитерських, невеликих гастрономічних закладів, закладів швидкого харчування та об'єктів культурно—дозвілєвої сфери.

2) Балансовий метод оцінки туристичного потоку ґрунтується на визначення загальної кількості туристо–днів, сумарної тривалості перебування туристів у регіоні. Обчислення цього показника виконується за формулою 1.2.

$$TR = (T_{\text{пр.}} - T_{\text{виїзд}}) \times k; \quad (1.2)$$

де:

$T_{\text{прибуття}}$ – кількість туристів, що прибули до регіону;

$T_{\text{виїзд}}$ – кількість туристів, що виїхали з регіону;

k – коефіцієнт середньої тривалості перебування туриста (у днях);

TR – загальна кількість туристо–днів.

Розраховані раніше величини:

$$N_{\text{в'їзд}} \approx 21,2 \text{ тис. осіб}$$

$$N_{\text{внутрішні}} \approx 403,0 \text{ тис. осіб}$$

$$N_{\text{виїзд}} \approx 42,4 \text{ тис. осіб}$$

Туристи, що прибули до регіону:

$$T_{\text{прибуття}} = N_{\text{в'їзд}} + N_{\text{внутрішні}}$$

$$T_{\text{прибуття}} \approx 21,2 + 403,0 = 424,2 \text{ тис. осіб}$$

Туристи, що вибули з регіону:

$$T_{\text{виїзд}} = N_{\text{виїзд}} \approx 42,4 \text{ тис. осіб}$$

На наступному етапі важливо розрахувати середню тривалість перебування туристів в місті та області. З цією метою потрібно врахувати поправочний коефіцієнт. Для Чернігівщини реалістичним є коефіцієнт $k = 2$ дні. Оскільки середня тривалість перебування у два дні вважається реалістичною оцінкою для Чернігівської області, що пояснюється сукупністю взаємопов'язаних факторів:

– Географічна близькість до Києва (приблизно 140 км, робить цю область ідеальним місцем для екскурсій вихідного дня, зазвичай тривалістю від одного до двох днів);

– Характери туристичних пам'яток охоплює історичні, культурні та релігійні об'єкти (які зазвичай не потребують тривалих туристичних подорожей, на відміну від курортних або гірських напрямків);

– Демографічний та економічний профіль демографічної групи, переважно мешканці столичного регіону, які схильні до короткотривалих візитів.

Розрахунок туристо–днів проводимо за формулою 1.3:

$$TR = (T_{\text{прибуття}} - T_{\text{виїзд}}) \times k \quad (1.3)$$

$$TR = (424,2 - 42,4) \times 2$$

$$TR = 381,8 \times 2 = 763,6 = 764 \text{ тис. туристо–днів}$$

Отже, туристи сукупно проводять у Чернігівській області близько 760 тис. днів на рік, що відображає реальний обсяг попиту на проживання, харчування, кав'ярні та кондитерські заклади.

Наступним етапом є розрахунок туристо–днів для міста Чернігова. Слід враховувати, що частка міста у загальнообласному потоці $p_{\text{Чер}} = 0,46$

Тоді туристо–дні, що припадають на міську громаду визначають за формулою 1.4:

$$TR_{\text{Чер}} = p_{\text{Чер}} \times TR \quad (1.4)$$

$$TR_{\text{Чер}} = 0,46 \times 764$$

$$TR_{\text{Чер}} \approx 352 \text{ тис. Туристо–днів на рік}$$

Результати за балансовим методом наступні:

– загальна кількість туристо–днів у Чернігівській області:

$$TR \approx 764 \text{ тис.}$$

– кількість туристо–днів у місті Чернігові:

$$TR_{\text{Чер}} \approx 352 \text{ тис.}$$

Отримані розрахунки дозволяють зробити кілька важливих висновків:

1. Місто Чернігів щороку приймає понад 180 тис. туристів, які потенційно користуються послугами закладів ресторанного господарства. Навіть якщо частка відвідувачів, які реально заходять до кав'ярень і

кондитерських, становитиме 20–30 %, це десятки тисяч додаткових споживачів на рік.

2. Понад 300 тис. туристо–днів у місті створюють стійкий попит не тільки на одноразові покупки, а й на щоденне споживання кави, десертів та легких сніданків. Для кав'ярні–кондитерської на 10 місць це означає можливість забезпечити достатню середню завантаженість навіть у міжсезоння.

3. Наявні конкуренти переважно орієнтуються на стандартний кавовий асортимент і класичні десерти. Туристи, які обирають Чернігів як місце для короткого відпочинку чи культурного вікенду, дедалі частіше звертають увагу на:

- здорові страви;
- локальні продукти;
- «інстаграмні» десерти та напої з оригінальною подачею.

4. Запуск кав'ярні–кондитерської з акцентом на овочеві фреші та мафіни підвищеної харчової цінності дозволить:

- частково перерозподілити наявний туристичний потік на користь нового закладу;
- створити додаткову точку притягання у центрі міста;
- підвищити якісний рівень гастрономічної пропозиції регіону.

Важливим для планування нового закладу є визначення туристичної активності на планованій місцевості. Тому важливо за методом коефіцієнтів туристичної активності розрахувати туристичну активність. Це можна зробити за формулою 1.5:

$$K_{\text{активності}} = \frac{N_{\text{туристів}}}{N_{\text{населення}}} \times 100\% \quad (1.5)$$

де

$N_{\text{туристів}}$ – кількість туристів у регіоні за рік;

$N_{\text{населення}}$ – чисельність населення регіону (міста/області).

Цей показник дає змогу оцінити, яка частка населення «обслуговується» туризмом, тобто скільки туристів припадає на кожного мешканця.

За актуальними оцінками, чисельність населення м. Чернігова становить приблизно 270 000 осіб.

Розрахунок коефіцієнта туристичної активності, враховуючи вказані дані та формулу 1.5, буде наступним:

$$K_{\text{активності}} = \frac{186,6 \text{ тис. туристів}}{270,0 \text{ тис. населення}} \times 100\%$$

$$K_{\text{активності}} = \frac{186,6}{270,0} \times 100\% \approx 69,1\%$$

Коефіцієнт туристичної активності $\approx 69,1\%$

Це означає, що на кожного мешканця Чернігова припадає приблизно 0,69 туриста на рік. Іншими словами, туристичний потік становить близько 69 % від чисельності місцевого населення. Такий показник свідчить про відносно високий туристичний потенціал міста, особливо для закладів ресторанного господарства у центрі міста. У цьому зв'язку можна стверджувати, що туристичні потоки формують значний попит, який не залежить від місцевого населення. Це, в свою чергу, підтверджує важливість присутності у бізнесі спеціального туристичного асортименту – напоїв, десертів, локальних позицій, які відвідувачі готові пробувати і що буде створювати позитивний імідж не лише закладу, а й міста загалом. Крім того, такий коефіцієнт підтверджує, що новий заклад (кав'ярня–кондитерська) може розраховувати на стабільний потік відвідувачів не лише з числа місцевих мешканців, а й, значною мірою, завдяки туристам. Для перевірки цього припущення стосовно конкретної локації необхідно кількісно оцінити привабливість дестинації безпосередньо за адресою проспект перемоги, 69. З цією метою було розгублено систему критеріїв із відповідними вагомими коефіцієнтами, які дозволяють враховувати транспортну доступність, близькість до атракцій, пішохідний трафік та інші чинники, що знаходяться в таблиці 1.2 [14].

Таблиця 1.2

**Критерії та ваги привабливості DESTИНАЦІЇ м. Чернігів за адресою
проспект Перемоги, 69.**

Критерій привабливості	Вага критерію	Бал критерію
Туристичні ресурси	0,28	
– Культурна спадщина	0,14	9
– Природно–рекреаційні ресурси	0,09	7
– Події та фестивалі	0,05	5
Інфраструктура	0,22	
– Засоби розміщення	0,09	6
– Транспортна доступність	0,09	7
– Туристичні сервіси	0,04	5
Попит і ринок	0,20	
– Кількість відвідувачів	0,10	5
– Середні витрати туриста	0,05	4
– Завантаженість засобів розміщення	0,05	4
Безпека та комфорт	0,18	
– Рівень безпеки	0,08	5
– Стійкість інфраструктури	0,06	4
– Екологія та санітарні умови	0,04	6
Репутація та медійна присутність	0,12	
– Впізнаваність у медіа та соцмережах	0,05	6
– Рейтинги й відгуки туристів	0,05	7
– Участь у національних/міжнародних рейтингах	0,02	4
Разом:	1,00	

Слід відмітити, що оцінювання проводилося за критеріями, наведеними у таблиці 1.2, із подальшою адаптацією ваг під конкретні особливості центральної частини м. Чернігова. Власне коригування ваг є обґрунтованим, оскільки методика допускає їх зміну залежно від важливості окремих ресурсів у певній локації.

Першу групу критеріїв становлять туристичні ресурси, для яких сумарна вага була визначена на рівні 0,28. Це зумовлено тим, що центральна частина міста зосереджує основні історико–культурні об’єкти Чернігова, серед яких – Спасо–Преображенський собор, Борисоглібський собор, Чернігівський дитинець, стародавні підземелля, численні пам’ятки архітектури та музеї. Саме тому найбільша вага (0,14) була надана критерію

«Культурна спадщина», а його оцінка у 9 балів свідчить про високу концентрацію унікальних і впізнаваних туристичних об'єктів. Природно–рекреаційні ресурси центру, хоча й поступаються історичній складовій, також відіграють помітну роль, що відображено у баловій оцінці 7 та вазі 0,09. Критерій подієвості отримав меншу вагу (0,05) і оцінку 5 балів, оскільки фестивальна активність міста у воєнний період є обмеженою.

Наступна група критеріїв стосується інфраструктури. Її сумарна вага була визначена на рівні 0,22, оскільки транспортна доступність центру та наявність різних засобів розміщення є важливими, але не визначальними чинниками у виборі місця відкриття невеликої кав'ярні–кондитерської. Засоби розміщення отримали оцінку 6 балів, що відповідає середньому рівню розвитку готельної бази. Транспортна доступність оцінена у 7 балів завдяки розвиненому автобусному та пішохідному сполученню, а туристичні сервіси – у 5 балів, оскільки інфраструктура інформаційної підтримки туристів та навігаційні рішення хоча й присутні, але перебувають у процесі доопрацювання.

Попит і ринок оцінені сукупною вагою 0,20, що відповідає структурі туристичних потоків. Оцінка кількості відвідувачів у 5 балів відображає середній рівень туристичного руху: місто щороку приймає значну кількість внутрішніх туристів, однак частка іноземних відвідувачів залишається низькою. Середні витрати туриста та завантаженість засобів розміщення отримали по 4 бали, що пояснюється змішаною структурою попиту та скороченням туристичної активності у період воєнного стану.

Критерії безпеки та комфорту мають вагу 0,18, що є обґрунтованим для сучасних умов. Рівень безпеки оцінено у 5 балів: хоча Чернігів відновив життєдіяльність після активних бойових дій, ризики повітряних тривог і окремі загрози залишаються актуальними. Стійкість інфраструктури отримала 4 бали, що відображає періодичні перебої з енергопостачанням та вплив форс–мажорних факторів. Екологічна ситуація оцінена у 6 балів,

оскільки місто має достатній рівень чистоти, зелених зон та інфраструктури рекреації.

Остання група критеріїв – репутація та медійна присутність – отримала вагу 0,12. Оцінка 6 балів за впізнаваність у медіа та соцмережах пояснюється тим, що Чернігів поступово відновлює туристичний імідж, активно просуваючи власний бренд. Високий бал (7) за відгуки туристів пов'язаний зі стабільно позитивними оцінками історичної частини міста, якості екскурсій та гостинності. Участь у міжнародних рейтингах оцінена нижче (4 бали), адже у воєнний час місто менш активно представлено у списках світових туристичних дестинацій. Кожен критерій оцінено за 10–більною шкалою. Сума добутків ваг на відповідні бали дає інтегральний показник привабливості дестинації. Для локації за адресою проспект Перемоги, 69, розрахунок виглядає так:

$$(0,14 \times 9) + (0,09 \times 7) + (0,05 \times 5) + (0,09 \times 6) + (0,09 \times 7) + (0,04 \times 5) + (0,10 \times 5) + (0,05 \times 4) + (0,05 \times 4) + (0,08 \times 5) + (0,06 \times 4) + (0,04 \times 6) + (0,05 \times 6) + (0,05 \times 7) + (0,02 \times 4) \approx 6;$$

Коефіцієнт привабливості дестинації: 6 балів із 10.

При плануванні нового закладу завжди важливо враховувати поправку на безпековий фактор, що можна розрахувати за формулою 1.6:

$$K'_{\text{пр}} = K_{\text{пр}} \times S \quad (1.6)$$

де, $S = 0,6$ (часткова безпека у воєнний час).

$$K'_{\text{пр}} = 6,02 \times 0,6 = 3,61$$

Підсумкове значення коефіцієнта привабливості дестинації становить 6 балів, що свідчить про середньо–високий рівень туристичної привабливості центру Чернігова. Після застосування безпекового коефіцієнта ($S = 0,6$) кінцевий показник складає 3,61, що враховує реалії воєнного стану. Водночас навіть за цих умов локація має достатній потенціал для відкриття нового закладу ресторанного господарства, оскільки поєднує культурну цінність, доступну інфраструктуру та стабільний внутрішній туристичний потік.

В умовах міста Чернігова важливо враховувати не лише постійне населення, а й щоденну міграцію людей між мікрорайонами. Центральна частина міста, де планується відкриття кав'ярні–кондитерської, концентрує адміністративні установи, офіси, заклади освіти та торгівлі, що зумовлює істотний приплив відвідувачів у денний час.

Для розрахунку коефіцієнта внутрішньоміської міграції використовується формула 1.7:

$$K = \frac{N - (N_1 - N_2) \cdot k_c}{N}, \quad (1.7)$$

де

N – чисельність населення мікрорайону;

N_1 – кількість мешканців, які виїжджають з цього району у години «пік» (на роботу, навчання в інші частини міста);

N_2 – кількість осіб, які приїжджають до мікрорайону у денний час;

k_c – поправковий коефіцієнт попиту мігруючого населення на послуги ресторанного господарства порівняно з постійними мешканцями (приймається $\approx 1,6$).

Для центрального мікрорайону Чернігова приймемо орієнтовні значення:

$N \approx 30\,000$ осіб (густонаселена центральна частина);

$N_1 \approx 4\,000$ осіб, які щодня виїжджають працювати або навчатися в інші райони;

$N_2 \approx 8\,000$ осіб, які, навпаки, прибувають у центр (офісні працівники, студенти, відвідувачі установ та магазинів);

$k_c = 1,6$.

Тоді можна провести розрахунок за формулою 1.7:

$$K = \frac{30\,000 - (4\,000 - 8\,000) \cdot 1,6}{30\,000} = \frac{36\,400}{30\,000} \approx 1,21.$$

Отримане значення $K \approx 1,21$ означає, що фактичний денний попит на послуги закладів ресторанного господарства в центральному мікрорайоні на 21 % вищий, ніж той, що формувався б лише за рахунок постійних

мешканців. Іншими словами, мігруюче населення суттєво посилює навантаження на мережу закладів ресторанного господарства.

Наступним кроком є визначення необхідної кількості місць у загальнодоступних закладах ресторанного господарства мікрорайону з урахуванням коефіцієнта міграції. Для цього застосовується формула 1.8:

$$p = \frac{N \cdot K \cdot n}{1000}, \quad (1.8)$$

де

p – необхідна кількість місць у мережі загальнодоступних закладів ресторанного господарства;

N – чисельність населення мікрорайону;

K – коефіцієнт внутрішньоміської міграції;

n – норматив місць на 1000 мешканців.

Чернігів є обласним центром із чисельністю населення понад 250 тис. осіб, тому доцільно використовувати норматив для обласних центрів у діапазоні 250–500 тис. жителів. Для розрахункового строку (20–25 років) норматив кількості місць у загальнодоступних закладах ресторанного господарства становить $n \approx 40$ місць на 1000 осіб.

Підставимо значення у формулу 1.8 для центрального мікрорайону:

$$p = \frac{30\,000 \cdot 1,21 \cdot 40}{1000} = \frac{1\,452\,000}{1000} \approx 1\,452 \text{ місця.}$$

Отже, для забезпечення потреб населення та відвідувачів центрального мікрорайону необхідно близько 1450...1500 місць у мережі загальнодоступних закладів ресторанного господарства (кафе, ресторани, кав'ярні, бістро тощо).

Навіть за умови наявності в мікрорайоні кількох діючих закладів (наприклад, Coffee Boss, Lucky Coffee, «Краш Кава», Small Cafe та ін.), сумарна місткість кав'ярень і кафе залишається істотно нижчою від нормативної. Це означає, що ринок закладів ресторанного господарства в центрі Чернігова далекий від насичення, а, отже, існує реальний резерв для

відкриття нового спеціалізованого закладу – кав'ярні–кондитерської з сучасним асортиментом.

Після визначення загальної потреби у місцях доцільно оцінити необхідну чисельність обслуговуючого персоналу для проєктованого закладу. Це можна зробити за формулою 1.9:

$$N_0 = \frac{N}{X}, \quad (1.9)$$

де

N_0 – кількість офіціантів (або місць обслуговуючого персоналу), необхідних для роботи закладу;

N – кількість гостей (місць), на яку розрахований заклад ресторанного господарства;

X – норма гостей на одного офіціанта (як правило, 9–12 осіб).

Проектована кав'ярня–кондитерська розрахована на 10 місць одночасного обслуговування. Прийmemo середню нормативну величину $X = 10$ гостей на одного офіціанта.

Тоді відповідно до формули 1.9 кількість офіціантів буде наступною:

$$N_0 = \frac{10}{10} = 1.$$

Отже, мінімально необхідна кількість офіціантів в одну зміну – 1 особа. Враховуючи змінний графік роботи, вихідні дні та можливі пікові навантаження, доцільно передбачити 2 штатні одиниці офіціантів, що забезпечить безперервне обслуговування гостей і створить резерв на випадок хвороби чи відпустки працівників.

Розрахунок коефіцієнта внутрішньоміської міграції ($K \approx 1,21$) показав, що центральний мікрорайон Чернігова має суттєве додаткове навантаження за рахунок мігруючого населення. На основі цього коефіцієнта та нормативів забезпеченості місцями ($n \approx 40$ місць/1000 осіб) встановлено, що для мікрорайону оптимальною є наявність близько 1450...1500 місць у загальнодоступних закладах ресторанного господарства. Фактична кількість місць є меншою, що свідчить про

недовикористаний потенціал ринку і обґрунтовує доцільність відкриття нової кав'ярні–кондитерської.

Для самого проєктованого закладу розрахована мінімальна чисельність обслуговуючого персоналу – один офіціант на зміну при місткості 10 місць, із рекомендацією мати щонайменше дві штатні одиниці для забезпечення стабільної роботи. Це дозволяє поєднати комфортний рівень сервісу для відвідувачів з економічно обґрунтованими витратами на персонал.

Денна чисельність відвідувачів проєктованого ЗРГ обчислюється за формулою 1.10:

$$N = P \times \eta, \quad (1.10)$$

де $P = 10$ місць,

η – оборотність місця за день. Для невеликої міської кав'ярні доцільно прийняти $\eta = 120$, таке число пов'язане із тим, що значна кількість відвідувачів будуть купувати каву і десерти «на винос», тобто кав'ярня буде діяти переважно в ритмі to go, за столиками люди будуть затримуватися, але переважна кількість будуть купувати напої та випічку із собою).

$$N = 10 \times 120 = 1200 \text{ осіб/день.}$$

Таблиця 1.3

**Дані щодо кількості відвідувачів та працівників кафе–
кондитерської**

Назва показника	Значення
Коефіцієнт внутрішньоміської міграції	1,21
Необхідна кількість місць для обслуговування населення мікрорайону	1452
Необхідна кількість обслуговуючого персоналу на розраховану кількість місць (усього по мережі)	4 на одну локацію
Запропонована кількість місць ЗРГ, що проєктується	10
Денна чисельність відвідувачів ЗРГ	1200

Аналіз ринку кав'ярень центральної частини Чернігова виявив незаповнену нішу – відсутність закладів із вираженою спеціалізацією на

корисних десертах, фрешах і продукції підвищеної харчової цінності. Розрахунки туристичних потоків (понад 186 тис. осіб на рік в обласному центрі та більше 300 тис. туристо–днів) разом із коефіцієнтом туристичної активності близько 69,1% підтверджують стійкий додатковий попит на послуги харчування, який не обмежується лише постійними мешканцями. Визначена нормативами потреба в 1450–1500 місцях при фактичному дефіциті пропозиції свідчить про резерв для розвитку нової кав'ярні–кондитерської, здатної обслуговувати і локальну аудиторію, і туристичний сегмент.

Таким чином, результати аналізу конкурентного середовища та розрахунків туристичних потоків підтверджують доцільність відкриття нової кав'ярні–кондитерської у центральній частині Чернігова. Поєднання достатньо високого рівня туристичної привабливості дестинації, значного денного пішохідного та міграційного трафіку, помірної насиченості ринку і відсутності чітко вираженого гравця, орієнтованого на корисні десерти та фреш–продукцію, створює сприятливі умови для формування конкурентоспроможного закладу з власною нішею.

1.3. Аналіз переваг та ризиків відкриття нової кав'ярні–кондитерської

Відкриття нової кав'ярні–кондитерської у центральній частині міста Чернігова передбачає необхідність комплексного оцінювання внутрішніх і зовнішніх чинників, що визначають потенціал успішності закладу. Сфера гостинності характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими змінами у споживчих уподобаннях та залежністю від соціально–економічних умов регіону. Тому на етапі планування доцільно здійснити аналіз переваг та ризиків, який дозволяє окреслити стратегічні можливості закладу й виявити чинники, що можуть впливати на його ефективність у коротко– та довгостроковій перспективі [10].

Переваги кав'ярні–кондитерської значною мірою формуються завдяки її локації в історичному центрі міста, де концентрується потік туристів, екскурсантів та місцевих мешканців. Висока пішохідна активність, наявність поруч культурних об'єктів та офісної інфраструктури створюють сприятливі умови для стабільного потоку відвідувачів. Додатковою перевагою є тенденція до зростання попиту на малі гастрономічні формати, що поєднують швидке обслуговування, візуальну привабливість продукції та можливість комунікації через соціальні мережі. У сучасних умовах саме естетичність і «інстаграмність» десертів стають важливими елементами конкурентної переваги.

Водночас відкриття нового закладу вимагає врахування внутрішніх обмежень, пов'язаних з виробничими, технологічними та фінансовими ресурсами. На початковому етапі підприємство зазвичай має компактну організаційну структуру, обмежений штат персоналу та невисокі інвестиційні можливості. Це може позначатися на швидкості масштабування, обсягах виробництва і здатності закладу оперативно реагувати на пікові навантаження. Для сегмента кав'ярень важливим є також питання стабільності постачання сировини, якості технологічного обладнання та дотримання санітарно–гігієнічних норм.

Ризики відкриття кав'ярні–кондитерської у Чернігові зумовлені не лише внутрішніми обмеженнями, але й чинниками зовнішнього середовища. Воєнна ситуація в Україні, можливі перебої з електропостачанням, коливання купівельної спроможності населення та сезонність попиту можуть мати істотний вплив на роботу закладу. Додатковим викликом є насиченість місцевого ринку кав'ярень і висока активність брендів, які вже сформували лояльну аудиторію. Зовнішні загрози можуть також проявлятися у зміні податкових вимог, підвищенні вартості імпортованих інгредієнтів та ускладненнях у пошуку кваліфікованого персоналу.

З урахуванням цих чинників проведення SWOT-аналізу дозволить системно оцінити сильні й слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, що формуються в ринковому середовищі. Такий підхід забезпечить обґрунтованість подальших управлінських рішень, пов'язаних із вибором формату, асортиментної політики, маркетингової стратегії та організації виробничих процесів. У контексті проектування кав'ярні-кондитерської SWOT-аналіз виступає базовим інструментом для формування конкурентної стратегії й оцінки реалістичності входження на локальний ринок. Передумовою формування SWOT-аналізу є узагальнення сильних і слабких сторін проекту, що і наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Сильні та слабкі сторони підприємства гостинності

№	Фактор	Сильна сторона (+)	Слабка сторона (-)
1	Організаційна структура	Проста, гнучка структура управління; швидке прийняття рішень; мінімальна кількість управлінських ланок	Невелика команда → обмежені можливості розподілу функцій у пікові години
2	Правові ресурси	Можливість працювати за спрощеною системою оподаткування; простота реєстрації ФОП/ТОВ для малого бізнесу	Часті зміни у законодавстві та податкових вимогах; необхідність додаткових дозволів (МОЗ, ДСНС)
3	Виробничі потужності	Сучасне обладнання малої продуктивності, оптимізоване під міні-формат; можливість швидко оновлювати асортимент	Невелика площа виробництва, обмежені обсяги випуску; неможливість забезпечити великі замовлення
4	Технологічні потужності	Використання технологічних карт, сучасних методів приготування, стабільна якість продукції	Обмежені технологічні можливості через невелику площу та відсутність спеціалізованого важкого обладнання
5	Фінансові ресурси	Невисокий поріг входу, доступність первинних інвестицій, можливість швидкого запуску	Обмежений оборотний капітал; залежність від сезонності та коливань туристичного потоку

Продовження таблиці 1.4

6	Система менеджменту	Власник напрямую контролює роботу; висока мотивація персоналу; можливість швидко змінювати меню та формат	Відсутність формалізованих управлінських процедур; ризики перевантаження власника операційними задачами
7	Система маркетингу	Локація у центрі міста; високий туристичний трафік; можливість застосування digital-маркетингу та Instagram-просування; «інстаграмні» десерти як конкурентна перевага	Низький стартовий бюджет на маркетинг; висока конкуренція з боку відомих локальних кав'ярень

Внутрішній аналіз діяльності проєктованої кав'ярні-кондитерської дає змогу комплексно оцінити її внутрішні ресурси та обмеження, що безпосередньо впливають на конкурентоспроможність закладу на ринку гостинності м. Чернігова. Кожен із наведених факторів відображає ключові елементи функціонування підприємства: від організаційної структури й технологічного забезпечення до маркетингової політики та фінансових можливостей. Розглянемо зміст кожної сильного та слабого аспекту більш детально.

По-перше, організаційна структура підприємства характеризується простотою та високим рівнем гнучкості. Для малих закладів гостинності це є суттєвою перевагою, оскільки дає можливість оперативно приймати рішення, змінювати меню, впроваджувати нові позиції, швидко реагувати на відгуки споживачів та ринкові зміни. Власник або менеджер має прямий контроль над виробничими та сервісними процесами, що мінімізує управлінські затримки. Водночас невелика кількість працівників формує слабку сторону: у пікові години (ранкові й обідні потоки, вихідні, туристичні дні) можливе перевантаження персоналу, що знижує швидкість обслуговування та якість сервісу.

Другим важливим блоком є правові ресурси. Спрощена система оподаткування створює сприятливі умови для малого бізнесу: низькі

витрати на адміністрування, гнучкість у фінансовому плануванні, доступність реєстрації ФОП або ТОВ. Однак на сферу харчування значно впливають часті зміни законодавства, збільшення вимог до санітарної безпеки, необхідність отримання додаткових дозволів ДСНС, МОЗ, які ускладнюють операційну діяльність і потребують залучення юристів або консультантів.

Третім елементом аналізу є виробничі потужності. Кав'ярня–кондитерська передбачає використання сучасного обладнання малої продуктивності: кавомашини, блендери, теплові шафи, міні–печі, холодильні камери. Це дозволяє оперативно готувати основний асортимент, підтримувати стабільну якість продукції та змінювати асортимент залежно від вподобань гостей. Проте невеликі виробничі площі та обмежені можливості підключення великогабаритного устаткування зменшують максимальний обсяг виробництва. Заклад не може забезпечувати великі партії десертів чи фрешів для зовнішніх замовлень або кейтерингу, що обмежує потенціал масштабування бізнесу.

Четвертим аспектом виступають технологічні потужності. Перевагою є застосування технологічних карт, сучасних методів приготування, високий рівень стандартизації та дотримання рецептур. Це формує стабільну якість продукції та спрощує навчання персоналу. Водночас технологічні процеси обмежені площами і відсутністю спеціалізованого професійного обладнання (наприклад, конвектоматів, великої морозильної камери, окремого цеху для кондитерського виробництва), що унеможлиблює впровадження складних страв та розширення лінійки десертів.

У контексті фінансових ресурсів до сильних сторін належать невисокий поріг входу в бізнес, доступність техніки та меблів, невеликий обсяг стартових інвестицій і швидкий запуск проєкту. Проте бізнес працює в умовах сезонності попиту, а також має обмежений оборотний капітал. Це збільшує залежність від зовнішніх коливань – туристичних потоків,

платоспроможності населення, зміни цін на сировину. У разі різкого зменшення відвідуваності заклад може відчувати дефіцит коштів для покриття операційних витрат.

Система менеджменту становить ще один важливий фактор. Безпосередня участь власника в операційній діяльності сприяє підвищенню мотивації персоналу, створює умови для постійного контролю якості та дисципліни, а також забезпечує оперативність управлінських рішень. Проте надмірна концентрація функцій на одній особі може спричинити перевантаження, особливо в перші місяці роботи. Відсутність формалізованих процедур (наприклад, корпоративних стандартів, системи оцінювання персоналу, регламентів з обслуговування) може ускладнювати масштабування бізнесу та введення нових працівників до команди.

Останнім елементом внутрішнього аналізу є маркетингова система. Проектована кав'ярня має сильні конкурентні переваги завдяки вдалому розташуванню в центрі міста, високому туристичному трафіку, можливості створення стильного візуального контенту для соцмереж, а також використанню лінійки «інстаграмних» десертів та напоїв. Орієнтація на сучасні digital-методи просування робить маркетингову політику ефективною навіть за невеликого бюджету. Разом із тим стартові фінансові обмеження зменшують можливості щодо масштабних рекламних кампаній, таргетованої реклами, участі в міських фестивалях або колаборацій з блогерами, що створює певний бар'єр у виході на ширшу аудиторію.

Узагальнюючи результати аналізу сильних та слабких сторін проекту, можна стверджувати, що проєктована кав'ярня–кондитерська має значний потенціал для розвитку завдяки гнучкості структури, сучасному технологічному оснащенню та вигідній маркетинговій позиції. Водночас обмеженість ресурсів та виробничих потужностей вимагає ретельного планування навантаження, систематичного контролю якості та розроблення стратегії поступового зростання.

Враховуючи все вище сказане, а також дані, наведені в табл. 1.4, можна скласти SWOT–аналіз для кав'ярні–кондитерської. Саме це буде наведено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

SWOT–аналіз підприємства

Можливості розвитку	Загрози
Зростання внутрішнього туризму у Чернігові та збільшення туристичного потоку після стабілізації безпекової ситуації; Високий попит на унікальні десерти, локальні продукти та «інстаграмний» формат закладів; Розвиток цифрового маркетингу, можливість швидкого просування закладу через соцмережі (Instagram, TikTok); Співпраця з локальними виробниками, екскурсійними бюро, готелями, туристичними маршрутами; Можливість участі у фестивалях, ярмарках, міських заходах для збільшення впізнаваності; Залучення нових сегментів клієнтів: студенти, туристи, молоді мами, офісні працівники; Розширення асортименту (здорові десерти, фреші, сезонні напої, продукція на виніс).	Ризики, пов'язані з воєнним станом: повітряні тривоги, можливі перебої з електропостачанням; Висока конкуренція з боку вже відомих кав'ярень і кондитерських у центрі міста; Зниження купівельної спроможності населення через економічну нестабільність; Коливання цін на інгредієнти, зростання вартості імпортової сировини; Зміни у державному регулюванні сфери харчування, санітарних норм; Сезонність попиту та нерівномірність завантаження протягом року; Труднощі з наймом і утриманням кваліфікованого персоналу.

Аналіз зовнішнього середовища є ключовим етапом стратегічного планування для підприємств гостинності, особливо для малих закладів, таких як кав'ярня–кондитерська. Він дозволяє виявити ринкові тенденції, визначити перспективні напрями розвитку та оцінити зовнішні ризики, що можуть впливати на діяльність підприємства. У таблиці 1.5 наведені основні можливості та загрози, які формують конкурентне поле для закладу у центральній частині м. Чернігова.

Однією з найбільш вагомих можливостей є зростання внутрішнього туризму та відновлення туристичного потоку після стабілізації безпекової ситуації. Чернігів має високий історико–культурний потенціал, а туристи традиційно становлять важливу частку відвідувачів закладів ресторанного господарства. Збільшення кількості гостей міста напряму підвищуватиме попит на каву, десерти, продукцію «to go» та швидкі сніданки.

Другим напрямом є зростаючий попит на унікальні та локальні десерти, що відповідають сучасним трендам інстаграмного контенту. Візуально привабливі страви, локальні інгредієнти, здорові або авторські десерти мають вищу віральність у соцмережах і здатні привертати увагу молодій аудиторії без значних рекламних витрат.

Не менш важливим є розвиток цифрового маркетингу, що відкриває можливість швидко просувати новий заклад через Instagram та TikTok. Для малих підприємств, які не можуть дозволити собі масштабні рекламні кампанії, digital–маркетинг є одним із найефективніших інструментів залучення гостей, формування бренду та підтримки репутації.

Значні перспективи містить співпраця з локальними виробниками, туристичними бюро, готелями, екскурсійними маршрутами. Це дозволяє створювати партнерські програми, комбіновані пропозиції (наприклад, кава + екскурсія) та забезпечувати канал постійного притоку нових відвідувачів.

Додатковими можливостями є участь у міських заходах – фестивалях, ярмарках, благодійних подіях. Такі активності підвищують впізнаваність бренду, дозволяють знайомити споживачів із продукцією, формують лояльність та збільшують клієнтську базу.

Важливою перевагою є також потенціал залучення різних сегментів аудиторії: студентів, туристів, молодих мам, офісних працівників. Це зменшує ризики сезонності й формує стабільний попит протягом дня: ранкові відвідування офісних працівників, денний молодіжний трафік, вечірній сегмент туристів та місцевих мешканців.

Нарешті, розширення асортименту – здорові десерти, фреші, сезонні напої, продукція на виніс – дозволяє адаптуватися до трендів, підвищувати маржинальність та охоплювати нові групи споживачів, які орієнтуються на здорове харчування або швидкі перекуси.

Разом із цим функціонування закладу відбувається в умовах низки зовнішніх ризиків. Насамперед, воєнний стан створює загрозу перебоїв у роботі: повітряні тривоги, можливі відключення електроенергії, зменшення туристичного потоку. Ці фактори безпосередньо впливають на прибутковість і стабільність бізнесу.

Другою суттєвою загрозою є висока конкуренція в центрі міста. Уже працюють популярні кав'ярні та кондитерські, які мають сформовану аудиторію. Новий заклад має запропонувати унікальну цінність, аби не розчинитися в конкурентному середовищі.

Ситуацію ускладнює зниження купівельної спроможності населення через економічну нестабільність. Витрати на каву та десерти часто належать до категорії не обов'язкових, тому споживачі можуть скорочувати такі видатки у кризові періоди.

Додаткова загроза – коливання цін на інгредієнти, особливо імпортні (кава, шоколад, горіхи). Зростання собівартості без можливості пропорційного підвищення цін призводить до зниження рентабельності.

Ризики створюють і можливі зміни у державному регулюванні, зокрема щодо санітарних норм, вимог до персоналу, маркування продуктів. Це потребує додаткових витрат на адаптацію процесів і документального забезпечення.

Зовнішнє середовище також характеризується сезонністю попиту: у літній період кількість туристів зростає, у холодний – зменшується. Це впливає на обсяг продажів та планування закупівель сировини.

Окремим викликом є кадровий дефіцит, що спостерігається по всій Україні: кваліфікованих бариста, кондитерів та офіціантів складно знайти й утримати, особливо у невеликих закладах із обмеженим бюджетом.

Зовнішній аналіз демонструє, що нова кав'ярня–кондитерська має високий потенціал завдяки розвитку внутрішнього туризму, сучасним тенденціям цифрового маркетингу та зростанню попиту на унікальні десерти. Водночас діяльність підприємства потребує адаптивної стратегічної моделі, здатної протистояти викликам воєнного часу, економічній нестабільності та значній конкуренції на місцевому ринку.

Таким чином, результати проведеного аналізу свідчать, що відкриття нової кав'ярні–кондитерської в обраній локації є доцільним та перспективним за умови реалізації стратегії, яка спирається на виявлені сильні сторони й ринкові можливості та мінімізує вплив ризиків. До ключових напрямів такої стратегії можна віднести: чітке позиціонування закладу як простору з оригінальними десертами й фрешами підвищеної харчової цінності; активне використання соціальних мереж для формування лояльної спільноти постійних відвідувачів; поетапне нарощування виробничих потужностей; диверсифікацію каналів постачання та пролонговану роботу з персоналом. У подальших розділах кваліфікаційного проєкту ці висновки будуть покладені в основу розроблення планувальних, технологічних, санітарно–гігієнічних та логістичних рішень для проєктованого закладу.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ КАВ'ЯРНІ–КОНДИТЕРСЬКОЇ, МЕНЮ ТА ПОСЛУГ

2.1. Концепція закладу

Концепція проєктованої кав'ярні–кондитерської визначає стратегічну орієнтацію закладу, його цільовий контингент, формат обслуговування, ключові принципи діяльності та очікувані конкурентні переваги. Вона формується як основа для подальших проєктних рішень, організації виробництва та побудови маркетингової стратегії, забезпечуючи узгодженість усіх елементів функціонування майбутнього підприємства гостинності.

Особливістю проєктованої кав'ярні–кондитерської є впровадження технології використання овочевих та фруктових вичавок, що утворюються після приготування фрешів, у рецептурах мафінів підвищеної харчової цінності. Такий підхід дозволяє:

- зменшити кількість харчових відходів;
- підвищити харчову цінність продукції;
- збільшити вміст харчових волокон;
- підвищити біологічну цінність виробів;
- сформувати позитивний екологічний імідж закладу;
- реалізувати принципи ресурсозбереження та раціонального використання сировини.

У сучасних умовах ринок ресторанного господарства характеризується високим рівнем конкуренції. Саме тому важливим етапом розробки концепції є проведення аналізу макросередовища функціонування підприємства.

Для оцінки факторів зовнішнього середовища використано PEST–аналіз, який дозволяє визначити вплив політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів на діяльність закладу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

PEST–аналіз проєктованої кав’ярні–кондитерської

Фактор	Характеристика впливу
Political	Державне регулювання сфери HoReCa, податкове навантаження, санітарні вимоги, безпекові обмеження в умовах воєнного стану
Economic	Рівень доходів населення, інфляційні процеси, вартість сировини, коливання цін на енергоносії
Social	Популяризація здорового харчування, зростання попиту на specialty coffee, популярність продукції «to go»
Technological	Використання автоматизації, POS–систем, онлайн–замовлень, CRM–систем та цифрового маркетингу

Політичні фактори мають значний вплив на функціонування закладів ресторанного господарства, особливо в умовах воєнного стану. Регулювання сфери HoReCa здійснюється через: податкову систему; санітарно–гігієнічні вимоги; правила пожежної безпеки; трудове законодавство; вимоги до безпечності харчових продуктів.

Економічні фактори визначають купівельну спроможність населення та рівень витрат підприємства. В умовах інфляційних процесів важливим є формування оптимальної цінової політики, що забезпечуватиме баланс між доступністю продукції та прибутковістю закладу.

Соціальні фактори свідчать про зростання популярності: здорового харчування; натуральних десертів; авторських кавових напоїв; невеликих атмосферних закладів; екологічних концепцій.

Технологічні фактори дозволяють оптимізувати діяльність підприємства через автоматизацію обліку, використання сучасного кавового обладнання, електронні системи продажів, цифровий маркетинг, онлайн–комунікацію із споживачами.

Наступним етапом є аналіз конкурентного середовища та визначення рівня насиченості ринку. Коефіцієнт насиченості ринку визначають за формулою 2.1:

$$K_n = \frac{N}{P} \quad (2.1)$$

де:

N – кількість аналогічних закладів у зоні охоплення;

P – чисельність населення або туристичний потік.

У центральній частині м. Чернігова функціонує приблизно 18 аналогічних закладів. Орієнтовна кількість населення та туристичного потоку в зоні активного охоплення становить 185000. Виходячи із цих даних можна провести розрахунки насиченості ринку за формулою 2.1:

$$K_n = \frac{18}{185000} = 0,000097$$

Отриманий показник є низьким, що свідчить про наявність потенціалу для відкриття нового закладу ресторанного господарства. Це пов'язано із тим, що чим меншим є коефіцієнт насиченості ринку, тим вищим є потенціал розвитку нового підприємства.

Наступним важливим етапом проєктування є розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності. Для цього потрібно провести оцінку конкурентних переваг концепції. Це можна здійснити використовуючи інтегральний індекс конкурентоспроможності, що розраховується за формулою 2.2:

$$I_k = \sum(w_i \times q_i) \quad (2.2)$$

де:

w_i – вагомість параметра;

q_i – оцінка параметра.

Також слід враховувати, що для правильного проведення розрахунків за формулою 2.2 необхідно оцінити конкурентоспроможність концепції. З цією метою потрібно враховувати вагомість ряду параметрів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Оцінка конкурентоспроможності концепції

Параметр	Вагомість w_i	Оцінка q_i	Добуток
Локація	0,30	0,9	0,27
Асортимент	0,25	0,95	0,237
Якість сервісу	0,20	0,85	0,17
Цінова політика	0,15	0,8	0,12
Інтер'єр	0,10	0,9	0,09

Беручи до уваги дані наведені в таблиці 2.2 і керуючись формулою 2.2 можна розрахувати інтегральний індекс конкурентоспроможності:

$$I_k = 0,27 + 0,237 + 0,17 + 0,12 + 0,09 = 0,887$$

Отримане значення свідчить про високий рівень конкурентоспроможності концепції.

Для закладів ресторанного господарства прогнозований ринковий обсяг визначають за формулою 2.3:

$$M_r = N_n \times f \times S; \quad (2.3)$$

де:

N_n – чисельність населення зони охоплення;

f – частота відвідування закладів ресторанного господарства;

S – середній чек.

Для розрахунку приймаємо:

– населення зони охоплення 185000

– середня частота відвідування кав'ярень 18 разів на рік

– середній чек 220 грн

Тоді за формулою 2.3. можна розрахувати ринковий обсяг:

$$M_r = 185000 \times 18 \times 220 = 732600000 \text{ грн}$$

Отже, орієнтовний річний обсяг ринку становить 732,6 млн грн.

На наступному етапі потрібно визначити прогноз попиту визначають за формулою 2.4:

$$D = M_r \times k_z; \quad (2.4.)$$

де:

k_z – коефіцієнт охоплення ринку (приймаємо 0,07, оскільки кав'ярня–кондитерська виходить на вже сформований, хоча й не повністю насичений ринок центральної частини Чернігова).

За формулою 2.4 визначаємо прогноз попиту:

$$D = 732600000 \times 0,07 = 51282000 \text{ грн}$$

Розрахунок коефіцієнта платоспроможного попиту виконуємо за формулою 2.5.:

$$K_{pp} = \frac{C_d}{C_c}; \quad (2.5)$$

де:

C_d – середньомісячний дохід споживача (приймаємо для Чернігова 18000 грн);

C_c – середня вартість споживання послуги (приймаємо 220 грн).

Тоді за формулою 2.5. можна провести коефіцієнта платоспроможного попиту:

$$K_{pp} = \frac{18000}{220} = 81,8$$

Враховуючи те, що за результатами розрахунків $K_{pp} > 1$, можна стверджувати, що запропонована концепція є фінансово доцільною.

На наступному етапі потрібно здійснити обґрунтування потужності підприємства. Для цього за формулою 2.6. розраховують доцільну кількість місць:

$$M = \frac{D}{Z \times d}; \quad (2.6)$$

де:

D – прогнозований попит;

Z – середня оборотність місця (для кафе–кондитерської = 120);

d – кількість днів роботи (приймаємо 330 днів оскільки періодично потрібно проводити технічні, санітарні зупинки).

Враховуючи наведені дані за формулою 2.6. можемо розрахувати доцільну кількість місць:

$$M = \frac{51282000}{120 \times 330} = 1295$$

Отже, проектування кав'ярні–кондитерської на 10 місць є економічно та функціонально обґрунтованим оскільки є великий запас місць.

На наступному етапі потрібно розрахувати цінову концепцію. Це можна виконати за методом ринкового ціноутворення (формула 2.7.)

$$C = C_{kon} \times k_{poz}; \quad (2.7.)$$

де:

C_{kon} – середня ціна конкурентів (190 грн);

k_{poz} – коефіцієнт позиціонування (для концепції healthy café приймаємо 1,15).

Тоді розрахунок буде мати наступний вигляд:

$$C = 190 \times 1,15 = 218,5 \text{ грн}$$

Отримане значення відповідає запланованому середньому чеку закладу.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує перспективність концепції проектованої кав'ярні–кондитерської. Запропонований формат відповідає сучасним тенденціям розвитку ресторанного бізнесу, характеризується достатнім рівнем конкурентоспроможності, економічною доцільністю та потенціалом стабільного попиту в умовах м. Чернігова.

2.2. Розробка меню та послуг

Розробка меню та визначення комплексу послуг є ключовим елементом формування конкурентоспроможності підприємства гостинності.

Оскільки проектований заклад належить до підприємств ресторанного господарства у форматі «fast casual», його продуктова концепція передбачає

поєднання швидкого обслуговування, високої якості страв та комфортного для відвідувача середовища. У межах цієї концепції виділяються три основні структурні елементи продукту: фреші, мафіни підвищеної харчової цінності та сучасні десерти з доданою користю.

Для проведення розрахунків виробничої програми необхідно сформулювати вихідні дані. Проектований заклад функціонуватиме у форматі малої міської кав'ярні–кондитерської із високою оборотністю місць та значною часткою реалізації продукції «take away».

Режим роботи закладу: з 08:00 до 20:00.

Для визначення кількості споживачів за кожну годину роботи закладу використовують формулу 2.8.:

$$N_{god} = P \times \frac{60}{t} \times K_z; \quad (2.8)$$

де:

P – кількість місць у залі, осіб;

t – тривалість прийому їжі, хв;

$\frac{60}{t}$ – оборотність місць за годину;

– середня завантаженість залу за відповідний період.

У ранковий період тривалість перебування гостей у кав'ярні є меншою, тому:

$$t = 20 \text{ хв}$$

У денний та вечірній періоди:

$$t = 30 \text{ хв}$$

Тоді оборотність місць становитиме:

для ранкового часу:

$$\frac{60}{20} = 3$$

для денного часу:

$$\frac{60}{30} = 2$$

На основі отриманих даних складаємо графік завантаження торговельної зали.

Розрахунок кількості споживачів для періоду 09:00–10:00:

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,8$$

$$N_{god} = 24 \text{ особи}$$

Розрахунок кількості споживачів для періоду 17:00–18:00:

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,9$$

$$N_{god} = 18 \text{ осіб}$$

Загальна кількість споживачів за день становить:

$$N = 21 + 24 + 18 + 15 + 24 + 18 + 16 + 12 + 14 + 18 + 16 + 10$$

$$N = 206 \text{ осіб}$$

Кількість відвідувачів, що беруть продукцію з собою:

$$N_{to go} = 1200 - 206 = 994 \text{ особи/день}$$

Тому за формулою 2.8.:

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,7 = 21$$

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,8 = 24$$

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,6 = 18$$

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,5 = 15$$

$$N_{god} = 10 \times 3 \times 0,8 = 24$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,9 = 18$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,8 = 16$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,6 = 12$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,7 = 14$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,9 = 18$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,8 = 16$$

$$N_{god} = 10 \times 2 \times 0,5 = 10$$

Усі розрахунки зведені до таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Графік завантаження торговельної зали на 10 посадочних місць

Час роботи закладу	Тривалість посадки, хв	Оборотність місць 60/ <i>t</i>	Середня завантаженість залу K_z	Кількість споживачів N
08:00–09:00	20	3	0,7	21
09:00–10:00	20	3	0,8	24
10:00–11:00	20	3	0,6	18
11:00–12:00	20	3	0,5	15
12:00–13:00	20	3	0,8	24
13:00–14:00	30	2	0,9	18
14:00–15:00	30	2	0,8	16
15:00–16:00	30	2	0,6	12
16:00–17:00	30	2	0,7	14
17:00–18:00	30	2	0,9	18
18:00–19:00	30	2	0,8	16
19:00–20:00	30	2	0,5	10
Всього:	—	—	—	206

Отримані показники свідчать про достатньо високу інтенсивність роботи закладу та ефективне використання торговельної площі.

Наступним етапом оперативного планування є визначення кількості продукції, яка реалізовуватиметься протягом дня.

Кількість страв визначають за формулою 2.11:

$$n = N \times t; \quad (2.11)$$

де:

N – кількість споживачів протягом дня;

t – коефіцієнт споживання страв.

Для спеціалізованих кафе–кондитерських коефіцієнт споживання страв становить 1,6:

Тоді:

$$n = 1200 \times 1,6 = 1920 \text{ страв}$$

Отже, орієнтовна кількість продукції, що реалізовуватиметься протягом дня, становить 1920 порцій.

Для проєктування будь-якого закладу ресторанного господарства, у тому числі й кафе-кондитерської, важливо здійснити розрахунок асортиментного складу продукції. Так, для кав'ярні-кондитерської основний акцент робиться на:

- холодних десертів;
- борошняних кондитерських виробів;
- гарячих напоїв;
- фрешів;
- товарах від виробників.

Розрахунок кількості борошняних кондитерських виробів:

$$n = 1200 \times 0,45 = 540 \text{ шт}$$

Розрахунок кількості гарячих напоїв:

$$n = 1200 \times 0,55 = 660 \text{ порцій}$$

Отримані результати свідчать, що найбільшу частку реалізації складатимуть:

- кавові напої;
- мафіни;
- кондитерські вироби.

Зведені дані розрахунків кулінарної продукції наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Розрахунок кількості страв за групами кулінарної продукції

Група продукції	Одиниця виміру	Коефіцієнт	Кількість продукції
Холодні десерти	страв	0,30	62
Борошняні кондитерські вироби	шт	0,45	93
Гарячі напої	л	0,55	113
Холодні напої та фреші	л	0,20	41
Купівельні товари	порц	0,10	21

Загальний коефіцієнт споживання страв складається із суми коефіцієнтів споживання окремих видів продукції власного виробництва. Оскільки проєктований заклад є кав'ярнею–кондитерською, доцільно використовувати показники для спеціалізованого кафе кондитерського типу.

Для проєктованої кав'ярні–кондитерської, що спеціалізується на десертах, мафінах підвищеної харчової цінності та фрешах, приймаємо загальний коефіцієнт споживання страв на рівні 0,3. Такий показник зумовлений форматом «fast casual», де середній чек передбачає обмежену кількість позицій (зазвичай напій і один–два десерти). У структурі загального коефіцієнта виділено: коефіцієнт споживання холодних страв – 0,09 (що відповідає невеликій частці легких закусок у меню закладу) та коефіцієнт споживання солодких страв – 0,21 (як основний, оскільки саме десертна група формує продуктове ядро концепції). Наведені значення узгоджуються з нормативними показниками для спеціалізованих кондитерських кафе [15].

Загальний коефіцієнт споживання страв визначається за формулою 2.12.:

$$m = m_{\text{х.з.}} + m_{\text{супи}} + m_{\text{д.ст.}} + m_{\text{сол.ст.}}; \quad (2.12.)$$

де m – загальний коефіцієнт споживання страв;

$m_{\text{х.з.}}$ – коефіцієнт споживання холодних закусок(приймається 0,09);

$m_{\text{супи}}$ – коефіцієнт споживання супів(приймається 0);

$m_{\text{д.ст.}}$ – коефіцієнт споживання других страв(приймається 0);

$m_{\text{сол.ст.}}$ – коефіцієнт споживання солодких страв(приймається 0,21).

Підставивши прийнятні значення коефіцієнтів у формулу (2.12), отримуємо:

$$m = 0,09 + 0 + 0 + 0,21 = 0,30$$

Отже, загальний коефіцієнт споживання страв для кав'ярні–кондитерської становить 0,3:

Знаючи кількість споживачів за день та коефіцієнт споживання страв, можна визначити загальну кількість страв, що реалізуються у залі протягом дня. Розрахунок проводиться за формулою 2.13.:

$$n = N \times t; \quad (2.13)$$

де n – кількість страв, що реалізуються за день;

N – кількість споживачів протягом дня, осіб;

t – загальний коефіцієнт споживання страв.

За результатами попереднього розрахунку кількість споживачів протягом дня становить 1200.

$$n = 1200 \times 0,30 = 365 \text{ страви}$$

Отже, протягом одного дня у кав'ярні–кондитерській планується реалізовувати приблизно 360 страви власного виробництва, що належать до групи холодних та солодких страв.

Розподіл кількості страв за окремими групами кулінарної продукції наведено у таблиці 2.5.

Розрахунок кількості холодних страв:

$$n_{\text{х.с.}} = 1200 \times 0,09 = 108$$

Розрахунок кількості солодких страв:

$$n_{\text{сол.ст.}} = 1200 \times 0,21 = 252$$

Зведені розрахунки занесені до таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Розбивка страв, що реалізуються в кав'ярні–кондитерській, за асортиментом

Вид страв	Кількість споживачів	Коефіцієнт споживання кожного виду	Розрахована кількість страв кожного виду
Холодні страви	206	0,09	108
Солодкі страви	206	0,21	252
Разом	—	0,30	360

Таким чином, у структурі денного попиту переважатимуть солодкі страви, що відповідає спеціалізації кав'ярні–кондитерської. Холодні страви

в меню доцільно представити легкими позиціями, які не потребують складного технологічного процесу, наприклад, фруктовими салатами, йогуртовими десертами, чіа-пудингами або легкими корисними перекусами.

Окремо необхідно розрахувати кількість напоїв, хлібобулочних і кондитерських виробів, що реалізовуватимуться в закладі. Для цього використовується така сама формула 2.13.

З урахуванням формату кав'ярні–кондитерської доцільно передбачити реалізацію:

- гарячих кавових напоїв;
- холодних напоїв;
- фрешів;
- борошняних кондитерських виробів;
- фруктів;
- купівельних товарів.

Розрахунок кількості гарячих напоїв:

$$n_{\text{гар.нап.}} = 1200 \times 0,20 = 240 \text{ л}$$

Розрахунок кількості холодних напоїв:

$$n_{\text{хол.нап.}} = 1200 \times 0,05 = 60 \text{ л}$$

Розрахунок кількості фрешів:

$$n_{\text{фреш}} = 1200 \times 0,08 = 96 \text{ л}$$

Розрахунок кількості борошняних кондитерських виробів:

$$n_{\text{бор.конд.}} = 1200 \times 0,45 = 540 \text{ шт.}$$

Розрахунок кількості фруктів:

$$n_{\text{фрукти}} = 1200 \times 0,03 = 36 \text{ кг}$$

Розрахунок кількості товарів від виробників:

$$n_{\text{куп.тов.}} = 1200 \times 0,10 = 120 \text{ порцій}$$

Всі розрахунки зведено до таблиці 2.6.

**Споживання напоїв, хлібобулочних і кондитерських виробів
відвідувачами кав'ярні–кондитерської**

Вид продукції	Кількість споживачів	Коефіцієнт споживання кожного виду	Розрахована кількість продукції кожного виду
Гарячі напої, л	1200	0,20	240
Холодні напої, л	1200	0,05	60
Фреші, л	1200	0,08	96
Борошняні кондитерські вироби, шт.	1200	0,45	540
Фрукти, кг	1200	0,03	36
Купівельні товари, порцій	1200	0,10	120
Разом	—	—	—

Отримані результати свідчать, що основну частину реалізації становитимуть гарячі напої та борошняні кондитерські вироби. Це повністю відповідає концепції кав'ярні–кондитерської, оскільки основним продуктом закладу є кава, авторські напої, мафіни підвищеної харчової цінності та десертна продукція.

На наступному етапі складається планове меню кав'ярні–кондитерської на тиждень. Планове меню необхідне для:

- організації щоденного виробництва;
- планування закупівель сировини;
- розрахунку потреби у продуктах;
- формування наряду–замовлення;
- забезпечення стабільності асортименту;
- уникнення надлишкових залишків сировини.

У плановому меню враховано спеціалізацію закладу, його малу місткість, обмежену виробничу площу, потребу у швидкому обслуговуванні та концепцію корисного харчування.

Таблиця 2.7

Планове меню кав'ярні–кондитерської на тиждень

Найменування страв і напоїв	Вихід, г/мл	Пн.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.	Нд.
Холодні страви та легкі перекуси								
Йогуртовий десерт з ягодами	180	3	2	3	3	3	3	2
Чіа–пудинг з манго	160	2	2	2	2	3	2	2
Фруктовий салат	180	2	2	3	2	2	3	2
Разом холодні страви	–	7	6	8	7	8	8	6
Солодкі страви та десерти								
Сирник класичний	140	3	3	3	3	3	3	3
Чізкейк ягідний	130	3	3	3	3	3	3	3
Брауні шоколадний	100	2	2	3	2	3	3	2
Панакота ванільна	150	2	2	1	2	2	2	2
Десерт у стакані з гранолою	170	2	2	2	2	3	2	2
Разом солодкі страви	–	12	12	12	12	14	13	12
Борошняні кондитерські вироби								
Мафін морквяний	90	7	6	7	7	7	8	7
Мафін яблучно–вівсяний	90	6	7	6	7	7	7	7
Мафін гарбузовий з насінням	90	5	5	6	5	6	7	6
Круасан класичний	80	6	6	5	6	6	7	6
Печиво вівсяне	50	11	11	11	11	12	13	11
Разом борошняні вироби	–	35	35	35	36	38	42	37
Гарячі напої								
Еспресо	30	9	9	9	9	10	10	9
Американо	180	7	7	8	7	8	9	7
Капучино	250	13	13	13	13	14	15	13
Лате	300	9	9	10	10	10	11	10
Какао	250	3	3	3	3	4	4	3
Разом гарячі напої	–	41	41	43	42	46	49	42
Фреші та холодні напої								
Морквяно–яблучний фреш	250	8	7	8	8	9	10	8
Апельсиновий фреш	250	6	6	6	6	7	7	6
Яблучно–селеровий фреш	250	4	4	4	4	4	5	4
Лимонад ягідний	300	5	5	6	5	6	7	5
Холодний чай	300	4	4	4	4	5	5	4
Разом фреші та холодні напої	–	27	26	28	27	31	34	27

Планове меню складено з урахуванням того, що в будні дні попит є більш стабільним і пов'язаний переважно з офісними працівниками, студентами та місцевими мешканцями, тоді як у вихідні дні можливе збільшення кількості відвідувачів за рахунок туристів, прогулянкового потоку та сімейного відпочинку.

Основний акцент у меню зроблено на мафінах підвищеної харчової цінності, оскільки саме вони є однією з ключових інноваційних позицій кафе кондитерської, що проєктується. Морквяний, яблучно-вівсяний та гарбузовий мафіни дозволяють раціонально використати вичавки, які залишаються після приготування фрешів. Окрім надання мафінам оздоровчих властивостей, таке рішення дозволяє комплексно підходити до переробки відходів зменшуючи їх кількість. Це дозволить надати кав'ярні екологічності та позиціонувати її як еко-заклад, що дуже важливо для сучасних споживачів і екологічної ситуації загалом.

2.3. Оперативне планування меню

Оперативне планування меню є одним із ключових етапів організації виробничої діяльності закладу ресторанного господарства, оскільки саме воно забезпечує раціональне функціонування підприємства, безперебійність виробничого процесу, оптимальне використання сировини та ефективне завантаження виробничих потужностей. Від правильності складання плану-меню значною мірою залежить:

- стабільність асортименту продукції;
- рівень обслуговування споживачів;
- швидкість виконання замовлень;
- мінімізація виробничих втрат;
- рентабельність підприємства;
- якість готової продукції.

Для кав'ярні–кондитерської оперативне планування має особливе значення, оскільки значна частина продукції реалізується у свіжоприготованому вигляді та має обмежений термін зберігання.

Особливістю проєктованої кав'ярні–кондитерської є орієнтація на концепцію *healthy café*, тому при складанні меню значна увага приділяється: натуральності сировини; зниженню кількості штучних добавок; використанню цільнозернових компонентів; підвищенню харчової цінності виробів; використанню овочевих і фруктових вичавок; мінімізації харчових відходів.

При складанні плану–меню також необхідно враховувати технологічні особливості виробництва. Для малих спеціалізованих кафе характерним є:

- обмежена площа виробничих приміщень;
- невелика кількість персоналу;
- висока швидкість реалізації продукції;
- переважання продукції швидкого приготування;
- необхідність рівномірного завантаження персоналу протягом дня.

Для проєктованої кав'ярні–кондитерської характерною є найбільша інтенсивність потоку споживачів:

- у ранковий період (08:00–11:00);
- в обідній час (12:00–15:00);
- у вечірні години (17:00–19:00).

У ранковий час найбільшим попитом користуються: еспreso; американо; капучино; круасани; мафіни; сирники.

У денний період зростає попит на: десертну продукцію; фреші; легкі перекуси; йогуртові десерти.

У вечірній час споживачі частіше замовляють: солодкі страви; авторські напої; чай; десерти для відпочинку та дозвілля.

Оперативне планування меню також враховує сезонність сировини. У літній період до меню доцільно включати: ягідні десерти; холодні лимонади; фруктові фреші; легкі йогуртові страви.

У зимовий період перевага надається: гарячим кавовим напоям; шоколадним десертам; випічці; какао; пряним авторським напоям.

Під час складання плану–меню також враховується трудомісткість виробів. Для невеликої кав'ярні–кондитерської недоцільно включати:

- надто складні багатокомпонентні страви;
- продукцію з тривалим циклом приготування;
- страви, що потребують великої кількості персоналу.

Таблиця 2.8

План–меню кав'ярні–кондитерської на 07.02.2026 року

Найменування страв та напоїв	Вихід, г/мл	Кількість, шт.	До 8:00	До 12:00	До 16:00	До 20:00
Холодні страви та легкі десерти						
Чіа–пудинг із ягодами	160	6	—	2	2	2
Йогуртовий десерт із гранолою	180	5	—	2	2	1
Фруктовий салат	180	4	—	1	2	1
Сирний мус із полуницею	150	4	—	1	2	1
Разом	—	19	—	6	8	5
Солодкі страви						
Чізкейк ягідний	130	8	2	2	2	2
Брауні шоколадний	100	7	2	2	2	1
Панакота ванільна	150	6	1	2	2	1
Тірамісу	120	7	1	2	2	2
Сирник карамельний	140	8	2	2	2	2
Десерт із гранолою	170	7	1	2	2	2
Разом	—	43	9	12	12	10
Борошняні кондитерські вироби						
Мафін морквяний із вичавками	90	20	5	5	5	5

Продовження таблиці 2.8

Мафін яблучно-вівсяний	90	18	4	5	5	4
Мафін гарбузовий	90	16	4	4	4	4
Круасан класичний	80	15	5	5	3	2
Банановий кекс	100	10	2	3	3	2
Вівсяне печиво	50	8	2	2	2	2
Горіховий мафін	90	6	2	2	1	1
Разом	—	93	24	26	23	20
Гарячі напої						
Еспресо	30	25	5	8	7	5
Американо	180	20	4	6	5	5
Капучино	250	35	8	10	10	7
Лате	300	25	5	8	7	5
Раф кава	300	3	—	1	1	1
Лавандовий лате	300	2	—	1	1	—
Какао	250	2	—	1	1	—
Авторський чай	300	1	—	—	1	—
Разом	—	113	22	35	33	23
Фреші та холодні напої						
Морквяно-яблучний фреш	250	16	3	5	5	3
Апельсиновий фреш	250	10	2	3	3	2
Яблучно-селеровий фреш	250	8	2	2	2	2
Ягідний лимонад	300	7	1	2	2	2
Разом	—	41	8	12	12	9

Складене план-меню дозволяє забезпечити:

- стабільну роботу закладу;
- рівномірне завантаження персоналу;
- своєчасне приготування продукції;
- раціональне використання сировини;
- ефективне функціонування виробничих дільниць.

Таким чином, проведене оперативне планування меню дозволило сформувати збалансований асортимент продукції, визначити обсяги виробництва страв і напоїв, забезпечити раціональну організацію виробничого процесу та створити основу для подальших технологічних і економічних розрахунків дипломного проєкту.

2.4. Організація постачання

Організація постачання є важливою складовою ефективної діяльності підприємства ресторанного господарства, оскільки саме від своєчасного забезпечення закладу необхідною сировиною залежить стабільність виробничого процесу, якість готової продукції та рівень обслуговування споживачів. Для кав'ярні–кондитерської питання постачання набуває особливого значення через використання значної кількості швидкопсувної сировини, а також необхідність підтримання стабільної якості десертної продукції, кавових напоїв та виробів власного виробництва.

Проектований заклад працюватиме у форматі спеціалізованої кав'ярні–кондитерської healthy food спрямування, тому основна увага при виборі постачальників приділяється якості продукції, регулярності поставок, відповідності санітарно–гігієнічним вимогам та можливості постачання натуральної сировини без тривалого зберігання. Важливим фактором також є територіальна близькість постачальників, що дозволяє скоротити витрати на транспортування та забезпечити швидке поповнення запасів.

Організація постачання у закладі повинна бути побудована таким чином, щоб забезпечити безперебійну роботу підприємства навіть у разі тимчасової відсутності окремих товарних позицій у постачальника. Саме тому для основних груп сировини доцільно передбачити альтернативних постачальників, особливо для молочної продукції, фруктів, кавових зерен, та постачальників сировини для виробництва кондитерських виробів, які формують основу виробничої програми кав'ярні–кондитерської.

Щоденне або регулярне постачання дозволяє підтримувати високу якість продукції, уникати псування сировини та зменшувати втрати підприємства. Для сипучих продуктів та товарів тривалого зберігання, навпаки, доцільно використовувати періодичне постачання більшими партіями, що дозволяє оптимізувати витрати на логістику.

Особливістю проектованої кав'ярні–кондитерської є використання овочевих та фруктових вичавок у виробництві мафінів підвищеної харчової цінності. У зв'язку з цим важливим критерієм підбору постачальників є стабільне забезпечення закладу якісними фруктами та овочами без ознак механічного пошкодження або псування. Саме від якості первинної рослинної сировини залежатимуть смакові характеристики, харчова цінність та безпечність готової продукції.

Для забезпечення виробничої діяльності кав'ярні–кондитерської планується використовувати комбіновану систему постачання. Основна сировина надходитиме централізовано від постійних постачальників, тоді як окремі види продукції закуповуватимуться локально залежно від сезонності та попиту. Такий підхід дозволить підтримувати гнучкість асортименту та швидко реагувати на зміни споживчих вподобань.

Основними критеріями вибору постачальників були:

- стабільність поставок;
- якість продукції;
- наявність сертифікації;
- відповідність продукції стандартам безпечності;
- цінова доступність;
- умови доставки;
- можливість оперативного постачання.

Для роботи кав'ярні–кондитерської необхідно забезпечити регулярне постачання:

- кавових зерен;
- молочної продукції;
- фруктів та овочів;
- борошна;
- упаковки;
- безалкогольних напоїв;
- господарських товарів.

Виходячи зі специфіки діяльності закладу, було сформовано систему постачання, наведену у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

**Форма звітності для характеристики постачання кав'ярні–
кондитерської**

Джерело постачання	Найменування групи товарів	Періодичність заводу	Примітки
ТОВ «Gemini Espresso»	Кавові зерна, чай	1 раз на тиждень	Основний постачальник кави
ТОВ «Молочний світ»	Молоко, вершки, йогурти	Щоденно	Швидкопсувна продукція
ФОП «Fresh Fruits»	Фрукти, ягоди, овочі	Щоденно	Сезонна продукція
ТОВ «Світ кондитера»	Шоколад, какао, топінги	1 раз на тиждень	Сировина для кондитерських виробів
ТОВ «Борошно України»	Борошно, вівсяні пластівці	2 рази на місяць	Основна сипуча сировина
ТОВ «HoReCa Pack»	Одноразова упаковка	1 раз на місяць	Упаковка для take away
ТОВ «Напої України»	Соки, мінеральна вода	1 раз на тиждень	Безалкогольні напої
ФОП «Eco Product»	Мед, горіхи, насіння	2 рази на місяць	Сировина для healthy food
ТОВ «Clean Service»	Мийні та дезінфекційні засоби	1 раз на місяць	Непродовольчі товари

Аналізуючи сформовану систему постачання, можна зробити висновок, що найбільш інтенсивним є забезпечення закладу молочною та плодоовочевою продукцією, оскільки саме ці групи товарів мають найменший термін зберігання та активно використовуються у виробництві десертів, напоїв і мафінів. Щоденне постачання дозволяє підтримувати стабільну якість готової продукції та мінімізувати втрати сировини під час зберігання.

Для кав'ярні–кондитерської також важливим є стабільне постачання кавових зерен, адже кавові напої формують значну частину товарообігу закладу. Саме тому було обрано спеціалізованого постачальника, який забезпечує стабільну якість обсмаження та широкий асортимент кавових сумішей.

Сировина для кондитерських виробів власного виробництва та сипучі продукти постачаються рідше, оскільки мають триваліший термін придатності та не потребують щоденного поповнення. Це дозволяє зменшити транспортні витрати та оптимізувати використання складських приміщень.

Окрему увагу приділено постачанню упаковки для продукції «take away». Сучасний формат кав'ярень передбачає значну частку продажу продукції «з собою», тому використання якісної та екологічної упаковки є важливим елементом формування позитивного іміджу закладу. Для цього планується використовувати крафтові пакети, паперові стакани та картонні бокси, які відповідають сучасним екологічним тенденціям.

Під час приймання товарів у закладі здійснюватиметься контроль якості сировини. Особлива увага приділятиметься:

- зовнішньому вигляду продукції;
- термінам придатності;
- температурному режиму;
- цілісності упаковки;
- наявності супровідної документації.

Уся сировина, що надходить на підприємство, повинна відповідати санітарно-гігієнічним вимогам та нормам безпечності харчових продуктів. У разі виявлення невідповідностей продукція не допускатиметься до використання у виробництві.

Таким чином, правильно організована система постачання забезпечує стабільну роботу кав'ярні-кондитерської, безперебійність виробничого процесу, підтримання якості продукції та ефективне використання сировини. Сформована система постачання повністю відповідає концепції закладу, його виробничій програмі та потребам сучасного підприємства ресторанного господарства.

РОЗДІЛ 3

БУДІВЕЛЬНО–АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ

3.1. Характеристика ділянки розташування та будівлі, в якій планується розмістити заклад

Одним із важливих етапів проектування підприємства ресторанного господарства є розробка будівельно–архітектурних рішень. Саме на цьому етапі визначається місце розташування закладу, площа земельної ділянки, особливості забудови, організація прилеглої території та відповідність об'єкта містобудівним і санітарним вимогам. Від правильності вибору земельної ділянки та архітектурно–планувальних рішень залежить не лише комфорт споживачів, а й ефективність функціонування підприємства у майбутньому.

Для проєктованої кав'ярні–кондитерської особливе значення має правильний вибір місця розташування, оскільки концепція закладу орієнтована на активний міський потік споживачів, молодь, студентів, офісних працівників та відвідувачів, які надають перевагу сучасним закладам healthy food формату. Саме тому заклад доцільно розташовувати у зоні активного пішохідного та транспортного руху, поблизу житлових кварталів, навчальних закладів, бізнес–центрів або громадських просторів.

При реконструкції кав'ярні–кондитерської необхідно враховувати:

- санітарні вимоги;
- рівень благоустрою території;
- інтенсивність людського потоку;
- можливість організації літнього майданчика та паркування.

Важливим фактором є також архітектурне середовище району, у якому розташовано об'єкт реконструкції. Оскільки йдеться не про нове будівництво, а реконструкцію наявної будівлі під кав'ярню–кондитерську, проєктні рішення мають забезпечити гармонійну інтеграцію оновленого

закладу в навколишню забудову. Для цього фасад та внутрішній простір доцільно виконати в сучасному мінімалістичному ключі з елементом «есо design», який добре узгоджується з концепцією «healthy cafe». У межах реконструкції передбачено використання натуральних матеріалів, максимальне розкриття віконних площин для створення відкритого, візуального просторого середовища, а також адаптацію планування до нових функціональних вимог. Такий підхід дозволяє зберегти конструктивну основу будівлі одночасно надавши їй актуального естетичного вигляду та зробивши її пізнавальним елементом міського простору.

Оскільки підприємство орієнтоване на швидке обслуговування та реалізацію продукції «take away», важливу роль відіграє організація зручного входу, коротких шляхів руху споживачів та наявність місць короткотривалого перебування. Також необхідно передбачити можливість розміщення літньої тераси, яка дозволить збільшити кількість посадкових місць у теплий період року та підвищити привабливість закладу.

Об'єкт розташований на проспекті Перемоги 69 – одній з головних магістралей Чернігова, у серединній частині проспекту в межах щільно заселеного житлового району з розвиненою транспортною та пішохідною інфраструктурою. Прилегла територія сформована переважно багатоповерховою житловою забудовою радянського та пострадянського часу. Ділянка характеризується стабільним пішохідним і транспортним потоком, наявністю зупинок громадського транспорту, що визначає її високий комерційний та соціальний потенціал.

Приміщення тривалий час використовувалось як продуктовий супермаркет мережі «Союз», внаслідок чого внутрішнє планування та інженерні системи потребують повної заміни відповідно до нового функціонального призначення.

Реконструкція будівлі передбачає її пристосування під кав'ярню–кондитерську на 10 посадкових місць. У частині зовнішнього вигляду

проектом передбачається збереження існуючого об'єму та габаритів споруди без зміни поверховості. Фасад підлягає оновленню із застосуванням сучасних облицювальних матеріалів – вентильованих фасадних систем або фіброцементних панелей – при збереженні лаконічного геометричного характеру будівлі, що відповідає архітектурному контексту прилеглої забудови. Вітринні прорізи проектується розширити з метою забезпечення природного освітлення інтер'єру та візуального зв'язку з вуличним простором.

Внутрішнє перепланування виконується у повному обсязі: передбачається організація залу для відвідувачів на 10 посадкових місць, виробничої зони (кондитерський цех, кухня), службових і санітарних приміщень відповідно до діючих будівельних норм і санітарних вимог до закладів ресторанного господарства. Інженерні мережі – системи водопостачання, каналізації, вентиляції та електропостачання – підлягають повній заміні та приведенню у відповідність до нормативних вимог.

3.2. План озеленення території

Озеленення прилеглої території є важливим елементом благоустрою та формування сприятливого середовища для гостей закладу ресторанного господарства. Наявність зелених насаджень позитивно впливає на візуальне сприйняття об'єкта, підвищує комфортність перебування відвідувачів, сприяє створенню екологічно дружньої атмосфери та формує унікальний імідж закладу.

Основні завдання озеленення території:

1. Підвищення естетичної привабливості входу до закладу. Зелені елементи мають підкреслювати стиль закладу та бути помітними для пішохідного потоку.
2. Формування комфортної атмосфери для відвідувачів. Рослинність створює природний бар'єр від шуму, міського пилу та вітру.

3. Акцентування бренду та концепції закладу. Оскільки меню включає фреші та десерти підвищеної харчової цінності, доречним є використання рослин, що асоціюються зі свіжістю, натуральністю та легкістю.

4. Раціональне використання обмеженої площі. Озеленення має не заважати пішохідному руху та не перекривати вітрини закладу.

Прилегла до будівлі за адресою проспект Перемоги, 69 територія характеризується озелененням, сформованим стихійно в процесі тривалої експлуатації об'єкту як торгівельного закладу. Вздовж периметру ділянки та у смузі між будівлею і тротуаром ростуть дорослі листяні дерева – переважно клени та тополі. Підлісок і кущовий ярус представлені фрагментарно та не мають вираженої композиційної структури. Газонне покриття перебуває у незадовільному стані внаслідок інтенсивного пішохідного навантаження та відсутності систематичного догляду. Квіткове оформлення на ділянці відсутнє.

Такий стан озеленення є закономірним наслідком специфіки попереднього використання будівлі: прилегла територія виконувала переважно транзитну та паркувальну функції, що унеможливлювало формування повноцінного впорядкованого озеленення. У зв'язку зі зміною функціонального призначення об'єкту та його реконструкцією під кав'ярню–кондитерську на 10 посадкових місць постає питання щодо доцільності збереження, часткової зміни або повного оновлення існуючих насаджень.

Повне знесення наявної деревної рослинності не є обґрунтованим. Дорослі дерева виконують важливі мікрокліматичні функції – забезпечують затінення у спекотну пору року, захист від вітру та часткове шумове буферування з боку проспекту, що безпосередньо впливає на рівень комфорту відвідувачів відкритої тераси закладу. Збереження існуючих насаджень відповідає також нормам чинного законодавства у сфері охорони зелених насаджень у межах населених пунктів України.

Разом із тим, часткова зміна озеленення є необхідною та обґрунтованою. Проектом передбачається чистка існуючих дерев із видаленням аварійних, сухостійних та фітопатологічно уражених екземплярів; формування впорядкованих кущових груп вздовж фасадної лінії з метою зонування вхідного простору та візуального відокремлення закладу від проїзної частини; влаштування рівного газонного покриття на ділянках, вільних від мощення; розміщення контейнерного квіткового оформлення у зоні входу та відкритої тераси. Реалізація зазначених заходів дозволить надати прилеглої території естетично завершеного вигляду, що відповідатиме новому призначенню закладу та загальному характеру благоустрою вулиці.

3.3. Проектні рішення щодо будівлі, що буде реконструюватися

При реконструкції існуючої будівлі колишнього супермаркету під кав'ярню–кондитерську на 10 посадкових місць принципово важливим є повний перегляд внутрішнього планування з урахуванням нового функціонального призначення. Простір, що раніше був організований виключно під торгівельну логістику, потребує переосмислення відповідно до вимог закладу ресторанного господарства – із чітким зонуванням виробничих, складських, торгівельних і санітарних приміщень.

Організацію внутрішнього простору доцільно розпочати зі складської групи приміщень, оскільки саме вона формує основу для безперебійної роботи закладу. У проєктованій кав'ярні–кондитерській передбачається створення компактної, але ефективної системи зберігання продуктів, інвентарю та оснащення, що відповідає чинним санітарним вимогам та правилам НАССР.

При організації складських приміщень враховано мінімальну площу, необхідну для зберігання продукції щоденного та періодичного постачання; поділ товарів за групами відповідно до санітарних норм; забезпечення

температурних режимів для швидкопсувних компонентів; зручність внутрішньооб'єктної логістики; виключення перехресних потоків «чистої» та «брудної» зони; відповідність вимогам пожежної безпеки.

У складі кав'ярні–кондитерської передбачено такі типи складських площ. Холодильна камера або холодильні шафи використовуються для зберігання швидкопсувних компонентів: молокопродуктів, ягід та фруктів, яєць, вершкового масла, заморожених ягід та кондитерських напівфабрикатів. Температурний режим: $+2...+4$ °C – для молочної та кондитерської продукції; -18 °C – для морозильного відділення. Сухе складське приміщення передбачає зберігання борошна, цукру, сухих інгредієнтів та спецій, зернової кави, одноразового посуду, пакувальних матеріалів, а також м'яких засобів – у відокремленій технічній зоні, окремо від харчових продуктів. У складському приміщенні передбачаються стелажі з антикорозійного металу, розділення зон за групами товарів, вентиляція та контроль вологості, піддони або підставки не нижче 15 см від підлоги згідно з вимогами ДСП. Комора для інвентарю та м'яких засобів повинна бути ізольована від харчових продуктів та виробничих зон; вона обладнується окремою вентиляційною решіткою, стелажми для роздільного зберігання, герметичними контейнерами для хімічних засобів та підключенням до водопостачання.

Санітарні вузли для відвідувачів обладнуються унітазом зі зливною системою, умивальником з важільним або сенсорним змішувачем, дозатором рідкого мила, сушаркою або паперовими рушниками, контейнером для відходів та вентиляційною системою. Стіни оздоблюються керамічною плиткою або вологостійкими матеріалами на висоту 1,8 м. Санітарний вузол персоналу є окремим від відвідувачького і включає унітаз, умивальник та шафу для зміни спецодягу. Мийне приміщення поділяється на дві функціональні зони: мийну кухонного інвентарю з двосекційною або трисекційною ванною та стелажем для сушіння, і мийну барного посуду з посудомийною машиною та полицями для зберігання.

Усі складські та санітарні приміщення відповідають нормам ДСП 4.4.5.078–2001, ДСТУ ISO 22000 (НАССР), ДБН В.2.2–23:2009 та правилам пожежної безпеки [16–18].

Визначивши складську та санітарну групу приміщень, важливо перейти до проєктних рішень виробничої зони, яка є серцевиною кав'ярні–кондитерської і визначає як технологічний процес, так і загальну концепцію закладу.

Виробнича зона поділяється на дві функціонально відмінні частини. Підготовчий цех, де здійснюється відмірювання інгредієнтів, замішування тіста, приготування кремів, мусів та інших десертів, розташовується у глибині виробничого блоку та є закритим від очей відвідувачів. Це обумовлено як санітарними вимогами, так і технологічною необхідністю: підготовчі процеси супроводжуються використанням великої кількості обладнання, сировини та проміжних напівфабрикатів, що не відповідає естетиці відкритого простору.

Натомість пекарська зона проєктується як відкрита для огляду відвідувачами – так звана «пекарня на виду». Вона відокремлюється від залу скляною перегородкою або відкритою аркою, що дозволяє гостям спостерігати безпосередньо за випіканням борошняних кондитерських виробів. Таке рішення є свідомим маркетинговим і концептуальним вибором: процес випікання створює атмосферу автентичності, підсилює апетит та формує довіру до якості продукції. Аромат свіжої випічки, що поширюється у зал, стає невід'ємною частиною досвіду відвідувача.

Торгова стійка розміщується між виробничою зоною та залом для відвідувачів і виконує одночасно функцію вітрини та робочого місця персоналу. Вона включає засклену вітрину з десертами та кондитерськими виробами власного виробництва, робоче місце баристи з кавовою машиною, гріндером та необхідним обладнанням, а також касовий апарат з терміналом для безготівкової оплати. Розміщення стійки у прямій видимості від входу

забезпечує природний напрямок руху відвідувача – від порогу до замовлення.

Зал для відвідувачів розрахований на 10 осіб і організований у змішаному форматі: частина місць передбачає традиційне розміщення за столиками на двох осіб (3 столики – 6 місць), решта – барні або високі стільці вздовж пристінної полиці або барної стійки (4 місця). Такий підхід є обґрунтованим для невеликого закладу: він дозволяє урізноманітнити формат перебування – одні відвідувачі зупиняться на каву з десертом у комфортному куті, інші скористаються місцями біля стійки для швидкого перекусу або роботи. Змішане планування також оптимально використовує обмежену площу залу без відчуття перевантаженості простору.

Запропоновані проєктні рішення забезпечують чітке функціональне зонування закладу, відповідність санітарним нормам і вимогам НАССР, ефективну організацію виробничого процесу та комфортне середовище для відвідувачів. Відкрита пекарська зона формує концептуальну ідентичність кав'ярні–кондитерської, а компактне і продумане планування повністю відповідає масштабу реконструйованої будівлі.

РОЗДІЛ 4

ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ РОЗРАХУНКИ

Для забезпечення безперебійної роботи кав'ярні–кондитерської, дотримання санітарно–гігієнічних вимог, належного рівня обслуговування гостей та стабільної якості продукції необхідно визначити оптимальну чисельність персоналу закладу. Формування кадрового складу здійснюється з урахуванням типу підприємства, кількості посадкових місць, режиму роботи, особливостей меню та наявності виробничих процесів. Для проєктованої кав'ярні–кондитерської у м. Чернігові передбачається робота у форматі малого закладу ресторанного господарства з виробництвом напоїв, доробкою десертів, реалізацією мафінів підвищеної харчової цінності та фрешів.

У структурі персоналу кав'ярні–кондитерської доцільно виокремити:

- виробничий персонал;
- персонал торговельного залу;
- адміністративно–управлінський персонал;
- допоміжний персонал.

Організаційна структура проєктованого закладу є компактною та спрощеною, що відповідає формату підприємства малої потужності. Ієрархія підпорядкованості працівників зображена на рисунку 4.1:

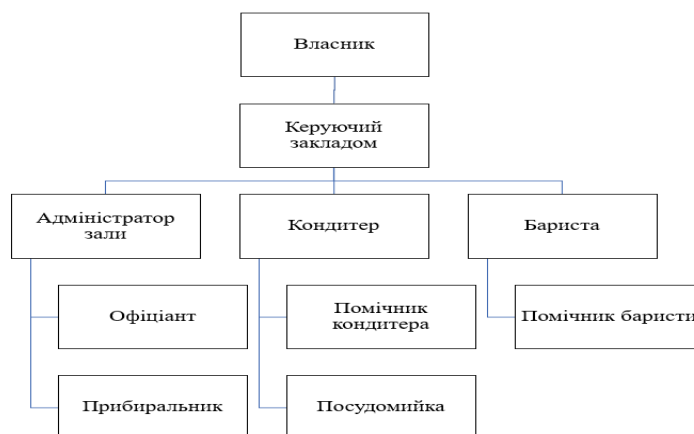


Рис. 4.1. Ієрархічна структура кав'ярні–кондитерської

Організаційна структура запропонованої кав'ярні та кондитерської базується на лінійно-функціональній моделі, що передбачає чітку ієрархію управління та точний розподіл функціональних обов'язків серед персоналу закладу (рис. 4.1).

На вершині цієї організаційної ієрархії перебуває власник, якому доручено загальне стратегічне керівництво та комплексний нагляд за діяльністю підприємства в цілому. Безпосередній оперативний нагляд делеговано генеральному менеджеру закладу, який підзвітний безпосередньо власнику та координує діяльність усіх підлеглих відділів.

На проміжному рівні управління виділено три окремі функціональні сфери, кожен з яких очолює призначений керівник. Адміністратор залу до обслуговування гостей відповідає за нагляд за обслуговуванням гостей та безпосереднє управління офіціантами та прибиральниками. Головний кондитер несе відповідальність за весь виробничий процес та контролює роботу помічника кондитера та персоналу, що миє посуд. Головний бариста відповідає за ретельне приготування всіх напоїв та координує роботу помічника бариста.

Ця організаційна структура вважається надзвичайно доцільною для підприємства невеликого масштабу. Вона забезпечує чіткий розподіл відповідальності серед персоналу, задіяного у виробництві, наданні послуг та обслуговуванні об'єктів, що дозволяє зменшити адміністративні витрати. Крім того, вона сприяє ефективному використанню невеликого штату співробітників в умовах обмеженої виробничої площі відремонтованих приміщень.

Для малого закладу ресторанного господарства характерним є поєднання окремих функцій одним працівником. Зокрема, бариста може одночасно здійснювати приготування кавових напоїв, оформлення десертів та реалізацію продукції через барну стійку. Такий підхід дозволяє оптимізувати витрати на оплату праці та підвищити ефективність використання кадрових ресурсів.

Виробничий персонал забезпечує приготування кавових напоїв, фрешів, підготовку десертів до реалізації, контроль якості продукції та дотримання технологічних карт. Працівники залу відповідають за обслуговування гостей, підтримання чистоти посадкової зони та консультування споживачів щодо асортименту. Адміністративний персонал здійснює контроль за організацією роботи закладу, постачанням продукції, веденням документації та комунікацією з постачальниками.

Після організаційної характеристики персоналу необхідно перейти безпосередньо до розрахунку чисельності працівників.

Першочергово визначається кількість виробничого персоналу – бариста та працівників, які безпосередньо здійснюють виготовлення продукції. Відповідно до методичних рекомендацій кількість кухарів або виробничих працівників визначають за формулою 4.1.

$$N_k = \frac{N_{п.м}}{n_k} \times 1,5 \quad (4.1)$$

де:

N_k – чисельність виробничого персоналу;

$N_{п.м}$ – кількість посадкових місць у закладі;

n_k – норма обслуговування;

1,5 – коефіцієнт збільшення чисельності персоналу для забезпечення роботи без вихідних.

Для кав'ярні–кондитерської на 10 місць приймаємо норму обслуговування 20 місць на одного працівника, оскільки заклад має малу потужність та спрощений виробничий цикл.

Підставляємо значення у формулу 4.1:

$$N_{в\ закл.} = \frac{206}{20} \times 1,5 = 16;$$

$$N_{на\ винос} = \frac{994}{20} \times 1,5 = 75;$$

Отримане значення округлюється у більшу сторону, тому для забезпечення роботи закладу необхідно передбачити 1 виробничого працівника у зміну.

Оскільки кав'ярня працюватиме у щоденному режимі та матиме змінний графік, доцільно прийняти 2 штатні одиниці бариста–кондитерів.

Для забезпечення роботи виробничої зони також необхідно передбачити допоміжний персонал. Його чисельність визначають за формулою 4.2:

$$N_{\text{д}} = N_{\text{к}} \times k; \quad (4.2)$$

де:

$N_{\text{д}}$ — кількість допоміжних працівників;

$N_{\text{к}}$ — кількість виробничих працівників;

k — коефіцієнт допоміжного персоналу (0,25–0,3).

Для розрахунку приймаємо коефіцієнт 0,25.

$$N_{\text{д}} = 1 \times 0,25 = 0,25$$

Отримане значення свідчить про те, що окремий допоміжний працівник у зміну не є необхідним. У проєктованому закладі функції допоміжного персоналу частково виконуватимуть працівники зміни. Водночас доцільно передбачити 1 штатну одиницю прибиральника–мийника для забезпечення санітарного стану закладу.

Більш точний розрахунок виробничого персоналу може визначатися за формулою 4.3.

$$N_{\text{в.п}} = \frac{n \times t}{3600 \times T \times \lambda} \times 1,5; \quad (4.3.)$$

де:

n — кількість виробів за день;

t — норма часу на виготовлення одиниці продукції;

T — тривалість робочого дня;

λ — коефіцієнт продуктивності праці.

Для кав'ярні–кондитерської дана формула використовується як уточнююча, оскільки виробничі процеси мають спрощений характер і значна частина продукції виготовляється на основі напівфабрикатів або потребує мінімальної доробки.

Наступним етапом є розрахунок персоналу торговельного залу. Кількість офіціантів визначають за формулою 4.4.:

$$N_o = \frac{N_{п.м}}{n_o} \times 1,5; \quad (4.4)$$

де:

N_o – кількість офіціантів;

n_o – норма обслуговування місць одним офіціантом.

Для невеликої кав'ярні–кондитерської приймаємо норму 12 місць на одного офіціанта.

$$N_o = \frac{10}{12} \times 1,5 = 1,25$$

Отже, необхідно передбачити 1 офіціанта у зміну та 2 штатні одиниці для позмінної роботи.

Оскільки у проєктованому закладі передбачена барна зона та реалізація кавових напоїв, необхідно визначити чисельність бариста. Для малого закладу доцільно сумістити функції бармена та бариста.

Розрахунок проводять за формулою 4.5:

$$N_6 = \frac{N_{п.м}}{n_6} \times 1,5; \quad (4.5)$$

Для кав'ярень малого формату приймаємо норму 30 місць на одного бариста.

$$N_6 = \frac{10}{30} \times 1,5 = 0,5$$

Отже, достатньо 1 бариста у зміну.

Адміністративно–управлінський персонал для кав'ярні–кондитерської приймається укрупнено. Для забезпечення ефективної

роботи закладу необхідно передбачити: керуючого закладом – 1 особа; адміністратора – 1 особа.

Для підтримання належного санітарного стану приміщень передбачається: прибиральник–мийник – 1 особа.

Наступним етапом технологічних розрахунків є визначення необхідної кількості посуду, столових приборів і допоміжного приладдя для кав'ярні–кондитерської. Цей розрахунок проводиться з урахуванням кількості посадкових місць, режиму роботи закладу, оборотності місць протягом дня та прийнятої форми обслуговування. Для проєктованої кав'ярні–кондитерської на 10 місць важливо забезпечити не лише мінімальну кількість посуду для одночасного обслуговування гостей, а й певний резерв, оскільки частина посуду постійно перебуває у використанні, частина – на митті, а частина може бути тимчасово недоступною через бій або заміну.

Універсальним рішенням для закладів ресторанного господарства є наявність 2–3 комплектів посуду на одне посадкове місце. Для кав'ярні–кондитерської доцільно прийняти коефіцієнт кратності 3, оскільки заклад працює з кавовими напоями, десертами, фрешами та продукцією «на виніс», а отже, потребує достатнього запасу чашок, десертних тарілок, келихів і допоміжного інвентарю.

Розрахунок столового посуду здійснюється за формулою 4.6:

$$N_{\Pi} = N_{\Pi.м} \times k; \quad (4.6)$$

де N_{Π} – кількість одиниць певного виду посуду, шт.;
 $N_{\Pi.м}$ – кількість посадкових місць у закладі;
 k – коефіцієнт кратності, що приймається в межах 2...3.

Для кав'ярні–кондитерської:

$$N_{\Pi.м} = 10$$

$$k = 3$$

$$N_{\Pi} = 10 \times 3 = 30$$

Отже, для основних видів столового посуду необхідно передбачити по 30 одиниць. Така кількість дозволить забезпечити безперервне обслуговування гостей протягом дня без дефіциту посуду в години найбільшого навантаження.

На наступному етапі розраховують кількість столових приборів за формулою 4.7:

$$N_{\text{пр}} = N_{\text{п.м}} \times k_{\text{пр}}; \quad (4.7)$$

де $N_{\text{пр}}$ – кількість одиниць столових приборів, шт.;
 $N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі;
 $k_{\text{пр}}$ – коефіцієнт резерву для приборів, що приймається в межах 2...2,5.

Для проєктованого закладу приймаємо:

$$k_{\text{пр}} = 2,5$$

$$N_{\text{пр}} = 10 \times 2,5 = 25$$

Отже, кількість основних столових приборів – виделок, ложок і ножів – становитиме по 25 одиниць кожного виду. Для чайних ложок доцільно передбачити більшу кількість, оскільки вони використовуються майже з усіма кавовими напоями, чаєм, десертами та какао. Тому кількість чайних ложок приймаємо на рівні 30 одиниць.

Посуд для напоїв розраховується за формулою 4.8:

$$N_{\text{н}} = N_{\text{п.м}} \times k_{\text{н}}; \quad (4.8.)$$

де $N_{\text{н}}$ – кількість одиниць посуду для напоїв, шт.;
 $N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі;
 $k_{\text{н}}$ – коефіцієнт кратності для посуду під напої, що приймається в межах 2...3.

Для кав'ярні–кондитерської приймаємо:

$$k_{\text{н}} = 3$$

$$N_{\text{н}} = 10 \times 3 = 30$$

Отже, для чашок, склянок і келихів необхідно передбачити по 30 одиниць. Оскільки основним продуктом закладу є кава та гарячі напої,

найбільше значення матимуть чашки для еспreso, капучино, лате та чаю. Для фрешів і холодних напоїв передбачаються склянки або келихи відповідного об'єму.

Допоміжне приладдя використовується для організації процесу обслуговування гостей і подачі продукції. До нього належать підноси, серветниці, ємності для спецій, цукорниці, хлібниці, соусники та інший дрібний інвентар. Для кав'ярні–кондитерської частина цього приладдя використовується не в повному обсязі, оскільки заклад має спрощений формат обслуговування, проте мінімальний набір допоміжного інвентарю є необхідним.

Кількість підносів визначають за формулою 4.9:

$$N_{\text{пд}} = \frac{N_{\text{п.м}}}{n}; \quad (4.9)$$

де $N_{\text{пд}}$ – кількість підносів, шт.; $N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі; n – нормативне значення, що приймається в межах 10...15 місць.

Для кав'ярні–кондитерської на 10 місць приймаємо:

$$n = 10$$

$$N_{\text{пд}} = \frac{10}{10} = 1$$

Отже, мінімально необхідна кількість підносів становить 1 одиницю. Однак з урахуванням практичної потреби, можливості одночасної видачі кількох замовлень і резерву доцільно прийняти 3 підноси.

Допоміжне приладдя залу приймається укрупнено. Для закладу на 10 місць доцільно передбачити 1 комплект спецій на 1–2 столи. Якщо у залі передбачено 4 столи, необхідно прийняти 3 комплекти спецій. Хлібниці для кав'ярні–кондитерської не є основним елементом сервірування, оскільки заклад не спеціалізується на повноцінних обідах, однак для подачі круасанів, мафінів або випічки можна передбачити 2 хлібниці або кошики для виробів.

Для забезпечення інклюзивності закладу рекомендується передбачити частину посуду з полегшеною вагою та прибори з ергономічними ручками. Кількість спеціального посуду визначають за формулою 4.10:

$$N_{\text{інк.п}} = N_{\text{п.м}} \times 0,05; \quad (4.10)$$

де $N_{\text{інк.п}}$ – кількість спеціального інклюзивного посуду, шт.; $N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі.

$$N_{\text{інк.п}} = 10 \times 0,05 = 0,5$$

Отримане значення округлюємо у більшу сторону. Отже, у закладі доцільно передбачити 1 комплект інклюзивного посуду та приборів. Це дозволить забезпечити більш комфортне обслуговування маломобільних груп населення та відвідувачів з особливими потребами.

Таблиця 4.1

**Зведений розрахунок посуду та приладдя кав'ярні–
кондитерської**

Група	Найменування	Кількість
Посуд	Тарілки десертні	30
Посуд	Тарілки для легких страв	30
Посуд	Блюдця	30
Прибори	Виделки	25
Прибори	Ложки столові	25
Прибори	Ножі	25
Прибори	Ложки чайні	30
Посуд для напоїв	Чашки для еспресо	30
Посуд для напоїв	Чашки для капучино / лате	30
Посуд для напоїв	Чашки чайні	30
Посуд для напоїв	Склянки для фрешів і холодних напоїв	30
Допоміжне приладдя	Підноси	3
Допоміжне приладдя	Комплекти для спецій	3
Допоміжне приладдя	Кошики / хлібниці для випічки	2
Інклюзивний посуд	Комплект полегшеного посуду та приборів	1

Отримані результати свідчать, що для кав'ярні–кондитерської на 10 місць необхідно передбачити достатній запас основного посуду, приборів та допоміжного інвентарю. Прийнята кількість забезпечує безперебійне обслуговування гостей, враховує потребу в резерві на миття, заміну та можливий бій посуду, а також відповідає формату малого спеціалізованого

закладу ресторанного господарства. Наявність окремого інклюзивного комплексу є доцільною з погляду сучасних вимог до доступності та комфортного обслуговування різних категорій споживачів.

Наступним етапом технологічних розрахунків є визначення кількості санітарно-гігієнічного обладнання для відвідувачів, персоналу та виробничих приміщень кав'ярні-кондитерської. Такі розрахунки необхідні для забезпечення нормативних умов експлуатації закладу, дотримання санітарних вимог, зручності користування приміщеннями та реалізації принципів інклюзивного проектування.

Проектована кав'ярня-кондитерська розрахована на 10 посадкових місць, тому санітарно-гігієнічне обладнання визначається з урахуванням малої місткості закладу, компактної площі приміщень і спрощеної виробничої структури. Водночас навіть для малого підприємства ресторанного господарства необхідно передбачити окремі санітарні умови для відвідувачів і персоналу, а також умивальники у виробничій зоні для дотримання правил особистої гігієни працівників.

Кількість унітазів для відвідувачів визначається за формулою 4.11:

$$N_{\text{ун}} = \frac{N_{\text{п.м}}}{n_{\text{ун}}}; \quad (4.11)$$

де $N_{\text{ун}}$ – кількість унітазів, шт.;

$N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі;

$n_{\text{ун}}$ – норматив, який становить 30–40 місць у закладі на 1 унітаз.

Для кав'ярні-кондитерської приймаємо такі нормативи $n_{\text{ун}} = 30$;

$N_{\text{п.м}} = 10$:

$$N_{\text{ун}} = \frac{10}{30} = 0,33$$

Оскільки санітарний вузол для відвідувачів має бути передбачений навіть у малому закладі, отримане значення округлюється до 1 одиниці. Отже, для відвідувачів необхідно передбачити 1 унітаз.

Кількість умивальників для відвідувачів приймається рівною кількості унітазів:

$$N_{\text{ум}} = N_{\text{ун}}$$

$$N_{\text{ум}} = 1$$

Кількість дзеркал також приймається рівною кількості умивальників:

$$N_{\text{дз}} = N_{\text{ум}}$$

$$N_{\text{дз}} = 1$$

У зв'язку з сучасними вимогами до доступності закладів ресторанного господарства, санітарний вузол для відвідувачів доцільно проєктувати як інклюзивний. Це дозволить забезпечити можливість користування приміщенням маломобільними групами населення, відвідувачами з дітьми та людьми з особливими потребами. Тому у проєкті передбачається 1 інклюзивний санвузол, який одночасно виконує функцію санітарного вузла для відвідувачів.

Наступним етапом є розрахунок санітарного обладнання для персоналу. Кількість унітазів для персоналу визначають за формулою 4.12:

$$N_{\text{ун.п}} = \frac{N_{\text{перс}}}{n_{\text{ун.п}}}; \quad (4.12.)$$

де $N_{\text{ун.п}}$ – кількість унітазів для персоналу, шт.;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу закладу, осіб;

$n_{\text{ун.п}}$ – норматив, який становить 10–15 осіб на 1 унітаз.

За попереднім розрахунком чисельність персоналу кав'ярні–кондитерської становить (враховуючи нормативи: $N_{\text{перс}} = 7$; $n_{\text{ун.п}} = 10$)

$$N_{\text{ун.п}} = \frac{7}{10} = 0,7$$

Отримане значення округлюємо до 1 одиниці. Отже, для персоналу необхідно передбачити 1 унітаз.

Кількість умивальників для персоналу приймається рівною кількості унітазів:

$$N_{\text{ум.п}} = N_{\text{ун.п}}$$

$$N_{\text{ум.п}} = 1$$

Окрім санітарного вузла для персоналу, у виробничій зоні потрібно передбачити окремі умивальники для миття рук працівників. Це важливо, оскільки персонал працює з харчовою продукцією, молочними компонентами, фруктами, овочами, кавовим обладнанням та кондитерськими виробами. Розрахунок умивальників для виробничих приміщень здійснюють за формулою 4.13.:

$$N_{\text{ум.в}} = \frac{N_{\text{перс}}}{n_{\text{ум}}}; \quad (4.13)$$

де $N_{\text{ум.в}}$ – кількість умивальників для миття рук у виробничих приміщеннях, шт.;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу закладу, осіб;

$n_{\text{ум}}$ – норматив, який становить 5–10 осіб на 1 умивальник.

Приймаємо норматив: $n_{\text{ум}} = 7$.

$$N_{\text{ум.в}} = \frac{7}{7} = 1$$

Отже, у виробничій зоні кав'ярні–кондитерської необхідно передбачити 1 умивальник для миття рук персоналу.

Наступним етапом є розрахунок душових кабін для персоналу. Кількість душових визначають за формулою 4.14:

$$N_{\text{д}} = \frac{N_{\text{перс}}}{n_{\text{д}}}; \quad (4.14)$$

де $N_{\text{д}}$ – кількість душових кабін, шт.;

$N_{\text{перс}}$ – чисельність персоналу закладу, осіб;

$n_{\text{д}}$ – норматив, який становить 10–15 осіб на 1 душову кабінку.

Приймаємо: $n_{\text{д}} = 10$.

$$N_{\text{д}} = \frac{7}{10} = 0,7$$

Отримане значення округлюється до 1. Отже, для персоналу доцільно передбачити 1 душову кабінку. Для малого закладу вона може бути

розміщена у складі побутового блоку персоналу або поєднана з санітарно–побутовою зоною.

Для підприємств із повним циклом виробництва також необхідно передбачати санітарний шлюз з умивальником і диспенсером для антисептиків. У проєктованій кав'ярні–кондитерській виробничий цикл є обмеженим, проте наявність окремого місця для санітарної обробки рук персоналу перед входом у виробничу зону є доцільною. Це особливо важливо під час роботи з фрешами, десертами та мафінами, оскільки ці продукти потребують підвищеного контролю чистоти під час приготування й реалізації.

Проведені розрахунки зведено у таблицю 4.2.

Таблиця 4.2

**Зведений розрахунок санітарно–гігієнічного обладнання
кав'ярні–кондитерської**

Категорія	Найменування	Кількість
Відвідувачі	Унітаз	1
Відвідувачі	Умивальник	1
Відвідувачі	Дзеркало	1
Персонал	Унітаз	1
Персонал	Умивальник	1
Інклюзивний санвузол	Комплект	1
Виробництво	Умивальник для миття рук	1
Душові	Душова кабіна	1

Отримані результати свідчать, що для кав'ярні–кондитерської на 10 місць необхідно передбачити мінімальний, але достатній комплект санітарно–гігієнічного обладнання. Санітарний вузол для відвідувачів доцільно виконати інклюзивним, що дозволить раціонально використати площу приміщення та одночасно забезпечити доступність закладу для різних категорій споживачів. Окремий санвузол для персоналу, умивальник у виробничій зоні та душова кабіна забезпечують дотримання санітарних вимог і створюють належні умови праці для працівників кав'ярні–кондитерської.

Наступним етапом технологічних і технічних розрахунків є визначення основних параметрів інженерних систем кав'ярні–кондитерської. До таких систем належать водопостачання, каналізація та вентиляція. Їх правильне проєктування має важливе значення для безпечної експлуатації закладу, дотримання санітарно–гігієнічних вимог, забезпечення комфортних умов для відвідувачів і персоналу, а також стабільної роботи виробничої зони.

Проєктована кав'ярня–кондитерська розрахована на 10 посадкових місць. За результатами попередніх розрахунків, денна кількість відвідувачів становить 1200 осіб, а чисельність персоналу – від 4-10 осіб. Саме ці показники використовуються для подальшого визначення добової витрати води.

Добова витрата води розраховується за формулою 4.15.:

$$Q_{\text{доб}} = N \times q; \quad (4.15)$$

де $Q_{\text{доб}}$ – добова витрата води, л/добу;

N – кількість споживачів або персоналу;

q – питома норма витрати води, л/особу на добу.

Для споживачів приймаємо норму витрати води:

$$q_{\text{спож}} = 30 \text{ л/особу}$$

Для персоналу:

$$q_{\text{перс}} = 50 \text{ л/особу}$$

Для виробничих потреб приймаємо норму 10 л на одне посадкове місце:

$$q_{\text{вир}} = 10 \text{ л/місце}$$

Розрахунок витрати води для відвідувачів:

$$Q_{\text{спож}} = 40 \times 30 = 1200 \text{ л/добу}$$

Розрахунок витрати води для персоналу:

$$Q_{\text{перс}} = 7 \times 50 = 350 \text{ л/добу}$$

Розрахунок витрати води на виробничі потреби:

$$Q_{\text{вир}} = 10 \times 10 = 100 \text{ л/добу}$$

Загальна добова витрата води становить:

$$Q_{\text{доб}} = 1200 + 350 + 100 = 1650 \text{ л/добу}$$

Отже, добова потреба кав'ярні–кондитерської у воді становить 1650 л, або 1,65 м³ на добу.

Обсяг гарячої води визначається за формулою 4.16:

$$Q_{\text{г.в}} = Q_{\text{доб}} \times k; \quad (4.16)$$

де $Q_{\text{г.в}}$ – добова витрата гарячої води, л/добу;

$Q_{\text{доб}}$ – загальна добова витрата води;

k – коефіцієнт частки гарячої води, який приймається в межах 0,6...0,7.

Для кав'ярні–кондитерської приймаємо:

$$k = 0,6$$

$$Q_{\text{г.в}} = 1650 \times 0,6 = 990 \text{ л/добу}$$

Отже, добова потреба закладу в гарячій воді становить приблизно 990 л.

Система каналізації у кав'ярні–кондитерській повинна забезпечувати відведення побутових і виробничих стоків. До побутових стоків належать стічні води від санітарних вузлів для відвідувачів і персоналу, а до виробничих – стоки від мийних ванн, умивальників, кавового обладнання та мийки інвентарю. Для ресторанних підприємств обов'язковим є передбачення жировловлювача на стоках із мийних приміщень, оскільки залишки жирів, молочних продуктів, кремів та кондитерської сировини можуть погіршувати роботу каналізаційної системи.

Кількість стічних вод приймається рівною сумарній кількості води, що споживається за добу:

$$Q_{\text{ст.в}} = Q_{\text{доб}}$$

$$Q_{\text{ст.в}} = 1650 \text{ л/добу}$$

Отже, добовий обсяг стічних вод становить 1650 л, або 1,65 м³ на добу.

Вентиляція має особливе значення для кав'ярні–кондитерської, оскільки у закладі одночасно функціонують торговельна зала, барна зона, виробнича ділянка, мийне відділення та санітарні приміщення. Для підтримання комфортного мікроклімату необхідно передбачити припливно–витяжну вентиляцію, окреме вентилявання санітарних вузлів і локальну витяжку над тепловим обладнанням.

Розрахунок повітрообміну для торговельної зали здійснюється за формулою 4.17.:

$$L_3 = N_{\text{п.м}} \times l; \quad (4.17)$$

де L_3 – витрата повітря для вентиляції торговельної зали, м³/год;

$N_{\text{п.м}}$ – кількість посадкових місць у закладі;

l – норма повітрообміну на одне посадкове місце, м³/год.

Для кав'ярні–кондитерської приймаємо:

$$N_{\text{п.м}} = 10$$

$$l = 50 \text{ м}^3/\text{год}$$

$$L_3 = 10 \times 50 = 500 \text{ м}^3/\text{год}$$

Отже, повітрообмін торговельної зали повинен становити не менше 500 м³/год.

Розрахунок вентиляції виробничих приміщень здійснюється за формулою 4.32:

$$L_v = F \times n$$

де L_v – витрата повітря для вентиляції виробничих приміщень, м³/год;

F – площа виробничого приміщення, м²;

n – кратність повітрообміну.

Для проєктованої кав'ярні–кондитерської площу виробничої зони приймаємо:

$$F = 18 \text{ м}^2$$

Кратність повітрообміну для виробничого приміщення:

$$n = 10$$

$$L_v = 18 \times 10 = 180 \text{ м}^3/\text{год}$$

Отже, вентиляція виробничої зони повинна забезпечувати повітрообмін на рівні 180 м³/год.

Оскільки в закладі використовується теплове обладнання для випікання або доробки мафінів, а також кавове обладнання, необхідно передбачити локальну витяжку над джерелами тепловиділення. Кількість витяжних зонтів приймається за кількістю одиниць теплового обладнання. Для кав'ярні–кондитерської доцільно передбачити 1 витяжний зонт над тепловою ділянкою.

Після проведення розрахунків основні показники інженерних систем зведено у таблицю 4.3.

Таблиця 4.3

Основні показники інженерних систем кав'ярні–кондитерської

Система	Показник	Значення
Водопостачання	Добова витрата води	1650 л/добу
Гаряче водопостачання	Добова витрата гарячої води	990 л/добу
Каналізація	Обсяг стоків	1650 л/добу
Вентиляція залу	Повітрообмін	500 м ³ /год
Вентиляція виробничої зони	Повітрообмін	180 м ³ /год
Локальна витяжка	Кількість витяжних зонтів	1

Проведені розрахунки показують, що для стабільного функціонування кав'ярні–кондитерської необхідно забезпечити добову подачу води в обсязі не менше 1,65 м³, з яких близько 0,99 м³ припадає на гарячу воду. Система каналізації повинна бути розрахована на відведення такого самого обсягу стічних вод, а також обладнана жировловлювачем на випусках від мийних ванн. Вентиляція торговельної зали та виробничої зони повинна забезпечувати нормативний повітрообмін, що дозволить підтримувати комфортні умови для відвідувачів і персоналу, а також безпечну експлуатацію технологічного обладнання.

РОЗДІЛ 5

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

У цьому розділі проводиться економічне обґрунтування доцільності реконструкції кав'ярні–кондитерської на 10 місць. Для цього необхідно визначити загальні капіталовкладення, вартість обладнання, амортизаційні відрахування, собівартість продукції, ціну реалізації, річний обсяг реалізації, річний дохід, прибуток та термін окупності проєкту.

Загальні капіталовкладення визначаються за формулою 5.1:

$$K = K_{об} + K_{м} + K_{бмр} + K_{ін} \quad (5.1)$$

де K – загальні капіталовкладення, грн;

$K_{об}$ – вартість технологічного обладнання, грн;

$K_{м}$ – вартість меблів та інвентарю, грн;

$K_{бмр}$ – будівельно–монтажні роботи, грн;

$K_{ін}$ – інші витрати, грн.

Вартість обладнання визначається за формулою 5.2:

$$K_{об} = \sum (C_i \times N_i) \quad (5.2)$$

де:

C_i – вартість одинці обладнання; N_i – кількість одиниць обладнання (шт.). (всі дані наведені в таблиці 5.1.).

$$K_{об} = (1 \times 250000) + (1 \times 40000) + (1 \times 90000) + (1 \times 65000) + (1 \times 120000) + (1 \times 45000) + (1 \times 35000) + (1 \times 70000) + (1 \times 20000) + (2 \times 15000) + (1 \times 25000) + (1 \times 80000) = 870000 \text{ грн.}$$

Таблиця 5.1

Капіталовкладення в обладнання

Найменування обладнання	Кількість, шт.	Ціна, грн	Сума, грн
Професійна кавомашина	1	250000	250000
Кавомолка	1	40000	40000
Холодильна вітрина	1	90000	90000
Холодильна шафа	1	65000	65000

Продовження таблиці 5.1

Конвекційна піч	1	120000	120000
Планетарний міксер	1	45000	45000
Соковижималка професійна	1	35000	35000
Посудомийна машина	1	70000	70000
Мийна ванна	1	20000	20000
Виробничий стіл	2	15000	30000
Касове обладнання	1	25000	25000
Вентиляційне обладнання	1	80000	80000
Разом	—	—	870000

Вартість меблів та інвентарю для торговельної зали, барної зони, допоміжного інвентарю та посуду приймаємо(всі дані зведено до таблиці 5.2.):

$$K_M = (5 \times 6000) + (10 \times 4000) + (1 \times 35000) + (2 \times 2500) + (20 \times 350) + (20 \times 180) + (20 \times 250) + (40 \times 70) + (5 \times 500) + (3 \times 300) + (2 \times 1800) + (2 \times 7000) + (3 \times 1000) = 160000 \text{ грн.}$$

Таблиця 5.2.

Зведена вартість меблів та інвентарю

Найменування	Кількість., шт.	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
Меблі – торговельна зала			
Стіл кавовий (2-місний)	5	6000	30000
Стілець / крісло м'яке	10	4000	40000
Барна стійка	1	35000	35000
Барний стілець / табурет	2	2500	5000
Інвентар – посуд та сервіровка			
Чашки з блюдцями (кавовий сет)	20	350	7000
Склянки для холодних напоїв	20	180	3600
Десертні тарілки	20	250	5000
Вилки, ложки (набір кондитерський)	40	70	2800
Піднос сервіровочний	5	500	2500
Допоміжний інвентар			
Кондитерські форми та лопатки (набір)	3	300	9000

Продовження таблиці 5.2

Дошки обробні, ножі (набір)	2	1800	3600
Стелаж підсобний металевий	2	7000	14000
Урна / контейнер для відходів	3	1000	3000
Разом			160000 грн

Витрати на будівельно–монтажні роботи, пов’язані з реконструкцією приміщення, оновленням інженерних мереж, оздобленням залу та виробничої зони, приймаємо (всі розрахунки зведені до таблиці 5.3.):

$$K_{\text{бмр}} = 25000 + 30000 + 45000 + 30000 + 50000 + 40000 + 60000 + 40000 + 40000 + 40000 = 400000 \text{ грн.}$$

Таблиця 5.3.

Зведена вартість будівельно–монтажних робіт для реконструкції

Вид робіт	Характеристика / обсяг	Вартість, грн
Реконструкція приміщення		
Демонтажні роботи (перегородки, стара підлога, стеля)	Підготовка під нове планування	25000
Кладка та монтаж нових перегородок	Зонування: зала / кухня / санвузол	30000
Стяжка та вкладання підлогової плитки / вінілу	Площа ~80 м ²	45000
Стельові роботи (натяжна стеля / гіпсокартон)	Торговельна зала та барна зона	30000
Оновлення інженерних мереж		
Електромонтажні роботи (розводка, щиток, розетки)	Під обладнання 380/220В	50000
Сантехнічні роботи (водопостачання, каналізація)	Барна зона + санвузол	40000
Вентиляція та кондиціювання	Кухонна витяжка + кліматична система	60000
Оздоблення зали та виробничої зони		
Оздоблення стін (декоративна штукатурка / фарба)	Зала та барна зона	40000
Монтаж декоративного освітлення	Точкові світильники, підсвітка	40000
Оздоблення виробничої зони (кахель, стіни)	Кондитерський цех ~20 м ²	40000
Разом		400000

Інші витрати, до яких належать проєктні, пусконалагоджувальні, організаційні та стартові маркетингові витрати, становлять (всі дані зведено до таблиці 5.4.):

$$K_{\text{ін}} = 25000 + 15000 + 10000 + 20000 + 20000 + 15000 + 10000 + 30000 + 25000 + 30000 + 20000 + 150000 = 370000 \text{ грн.}$$

Таблиця 5.4

Зведена вартість інших витрат

Стаття витрат	Зміст / призначення	Вартість, грн
Проєктні витрати		
Розробка дизайн-проєкту інтер'єру	Зала, барна зона, вивіска	25000
Технологічний проєкт кондитерського цеху	Погодження з санепідемстанцією	15000
Отримання дозволів та погоджень	Пожежна безпека, СЕС, оренда	10000
Пусконалагоджувальні витрати		
Пусконалагодження обладнання	Кавова машина, піч, вентиляція	20000
Навчання персоналу (бариста, кондитер)	Базовий курс + стажування	20000
Організаційні витрати		
Реєстрація ФОП / юридичні послуги	Відкриття підприємницької діяльності	15000
Розробка меню та рецептур	Кав'ярня + кондитерська позиції	10000
Закупівля стартової сировини (пробна партія)	Зерно, борошно, молоко, декор	30000
Стартові маркетингові витрати		
Розробка бренду та логотипу	Фірмовий стиль, пакування	25000
Вивіска зовнішня та навігація в залі	Лайтбокс, меню-борд	30000
Реклама у соцмережах (відкриття)	Instagram, Google Maps, оголошення	20000
Резервний фонд	—	150000
Разом		370000 грн.

Тоді загальні капіталовкладення складатимуть:

$$K = 870000 + 160000 + 400000 + 370000 = 1800000 \text{ грн.}$$

Наступним етапом є розрахунок амортизаційних відрахувань розраховують за формулою 5.3:

$$A = \frac{K_{об}}{T}; \quad (5.3)$$

де A – річна амортизація, грн/рік;

$K_{об}$ – сумарна вартість обладнання, грн;

T – нормативний строк служби обладнання, років. (приймаємо $T = 8$ років)

$$A = \frac{870000}{8} = 108750 \text{ грн/рік.}$$

Повна річна собівартість продукції визначається за формулою 5.4:

$$C = C_c + C_{оп} + C_{ен} + C_{ам} + C_{ін}; \quad (5.4)$$

де C_c – вартість сировини (приймаємо 16520000 грн);

$C_{оп}$ – оплата праці (приймаємо 1260000 грн);

$C_{ен}$ – енергоносії (приймаємо 480000 грн);

$C_{ам}$ – амортизація (приймаємо 108570 грн);

$C_{ін}$ – інші витрати (приймаємо 400000 грн).

Таким чином річна собівартість продукції становить:

$$C = 16520000 + 1260000 + 480000 + 108570 + 400000 = 18768750 \text{ грн}$$

Для розрахунку заробітної плати використовують формулу 5.5:

$$C_{оп} = \sum(Z_i \times N_i \times 12); \quad (5.5)$$

де: Z_i – місячна заробітна плата працівника; N_i – чисельність персоналу (приймається 10).

Місячна заробітна плата працівників: Адміністратор залу – 27000; Бариста – 21000; Кондитер – 23000; Офіціант – 15000; Загальна заробітна плата працівників складає 86000.

$$C_{оп} = \sum(86000 \times 10 \times 12) = 10320000;$$

На наступному етапі розраховують ціну продукції за формулою 5.7:

$$P = C_{од} \times (1 + r); \quad (5.7)$$

де: $C_{\text{од}}$ – собівартість одиниці продукції (35 грн); r – рівень рентабельності (приймаємо 0,3).

$$P = 35 \times (1 + 0,3) = 46;$$

річний обсяг реалізації визначається за формулою 5.8:

$$Q = N_{\text{п.м}} \times k_o \times D; \quad (5.8)$$

де $N_{\text{п.м}} = 10$ місць;

$k_o = 120$ обороти місця за день;

$D = 350$ робочих днів.

$$Q = 10 \times 120 \times 350 = 420000 \text{ осіб/рік}$$

Наступним етапом є визначення річного доходу кав'ярні–кондитерської від реалізації продукції. Розрахунок проводиться за формулою 5.9:

$$D_{\text{зрг}} = P \times Q; \quad (5.9)$$

де P – середня ціна реалізації продукції, грн;

Q – річний обсяг реалізації, осіб/рік.

У попередніх розрахунках було визначено, що середній чек кав'ярні–кондитерської становить

Тоді річний дохід закладу становитиме:

$$D_{\text{зрг}} = 46 \times 420000 = 19320000$$

Отже, прогнозований річний дохід кав'ярні–кондитерської становить 19320000 грн.

Після визначення доходу підприємства необхідно розрахувати річний прибуток закладу за формулою 5.10:

$$Pr = D_{\text{зрг}} - C; \quad (5.10)$$

де Pr – річний прибуток, грн; $D_{\text{зрг}}$ – річний дохід від реалізації продукції, грн; C – річна собівартість продукції, грн.

$$Pr = 19320000 - 18768750 = 551250 \text{ грн}$$

Таким чином, прогнозований річний прибуток кав'ярні–кондитерської становить 551250 грн.

Знаючи загальні капіталовкладення та річний прибуток підприємства, можна визначити термін окупності проєкту за формулою 5.11:

$$T_{\text{ок}} = \frac{K}{Pr}; \quad (5.11)$$

де K – загальні капіталовкладення, грн; Pr – річний прибуток, грн.

Тоді термін окупності проєкту дорівнює:

$$T_{\text{ок}} = \frac{1\,800\,000}{551250} \approx 3 \text{ роки}$$

Отже, термін окупності реконструкції кав'ярні–кондитерської становить приблизно 3 роки, що свідчить про достатньо високий рівень економічної ефективності запропонованого проєкту.

Після проведення всіх економічних розрахунків отримані результати необхідно подати у вигляді підсумкової економічної характеристики проєкту.

Таблиця 5.2

Підсумкова економічна характеристика проєкту

Показник	Одиниця виміру	Основна діяльність (реалізація продукції)	Разом
Річний обсяг реалізації	осіб/рік	420000	420000
Капіталовкладення	грн	1800000	1800000
Річна собівартість	грн	18768750	18768750
Річний дохід	грн	19320000	19320000
Річний прибуток	грн	51250	51250
Термін окупності	років	–	≈ 3

Проведені економічні розрахунки підтверджують доцільність реконструкції кав'ярні–кондитерської на 10 посадкових місць. Проєкт характеризується порівняно невеликим терміном окупності, стабільним рівнем прибутку та достатньою рентабельністю діяльності. Отримані результати свідчать про економічну ефективність запропонованих проєктних рішень та можливість успішного функціонування закладу в сучасних умовах ресторанного господарства.

РОЗДІЛ 6

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КАФЕ–КОНДИТЕРСЬКОЇ

Основою формування іміджу закладу є його бренд–ідентичність. Для проєктованої кав'ярні–кондитерської основною концепцією є поєднання сучасної міської кав'ярні з елементами здорового харчування, авторських десертів та затишного простору для відпочинку й спілкування.

Філософія закладу базується на створенні комфортного та естетично привабливого середовища, у якому гості можуть не лише придбати кавові напої чи десерти, а й отримати позитивні емоції, атмосферу затишку та високий рівень обслуговування.

Місією кав'ярні–кондитерської є забезпечення споживачів якісною продукцією власного виробництва, приготованою з натуральних інгредієнтів, а також формування сучасної культури споживання кави та десертів у місті.

Основними цінностями закладу є: висока якість продукції; натуральність та безпечність сировини; сучасний сервіс; естетика подачі; комфорт гостей; екологічність; інклюзивність та доступність.

Легенда бренду побудована навколо концепції сучасної міської кав'ярні, у якій поєднуються атмосфера затишку, авторська випічка та якісна кава. Основна ідея полягає у створенні простору, де кожен гість може відчувати комфорт, відпочити від міського ритму та отримати позитивний емоційний досвід.

Позиціонування кав'ярні–кондитерської здійснюється у середньому ціновому сегменті з орієнтацією на молодь, студентів, офісних працівників, молоді сім'ї та людей, які цінують сучасний дизайн, якісну каву та естетичну подачу продукції.

Важливою складовою формування іміджу закладу є його візуальна ідентичність. Саме візуальне оформлення створює перше враження у

споживача та значною мірою впливає на рішення щодо відвідування закладу.

Інтер'єр кав'ярні–кондитерської виконаний у сучасному мінімалістичному стилі з використанням теплих кольорів, натуральних текстур та декоративного освітлення. Основна увага приділяється створенню атмосфери комфорту, затишку та візуальної легкості простору.

Для оформлення інтер'єру доцільно використовувати: світлі природні кольори; дерев'яні елементи; декоративне підсвічування; живі рослини; м'які меблі; сучасні декоративні елементи.

Фірмовий стиль закладу включає: логотип; фірмову кольорову палітру; уніфіковані шрифти; дизайн меню; оформлення упаковки продукції; брендovanі стакани та серветки; єдиний стиль оформлення соціальних мереж.

Основними кольорами бренду доцільно обрати теплі бежеві, коричневі та молочні відтінки, які асоціюються із кавою, випічкою та атмосферою затишку.

Особливе значення у формуванні іміджу має зовнішній вигляд персоналу. Для працівників закладу передбачається єдиний сучасний дрес–код: фартухи у фірмових кольорах; однотонний одяг; акуратний зовнішній вигляд; використання брендovаних елементів.

Корпоративна культура персоналу є важливим елементом іміджу кав'ярні–кондитерської. Працівники закладу повинні дотримуватись високих стандартів обслуговування, етики спілкування та правил сервісу.

Основними принципами роботи персоналу є: доброзичливість; швидкість обслуговування; ввічливість; індивідуальний підхід до гостей; підтримання чистоти та порядку.

Особливу роль у сучасних умовах відіграє digital–присутність закладу. Для просування кав'ярні–кондитерської планується активне ведення сторінок у соціальних мережах Instagram та TikTok.

Контент–стратегія закладу повинна включати: фото та відео продукції; процес приготування кави та десертів; огляди новинок меню; stories із закладу; відео із персоналом; акційні пропозиції; відгуки гостей; сезонні тематичні оформлення.

Для підвищення впізнаваності бренду доцільно використовувати співпрацю з локальними блогерами, food–фотографами та міськими медіа.

Одним із напрямів комунікаційної політики є впровадження програм лояльності: бонусні картки; накопичувальні знижки; акції для постійних гостей; сезонні пропозиції; подарункові сертифікати; система «кожна 6 кава у подарунок».

У сучасних умовах важливим елементом іміджу закладу є соціальна відповідальність та екологічність діяльності.

Для кав'ярні–кондитерської доцільно впровадити: сортування відходів; використання паперової упаковки; мінімізацію використання пластику; використання багаторазового посуду; енергозберігаюче обладнання.

Особлива увага приділяється інклюзивності закладу. У проєкті передбачаються: безбар'єрний доступ; зручний вхід для маломобільних груп населення; достатня ширина проходів; адаптований санітарний вузол.

Для підтримки позитивного іміджу заклад може брати участь у міських благодійних заходах, соціальних ініціативах та співпрацювати із локальними виробниками продукції.

Для оцінки ефективності сформованого іміджу кав'ярні–кондитерської доцільно використовувати такі показники: рівень пізнаваності бренду; кількість постійних клієнтів; рівень повторних покупок; активність у соціальних мережах; кількість відгуків; середній рейтинг закладу; рівень задоволеності гостей; приріст аудиторії у цифрових каналах.

Очікується, що впровадження запропонованих заходів сприятиме формуванню позитивного іміджу кав'ярні–кондитерської, підвищенню конкурентоспроможності закладу та збільшенню лояльності споживачів.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломного проекту було розроблено проект реконструкції кав'ярні–кондитерської на 10 місць у місті Чернігові з урахуванням сучасних вимог до закладів ресторанного господарства, тенденцій розвитку індустрії гостинності та особливостей функціонування малих підприємств громадського харчування.

У ході виконання роботи було охарактеризовано місце розташування закладу та встановлено, що центральна частина м. Чернігова є перспективною для функціонування кав'ярні–кондитерської завдяки високому пішохідному трафіку, розвиненій транспортній інфраструктурі, наявності культурно–історичних об'єктів, рекреаційних зон та сформованого попиту на послуги закладів харчування. Визначено, що обрана локація забезпечує стабільний потік потенційних споживачів різних категорій – місцевих мешканців, студентів, офісних працівників і туристів.

Проведений аналіз конкурентного середовища дозволив встановити, що ринок кав'ярень Чернігова характеризується високою конкуренцією у сегменті класичних кавових закладів, однак водночас існує недостатня кількість закладів із чітким позиціонуванням у напрямку корисного харчування та сучасних гастрономічних концепцій. У результаті аналізу було визначено перспективність впровадження концепції кав'ярні–кондитерської з акцентом на продукцію підвищеної харчової цінності, авторські десерти та сучасний формат обслуговування.

У роботі було здійснено розрахунок туристичних потоків та коефіцієнта туристичної активності міста Чернігова відповідно до методичних рекомендацій. Встановлено, що місто має достатній туристичний потенціал для підтримки стабільного попиту на послуги закладів ресторанного господарства. Розрахований коефіцієнт привабливості дестинації підтвердив перспективність розташування

закладу у центральній частині міста навіть в умовах сучасних безпекових викликів.

У процесі виконання дипломного проєкту було розроблено концепцію кав'ярні–кондитерської, сформовано асортимент меню та визначено перелік основних і додаткових послуг. Концепція закладу орієнтована на поєднання сучасного міського формату кав'ярні із виробництвом десертної продукції та напоїв, що відповідають актуальним тенденціям здорового харчування та естетики подачі продукції.

У роботі обґрунтовано архітектурно–планувальні рішення щодо реконструкції приміщення. Було передбачено раціональне зонування виробничих, складських, допоміжних та торговельних приміщень відповідно до санітарно–гігієнічних і технологічних вимог. Запропоновані рішення забезпечують ефективну організацію виробничого процесу, комфортні умови для персоналу та зручність обслуговування відвідувачів.

Під час виконання технологічних та технічних розрахунків визначено потребу закладу в обладнанні, меблях та інженерному забезпеченні. Розраховано виробничу програму, обсяг реалізації продукції, кількість посадкових місць, навантаження на виробничі приміщення та необхідне технологічне устаткування. Отримані результати підтвердили можливість ефективного функціонування кав'ярні–кондитерської у межах запроєктованої площі.

У межах економічного обґрунтування проєкту було визначено обсяги капіталовкладень, річні витрати, собівартість продукції, очікуваний дохід, прибуток та термін окупності проєкту. Проведені розрахунки свідчать про економічну доцільність реконструкції кав'ярні–кондитерської та підтверджують перспективність реалізації запропонованого проєкту в умовах сучасного ринку ресторанного господарства.

Також у роботі було розроблено заходи щодо формування позитивного іміджу закладу. Визначено основні елементи брендингу, візуальної ідентичності, комунікаційної політики та digital–просування.

Обґрунтовано важливість створення сучасного концептуального простору, орієнтованого на комфорт гостей, візуальну привабливість та формування лояльної аудиторії споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Копець, Г. М. Організація ресторанного господарства : підручник. Київ : Кондор, 2020. 356 с.
2. Сисоєва, С. О., Швидун, В. Д. Менеджмент готельно–ресторанного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 296 с.
3. Walker, J. R. The Hospitality Industry: Structure, Issues and Trends. Pearson, 2017. 420 p.
4. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95–ВР : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95–вр#Text>
5. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичний звіт про тенденції внутрішнього туризму в Україні у 2023–2024 роках. Київ : ДАРТ, 2024. 48 с.
6. Мельниченко, С. В., Ткаченко, Т. І. Ринок туристичних послуг України: тенденції та перспективи розвитку. *Туризм і культура*. 2022. № 1. С. 14–27.
7. Euromonitor International. Coffee and Foodservice Market in Eastern Europe. 2023.
8. У Чернігові оприлюднили туристичну статистику по області за 2024 рік. Біла хата. URL: <https://bilahata.net/u-chernihovi-opryliudnyly-turystychnu-statystyku-po-oblasti-za-2024-rik/>
9. Херсон – Чернігів. Повчальна подорож з туристичного Півдня на туристичну Північ. Херсон. Громада. Ініціатива. URL: https://hgi.org.ua/article.php?id=1743&utm_source=
10. Мазаракі, А. А., Мельниченко, С. В., Корінько, М. Д. Стратегічний аналіз у підприємствах готельно–ресторанного господарства: інструменти оцінювання конкурентних переваг і ризиків. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 45–52.
11. ДСП 4.4.5.078–2001 Мікробіологічні нормативи та методи контролю продукції громадського харчування. БУДСТАНДАРТ Online –

нормативні документи будівельної галузі України. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=84558

12. ДСТУ ISO 22000:2019 Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в харчовому ланцюзі (ISO 22000:2018, IDT). БУДСТАНДАРТ Online – нормативні документи будівельної галузі України. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=86029

13. ДБН В.2.2–23:2009 Будинки і споруди. Підприємства торгівлі. Зміна № 1. БУДСТАНДАРТ Online – нормативні документи будівельної галузі України. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=82592

16. ДСП 4.4.5.078-2001. Мікробіологічні нормативи та методи контролю продукції громадського харчування. Київ : Міністерство охорони здоров'я України, 2001. Інтернет ресурс. За URL: <https://budinfo.org.ua/doc/1816420/DSP-4-4-5-078-2001-Mikrobiologichni-normativi-ta-metodi-kontroliu-produktsii-gromadskogo-kharchuvannia>

17. ДСТУ ISO 22000:2019. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2018, IDT). Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2019. Інтернет ресурс. За URL: https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/normdocs/dstu_iso_22000_2019.pdf

18. ДБН В.2.2-23:2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Київ : Міністерство регіонального розвитку та будівництва України, 2009. Інтернет ресурс. За URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0004661-09#Text>

19. Маркетплейс Rozetka. Сервіс для придбання деякого обладнання для кав'ярні–кондитерської. Інтернет ресурс. За URL: <https://rozetka.com.ua/>

20. Маркетплейс Prom.ua. Сервіс для придбання деякого обладнання для кав'ярні–кондитерської. Інтернет ресурс. За URL: <https://prom.ua/ua/>

21. Офіційний сайт з вакансіями, та заробітною платою Work.ua. Інтернет ресурс. За URL: <https://www.work.ua/>



Метадані

ДОКУМЕНТ

Заголовок

Проект реконструкції кав'ярні-кондитерської на 10 місць

Автор

Юлія Олексіївна Коваленко

Науковий керівник / Експерт

Н. В. Лапицька

ІД документу

334235521

ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

National University "Chernihiv Collegium"

підрозділ

National University "Chernihiv Collegium"

ЗВІТ

Дата звіту

6/9/2026

Дата редагування

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

**25**

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

**17021**

Кількість слів

**138262**

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		11
Інтервали		0
Мікропробіли		3
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		5