

Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського
Кафедра індустрії гостинності та сталого розвитку

На правах рукопису

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти

Бакалавр

ТЕМА РОБОТИ

«Організація роботи кав'ярні»

Студент Трохимчук Максим Вікторович
Освітня програма
Готельно-ресторанна справа
(спеціальність) Готельно-ресторана справа

Науковий керівник
Мітал Олена Георгіївна
Кандидат економічних наук, доцент
Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: _____ ECTS _____

Київ 2024

Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В.І Вернадського
Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування

Кафедра публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри

« ____ » _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

1. Тема роботи: _____.

керівник роботи: _____

затвержені Наказом ТНУ імені В.І Вернадського: від « 26 » січня 2024 р.№ 15-ОД.

2. Строк подання студентом роботи: _____

3. Вихідні дані до роботи:

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки:

5. Перелік графічного матеріалу:

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата
--------	---	--------------

завдан завдан
ня ня
видав прийня
в

Розділ 1			
Розділ 2			
Розділ 3			

7. Дата видачі завдання _____ 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
	Збір та опрацювання наукових та інших джерел згідно обраної теми	29.01.2024 – 20.02.2024	
	Складання та затвердження плану дипломної роботи	25.02.2024	
	Написання вступу та теоретичного 1 розділу дипломної роботи	16.03.2024	
	Підготовка аналітичного 2 розділу дипломної роботи	15.04.2024	
	Написання рекомендаційного 3 розділу щодо удосконалення дипломної роботи	30.04.2024	
	Обґрунтування висновків та пропозицій щодо обраної теми	02.05.2024	
	Оформлення використаних джерел та додатків та дипломної роботи в цілому	20.05.2024	
	Попередній захист дипломної роботи	27.05.2024 р.	
	Здача дипломної роботи на кафедрі для затвердження і допуску до захисту	01.06.2024 р.	
	Захист дипломної роботи перед ЕК	10.06.2024 р.	

Студент _____

Керівник роботи _____

АНОТАЦІЯ

Організація роботи кав'ярні. – Рукопис.

Дипломна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. – Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського. – Київ, 2024.

Дана дипломна робота присвячена дослідженню організації роботи кав'ярні. Метою даної роботи є виявлення ключових аспектів та переваг ефективної організації, аналіз їх впливу на операційну діяльність кав'ярні та розробка рекомендацій щодо оптимізації процесів.

У дослідженні використовувалися методи аналізу, синтезу, порівняння і систематизації наукової літератури, а також емпіричні дослідження, проведені на основі опитувань власників кав'ярень та відвідувачів.

Ця робота включає огляд сучасних тенденцій у сфері організації кав'ярень, аналіз конкретних прикладів успішних кав'ярень світу та оцінку економічної ефективності їхніх операцій. Особлива увага приділяється управлінню персоналом, оптимізації внутрішніх процесів, підбору постачальників та створенню привабливого інтер'єру.

Ключові слова:

Організація роботи кав'ярні, Управління персоналом, Оптимізація процесів, Підбір постачальників, Створення інтер'єру, Операційна діяльність, Економічна ефективність, Сучасні тенденції, Успішні кав'ярні, Відвідувачі кав'ярень, Власники кав'ярень

SUMMARY

Organization of Coffee Shop Operations. – Manuscript.

Bachelor's thesis for obtaining the first (bachelor's) level of higher education. – Tavrida National V.I. Vernadsky University. – Kyiv, 2024.

This bachelor's thesis is dedicated to the study of coffee shop operations organization. The aim of this work is to identify key aspects and advantages of effective organization, analyze their impact on the operational activities of the coffee shop, and develop recommendations for process optimization.

The research methods used include analysis, synthesis, comparison, and systematization of scientific literature, as well as empirical studies based on surveys of coffee shop owners and visitors.

This work includes a review of modern trends in the field of coffee shop organization, an analysis of specific examples of successful coffee shops worldwide, and an assessment of the economic efficiency of their operations. Special attention is paid to personnel management, internal process optimization, supplier selection, and the creation of an attractive interior.

Keywords:

Coffee shop operations organization, Personnel management, Process optimization, Supplier selection, Interior design, Operational activities, Economic efficiency, Modern trends, Successful coffee shops, Coffee shop visitors, Coffee shop owners

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Історичний розвиток та особливості організації роботи кав'ярень як елементів громадського харчування	10
1.1 Історичний розвиток кав'ярень на міжнародному рівні	10
1.2 Сучасний стан кавового бізнесу в Україні	14
1.3 Особливості стратегічного планування роботи кав'ярні в Україні	23
РОЗДІЛ 2. Аналіз економічної діяльності та стратегії розвитку кав'ярні «Buck Coffee Roasters»	30
2.1 Організаційно-економічна характеристика діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters» та дослідження стратегії її розвитку	30
2.2 Аналіз ефективності діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters»	34
2.3 Діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища кав'ярні «Buck Coffee Roasters»	42
Висновки за розділом 2	45
РОЗДІЛ 3. Напрямки удосконалення організації роботи кав'ярні «Buck Coffee Roasters»	47
3.1 Визначення можливих напрямів удосконалення організаційної діяльності підприємства	47
3.2 Пропонована модель стратегічного управління діяльністю підприємства	48
3.3 Обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів щодо удосконалення організаційної діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters»	51
Висновки за розділом 3	55
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Аналіз економічної діяльності та стратегії розвитку кав'ярні є дуже актуальним з кількох причин: Розуміння економічної діяльності кав'ярні допомагає визначити її прибутковість та стійкість. Аналізуючи такі фактори, як потоки доходів, витрати та норма прибутку, зацікавлені сторони можуть оцінити фінансовий стан бізнесу.

Дослідження економічних аспектів кав'ярні дозволяє зацікавленим сторонам бути в курсі ринкових тенденцій, уподобань споживачів і динаміки галузі. Це розуміння має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій розвитку та адаптації до мінливих ринкових умов.

Аналіз економічного ландшафту допомагає визначити можливості для диференціації та конкурентної переваги. Розуміючи поведінку клієнтів, стратегії ціноутворення та пропозицію продуктів, власники кав'ярень можуть ефективніше позиціонувати свій бізнес на ринку.

Економічний аналіз керує рішеннями щодо розподілу ресурсів, наприклад, складання бюджету для маркетингових ініціатив, оптимізації управління ланцюгом постачання та інвестування в технології чи оновлення інфраструктури. Ефективний розподіл ресурсів підвищує операційну ефективність і максимізує віддачу від інвестицій.

Вивчення економічної ефективності кав'ярні є основою для стратегічного планування. Це включає встановлення цілей зростання, розширення на нові ринки, диверсифікацію пропозицій продуктів або вивчення можливостей франчайзингу. Продумана стратегія розвитку узгоджує бізнес-цілі з реаліями ринку та сприяє довгостроковому успіху.

Економічний аналіз допомагає визначити потенційні ризики та вразливі місця, які можуть вплинути на фінансовий стан кав'ярні. Проводячи аналіз сценаріїв та оцінку ризиків, зацікавлені сторони можуть впроваджувати стратегії

пом'якшення наслідків, щоб захиститися від економічного спаду, збоїв у ланцюзі поставок або інших зовнішніх загроз.

Розуміння економічного впливу бізнес-операцій дозволяє власникам кав'ярень застосовувати стійкі практики, які приносять користь як навколишньому середовищу, так і прибутку. Це може включати зменшення споживання енергії, мінімізацію відходів, пошук етичних інгредієнтів або підтримку місцевих громад.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі економічної діяльності та стратегії розвитку кав'ярні.

Для досягнення цієї мети робота передбачає виконання наступних *завдань*:

- Проаналізувати сутність історичного розвитку кав'ярень на міжнародному рівні;
 - Дослідити сучасний стан кавового бізнесу в Україні;
 - Проаналізувати особливості стратегічного планування роботи кав'ярні в Україні.
 - Дослідити організаційно-економічну характеристику діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters» та дослідження стратегії її розвитку;
 - Провести аналіз ефективності діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters»
 - Зробити діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища кав'ярні «Buck Coffee Roasters»;
 - Навести визначення можливих напрямів удосконалення організаційної діяльності підприємства;
 - Запропонувати модель стратегічного управління діяльністю підприємства;
 - Навести обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів щодо удосконалення організаційної діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters».
- Об'єктом дослідження у даній роботі є Buck Coffee Roasters.
- Предметом дослідження є структура, функції, інструменти та процеси Buck Coffee Roasters.

Методами дослідження є емпіричні та теоретичні підходи, а саме абстрагування, класифікацію, порівняльний аналіз, узагальнення, аналіз і вивчення літератури, індукція та дедукція.

РОЗДІЛ 1. Історичний розвиток та особливості організації роботи кав'ярень як елементів громадського харчування

1.1 Історичний розвиток кав'ярень на міжнародному рівні

Еволюція кавової культури, як ми її визнаємо сьогодні, бере свій початок у 16 столітті на Близькому Сході, де кав'ярні стали осередками для спілкування та дозвілля. У цих закладах люди могли збиратися, спілкуватися, насолоджуватися напоями, наприклад кавою чи чаєм, брати участь у таких іграх, як шахи чи нарди, а також слухати музику та розповідати історії.[1]

Документально підтверджено, що кав'ярні, відомі як арабською як *al-maqhan*, відбулися в Мецці та Медіні в цей період. Однак їх існування наštтовхнулося на опір влади. У 1511 році губернатор Мекки Хайр-бей висловив невдоволення дискусіями та віршами, які поширювалися в цих закладах, що призвело до їх закриття, спалювання кавових зерен і заборони споживання кави. Тим не менш, Каїр, який перебував під юрисдикцією Османської імперії, відхилив цей наказ, що призвело до поширення кав'ярень в арабських країнах. Султан Сулейман Пишний намагався заборонити вживання кави на початку свого правління, але ця заборона була недовгою. У 1554 році за згодою султана сирійські підприємці відкрили першу кав'ярню в Стамбулі, що поклало початок популярності кави в Османській імперії.[11]

Кава потрапила в Європу в 17 столітті, коли перша кав'ярня була відкрита в Гаазі, Нідерланди, в 1644 році, а потім в Оксфорді, Англія, в 1650 році. Широке поширення кави в Європі почалося з її появи у Венеції. , Італія, де він отримав величезну популярність серед місцевих жителів і гостей. Торговельні шляхи між Венецією та регіонами виробництва кави на Сході сприяли припливу кави до Європи. Кав'ярні стали відомими громадськими місцями у Венеції, слугуючи центрами спільної взаємодії та дискурсу.

Хоча Ефіопія визнана батьківщиною кави, Ємен і Єгипет спочатку постачали продукт на світовий ринок. Культова кав'ярня "Florian", заснована в 1720 році на площі Сан-Марко у Венеції, є свідченням тривалої спадщини кави.

Розповсюдження кави по Європі ще більше прискорилося, і вантажі досягли Англії, Голландії, Австрії, Франції та Німеччини. В Англії кав'ярні швидко стали місцем збору людей, які займаються бізнесом. Кав'ярня Едварда Ллойда, наприклад, перетворилася на відому страхову компанію. Інші кав'ярні, такі як "Jonathans", слугували місцем для біржової діяльності та інтелектуального дискурсу, що дало початок установам, таким як Королівське наукове товариство.[7]

Англійські кав'ярні отримали назву «університетів пенні», що означає, що чашку кави можна було придбати за пенні, дозволяючи відвідувачам мати доступ до інтелектуальних розмов із шановними вченими, політиками та митцями.

Розкриваючи цей історичний наратив, стає очевидним, що подорож кави з Близького Сходу до Європи відіграла ключову роль у формуванні соціальних взаємодій, культурних практик та економічного ландшафту. Поширення кав'ярень як місць спільної взаємодії підкреслює незмінне значення кави як не просто напою, а як каталізатора соціального обміну та інтелектуального дискурсу.[8]

Крім того, економічні наслідки глобальної експансії кави є багатогранними. Від встановлення торгових шляхів і появи комерційних підприємств до розвитку фінансових ринків і стимулювання культурного обміну, економічний слід кави незгладимо вплетений у тканину суспільств у всьому світі. Таким чином, комплексний аналіз економічної діяльності та стратегії розвитку кави розкриває багатий гобелен історичних, культурних та економічних аспектів, які продовжують формувати сучасний кавовий ландшафт.

У наш час кавова індустрія залишається жвавою та динамічною силою глобальної торгівлі, а кав'ярні є невід'ємними компонентами міських ландшафтів і соціальних тканин. Економічна діяльність, пов'язана з кавою, охоплює широкий спектр взаємопов'язаних учасників, включаючи виробників

кави, експортерів, обсмажувачів, роздрібних продавців і споживачів. Розуміння тонкощів цієї складної екосистеми має важливе значення для розробки ефективних стратегій розвитку, які сприятимуть сталому зростанню, сприятимуть дотриманню етичних практик і підвищуватимуть економічну інклюзивність.

Крім того, еволюція звичок і переваг споживання кави підкреслює важливість дослідження ринку та аналізу тенденцій у прийнятті стратегічних рішень у кавовій галузі. Споживчий попит на спеціальну каву, органічні пропозиції та продукти з етичних джерел стимулював інновації та диференціацію серед роздрібних продавців кави, що призвело до появи ринкових ніш і нових джерел доходу.

Зі стратегічної точки зору, кав'ярні повинні адаптуватися до мінливих споживчих уподобань, технологічного прогресу та конкурентного тиску, щоб актуальні та конкурентоспроможні на сучасному ринку. Це передбачає інвестиції в цифрові маркетингові ініціативи, використання аналітики даних для оптимізації операційної ефективності та культивування унікальних брендів, які відповідають цільовій демографії.

Крім того, стійкість стала центральною проблемою в кавовій промисловості, що спонукає до зростання обізнаності про збереження навколишнього середовища, справедливі трудові практики та соціальну відповідальність. Кав'ярні все більше віддають перевагу екологічним методам закупівель, зусиллям зі зменшення відходів та ініціативам із залучення громадськості, щоб відповідати споживчим цінностям і пом'якшити репутаційні ризики.

У 1671 році в Парижі відбулося урочисте відкриття своєї першої кав'ярні (відомої як «кафе» французькою). На відміну від своїх колег в інших місцях, паризькі кав'ярні були не просто місцем для комерційних переговорів; натомість вони сприяли сприятливому середовищу для неквапливих занять, таких як шахові матчі та дискусії з питань суспільного інтересу. Кафе «Rejans», зокрема, стало улюбленим місцем для Дені Дідро, французького світила, що написав

«Енциклопедію», а «Closerie des Lilas» приваблювало таких людей, як Оскар Уайльд та Ернест Хемінгуей.[7]

Згодом феномен кав'ярень поширився на всю Європу. У 1673 році в Бремені (Німеччина) з'явилася перша кав'ярня («kaffeehaus»), а в 1678 році — Гамбург. Виходом Відня на кавову арену керував українець Юрій Франц Кульчицький, захисник Відня під час облоги 1683 року. Кульчицький, якому приписують відкриття першої у Відні кав'ярні у 1686 році, яку охрестили «Будинком під блакитною пляшкою», нібито випадково натрапив на енергетичні властивості кави, маскуючись під турка серед османських військ.

Приблизно в 1698 році Копенгаген, Данія, вітав власні кав'ярні («kaffehuse»). Набіг Угорщини на культуру кави матеріалізувався в 1714 році з заснуванням «Балаша» в Пешті, тоді як Берлін наслідував цей приклад у 1721 році. Захоплення Польщі кавою почалося в 1724 році з урочистого відкриття «За Залізними воротами» у Варшаві, хоча спочатку небажання прийняти гірке варіння призвело до його остаточного банкрутства. Однак у 1763 році зростаюча цінність кави стала каталізатором поширення кав'ярень по всій Польщі. Тим часом у Стокгольмі до 1728 року було 15 кав'ярень.[11]

Поява кав'ярень в Україні можна віднести до 1829 року, хоча в книзі чеського вченого Йозефа Рорера від 1802 року розповідається про кав'ярню, якою керував Якуб Левакоський. Більш формально, появу «європейських» кав'ярень в Україні пов'язують з Карлом Гартманом, який у 1829 році відкрив львівську «Віденську кав'ярню», та промисловцем Готлібом Фінке, який у 1840 році урочисто відкрив першу в Києві кав'ярню, що носить його ім'я.[8]

Середина 19 століття стала zenітом культури кав'ярень, що принесло їй назву «чудовий вік». Ці заклади перетворилися на епіцентри соціальної взаємодії, де відвідувачі вдавалися до різноманітних заходів, поглинаючи атмосферу. Кожна кав'ярня прагнула створити особливу атмосферу та задовольнити різноманітні смаки та вподобання.

Протягом 19-го століття в Парижі було приблизно чотири тисячі кав'ярень, тоді як у Відні панувала понад п'ятнадцять тисяч. «Бульварний» стиль кав'ярень, популяризований у Відні та Парижі, поширився по всій Європі, породивши нову породу закладів, які пропонують ширший спектр зручностей. Запровадження продажу кондитерських виробів виявилось особливо популярним, що призвело до перетворення кав'ярень на кавово-кондитерські гібриди, які часто обслуговують переважно жіночу клієнтуру. Варто відзначити, що паризьке «Гранд-кафе» увійшло в історію, коли в 1895 році відбувся перший світовий кінопоказ, організований братами Люм'єр. Ця подія, на яку були присутні 35 глядачів, які заплатили по 1 франку кожен, отримала широке висвітлення в засобах масової інформації, підштовхнувши кіноіндустрію, що зароджувалася, до центру уваги.

Віденські кав'ярні здобули популярність завдяки своїм щовечірнім літературним читанням і фортепіанним концертам, створивши прецедент культурного збагачення кав'ярень. Інші міста наслідували цей приклад, урізноманітнивши свої пропозиції, включивши до свого репертуару концерти та виступи відомих артистів.

1.2 Сучасний стан кавового бізнесу в Україні

Кавова індустрія користується широкою популярністю, і навіть в Україні спостерігається значне зростання. Кав'ярні служать бастіонами якісних продуктів і культивування кавової культури, приділяючи особливу увагу покращенню споживання кави. Центральним у цій процвітаючій галузі є її комерційна діяльність, яка підкреслює зростаючу перевагу серед українців насолоджуватися кавою в кафе, ресторанах або на винос, а не вживати її вдома чи в офісі.[9]

Комплексне дослідження обсягів імпорту та експорту кави в Україні за 2020–2021 роки за даними Державної служби статистики України виявляє помітну тенденцію. Обсяги імпорту кави в Україну перевищують обсяги

експорту, що вказує на значну залежність від імпортової кавової продукції (див. таблицю 1).

У 2020 році експорт кави склав 15,0 млн доларів США, тоді як у 2021 році він зазнав помірного зростання до 15,9 млн доларів США. І навпаки, імпорт кави зріс з 251,3 млн доларів США у 2020 році до 266,7 млн доларів США у 2021 році. Ці дані ілюструють зниження частки експорту кави з 0,03% у 2020 році до 0,02% у 2021 році, тоді як імпорт становив 0,46% від загального обсягу у 2020 році, дещо знизившись до 0,37% у 2021 році. Основною метою імпорту кави в зернах є задоволення внутрішнього споживчого попиту, що вказує на значну роль кави в споживчих звичках українців.[11]

Розкриваючи ширші наслідки такої динаміки імпорту й експорту, стає очевидним, що українська кавова індустрія тісно переплетена з глобальними ланцюжками поставок. Залежність від імпортової кави підкреслює взаємозв'язок внутрішнього споживання кави з міжнародними ринками, що відображає ширші тенденції глобалізації та лібералізації торгівлі.

Крім того, перевага споживання кави поза домом чи на робочому місці підкреслює еволюцію споживчої поведінки в Україні. Кав'ярні та кафе служать не лише постачальниками якісних напоїв, а й як соціальні центри, де люди збираються, щоб поспілкуватися, попрацювати чи просто відпочити. Цей зсув до споживання поза домом відображає зміну уподобань у способі життя та зростаючу важливість досвідченого споживання в сучасному суспільстві.[4]

Крім того, комерційний успіх кавової індустрії в Україні залежить від різних факторів, включаючи вподобання споживачів, економічні умови та динаміку конкуренції. Оскільки споживання кави продовжує зростати, викликане урбанізацією, зростанням наявних доходів і зміною культурних норм, у гравців ринку з'являється багато можливостей для впровадження інновацій і отримання прибутку від нових тенденцій.[14]

Паралельно кавова промисловість відіграє життєво важливу роль у підтримці економічного зростання та створення робочих місць в Україні. Від виробників кави та експортерів до бариста та власників кафе, галузь охоплює

різноманітні зацікавлені сторони, чії засоби до існування залежать від її подальшого процвітання. Таким чином, сприяння сприятливому діловому середовищу, сприяння підприємництву та інвестиції в розвиток навичок мають вирішальне значення для підтримки довгострокової життєздатності галузі.

Дивлячись уперед, майбутня траєкторія української кавової галузі залежить від її здатності адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, долати регуляторні виклики та використовувати технологічні досягнення. Заохочуючи співпрацю по всьому ланцюжку створення вартості, пропагуючи стійкі практики та розвиваючи культуру інновацій, Україна може позиціонувати себе як яскравий центр кавової культури та торгівлі в найближчі роки.

Щоб переглянути структуру експорту-імпорту кави дивимось таблицю 1.1

Таблиця 1.1

Структура експорту-імпорту кави в Україні в 2021–2022 рр.

Назва показника	Експорт							
	2021 р. млн. дол. США	2022 р. млн. дол. США	2022 р. у % до 2021 р.	у % до загальн ого обсягу	2021 р. млн. дол. США	2022 р. млн. дол. США	2022 р. у % до 2021 р.	у % до загальн ого обсягу
Усього	49191,8	68072,3	138,4	100,0	54336,1	72 843,1	134,1	100,0
Кава	15,0	15,9	105,9	0,0	251,3	266,7	106,1	0,4
Частка в %	0,03	0,02	-	-	0,46	0,37		

Джерело: Складено автором за (Державна служба статистики України, 2022) [21]

Розпочинаючи дослідження ринку кави, необхідно визнати повну залежність України від імпорту в цьому секторі через непридатність природно-кліматичних умов для вирощування кави (Зибарева та Воронюк). Складний процес виробництва кави, який охоплює вирощування, збір і переробку кавових зерен, чужий для України через її вимогливість до тропічного клімату. Отже,

українські виробники кави переважно займаються обсмажуванням, помелом, пакуванням та іншою подальшою діяльністю, пов'язаною з кавовими зернами.

У таблицях 1.2 та 1.3 представлено структуру експорту та імпорту кави з розмежуванням обсягів імпортованої та експортованої продукції протягом кожного кварталу 2021 року згідно з даними Державної служби статистики України (2022 рік). Аналіз динаміки експорту кави показує щоквартальну тенденцію до зростання: обсяги зросли з 3,2 млн доларів США в першому кварталі до 5,4 млн доларів США в четвертому кварталі. Ця висхідна траєкторія свідчить про те, що українські підприємства з виробництва кави активно прагнуть розширити свою зовнішню торгівлю та освоювати нові ринки на світовій кавовій арені. Однак початок російського вторгнення в Україну викликав побоювання серед кількох торгових партнерів, що призвело до нерішучості у проведенні фінансових операцій з українськими компаніями. Зокрема, деякі країни, які вважаються зонами високого ризику, ввели обмеження на виплати на українські рахунки.[22]

Розгорнувши цей аналіз, стає очевидним, що залежність України від імпорту кави підкреслює заплутаність її економічного ландшафту та взаємодію геополітичних факторів. Відсутність домашнього вирощування кави вимагає надійних міжнародних торгових мереж, щоб задовольнити попит споживачів і підтримувати кавову промисловість. Однак геополітична напруженість і конфлікти, такі як російське вторгнення в Україну, вносять невизначеність і порушують налагоджені торговельні відносини, створюючи значні проблеми для економічної стійкості та стабільності країни.

Крім того, динаміка розвитку світового ринку кави створює як можливості, так і виклики для українських виробників кави. З одного боку, зростання попиту на спеціальну каву та суміші для гурманів створює можливості для розширення ринку та диференціації продукції. Українські кавові підприємства можуть використати свій досвід у обсмажуванні та обробці, щоб задовольнити вподобання вибагливих споживачів і захопити нішеві сегменти ринку. З іншого

боку, загострення конкуренції з боку відомих країн-виробників кави та коливання світових цін на каву вимагають стратегічної адаптації та проактивних заходів з управління ризиками.

У світлі цих міркувань українські виробники кави повинні прийняти багатогранний підхід, щоб орієнтуватися в складнощах міжнародної торгівлі кавою. Це передбачає диверсифікацію напрямків експорту, налагодження стратегічних партнерських відносин із надійними торговими партнерами та підвищення можливостей доданої вартості, щоб диференціювати свою продукцію на світовому ринку. Крім того, зусилля щодо підвищення прозорості, відповідності міжнародним стандартам і практики сталого розвитку можуть зміцнити репутацію України як надійного постачальника високоякісної кавової продукції.

Окрім сфери торгівлі, кавова індустрія відіграє ключову роль у формуванні культурних норм, соціальних взаємодій і способу життя споживачів. Кав'ярні та кафе служать життєво важливими центрами взаємодії з громадою, інтелектуального дискурсу та творчого самовираження, сприяючи почуттю приналежності та товариських відносин серед відвідувачів. Таким чином, інвестиції в пов'язану з кавою інфраструктуру, освіту та рекламну діяльність можуть сприяти збагаченню культурної тканини України та поширенню цінності кави серед її населення.

Дивлячись у майбутнє, українська кавова індустрія перебуває на критичному етапі, готовому долати складнощі глобального ландшафту, що швидко розвивається, одночасно використовуючи свої сильні сторони та можливості. Заохочуючи інновації, стійкість і співпрацю, українські виробники кави можуть не тільки протистояти викликам, пов'язаним із геополітичною невизначеністю, але й стати ключовими гравцями в міжнародній торгівлі кавою, сприяючи економічному процвітанню та культурній життєздатності країни.

Таблиця. 1.2.

Структура експорту кави за кварталами 2022 року, млн дол. США

Назва показника	2022 р.	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Усього	68 072,3	13 698,5	16 212,3	18 295,6	19 865,9
Кава	15,9	3,2	3,5	3,9	5,4
Частка, %	0,2	0,2	0,2	0,02	0,02

Джерело: складено автором за (Державна служба статистики України, 2022)[21]

Надані дані представляють структуру експорту кави по кварталах у 2022 році, виміряну в мільйонах доларів (USD).

Загальний обсяг експорту демонструє значні коливання протягом кварталів, причому в першому кварталі було зафіксовано найвище значення (68 072,3 млн доларів США), а у другому кварталі – найнижче (13 698,5 млн доларів США). Ця варіація свідчить про сезонність або циклічність загальної експортної діяльності.

Експорт кави, з іншого боку, демонструє відносно незначні коливання порівняно із загальним експортом. Проте спостерігається помітне зростання з 1 по 4 квартал, причому в 4 кварталі зафіксовано найвищу вартість експорту кави (5,4 мільйона доларів США).

Незважаючи на збільшення абсолютної вартості експорту кави з 1 до 4 кварталу, частка експорту кави у відсотках від загального експорту суттєво зменшується, впавши з 0,2% у 1 кварталі до 0,02% у 4 кварталі. Це свідчить про те, що, незважаючи на те, що експорт кави зростає в абсолютному вираженні, він становить меншу частку від загального експортного кошика України з часом.

Аналіз цих тенденцій може дати розуміння ефективності та динаміки українського експорту кави. Збільшення експорту кави з I по IV квартал свідчить про позитивну динаміку обсягів торгівлі кавою. Однак зменшення частки експорту кави у відсотках від загального обсягу експорту викликає питання щодо диверсифікації експортного портфеля України та відносної важливості кави в ширшому експортному ландшафті.

Серед можливих факторів, що сприяють цим тенденціям, можуть бути зміни у світовому попиті на каву, зміни ринкових умов, коливання цін на каву, а

також коливання внутрішнього виробництва та ланцюжків постачання. Крім того, геополітичні чинники, торговельна політика та економічні умови як усередині країни, так і на міжнародному рівні також можуть впливати на експорт кави з України.

Щоб отримати всебічне розуміння динаміки, що обумовлює український експортний сектор кави, може знадобитися подальший аналіз, включаючи вивчення довгострокових тенденцій, порівняльний аналіз з іншими країнами-експортерами кави та розгляд якісних факторів, що впливають на галузь.

Таблиця. 1.3.

Структура імпорту кави за кварталами 2022 року, млн дол. США

Назва показника	2022 р.	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Усього	72 843,1	14 970,0	16 167,6	19 332,9	22 372,6
Кава	266,7	59,5	62,2	66,1	78,9
Частка, %	0,37	0,40	0,38	0,34	0,35

Джерело: Складено автором за (Державна служба статистики України, 2022) [21]

За останні роки кавова індустрія в Україні пережила значне зростання та розвиток. На українському ринку спостерігається стабільне зростання попиту на каву та супутні товари з поступовим насиченням. Поширення пропозиції кави було швидким, оскільки кава тепер доступна в різних торгових точках по всій країні.

Однак це зростання призвело до загострення конкуренції в кавовій промисловості, що позитивно вплинуло на якість продукції. Найгостріша конкуренція спостерігається в нижньому сегменті ринку кави, що охоплює як напої, так і зерна.

За даними «Pro Consulting», Україна виділяється серед європейських країн високими темпами зростання споживання натуральної кави в зернах. В середньому українці споживають приблизно 3 кілограми меленої кави на рік. Схеми споживання різняться: майже половина споживачів насолоджується кавою щомісяця, а близько третини – кожні 2-3 тижні. Менша частка, приблизно

одна десята, вживає каву раз на 2 місяці, а 9% – щотижня. Лише 2% українців вживають каву частіше, щодня чи кілька разів на тиждень.

Серед українців значною популярністю користуються такі відомі світові бренди, як Jacobs, Lavazza, Coffee from Lviv. Ці бренди приваблюють споживачів за допомогою інноваційних стратегій, включаючи злиття або поглинання, спрямовані на використання ключових переваг, таких як масштабні дослідження та розробки, потужні дистрибуторські мережі та впровадження нових продуктів для диверсифікації свого портфолію та виходу на ринки, що розвиваються. Відомі бренди зберігають свою конкурентоспроможність, постійно розвиваючись і адаптуючись до ринкових тенденцій, забезпечуючи свою популярність серед провідних виробників. [22]

Таблиця 1.4

Порівняння типів кав'ярень в Україні

Тип закладу	Переваги	Недоліки	Додаткові міркування
Стаціонарна кав'ярня	* Якісна продукція* * Широкий асортимент продукції* * Робота з перевіреними і трендовими постачальниками кави* * Наявність професійного обладнання* * Можливість виконання великих партій замовлень* * Наявність широкої клієнтської бази* * Можливість обслуговування понад 5-ти клієнтів одночасно	* Великий поріг окупності* * Потреба в проведенні тренінгів для співробітників* * Потреба в технічній підтримці обладнання	* Стаціонарна кав'ярня підходить для густонаселених місць з високою прохідністю. * Вимагає значних інвестицій на початковому етапі. * Може мати високу рентабельність при правильному управлінні.
Пересувна кав'ярня	* Якісна продукція* * Можливість роботи в "зручному" для ряду	* Вузький асортимент продукції* *	* Пересувна кав'ярня підходить для мобільних

	клієнтів місці* * Мінімальний поріг окупності	Неможливість апгрейда* * Однчасне обслуговування не більше одного клієнта	заходів, фестивалів, парків. * Не потребує значних інвестицій на початковому етапі. * Має сезонний характер роботи.
--	---	--	--

Джерело: Складено автором

У період з 2018 по 2019 рік спостерігався помітний сплеск споживання кави; однак ця тенденція пішла на спад у 2020 році, зазнавши зменшення на 4,6 тис. тонн порівняно з попереднім роком (Pro-Consulting, 2021). Зменшення споживання кави, пов'язане з пандемією COVID-19, стало наслідком обмеження поставок імпорту. У 2021 році споживання кави в Україні становило приблизно 3,97% світового споживання, що дорівнювало приблизно 6,57 мільйонам мішків («Вплив російської війни в Україні», н.д.). [23]

Кафе перетворилися на заклади, де приготування кави вийшло на новий рівень, пропонуючи індивідуальний досвід кожному гостю. Вони стали невід'ємною частиною індустрії гостинності. Сучасні кав'ярні мають різноманітні формати, сприяючи просуванню ідентичності нації. Кафе з виносом і кондитерські набули популярності серед споживачів.

Перевірка структури різних типів підприємств свідчить про значне зростання у 2019 році з наступним скороченням у 2020 році. Зменшення обсягу ринку можна пояснити впровадженням карантинних заходів, спрямованих на боротьбу з поширенням вірусу COVID-19. Однак це вважається тимчасовою невдачею, і як тільки ситуація покращиться, очікується, що кавова індустрія відновить свою траєкторію зростання. [26]

Огляд відповідних джерел («Вплив російської війни в Україні», н.д.; Pro-Consulting, 2022) висвітлює певні тенденції поточного стану кавової індустрії. З початком російсько-українського конфлікту значна кількість власників кавового бізнесу перемістили своє виробництво в Західну Україну.

Порушення морського транспорту в Чорному морі призвело до імпорту кавових зерен з 51 країни, значна частина яких була реімпортована. Основними країнами-постачальниками стали Польща та Італія, на які припадає 18% та 16% імпорту відповідно. Наземні транспортні коридори сприяли 40% обсягу споживання кави. Крім того, на рік припинено експорт до Білорусі, Республіки Молдова, Російської Федерації, Грузії та Німеччини на суму 0,2 млн дол.

Згідно з даними Держстату, роздрібний товарообіг кави у 2021 році становив 7,88 млрд грн, зменшившись у 2022 році на 160,3 млн доларів США. Найбільше постраждали від руйнування ресторани, кавові автомати та роздрібна торгівля. установами були Донецьк, Київ, Одеса, Харків, Херсон, Чернігів. Результати досліджень у споживчому секторі свідчать про значний потенціал для розвитку кавової індустрії в Києві. [16]

За даними «Pro-Consulting» (2022), приготування та споживання кави вдома становить найбільшу частку загального споживання кави – 54%, за нею йдуть кав'ярні – 26%, споживання в офісах та інших місцях – 16% та 4%, відповідно. У 2021 році експорт кавових зерен з Києва склав 1,4 млн доларів, що становить 0,01% частки. Натомість імпорт кави становив 12,4 млн доларів, частка – 0,4%. Це підкреслює помітну перевагу в імпорті кавових зерен до Києва.

1.3 Особливості стратегічного планування роботи кав'ярні в Україні

Перш ніж заглиблюватися в аналіз майбутніх перспектив ринку кави в Україні, доцільно розглянути висновки маркетологів та експертів галузі, які уважно стежать за щоденними коливаннями в кавовому секторі. Їхні спостереження проливають світло на швидкі трансформації, що відбуваються на українському ринку кави, і пропонують зрозуміти, що розвивається культура споживання кави в регіоні. [12]

Важливим чинником зростання споживання кави як у світі, так і в Україні є швидке розширення кавових HoReCa (готелів, ресторанів і кафе). Це

розширення породило концепцію свіжозвареної кави, яка наголошує на негайному приготуванні та споживанні свіжозвареної кавових зерен. Ця зміна привернула увагу все більшої кількості людей, змінивши їхнє уявлення про якість кави та створивши особливу привабливість навколо напою — цілого окремого царства, ідеально узгодженого з сучасним стилем життя.

Україна стоїть на перетині європейських та азіатських кавових трендів. У той час як Західна Україна може похвалитися добре сформованою кавовою культурою, інші регіони історично віддають перевагу чаю. Різноманітні чинники, включаючи триваючі військові дії, вартість оренди, ціни на електроенергію та воду, а також переваги потенційних відвідувачів ресторану, справляють значний вплив на траєкторію розвитку кавової індустрії.

При детальному дослідженні стану ринку кави виявляються певні помітні тенденції:

- Післявоєнне зростання ринку: очікуване зростання ринку та насичення після конфлікту вимагають відновлення інфраструктури та розвитку ресторанних ферм у східній Україні.
- Попит на якість: споживачі все більш розбірливі у своїх кавових уподобаннях, що призводить до виправданого підвищення цін у всіх категоріях, особливо на свіжу каву, яка вимагає вищих цін за одиницю.
- Перевага натуральним продуктам: значна частина споживачів віддає перевагу високоякісній натуральній каві замість синтетичних альтернатив.
- Посилення конкуренції: очікується, що зі збільшенням кількості кав'ярень конкуренція на ринку посилиться.
- Зростаюча екологічна обізнаність: екологічний вимір кавової промисловості набуває все більшого значення, спонукаючи до впровадження екологічно стійких практик.
- Розширення кількості установок кавових машин: існує нагальна потреба збільшити кількість кавових машин у торгових центрах, щоб задовольнити попит споживачів.

У світлі цих тенденцій та унікальної динаміки українського ринку кави можна виділити кілька стратегічних пріоритетів для кав'ярень:

- Пряме постачання: встановлення тісніших зв'язків із країнами-виробниками кави та зменшення залежності від імпорту з європейських країн може сприяти постачанню високоякісних продуктів за конкурентними цінами.
- Збільшення внутрішнього виробництва: збільшення внутрішнього виробництва кави разом із імпортом світових брендів може задовольнити зростаючий попит і збільшити можливості експорту.
- Освітні ініціативи: проведення інформаційних заходів і заходів з дегустацією може підвищити обізнаність споживачів і стимулювати продажі.
- Культурна популяризація: популяризація кавової культури серед молоді, яка є основною цільовою аудиторією, має важливе значення для довгострокового зростання ринку.
- Стратегії розширення: Розширення мережі кав'ярень і роздрібних торгових точок, що пропонують різноманітні кавові продукти, включаючи напої та фасовану каву, може задіяти різноманітні споживчі вподобання.
- Підтримка приватних кав'ярень: сприяння зростанню незалежних кав'ярень не лише забезпечує унікальний досвід, але й підтримує місцевих ентузіастів кави, пропонуючи можливість придбати їхні улюблені кавові зерна.[31]

Ці стратегічні ініціативи, якщо їх продумано впроваджувати, можуть забезпечити кав'ярні в Україні стійкий успіх серед мінливих уподобань споживачів і динаміки ринку.

Крім того, існує кілька перспективних напрямків для розвитку ринку кави в Україні:

Покращене поширення інформації: Підвищення обізнаності про каву та різні форми її споживання, включаючи зерна та мелену каву, є ключовим. Поширюючи інформацію про продукт та його переваги, можна позитивно вплинути на продажі. Багато брендів мають на своїх веб-сайтах спеціальні розділи з рецептами кави, а виробники кави часто спонсорують заходи.

Рекомендується використовувати ці платформи для просування продуктів і виховання культури споживання кави.[20]

Триває зростання попиту: Траєкторія споживання кави має тенденцію до зростання як у всьому світі, так і в Україні. Виробники та статистичні дані підтверджують, що рівень споживання кави в країні готовий до подальшого зростання.

Зростання витрат на сировину: останніми роками спостерігалось різке зростання попиту на каву серед екологічних криз, що призвело до зниження рівня виробництва. Цей сплеск попиту в поєднанні з обмеженнями пропозиції призводить до неминучого зростання цін на кінцеву продукцію. Без інноваційних технологічних втручань для розширення географічного масштабу вирощування кавових зерен ця тенденція ескалації цін, швидше за все, збережеться.

Таким чином, перспективи ринку кави та розвитку кав'ярень в Україні виглядають надзвичайно багатообіцяючими та містять значний потенціал для зростання. Збільшення кількості підприємств, які займаються виробництвом кави, свідчить про загострення конкуренції між українськими та іноземними виробниками. Незважаючи на економічні кризи та складні часи для України, витрати на каву залишаються пріоритетними серед споживачів.

Розширюючи поняття покращеного розповсюдження інформації, необхідно визнати трансформаційну силу знань у формуванні поведінки споживачів. Озброївши споживачів вичерпною інформацією про каву — її походження, сорти, способи приготування та користь для здоров'я — бренди можуть налагодити глибші зв'язки зі своєю цільовою аудиторією та підвищити лояльність. Крім того, використання цифрових платформ, таких як веб-сайти та канали соціальних мереж, дозволяє брендам взаємодіяти зі споживачами значущими способами, пропонуючи освітній контент, організовуючи віртуальні заходи та демонструючи універсальність кави в різних кулінарних творах.

У тандемі з цим, використання зростаючого попиту на каву представляє вигідну можливість для зацікавлених сторін на українському ринку. Зі зміною

стилю життя та прискоренням урбанізації культура кави набуває все більшого значення, а споживання кави стає невід'ємною частиною повсякденного життя багатьох українців. Цей культурний зсув ще більше підживлюється поширенням кав'ярень, спеціалізованих кафе та кустарних жаровень, які пропонують споживачам широкий вибір та досвід.

Однак на тлі цієї траєкторії зростання важливо вирішити проблеми, пов'язані зі зростанням вартості сировини. Глобальний ланцюжок поставок кави чутливий до різних екологічних і соціально-економічних факторів, включаючи зміну клімату, політичну нестабільність у регіонах виробництва кави та брак робочої сили. Ці фактори, у поєднанні зі збільшенням споживчого попиту, чинять висхідний тиск на ціни на кавові зерна, тим самим впливаючи на прибутковість кавового бізнесу та потенційно скорочуючи норми прибутку.

Щоб подолати ці виклики та стабільно використовувати можливості зростання українського ринку кави, стратегічне передбачення та інновації є вкрай необхідними. Одним із потенційних шляхів пом'якшення впливу зростання вартості сировини є інвестиції в методи сталого ведення сільського господарства та агротехнічні рішення. Підвищуючи продуктивність, оптимізуючи використання ресурсів і сприяючи біорізноманіттю на кавових фермах, зацікавлені сторони можуть підвищити стійкість до збоїв у ланцюзі поставок і зробити внесок у довгострокову стійкість кавової галузі. [30]

Крім того, сприяння співпраці та обміну знаннями між зацікавленими сторонами галузі, включаючи виробників кави, обсмажувачів, роздрібних продавців і політиків, може сприяти розробці цілісних рішень для вирішення спільних проблем. Цей спільний підхід може охоплювати такі ініціативи, як спільні дослідницькі та дослідницькі проекти, програми нарощування потенціалу для виробників кави та пропагандистські зусилля для просування практики чесної торгівлі та охорони навколишнього середовища у всьому ланцюжку постачання кави.

Висновки за розділом 1

Комплексне дослідження українського ринку кави розкриває ландшафт, багатий потенціалом, але складно переплетений із викликами та можливостями. По суті, експоненційна траєкторія зростання споживання кави підкреслює її невід’ємну роль в українській культурі та повсякденному житті. Цей культурний зсув у бік кави як способу життя відображає ширші глобальні тенденції, викликані появою кавових закладів HoReCa та привабливістю свіжозвареної кави кустарного виробництва.

Однак ця багатообіцяюча перспектива супроводжується невидимою ескалацією витрат на сировину, спричиненою збігом факторів, включаючи підвищений глобальний попит і екологічні кризи, що впливають на виробництво кави. Ціновий тиск, що виникає внаслідок цього, створює значні проблеми для гравців ринку, що вимагає інноваційних рішень і стратегічних втручань для збереження прибутковості та стійкості.

У навігації в цьому складному ландшафті керівним принципом стає стратегічне передбачення, підкріплене прагненням до інновацій, співпраці та сталого розвитку. Запровадження цифрової трансформації, диверсифікація стратегій постачання та розвиток культури корпоративної соціальної відповідальності є ключовими запоруками в пошуках довгострокового успіху та стійкості.

Крім того, імператив навчання та залучення споживачів підкреслює трансформаційну силу знань у формуванні споживчої поведінки та зміцненні лояльності до бренду. Використовуючи цифрові платформи та експериментальні маркетингові ініціативи, кавові підприємства можуть налагоджувати глибші

зв'язки зі споживачами, стимулюючи попит і лояльність у конкурентному ринковому середовищі.

Зрештою, конвергенція цих ідей підкреслює трансформаційний потенціал українського ринку кави. Озброєні стратегічним передбаченням, інноваціями та відданістю сталому розвитку, зацікавлені сторони готові відкрити нові шляхи зростання, диференціації та створення цінності, забезпечуючи постійну життєдіяльність та стійкість української кавової галузі в найближчі роки.

РОЗДІЛ 2. Аналіз економічної діяльності та стратегії розвитку кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

2.1 Організаційно-економічна характеристика діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters» та дослідження стратегії її розвитку

Buck Coffee Roasters, що на вул. Костянтинівській, 20/14 у Києві вже 6 років на ринку.

Розташована в самому серці Подолу, неподалік від популярного кінотеатру «Жовтень», Buck Coffee Roasters вирізняється сучасним інтер'єром у стилі лофт із високими столами, цегляними стінами та стильним декором. Ця естетика подобається молодим клієнтам, створюючи затишну атмосферу, доповнену теплими бежевими тонами та соковитими зеленими рослинами.

У меню кав'ярні представлений широкий вибір кавових напоїв, приготованих із власноруч обсмажених зерен. Саме різноманіттям кавового зерна ця кавярня і вражає своїх гостей. Адже різна кава смакує по своєму. Тут кожен зможе знайти собі напій до душі

Buck Coffee Roasters вже доволі довго знаходиться на ринку, і вона вже привернула увагу своїм інноваційним підходом до ціноутворення та відданістю якісній каві та атмосфері. Маючи намір взяти участь у фестивалі кави Kyiv Coffee Festival на Арт-заводі Платформа в жовтні, кав'ярня планує продовжити демонстрацію своїх пропозицій, обіцяючи відвідувачам фестивалю унікальні напої, такі як в'єтнамський дріппер, кортадо, блю латте та карамельний попкорн латте. Тим часом відвідувачі можуть насолоджуватися звичними зручностями затишного розташування Buck Coffee Roasters на Подолі, що робить його обов'язковим місцем для відвідування як любителами кави, так і любителами десертів.

Рис 2.1 Меню Buck Coffee Roasters

Організаційну структуру управління кав'ярні представлено на рис. 2.

Рис. 2. Організаційна структура кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

Як виглядає готовий товар: Кав'ярня – це заклад, де завжди на першому місці висока якість продукту й розвиток самої культури споживання кави. Орендоване приміщення, відкриття після відповідних ремонтних робіт. Сучасний інтер'єр; привітне обслуговування; широкий асортимент якісної продукції; зручне місцерозташування;

Переваги:

1. Всі елементи витримані в єдиному стилі лофт. У меню закладу плануються,

окрім стандартних напоїв з кави, також унікальні та вишукані поєднання кави з різноманітними інгредієнтами, десерти та випічка, швидкі корисні перекуси.

2. Уважний і ввічливий персонал - запорука лояльності клієнтів.

3. Багато студентів, віддалених працівників, представників творчих професій приходять у кафе, щоб працювати. Наявність безкоштовного доступу до інтернету «підтримує» такого відвідувача мінімум на кілька годин.

4. Організація музичних шоу, поетичних вечорів, «жива» музика;

5. Цікаві знижки: Три варіанти акційних пропозицій – 10% знижки тим, хто приходить зі своїм посудом. Продаж бренданих чашок, з якими клієнти зможуть потім приходити в кав'ярню і отримувати знижки та оформлення дисконтної карти.

6. Навчання персоналу: співробітники повинні досконало розумітися в нюансах кожного виду напою, які пропонуються в кав'ярні. Тому забезпечене проведення дегустацій і навчальних заходів.

7. Участь у благодійних акціях.

Чому має право на існування: Кав'ярня в наш час — це не тільки про каву: це місце, де можна зустрітися з друзями, провести гарно час у затишному оточенні. Саме за допомогою інтер'єру й дизайну кав'ярні можна створити ту

атмосферу тепла й затишку, за якою хочеться повертатися. Насамперед, це забезпечення високої якості напоїв, обслуговування на високому рівні, створення неповторної цікавої атмосфери.

Таблиця 2.1

Опис товару	
Ширина асортименту	Глибина асортименту
Класична кава; Вагова кава; Фірмова продукція;	«Еспресо», «Ристретто», «Доппіо», «Романо», «Лунго», «Американо», «Лате», «Капучино», «Макіато», «Мокко», «Флет вайт», «Кава повіденськи», «Матча Лате».
Сезонні напої	Апельсиновий Фреш, Гарбузовий Лате, Айс-Лате, Еспресо Тонік, Лимонад;
Авторські напої	Капучино крем-брюле з карамелізованою скоринкою та апельсиновою цедрою; Фруктовий чай (апельсин, маракуйя, м'ята).
Чай	«Чорний класичний чай», «Зелений класичний чай», «Фруктові чаї» (суміші), «Трав'яні чаї» (суміші), «Каркаде», «Матча», «Пуер», «Ройбуш», «Улун».
Десерти	Чізкейк, зефір, трайфли, торти «Наполеон», «Медовик» «Ферерро», «Три молока», «Полуничний поцілунок», «Бейліс».
Солодка випічка	Макарони, еклери, мафіни, круасани з солодким наповнювачем.
Солона випічка	Солона випічка: круасани, паніні, сендвічі, чабатта. шпіцбургер.

Унікальна торгова пропозиція: Приймаються будь-які рекомендації та побажання споживачів. Внесення в меню бажаних змін, тобто «Зробіть свій напій індивідуальним, за власним смаком». Гість нашого закладу сам обирає та корегує процес приготування напою, якщо це вийшло оригінально та смачно – знижка 5%.

Слоган: «А давай просто вип'ємо кави».

2.2 Аналіз ефективності діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

Для забезпечення діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters» необхідним є забезпечення відповідними ресурсами: технічними, матеріальними, кадровими.

Мова йде про кав'ярню з посадкою 50м².

Кав'ярня продає випічку, десерти, купуючи продукцію у постачальників, тобто без власного приготування. Перше, що потрібно облаштувати – робоча зона, в розрахунках середня вартість обладнання з хорошою виробничою здатністю. По меблям і посуду загальний розрахунок на 7 столиків.

Інформація про необхідні технічні ресурси наведена у табл. 2.2

Таблиця 2.2

Необхідні технічні ресурси кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

<i>Робоче обладнання</i>	<i>К-сть</i>	<i>Ціна за од., (грн)</i>	<i>Вартість (грн)</i>
Кавова машина	1	43 000	43 000
Крапельна кавоварка	1	15 000	15 000
Кавомолка	1	12 500	12 500
Фільтр для води	1	30 000	30 000
Соковижималка	1	5 000	5 000
Міксер	1	2 900	2 900
Мікрохвильова піч	1	4 800	4 800
Вітрини для десертів, випічки солодкої та солоної	2	21 000	42 000
Стелажі	2	3 000	6 000
Обробні поверхні	3	300	900
Миюче обладнання	1	5 000	5 000
Холодильні камери	2	20 000	40 000
Барна стійка	1	20 000	20 000

Посуд (великий і дрібний)	100	110	11 000
Касове обладнання	1	20 000	20 000
<i>Обладнання для залу</i>	<i>К-сть</i>	<i>Ціна за од., (грн)</i>	<i>Вартість (грн)</i>
Столи	7	3 500	24 500
Стільці	18	1 300	23 400
Дивани	2	4 900	9 800
Полички для зберігання речей, одягу	10	400	4 000
Декор для зали	-	-	20 000
Ремонт, дизайн приміщення	-	-	68 000
Разом: 407 800 грн			

Окрім розрахунків, для здійснення діяльності закладу необхідними є матеріальні ресурси (витратні матеріали):

- продукція;
- обладнання;
- обслуговування.

Для реалізації проекту створення кавового закладу на початковому етапі передбачається залучити 7 осіб: адміністратор – 1, бухгалтер – 1, офіціант -, бариста – 3, технічний персонал – 2.

Процес надання послуг закладу передбачає:

- привітання з клієнтами;
- привітне обслуговування;
- ознайомлення з меню;
- надати рекомендацію, інформацію за бажанням клієнта;
- виконати замовлення клієнтів;
- приготування кави, чаю, замовлення загалом;
- подання готового замовлення;
- розрахунок клієнтів з закладом харчування; - відгуки від клієнтів.

Щоб переглянути фінансову звітність Buck Coffee Roasters за 2022 рік можна переглянути таблицю 2.3

Таблиця 2.3

Фінансова звітність мікропідприємства за 2022 рік

Стаття	Код	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
Активи			
I. Необоротні активи			
Основні засоби:			
* Первісна вартість	1010	54.80	62.20
* Знос	1011	409.40	424.30
* Чистий залишок	1012	354.60	362.10
Інші необоротні активи	109	0.00	0.00
Усього за розділом I		554.80	62.20
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	415.00	2336.10
Поточна дебіторська заборгованість	115	226.70	364.00
Гроші та їх еквіваленти	116	53.20	65.60
Інші оборотні активи	119	106.80	89.50
Усього за розділом II		1779.70	2855.20
Баланс		1834.50	2917.40
Пасиви			
I. Капітал та зобов'язання			
Капітал	1400	340.00	340.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1351.10	2532.60
Неоплачений капітал	1425	0.00	0.00
Усього за розділом I		1691.10	2872.60
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	0.00
Поточна кредиторська заборгованість:			
* За товари, роботи, послуги	1615	106.90	143.40
* Розрахунками з бюджетом	1620	36.50	44.80
* Розрахунками зі страхування	1625	0.00	0.00

* Розрахунками з оплати праці	1630	0.00	0.00
* Інші	1690	0.00	0.00
Усього за розділом III		143.40	188.20
Баланс		1834.50	2917.40

Джерело: складено автором

Основні засоби:

Первісна вартість: 54,80 на початок звітнього року та 62,20 на кінець.

Амортизація: 409,40 на початок звітнього року та 424,30 на кінець.

Чистий баланс: 354,60 на початок звітнього року та 362,10 на кінець.

Інші необоротні активи: 0,00 як на початок, так і на кінець звітнього періоду.

Всього необоротних активів:

На початок звітнього року: 554,80

На кінець звітнього періоду: 62,20

II. Оборотні активи:

Запаси: 415,00 на початок звітнього року та 2336,10 на кінець.

Поточна дебіторська заборгованість: 226,70 на початок звітнього року та 364,00 на кінець.

Гроші та їх еквіваленти: 53,20 на початок звітнього року та 65,60 на кінець.

Інші оборотні активи: 106,80 на початок звітнього року та 89,50 на кінець.

На початок звітнього року: 1779,70

На кінець звітнього періоду: 2855,20

Баланс (Загальна сума активів):

На початок звітнього року: 1834,50 грн

На кінець звітнього періоду: 2917,40

Зобов'язання та капітал:

I. Капітал і зобов'язання:

Капітал: 340,00 як на початок, так і на кінець звітнього періоду.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток): 1351,10 на початок звітнього року та 2532,60 на кінець.

Неоплачений капітал: 0,00 як на початок, так і на кінець звітнього періоду.

Загальний капітал і зобов'язання:

На початок звітного року: 1691.10

На кінець звітного періоду: 2872,60

II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення:

0,00 як на початок, так і на кінець звітного періоду.

III. Поточні зобов'язання:

Короткострокові кредити банків: 0,00 як на початок, так і на кінець звітного періоду.

Поточна кредиторська заборгованість:

За товари, роботи, послуги: 106,90 на початок звітного року та 143,40 на кінець.

Розрахунки з бюджетом: 36,50 на початок звітного року та 44,80 на кінець.

Страхові розрахунки: 0,00 як на початок, так і на кінець звітного періоду.

Нарахування заробітної плати: 0,00 як на початок, так і на кінець звітного періоду.

Інші: 0,00 на початок та кінець звітного періоду.

Всього поточних зобов'язань:

На початок звітного року: 143,40

На кінець звітного періоду: 188,20

Баланс (загальна сума зобов'язань і капітал):

На початок звітного року: 1834,50 грн

На кінець звітного періоду: 2917,40

Цей аналіз представляє фінансовий стан Buck Coffee Roasters на 2022 рік без зазначення валюти.

Щоб переглянути фінансову звітність Buck Coffee Roasters за 2023 рік можна переглянути таблицю 2.4

Таблиця 2.4

Фінансова звітність мікропідприємства за 2023 рік

Стаття	Код	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн	Зміна, тис. грн

Активи				
I. Необоротні активи				
Основні засоби:				
* Первісна вартість	1010	54.80	62.20	7.40
* Знос	1011	409.40	424.30	14.90
* Чистий залишок	1012	354.60	362.10	7.50
Інші необоротні активи	109	0.00	0.00	0.00
Усього за розділом I		554.80	62.20	6.40
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	415.00	2336.10	1921.10
Поточна дебіторська заборгованість	115	226.70	364.00	137.30
Гроші та їх еквіваленти	116	53.20	65.60	12.40
Інші оборотні активи	119	106.80	89.50	-17.30
Усього за розділом II		1779.70	2855.20	1075.50
Баланс		1834.50	2917.40	832.90
Пасиви				
I. Капітал та зобов'язання				
Капітал	1400	340.00	340.00	0.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1351.10	2532.60	1181.50
Неоплачений капітал	1425	0.00	0.00	0.00
Усього за розділом I		1691.10	2872.60	1181.50
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159	0.00	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	0.00	0.00
Поточна кредиторська заборгованість:				
* За товари, роботи, послуги	1615	106.90	143.90	37.00
* Розрахунками з бюджетом	1620	36.50	58.60	22.10
* Розрахунками зі страхування	1625	0.00	0.00	0.00
* Розрахунками з оплати праці	1630	0.00	0.00	0.00
* Інші	1690	0.00	2.90	2

Давайте проаналізуємо дані, надані для фінансових звітів Buck Coffee Roasters за 2022 та 2023 роки:

Активи:

I. Необоротні активи:

Основні засоби:

Початкова вартість:

2022: 554,80

2023: 62,20

Амортизація:

2022: 409,40

2023: 424,30

Чистий баланс:

2022 рік: 354,60

2023: 362,10

Інші необоротні активи:

2022 рік: 0,00

2023 рік: 0,00

II. Оборотні активи:

резерви:

2022 рік: 415,00

2023: 2336,10

Поточна дебіторська заборгованість:

2022 рік: 226,70

2023 рік: 364,00

Гроші та їх еквіваленти:

2022: 53,20

2023: 65,60

Інші оборотні активи:

2022: 106,80

2023 рік: 89,50

Баланс:

2022: 1834,50

2023: 2917,40

Зобов'язання та капітал:

I. Капітал і зобов'язання:

капітал:

2022 рік: 340,00

2023 рік: 340,00

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток):

2022: 1351,10

2023: 2532,60

Неоплачений капітал:

2022 рік: 0,00

2023 рік: 0,00

III. Поточні зобов'язання:

Короткострокові банківські кредити:

2022 рік: 0,00

2023 рік: 0,00

Поточна кредиторська заборгованість:

За товари, роботи, послуги:

2022: 106,90

2023: 143,90

Розрахунки з бюджетом:

2022 рік: 36,50

2023: 58,60

інші:

2022 рік: 0,00

2023 рік: 2,90

Аналіз:

Загальні активи значно зросли з 1834,50 у 2022 році до 2917,40 у 2023 році.

Це збільшення активів головним чином пов'язане зі значним зростанням резервів, поточної дебіторської заборгованості, грошей та їх еквівалентів.

Необоротні активи помітно зменшилися, особливо в основних фондах, що вказує на перехід до більш ліквідних активів.

Нерозподілений прибуток суттєво збільшився, що свідчить про підвищення прибутковості або краще управління збитками.

Відчутно зросли поточні зобов'язання, зокрема кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, а також розрахунки з бюджетом.

Загалом фінансовий стан Buck Coffee Roasters, схоже, покращився з 2022 по 2023 роки завдяки збільшенню активів і нерозподіленого прибутку.

2.3 Діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

Таблиця 2.5

SWOT – аналіз закладу «Buck Coffee Roasters»:

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
<ul style="list-style-type: none"> -Розташування кав'ярні у великому місті; -Постійне прагнення підвищувати якість підготовки персоналу, таким чином підвищувати якість приготування напоїв та обслуговування; -Ефективна робота кожного співробітника; -Якість продукції; -Розумна цінова політика; -Вигідні умови аренди; -Гарні відносини з постачальниками; -Стильний, сучасний інтер'єр; 	<ul style="list-style-type: none"> -Нестабільні об'єми реалізації (влітку – зменшується кількість відвідувачів; взимку – найбільший потік відвідувачів; восени та весною – простежується тенденція залежності від погоди); -Відсутність унікальних пропозицій; -Відсутність репутації; -Відсутність активної рекламної діяльності; -Розширення асортименту обмежується площею кав'ярні; -Залежність від відносин з постачальниками;

МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
<ul style="list-style-type: none"> -Заміна певних позицій залежно від сезону; -Надання додаткових послуг (замовлення за телефоном, замовлення столу електронною поштою чи за телефоном); - Можливість залучення інвестицій; - Наявність перспективних ідей та їх втілення для максимізації прибутку; - Премії за напрацювання наднормових годин, премії найкращим бариста за високі показники продаж, заохочення наставників стажистів; 	<ul style="list-style-type: none"> -Посилення конкурентної боротьби; -Зміна смаків та потреб відвідувачів; -Негативний вплив інфляції; - Несприятливі зміни в податковій політиці; -Некомунікабельний офіціант є безпосереднім чинником низького рівня середнього чеку; -Скорочення доходів, збитки;

Ринкова конкуренція: галузь кав'ярень може бути висококонкурентною, особливо в містах. Існує ризик того, що відомі мережі кав'ярень або інші місцеві конкуренти можуть уже мати сильну присутність, через що буде складно залучити та утримати клієнтів.

Зміна уподобань споживачів: уподобання споживачів можуть змінюватися з часом. Те, що популярне сьогодні, може не мати попиту в майбутньому. Існує ризик того, що ваші пропозиції кави можуть не відповідати тенденціям, що розвиваються, що призведе до зниження інтересу клієнтів.

Економічні фактори: економічні спади або коливання можуть вплинути на споживчі витрати. Якщо економіка зазнає удару, люди можуть скоротити власні витрати, що може вплинути на продажі та прибутковість кав'ярні.

Розташування: вибір місця має вирішальне значення. Невдало вибране місце з недостатнім рухом людей або видимістю може перешкодити успіху кав'ярні. Важливо провести ретельне дослідження ринку, щоб вибрати найкраще місце розташування.

Збої в ланцюзі поставок: кава є товаром, і збої в ланцюжку поставок або коливання цін можуть вплинути на вартість кавових зерен. Це може безпосередньо вплинути на прибутковість кав'ярні.

Правила охорони здоров'я та безпеки: дотримання правил охорони здоров'я та безпеки має першорядне значення у харчовій промисловості та

виробництві напоїв. Недотримання вимог може призвести до штрафів, закриття або шкоди репутації компанії.

Персонал і навчання. Наймання та утримання кваліфікованого та надійного персоналу може бути проблемою. Плинність кадрів і неналежне навчання можуть вплинути на якість обслуговування та задоволеність клієнтів.

Сезонність: у кав'ярнях можуть бути сезонні коливання в бізнесі. Залежно від місця розташування, у певну пору року може бути затишшя в потоці клієнтів.

Гарантії:

Маржа прибутку: надані дані свідчать про високу норму прибутку 620%. Це вказує на те, що існує значний потенціал прибутку в кожній проданій чашці кави, якщо витрати залишаються стабільними.

Культурна відповідність: Проект базується на культурній актуальності споживання кави в Україні. Це забезпечує певний рівень впевненості в тому, що на ринку існує попит на каву

Експертиза власника: Власник, Соломка Вікторія Вікторівна, може привнести свій досвід і пристрасть до справи, потенційно підвищуючи шанси на успіх.

ПДВ: включення податку на додану вартість (ПДВ) у структуру ціноутворення може забезпечити певну фінансову стабільність, оскільки дозволяє відшкодувати податки та допомагає покривати державні зобов'язання.

Товариство з обмеженою відповідальністю: Вибір створення товариства з обмеженою відповідальністю забезпечує певний рівень захисту особистої відповідальності для власника. Це означає, що особисті активи власника, як правило, захищені від ділових зобов'язань.

Аналіз беззбитковості: аналіз беззбитковості є корисним інструментом для оцінки того, коли очікується, що бізнес почне отримувати прибуток. Це чітка ціль, до якої потрібно працювати.

Важливо зазначити, що хоча існують гарантії та потенційні засоби пом'якшення ризиків, жодна комерційна діяльність не є повністю безризиковою.

Успіх в індустрії кав'ярень вимагатиме ретельного планування, дослідження ринку, ефективного менеджменту та вміння адаптуватися до мінливих умов. Розробка детального бізнес-плану та фінансових прогнозів може допомогти впоратися з цими ризиками та збільшити шанси на успіх.

Висновки за розділом 2

На підставі аналізу фінансових даних Buck Coffee Roasters можна зробити наступні висновки щодо організаційно-економічних характеристик діяльності та стратегії розвитку:

Значне збільшення загальних активів з 2022 по 2023 рік свідчить про позитивне зростання та фінансовий стан Buck Coffee Roasters. Це зростання в основному зумовлене значним збільшенням резервів, дебіторської заборгованості та ліквідних активів. Це свідчить про ефективне управління ресурсами та потенційне підвищення доходів або інвестицій у бізнес.

При зменшенні необоротних активів, зокрема основних засобів, помітне зростання оборотних активів. Цей зсув передбачає стратегічний перерозподіл ресурсів у бік більш ліквідних активів, можливо, для підвищення операційної гнучкості або використання короткострокових можливостей.

Значне зростання нерозподіленого прибутку відображає підвищення прибутковості або успішне пом'якшення збитків Buck Coffee Roasters. Це вказує на ефективні управлінські рішення або операційні вдосконалення, які позитивно вплинули на кінцевий результат.

Збільшення поточних зобов'язань, зокрема кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, а також бюджетних розрахунків свідчить про розширення операційної діяльності або інвестиції, які потребують додаткового короткострокового фінансування. Хоча це може свідчити про зростання, це також підкреслює важливість ефективного управління зобов'язаннями, щоб уникнути фінансової напруги.

Загалом фінансові дані вказують на те, що Buck Coffee Roasters перебуває на траєкторії зростання та стратегічно позиціонує себе для майбутнього успіху. Збільшення активів, прибутковості та нерозподіленого прибутку демонструє прагнення до розширення та сталого розвитку.

На завершення аналіз фінансових даних Buck Coffee Roasters дає цінну інформацію про її організаційні та економічні характеристики, підкреслюючи її стратегію зростання та розвитку. Рухаючись вперед, для кав'ярні буде вкрай важливо продовжувати моніторинг своїх фінансових показників і узгоджувати свою діяльність зі своїми стратегічними цілями, щоб забезпечити подальший успіх на конкурентному ринку.

РОЗДІЛ 3. Напрямки удосконалення організації роботи кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

3.1 Визначення можливих напрямів удосконалення організаційної діяльності підприємства

В Україні кілька проблем перешкоджають впровадженню удосконалених процесів на підприємствах. Ці перешкоди часто зустрічаються [7]:

Несумісність організаційної структури з основними умовами інноваційного прогресу.

Обмежені фінансові ресурси, спрямовані на розвиток наукових досліджень та використання інноваційних досягнень.

Неналежне регулювання нормативно-правовою базою та неповне заохочення інноваційної діяльності.

У всьому світі виникли три стратегії інноваційного розвитку:

- Трансферна стратегія: використання зарубіжних науково-технічних можливостей і перенесення їх досягнень у вітчизняну економіку.
- Стратегія запозичення: придбання ноу-хау виробництва високотехнологічної продукції, яка вже виробляється в інших країнах.
- Стратегія розширення: використання місцевих наукових і технічних можливостей.

Щоб забезпечити функціональність підприємства та стабільне зростання, необхідно враховувати особливості виробництва під час розробки стратегії діяльності, зокрема при плануванні організаційного та технічного розвитку.

Основою організаційно-технічного розвитку кожного промислового підприємства є визначення пріоритетних напрямів науково-технічного прогресу, оскільки підвищення ефективності роботи залежить від передових науково-технічних проривів [5].

Ключові сфери науково-технічного прогресу в промисловості охоплюють:

- Впровадження найсучасніших матеріалів і конструкцій.
- Впровадження найсучасніших методологій будівництва та монтажу.
- Інтеграція новітнього обладнання та засобів малої механізації разом із підвищенням рівня механізації.
- Удосконалення організації виробництва та управління промисловим виробництвом.
- Реалізація цих ініціатив сприяє підвищенню організаційно-технічних стандартів роботи та покращенню виробничо-економічних показників діяльності промислових підприємств.

Враховуючи те, що продукція зазнає техніко-економічного, екологічного та соціального зношення внаслідок науково-технічного прогресу, невід'ємним сегментом плану діяльності підприємства є план організаційно-технічного розвитку, взаємопов'язаний з інвестиційним планом. Цей взаємозв'язок має взаємний характер: інноваційні організаційно-технічні заходи окреслюють необхідний обсяг інвестицій і напрямки їх використання, а наявність інвестиційних ресурсів є обмеженням щодо ресурсів при виборі для реалізації запланованих організаційно-технічних заходів.

3.2 Пропонована модель стратегічного управління діяльністю підприємства

Запропонована модель стратегічного управління Buck Coffee Roasters передбачає використання сильних сторін, усунення слабких сторін, використання можливостей і пом'якшення загроз для забезпечення сталого зростання та конкурентної переваги.

Таблиця 3.1

Стратегічні моделі

Порядковий номер	Базова стратегія (напрями) розвитку підприємств	Характерна ознака	Характеристика вартості та ризикованості	
			обсяг	ступінь

			капіталовкладень	фінансового ризику
1	Концентрація зусиль на поточному бізнесі	Збільшення обсягів виробництва тієї самої продукції (виконання робіт, надання послуг) і закріплення за собою того самого ринку збуту. Забезпечує повільні темпи розвитку і підвищення рентабельності	Мінімум додаткових фінансових ресурсів	Мінімальний
2	Розширення ринку	Розширення ринку збуту тієї самої продукції (виконання робіт, надання послуг або з невеликою модифікацією) за рахунок маркетингових заходів (збільшення каналів розподілу, зміна змісту реклами і засобів сприяння продажу). Забезпечує помірні темпи розвитку і підвищення рентабельності	Помірні інвестиції	Помірний
3	Оновлення продукції	Суттєва модифікація продукції або створення нових моделей. Забезпечує помірні темпи розвитку і підвищення рентабельності	Те саме	Те саме
4	Інновація	Упровадження оригінальних, новітніх ідей, створення продукції з якісно новими характеристиками. Забезпечує значне підвищення рентабельності (можливість отримання надприбутку) у разі успіху або великі збитки (імовірність банкрутства) у випадку провалу	Капіталовкладення, тривалий термін окупності	Високий
5	Горизонтальна інтеграція стратегія поглинання конкурентів	Зростання фірми за рахунок об'єднання (або придбання) з підприємствами, що випускають таку саму (або подібну) продукцію. Забезпечує високі темпи розвитку, помірне або	Помірні інвестиції	Помірний

		високе підвищення рентабельності		
6	Вертикальна інтеграція	Встановлення контролю (або придбання) над посередниками: між фірмою та кінцевим споживачем – прогресивна інтеграція; над посередниками (або виробниками), що постачають сировину(матеріали),- регресивна інтеграція. Забезпечує помірні темпи розвитку і підвищення рентабельності	Те саме	Те саме
7	Спільне підприємство	Об'єднання з іноземним капіталом. На основі спільного права власності дає змогу залучити на вигідних умовах необхідні ресурси (трудові, матеріальні, фінансові). Забезпечує високі темпи розвитку і підвищення рентабельності	Залежить від конкретного проекту	Залежить від конкретного проекту
8	Концентрична диверсифікація	Розширення діяльності за рахунок купівлі підприємств, що виробляють іншу продукцію, але з високою сумісністю з поточним бізнесом. Купівля підприємств, продукції, ринків збуту, технології яких подібні до власних, але не ідентичні їм	Великі інвестиції	Зменшення фінансового ризику
9	Конгломератна диверсифікація	Розширення діяльності за рахунок придбання високоприбуткових підприємств незалежно від виду їх діяльності. Синергичний ефект від злиття – суттєве підвищення рентабельності	Великі інвестиції	Суттєве зменшення фінансового ризику
10	Зменшення витрат	Якщо фірма переживає період зниження доходів, використовуються різноманітні заходи щодо зменшення витрат, щоб	Скорочення (або заморожування) інвестицій	Зменшення ризику банкрутства

		фірма змогла подолати негативні тенденції та вижити. Спостерігається зниження темпів розвитку та рентабельності		
11	Частковий розпродаж	Якщо стратегія скорочення витрат не була ефективною, може бути; прийняте рішення продати окремі компоненти справи, що мають високу ринкову вартість і цим поліпшити фінансове становище фірми. Спостерігається зниження темпів розвитку і рентабельності	Часткове повернення попередніх капіталовкладень	Зменшення ризику фінансових втрат
12	Ліквідація	Продаж компанії окремими частинами за планом з тим, щоб ліквідувати її з найменшими втратами для акціонерів. Здійснюється тоді, коли передбачається банкрутство компанії. Планова ліквідація може забезпечити вигідний продаж майна. Результат – згорання діяльності	Те саме	Зменшення ризику втрат для акціонерів

Джерело: складено автором

Виходячи з аналізу підприємства, можна становити, що в стратегічній перспективі можна використовувати декілька стратегічних цілей, згідно таблиці 3.1, та інших рекомендацій.

3.3 Обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів щодо удосконалення організаційної діяльності кав'ярні «Buck Coffee Roasters»

Фінансовий аналіз:

Загальні активи значно зросли з 1834,50 у 2022 році до 2917,40 у 2023 році, головним чином завдяки значному збільшенню резервів, поточної дебіторської заборгованості та грошових еквівалентів.

Необоротні активи зменшилися, що вказує на стратегічний зсув у бік більш ліквідних активів, потенційно підвищуючи фінансову гнучкість компанії.

Нерозподілений прибуток значно збільшився, що вказує на покращення прибутковості або краще управління збитками.

Поточні зобов'язання, зокрема кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги та бюджетні розрахунки, зросли, відображаючи потенційне розширення або збільшення операційної діяльності.

SWOT аналіз:

Сильні сторони: Buck Coffee Roasters отримує переваги від свого стратегічного розташування у великому місті, постійних зусиль щодо підвищення кваліфікації персоналу та якості продукції, ефективної роботи співробітників, прийнятної ціни та вигідних умов оренди.

Слабкі сторони: проблеми включають коливання обсягів продажів, обмежені унікальні пропозиції, відсутність репутації, мінімальну рекламу та обмеження щодо розширення асортименту.

Можливості. Можливості – це сезонна корекція меню, додаткові послуги, залучення інвестицій, реалізація інноваційних ідей, програми заохочення співробітників.

Загрози: загрози включають загострення конкуренції, зміну споживчих уподобань, інфляцію, несприятливу податкову політику та потенційне скорочення доходів.

Стратегічні рекомендації:

Використання капіталу: оптимізуйте розподіл капіталу для подальшого збільшення активів, покращення ліквідності та підтримки ініціатив щодо розширення.

Диверсифікація доходу: усуньте недоліки, запровадивши унікальні пропозиції в меню, активізувавши рекламні зусилля та диверсифікувавши потоки доходу за межі продажу напоїв.

Операційна ефективність: постійно покращуйте операційну ефективність, щоб зменшити ризики, пов'язані з коливаннями обсягів продажів, і підвищити прибутковість.

Взаємодія з клієнтами: покращуйте досвід клієнтів за допомогою інноваційних послуг, персоналізованих пропозицій і виняткової якості обслуговування, щоб зберегти конкурентну перевагу.

Управління ризиками: проактивно керуйте загрозами, уважно відстежуючи ринкову динаміку, відповідним чином адаптуючи стратегії та впроваджуючи плани на випадок непередбачених обставин для пом'якшення потенційних ризиків.

Згідно із таблицею 3.1 можна встановити на аналіз фінансових даних Buck Coffee Roasters та окреслених характеристик кав'ярні, давайте оцінимо, яка стратегічна модель найбільше підходить для її подальшого зростання та розвитку.

Аналіз: компанія Buck Coffee Roasters показала значне зростання загальних активів, що вказує на позитивну траєкторію. Проте зменшення необоротних активів і збільшення поточних активів свідчить про стратегічний зсув у бік більш ліквідних ресурсів.

Придатність: хоча ця стратегія забезпечує стабільність і зосереджена на існуючих продуктах і ринках, Buck Coffee Roasters може виграти від більш орієнтованого на зростання підходу, щоб отримати вигоду від свого позитивного фінансового моменту.

Збільшення резервів, дебіторської заборгованості та ліквідних активів свідчить про потенціал для розширення. Крім того, збільшення нерозподіленого прибутку означає покращення прибутковості, забезпечуючи міцну основу для зростання.

Враховуючи позитивні фінансові показники та потенціал для подальшого розвитку, розширення ринку може бути відповідною стратегією для Buck Coffee Roasters. Використовуючи свої фінансові ресурси та прибутковість, кав'ярня

може досліджувати нові ринки та сегменти клієнтів, щоб підтримувати своє зростання.

Незважаючи на те, що Buck Coffee Roasters продемонструвала зростання своїх фінансових показників, немає ознак суттєвих змін у пропозиції продукції. Проте позитивні фінансові показники забезпечують міцну основу для інвестування в оновлення продуктів або нові пропозиції.

Реалізація цієї стратегії може підвищити конкурентоспроможність кав'ярні та залучити нових клієнтів. Запроваджуючи інноваційні продукти або покращуючи існуючі, Buck Coffee Roasters може виділитися на ринку та захопити додаткову частку ринку.

Інновації:

Buck Coffee Roasters відзначила зростання загальних активів і прибутковості, що свідчить про фінансову стабільність. Однак високий ризик, пов'язаний з інноваціями, у поєднанні з необхідністю значних капіталовкладень і тривалими періодами окупності може створити проблеми.

Незважаючи на те, що інновації є вирішальними для довгострокового успіху, вимоги до високих ризиків і інвестицій можуть не відповідати поточній траєкторії зростання Buck Coffee Roasters. Натомість кав'ярня може віддати перевагу більш здійсненним стратегіям, щоб отримати вигоду від своєї фінансової міцності.

Горизонтальна інтеграція:

Buck Coffee Roasters продемонструвала позитивні фінансові показники, збільшивши активи та прибутковість. Однак у фінансових даних немає доказів злиття чи поглинання з конкурентами.

Хоча горизонтальна інтеграція могла б прискорити зростання та розширення ринку, компанії Buck Coffee Roasters, можливо, доведеться оцінити доцільність і потенційну синергію таких підприємств, перш ніж застосовувати цю стратегію.

У фінансових даних Buck Coffee Roasters немає ознак вертикальної інтеграції. Проте позитивні фінансові показники свідчать про потенціал для помірною зростання та прибутковості.

У той час як вертикальна інтеграція може забезпечити операційну ефективність і контроль над ланцюгом постачання, Buck Coffee Roasters може віддати перевагу іншим стратегіям зростання, які більше відповідають її поточним ресурсам і можливостям.

Аналіз: Buck Coffee Roasters не бере участі в спільних підприємствах з іноземним капіталом, про що свідчать фінансові дані. Проте позитивні фінансові показники вказують на потенційні можливості для партнерства.

Придатність: Спільні підприємства можуть надати доступ до нових ринків і ресурсів, але компанія Buck Coffee Roasters повинна ретельно оцінити ризики та переваги такої співпраці, перш ніж розпочинати її.

Виходячи з аналізу, найбільш прийнятною стратегічною моделлю для Buck Coffee Roasters є розширення ринку. Ця стратегія використовує позитивні фінансові показники кав'ярні для вивчення нових ринків, сегментів клієнтів і каналів розподілу. Розширюючи свою присутність і пропозиції, Buck Coffee Roasters може отримати вигоду від свого зростання та зміцнити свої позиції на конкурентному ринку. Крім того, розширення ринку узгоджується з фінансовими ресурсами кав'ярні та толерантністю до ризику, що робить її здійсненним і стратегічним вибором для сталого зростання та розвитку.

Висновки за розділом 3

Завдяки всебічному аналізу кав'ярні «Buck Coffee Roasters» стає очевидним, що кілька напрямків вимагають вдосконалення для підвищення ефективності та результативності організації. Вивчаючи операційні процеси, робочі процеси співробітників, рівень задоволеності клієнтів і ринкові тенденції, було визначено ключові області для вдосконалення. Це, зокрема, оптимізація

управління запасами, оптимізація кількості персоналу, вдосконалення протоколів обслуговування клієнтів і впровадження технологічних рішень. Звернення до цих напрямків обіцяє підвищити операційну ефективність кав'ярні та зміцнити її конкурентну перевагу на ринку.

Запропонована модель стратегічного управління для «Buck Coffee Roasters» включає в себе цілісний підхід, спрямований на узгодження організаційних цілей із дієвими стратегіями для забезпечення сталого зростання та прибутковості. Завдяки об'єднанню елементів аналізу ринку, порівняльного аналізу конкурентів і оцінки внутрішніх можливостей модель прагне створити динамічне та адаптивне бізнес-середовище. Основна увага приділяється сприянню інноваціям, вихованню талантів, культивуванню лояльності клієнтів і використанню цифрових інструментів для підвищення операційної гнучкості та оперативності. Завдяки цій стратегічній структурі кав'ярня намагається позиціонувати себе як лідера галузі, здатного використовувати нові можливості та долати потенційні виклики.

Запропоновані заходи щодо удосконалення організаційної діяльності «Buck Coffee Roasters» є економічно доцільними та стратегічно обґрунтованими. Інвестуючи в такі сфери, як оптимізація управління запасами, ефективність персоналу, покращення обслуговування клієнтів та інтеграція технологій, кав'ярня може отримати відчутну віддачу від інвестицій. Ці заходи спрямовані не лише на скорочення операційних витрат і підвищення продуктивності, але й на збільшення доходів за рахунок покращення взаємодії з клієнтами та розширення охоплення ринку. Крім того, довгострокові переваги розвитку культури інновацій і безперервного вдосконалення додатково підтверджують економічну життєздатність запропонованих заходів, забезпечуючи стійку прибутковість і конкурентну перевагу для кав'ярні в ринковому ландшафті, що постійно змінюється.

ВИСНОВКИ

Історичний розвиток кав'ярень на міжнародному рівні розкриває багатий гобелен культурного значення та економічної еволюції. Від свого скромного походження як місць зустрічей для інтелектуалів до сучасної ролі соціальних центрів і бізнес-підприємств, кав'ярні пройшли трансформаційний шлях,

сформований глобальною торгівлею, технологічним прогресом і зміною споживчих уподобань.

Поточний стан кавового бізнесу в Україні відображає розвиток галузі, яка відзначається зростанням споживчого попиту, диверсифікацією пропозицій і загостренням конкуренції. Завдяки зростаючій культурі кав'ярень і зростанню цінності спеціальної кави Україна відкриває широкі можливості для підприємців зайняти свою нішу на цьому динамічному ринку.

Стратегічне планування кав'ярень в Україні потребує тонкого розуміння ринкової динаміки, поведінки споживачів і конкурентного середовища. Щоб процвітати в цій екосистемі, що розвивається, успішні заклади повинні вміло орієнтуватися в нормативно-правовій базі, використовувати нові тенденції та відрізнитися за допомогою унікальних ціннісних пропозицій.

Організаційно-економічні характеристики кав'ярні «Buck Coffee Roasters» підкреслюють її прихильність до якості, інноваційності та залучення громади. Завдяки стратегічному фокусу на екологічних джерелах і майстерності кустарного виробництва ця кав'ярня зарекомендувала себе як надійний постачальник виняткових кавових вражень.

Аналіз ефективності кав'ярні «Buck Coffee Roasters» показує гідні схвалення показники ефективності в ключових сферах діяльності, таких як зростання доходів, задоволеність клієнтів і репутація бренду. Використовуючи свої сильні сторони та вирішуючи сфери, які потрібно вдосконалити, кав'ярня має хороші можливості для підтримки своєї конкурентної переваги та досягнення подальшого успіху.

Діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища кав'ярні «Buck Coffee Roasters» розкриває ландшафт, сформований як можливостями, так і викликами. Зовнішні фактори, такі як ринкові тенденції, уподобання споживачів і нормативні зміни, взаємодіють із внутрішньою динамікою, включаючи операційні процеси, розподіл ресурсів і організаційну культуру, впливаючи на стратегічну траєкторію кав'ярні.

Визначення можливих напрямків удосконалення організаційної діяльності підприємства передбачає проактивний підхід до усунення неефективності, капіталізацію сильних сторін та адаптацію до динаміки ринку. Розвиваючи культуру постійного вдосконалення та впроваджуючи інноваційні рішення, «Buck Coffee Roasters» може підвищити ефективність роботи та зміцнити свої позиції на ринку.

Запропонована модель стратегічного управління для кав'ярні «Buck Coffee Roasters» окреслює комплексну структуру для узгодження організаційних цілей із дієвими стратегіями. Завдяки об'єднанню аналізу ринку, операційних можливостей і відгуків зацікавлених сторін ця модель спрямована на стимулювання сталого зростання, сприяння інноваціям і максимізацію створення цінності для всіх зацікавлених сторін.

Надання обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів підкреслює важливість стратегічного інвестування та розподілу ресурсів. Проводячи аналіз витрат і вигод, оцінюючи фактори ризику та прогнозуючи фінансову віддачу, «Buck Coffee Roasters» може гарантувати, що її зусилля щодо вдосконалення організаційної діяльності принесуть відчутну економічну вигоду та сприятимуть довгостроковій життєздатності та успіху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пам'ятка громадської організації «Юридична Сотня». Власний бізнес: яку організаційно-правову форму обрати?, 2018, С. 13.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2012, С. 480.
3. Т. В. Зламанюк. Аналіз системи управління промисловими підприємствами. Луганський національний університет ім. Т. Шевченка, м.Луганськ, 2012, С. 5.
4. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / Федоренко В. Г. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015, С. 492.
5. International chains remain the driving force behind the European café market. Інформаційна платформа Allegra World Coffee Portal. URL: <https://www.worldcoffeeportal.com/Latest/News/2019/International-chains-remain-the-driving-the-force>
6. Сайт американської платформи про подорожі «Tripadvisor». URL: <https://www.tripadvisor.com/>
7. Сайт з відгуками про заклади сфери HoReCa «Foursquare». URL: <https://foursquare.com/>
8. Споживання кави в Україні зростає швидше, ніж в інших країнах Європи. Сайт інвестиційного холдингу «ProCapital group». URL: [https://pro- 126 capital.ua/ua/press_center/expert/potreblenie-kofe-v-ukraine-rastet-bystrye,-chem-v-drugix-stranax-evropy-analitiki-pro-consulting.-delo.ua/](https://pro-capital.ua/ua/press_center/expert/potreblenie-kofe-v-ukraine-rastet-bystrye,-chem-v-drugix-stranax-evropy-analitiki-pro-consulting.-delo.ua/)
9. Чого очікувати від ринка кави в Україні. Сайт українського виробника кави Gemini. URL: <https://gemini.ua/chogo-ochikuvati-vid-rinka-kavi-v-ukraini/>
10. Олександр Бабій. Як стати учасником державної програми "Доступні кредити 5-7-9%": переваги та ризики. Новинний портал Delo.ua. URL: <https://delo.ua/business/5-7-9-364139/>
11. Олексій Головін. Ресторани та карантин: обмеження та вимоги. Публікації юридичної компанії «ILF». URL: <https://ilf-ua.com/uk/blog/restorani-takarantin-obmezhennia-ta-vimogi/>

12. Як працюватимуть кафе та ресторани: уряд оприлюднив постанову. Матеріали інформаційного агентства «УКРІНФОРМ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3026468-ak-pracuvatimut-kafe-ta-restoraniurad-opriludniv-postanovu.html>
13. Державна служба статистики України. Сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Мілленіали обирають свіже смаження. Що сталося з ринком кави за рік. Публікації онлайн-журналу «Економічна правда». URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/04/5/646736/>
15. В Україні кав'ярень відкривається більше, ніж м'ясних та рибних магазинів разом узятих. Публікації інформаційного агентства «ArgoNews». URL: <https://agronews.ua/news/v-ukraini-novykh-kav-iaren-vidkryvaiet-sia-bil-she-nizh-miasnykh-ta-rybnikh-mahazyniv-razom-uziatykh/>
16. Ресторани теряют 61% оборота во время карантина, кофейни — 27%. Интернет-журнал «AIN». URL: <https://ain.ua/2020/05/05/restorany-teryayut-61-oborota/>
17. Новый тренд кофе навынос: в керамических чашках с эко-подтекстом. Матеріали онлайн-журналу «Food&Mood». URL: <https://foodandmood.com.ua/rid/news/710552-novyj-trend-kofe-navynos-vkeramicheskikh-chashkah-s-eko-podtekstom> 127
18. Кофейни третьей волны: что покупают чаще и почему. Сайт компанії систем автоматизації кафе та ресторанів «Poster». URL: <https://joinposter.com/post/specialty-coffee-research>
19. Рынок кофе в Украине в 2020 году. Інвестиційний портал «InVenture». URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok-kofe-v-ukraine-or-2020-2>
20. Рынок питания вне дома в Украине. Сайт медіа видавництва «InVenture Investment Media». URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynokpitaniya-vne-doma-v-ukraine>

21. Что такое кофейни "третьей волны" и почему они стремительно развиваются. Сайт інвестиційного холдингу «ProCapital group». URL: <https://delo.ua/business/что-такое-кофейни-третьей-волны-и-почему-они-362380/>
22. Сайт інформаційного агентства «ЛігаБізнес». URL: <https://biz.liga.net/>
23. Как открыть свою кофейню. Опыт владелицы Peaberry. Сайт інвестиційного холдингу «ProCapital group». URL: <https://delo.ua/special/how2dokak-otkryt-svoju-kofejnu-i-ne-progoret-325561/>
24. Офіційний сайт компанії «Франс.уа» URL: <http://frans.ua/ru>
25. Офіційний сайт компанії «BrownCup». URL: <http://browncup.ua/>
26. Офіційний сайт компанії «Львівські круасани». URL: <https://www.lvivcroissants.com/>
27. Після підписання угоди з ЄС, ринок кави в Україні значно розширився. Новинний портал Vezha. URL: <https://vezha.net.ua/business/pislya-pidpisannya-ugodiz-yes-rinok-kavi-v-ukrayini-znachno-rozshirivsia/> З. Лисюк Т. В., Терещук Т. В., Пак Т. О. Програми лояльності споживачів як перспективний напрям інноваційної діяльності ресторанних підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2017, №27, С. 116- 119. 128
28. Аакер Д. Створення сильних брендів / Д. Аакер; пер. З англ. – 2-ге вид. – М. : Видавничий дім Гребеникова. 2008. С. 320.
29. Пилипенко О. С. Формування програм лояльності споживачів в контексті інноваційного маркетингу вітчизняних підприємств. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. С. 139-143.
30. Тен О. В. Лояльность потребителей как ключевой элемент устойчивости функционирования коммерческой организации. Вісник ТГУ, №3, 2010, С. 106-110.
31. Туен В. Т., Зозульов О. В. Управление лояльностью потребителей. Актуальні проблеми економіки та управління. Київ, 2011.
32. Старов С. А. Лояльность бренда: Классификация, методы оценки и программы формирования марочной приверженности. Вісник

СанктПетербурзького університету, №2. 2007. С. 112-131. 40. Рибачук Н. В., Журко Т. О. Формування лояльності споживачів, як одного з основних чинників функціонування аптечної установи. Ефективна економіка, №7, 2017.

33. Кузнецова О. Л., Гетманова А. В. Лояльность клиентов как фактор роста эффективности продаж. Финансовая аналитика: проблемы и решения. Краснодар, 2016. С. 38-52.

34. Князык Ю. М., Лебідь Т. В. Формування лояльності споживачів як один з напрямків збільшення прибутковості підприємства. Інститут підприємництва та перспективних технологій при Національному університеті «Львівська політехніка». Львів, 2006. С. 86-90.

35. Катерина Нехаєнко. Програма лояльності: сучасний зміст, типологія та методи реалізації на ринку B2C. Траєкторія науки: електронний науковий журнал, №4. 2015. С. 277-290.

36. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. Маркетинг і менеджмент інновацій, №3. 2014. С. 62-70.

37. Чернишова А. М. Основні класифікації програм лояльності. Брендинг: підручник. 2014. URL: https://stud.com.ua/36940/marketing/osnovni_klasifikatsiyi_program_loyalnosti 129

38. Семенова М. И. Определение и систематизация методов оценки лояльности. Матеріали інтернет-видання «Pandia». URL: <https://pandia.ru/text/80/283/18218.php>

39. Папазян Ж. В. Современные методы исследования лояльности клиентов. Санкт-Петербургский государственный экономический университет. СанктПетербург, 2013.

40. Герия И. А. Программы лояльности и оценка их эффективности. Научнопрактический журнал «Управление и экономика в XXI веке», №1. 2015. С. 47-51.

41. . Богиня Д. Трудовий менталітет в системі стратегічного розвитку України. Стратегія економічного розвитку України. 2001. №7. С. 42–53.

42. Близнюк В.В. Людський капітал як фактор економічного розвитку (еволюція методологічних підходів та сучасність). Економіка і прогнозування.- 2005. №2. С. 32-37
43. Чухно А.А. Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика: твори у трьох томах. К.: НАН України, 2006. Т. 2. 512 с.
44. Грішнова О.А. Людський розвиток: Навч. Посібник. К.: КНЕУ, 2006. 308 с.
45. Дудкевич Я.М. Формування та використання людського капіталу (соціально-економічний аспект): Авторефер. дис. канд. екон. наук. К., 1997. 47 с.
46. Богиня Д.П, Грішнова О.А. Основи економіки праці: Навч. Посібник. К.: Знання – Пресс, 2011. 313 с. 7. Лисак В. Ю. Зародження та розвиток концепції людського капіталу. Формування ринкової економіки. 2010. № 23. С. 48-55.
47. Хромов М. І. Сутність і особливості людського капіталу в системі соціально-економічних категорій. Економіка і право.2009. № 3. С. 140-145.