

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Гуманітарний факультет

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ
(назва теми)

Виконав: студентка 4 курсу, групи ГФ-111
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-
ресторанна справа

ГУРОВА В.Д.
(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник КУКЛІНА Т.С.
(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.
(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

В.М. Зайцева

«17» лютого 2025 року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

ГУРОВОЇ Вікторії Дмитрівни

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Особливості роботи кафе-кондитерської

керівник роботи (проекту) КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.

затвердженні наказом вищого навчального закладу від «16» лютого 2024 року № 34

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань організації діяльності закладів ресторанного господарства типу кафе-кондитерська, організації обслуговування споживачів в кафе, результати проведеного автором дослідження.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

Розділ 1. Теоретичні підходи до трендів у роботі закладів ресторанного господарства.

Розділ 2. Аналіз та особливості роботи домашньої пекарні «Кримська перепічка» міста Львів.

Розділ 3. Шляхи вдосконалення обслуговування споживачів в кафе-кондитерській «кримська перепічка» з врахуванням сучасних трендів.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

15 таблиць, 5 рисунки

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	21.03.2025	09.04.2025
2	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	10.04.2025	25.04.2025
3	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	26.04.2025	10.05.2025
Нормо-контроль	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.	28-30.05.2025	

7. Дата видачі завдання 17.02.2025 р.**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	11-20.11.2024	виконано
2	Вивчення літературних джерел	21.11.2024-10.02.2025	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	21.12.2024-31.01.2025	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.02-20.03.2025	виконано
5	Виконання першого розділу	21.03.2025-09.04.2025	виконано
6	Виконання другого розділу	10.04-25.04.2025	виконано
7	Виконання третього розділу	26.04-10.05.2025	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	11-20.05.2025	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	21.05-25.05.2025	виконано
10	Перевірка роботи керівником	21.03-30.05.2025	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-13.05.2025	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-31.05.2025	виконано
13	Подання роботи на кафедру	01.06.2025	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	05-30.06.2025	виконано

Студент

_____ (підпис)

ГУРОВА В.Д.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

КУКЛІНА Т.С.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. Сфера ресторанного господарства є однією з найдинамічніших галузей економіки, що швидко реагує на зміни у споживчих уподобаннях, технологічному прогресі та соціально-економічних умовах. В останні роки зростає попит на унікальні гастрономічні концепції, що поєднують високу якість продукції, індивідуальний підхід до клієнтів та використання сучасних технологій управління бізнесом. Одним із перспективних напрямків розвитку є сегмент кафе-кондитерських та домашніх пекарень, які спеціалізуються на виготовленні авторських десертів, натуральної випічки та інноваційних кондитерських виробів. Важливо дослідити сучасні тренди у роботі закладів ресторанного господарства, зокрема кафе-кондитерських, та розробити рекомендації щодо їх адаптації для підвищення ефективності функціонування. Це особливо актуально для невеликих закладів, таких як домашня пекарня «Кримська перепічка» у місті Львів, яка прагне розширити свою присутність на ринку та вдосконалити підходи до обслуговування клієнтів.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є аналіз діяльності кафе-кондитерських. Виходячи з мети в роботі вирішено наступні задачі: проаналізовано сучасні тренди у сфері ресторанного бізнесу та їх вплив на діяльність кафе-кондитерських; досліджено організаційно-економічні особливості роботи домашньої пекарні «Кримська перепічка» та оцінити її ефективність; розроблено рекомендації щодо вдосконалення обслуговування споживачів у кафе-кондитерській з урахуванням сучасних тенденцій.

Об'єктом дослідження є діяльність кафе-кондитерських та особливості їх функціонування у сучасних умовах.

Предметом дослідження є сучасні тренди в організації роботи закладів ресторанного господарства та можливості їх адаптації у кафе-кондитерській «Кримська перепічка».

Методи дослідження: аналіз літературних джерел, методи порівняння,

економічного аналізу, експертного оцінювання та анкетування.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені галузі гостинності, результати власних досліджень.

Практичне значення. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів для вдосконалення роботи кафе-кондитерських, підвищення рівня сервісу та впровадження інноваційних підходів у сфері ресторанного господарства. Розроблені рекомендації можуть бути застосовані у діяльності кафе-кондитерської «Кримська перепічка» та аналогічних закладів, що прагнуть зміцнити свою конкурентну позицію та покращити якість обслуговування.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» в 25 листопада 2022 р. в НУ «Запорізька політехніка» на тему «Роль уніформи персоналу у формуванні іміджу закладу харчування».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (46 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, основний зміст роботи викладено на 79 сторінках. Робота містить 15 таблиць та 5 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Гурова В.Д. Особливості роботи кафе-кондитерської.

Робота присвячена особливості діяльності підприємств ресторанного господарства типу кафе-кондитерська. У роботі розглянуто теоретичні аспекти трендів у сфері ресторанного господарства, особливості діяльності кафе-кондитерських та методологічні підходи до їх дослідження. Другий розділ присвячений аналізу роботи домашньої пекарні «Кримська перепічка», оцінці ефективності її функціонування та визначенню ключових

трендів у її діяльності. У третьому розділі запропоновано шляхи вдосконалення обслуговування споживачів у кафе-кондитерській з урахуванням сучасних тенденцій. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення управління кафе-кондитерськими, підвищення рівня сервісу та конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: кафе, ресторанне господарство, розвиток, споживач, менеджмент, соціальна відповідальність, тренд, доступність, автоматизація.

ANNOTATION

Gurova V.D. Features of the Café-Pastry Shop Operations.

The paper is dedicated to the specifics of the operations of restaurant businesses of the café-pastry shop type. It examines the theoretical aspects of trends in the restaurant industry, the peculiarities of café-pastry shop activities, and methodological approaches to their research. The second chapter is devoted to analyzing the operations of the home bakery «Krymska Perepichka», assessing its operational efficiency, and identifying key trends in its activities. The third chapter proposes ways to improve customer service in a café-pastry shop, considering modern trends.

The research results can be used to enhance the management of café-pastry shops, improve service quality, and increase the competitiveness of restaurant enterprises.

Keywords: café, restaurant business, development, consumer, management, social responsibility, trend, accessibility, automation.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ
І ТЕРМІНІВ

див. – дивись

дол. – долар

г – грам

год. – година

ін. – інше

од. – одиниця

р. – рік

рис. – рисунок

т – тона

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ФОП – фізична особа підприємець

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ТРЕНДІВ У РОБОТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	12
1.1. Теоретичні аспекти розвитку трендів у роботі ресторанного господарства	12
1.2. Особливості провадження діяльності в кафе-кондитерських	18
1.3. Методологічні аспекти дослідження розвитку кафе-кондитерських	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ДОМАШНЬОЇ ПЕКАРНІ «КРИМСЬКА ПЕРЕПІЧКА» МІСТА ЛЬВІВ	29
2.1. Аналіз діяльності львівських кафе-кондитерських	2*
2.2. Організаційно-економічна характеристика домашньої пекарні «Кримська перепічка»	38
2.3. Сучасні тренди в роботі домашньої пекарні «Кримська перепічка»	45
2.4. Оцінка ефективності закладу ресторанного господарства	48
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКІЙ «КРИМСЬКА ПЕРЕПІЧКА» З ВРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ	54
3.1. Обґрунтування запровадження інноваційних трендів в роботі «Кримська перепічка»	54
3.2. Соціальна орієнтованість закладів громадського харчування в сучасних умовах	61
3.3. Шляхи вдосконалення ефективної роботи кафе-кондитерських через запровадження інноваційних трендів обслуговування споживачів	67
ВИСНОВКИ	75
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	80
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Сфера ресторанного господарства є однією з найдинамічніших галузей економіки, що швидко реагує на зміни у споживчих уподобаннях, технологічному прогресі та соціально-економічних умовах. В останні роки зростає попит на унікальні гастрономічні концепції, що поєднують високу якість продукції, індивідуальний підхід до клієнтів та використання сучасних технологій управління бізнесом. Одним із перспективних напрямків розвитку є сегмент кафе-кондитерських та домашніх пекарень, які спеціалізуються на виготовленні авторських десертів, натуральної випічки та інноваційних кондитерських виробів.

Актуальність дослідження обумовлена декількома ключовими факторами. По-перше, зростаюча конкуренція на ринку громадського харчування змушує підприємства шукати нові способи залучення та утримання клієнтів. Впровадження сучасних маркетингових стратегій, цифрових технологій та персоналізованого сервісу стає необхідною умовою успішної діяльності кафе-кондитерських. По-друге, у сучасному світі споживачі все більше віддають перевагу закладам, що пропонують не лише якісну продукцію, а й унікальний досвід відвідування. Це включає оформлення інтер'єру, концептуальне меню, інноваційні методи обслуговування та застосування інтерактивних сервісів.

По-третє, значний вплив на розвиток ресторанного бізнесу мають глобальні гастрономічні тренди, серед яких екологічність, використання локальних і органічних продуктів, крафтовий підхід до приготування страв, а також digital-технології в управлінні бізнесом (онлайн-замовлення, мобільні додатки, системи лояльності). Впровадження цих тенденцій сприяє покращенню іміджу закладу, підвищенню рівня довіри клієнтів та збільшенню рентабельності.

Зважаючи на вищезазначене, важливо дослідити сучасні тренди у роботі закладів ресторанного господарства, зокрема кафе-кондитерських, та

розробити рекомендації щодо їх адаптації для підвищення ефективності функціонування. Це особливо актуально для невеликих закладів, таких як домашня пекарня «Кримська перепічка» у місті Львів, яка прагне розширити свою присутність на ринку та вдосконалити підходи до обслуговування клієнтів.

Проблематику розвитку ресторанного бізнесу, зокрема впровадження сучасних трендів у діяльність кафе-кондитерських, досліджували такі науковці, як **М. Мальська, Герасименко О.,** Гаталяк О., Кукліна Т. та інші.

Метою дипломної роботи є аналіз діяльності кафе-кондитерських.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

1. Проаналізувати сучасні тренди у сфері ресторанного бізнесу та їх вплив на діяльність кафе-кондитерських.
2. Дослідити організаційно-економічні особливості роботи домашньої пекарні «Кримська перепічка» та оцінити її ефективність.
3. Розробити рекомендації щодо вдосконалення обслуговування споживачів у кафе-кондитерській з урахуванням сучасних тенденцій.

Об'єктом дослідження є діяльність кафе-кондитерських та особливості їх функціонування у сучасних умовах.

Предметом дослідження є сучасні тренди в організації роботи закладів ресторанного господарства та можливості їх адаптації у кафе-кондитерській «Кримська перепічка».

Методи дослідження включають загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз літературних джерел, методи порівняння, економічного аналізу, експертного оцінювання та анкетування.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені галузі гостинності, результати власних досліджень.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів для вдосконалення роботи кафе-кондитерських, підвищення

рівня сервісу та впровадження інноваційних підходів у сфері ресторанного господарства. Розроблені рекомендації можуть бути застосовані у діяльності кафе-кондитерської «Кримська перепічка» та аналогічних закладів, що прагнуть зміцнити свою конкурентну позицію та покращити якість обслуговування.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» в 25 листопада 2022 р. в НУ «Запорізька політехніка» на тему «Роль уніформи персоналу у формуванні іміджу закладу харчування».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (46 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, основний зміст роботи викладено на 79 сторінках. Робота містить 15 таблиць та 5 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ТРЕНДІВ У РОБОТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Теоретичні аспекти розвитку трендів у роботі ресторанного господарства

Дослідження тенденцій розвитку підприємств ресторанного бізнесу варто розпочати з визначення поняття «тренд», яке міцно закріпилося в українському суспільстві. Це слово походить з англійської мови, де «trend» означає «тенденція» або «напрямок змін». У свою чергу, поняття «тенденція» визначається як стабільний напрям розвитку певного явища. Його коріння сягають латинського слова «tendo», що означає «спрямовувати» або «прагнути». Тобто тенденція відображає закономірність у зміні тих чи інших процесів.

Під трендом розуміють домінуючу тенденцію змін у певній сфері. Таким чином, можна дійти висновку, що поняття «тренд» і «тенденція» близькі за змістом і в певному контексті можуть розглядатися як синоніми.

Варто зазначити, що обидва терміни завжди прив'язані до певного періоду часу. Наприклад, фрази «зародився новий тренд» або «сформувалася тенденція» свідчать про те, що на основі зібраних даних було виявлено закономірності, які дають змогу визначити загальний напрямок подальшого розвитку явища.

Тренди можуть бути як позитивними, так і негативними, впливаючи на розвиток галузі у різних напрямках. Їх аналіз дозволяє оцінити динаміку процесів, виявити основні чинники впливу та підвищити точність прогнозування майбутніх змін.

Кулінарне мистецтво та сучасний ресторанний бізнес постійно змінюються відповідно до вподобань споживачів. Відстеження смакових переваг клієнтів відіграє ключову роль для шеф-кухарів, власників закладів харчування та працівників індустрії гостинності. Швидкий розвиток

технологій призвів до суттєвих трансформацій у кулінарній сфері протягом останніх років.

Раптова популярність певного продукту не є випадковістю, а радше наслідком закономірного процесу. Це означає, що виробники своєчасно помітили тенденцію, що зароджується, та адаптували її до своєї продукції.

Залежно від тривалості впливу та масштабу охоплення, тренди можна поділити на три основні категорії: мегатренди, макротренди та мікротренди.

Мегатренди є глобальними змінами у суспільстві, економіці та культурі, що знаходять відображення у різних сферах життя – від політики до моди. Прикладами таких тенденцій є урбанізація, екологічна свідомість, розвиток цифрових технологій та зростання мобільності. Вони мають тривалий вплив і можуть залишатися актуальними десятиліттями.

Макротренди мають більш обмежений життєвий цикл, зазвичай існуючи близько п'яти років. Вони зароджуються у конкретній галузі, але з часом можуть впливати і на суміжні сфери. Наприклад, тенденції до використання натуральних матеріалів, розвиток голосових інтерфейсів або популяризація плоского дизайну належать до цієї категорії.

Мікротренди, навпаки, є найкороткотривалішими – вони можуть втратити свою актуальність вже через рік. Їх особливістю є прив'язка до конкретного періоду та збереження в межах однієї індустрії. Наприклад, хвиля популярності крафтових продуктів є характерним прикладом мікротренду.

Український ресторанний бізнес почав активно розвиватися разом із здобуттям незалежності країни. Протягом цього часу ресторатори не лише слідували за модними тенденціями, а й активно впроваджували інноваційні підходи як у приготуванні страв, так і в обслуговуванні гостей.

Основні етапи розвитку української ресторанної сфери можна окреслити наступним чином:

1. Перша половина 90-х років. Це був період можливостей та ризиків. Ресторатори отримали доступ до імпортованих продуктів, відкриваючи

для себе нові кулінарні горизонти. Ті, хто мав фінансові можливості, подорожували за кордон і привозили нові рецепти – від піци до коктейлів і хот-догів. Проте атмосфера ресторанів залишалася радянською – як в інтер'єрі, так і в меню. Хоча деякі заклади намагалися додати розкіш, використовуючи важкі портъери, основні позиції залишалися незмінними: котлета по-київськи та яйце з майонезом залишалися популярними стравами.

2. Кінець 90-х років. В Україну почали завозити нові, раніше невідомі продукти. Однак кулінарна культура ще не була готова до змін: кухарі не завжди знали, як правильно готувати нові страви, а гості – як їх споживати. Наприклад, пасту "аль денте" часто просили доварити, а стейки середнього прожарювання сприймали як сирі. Товсте тісто для піци залишалось стандартом, тоді як крабові палички не викликали жодних запитань.

3. Початок 2000-х років. Меню ресторанів почало змінюватися, з'явилися популярні страви на кшталт сулугуні в лаваші та шашлик з овочами. Достаток дозволяв урізноманітнити вибір сирною тарілкою, хоча замість дорогих європейських сортів часто використовували місцевий "Російський" сир. Напої залишалися традиційними – горілка або коньяк. Десертне меню включало "Наполеон" та "Медовик", а популярність закладу значною мірою залежала від якості м'яса та можливості принести власний алкоголь на корпоративні заходи.

Окрему нішу зайняли ресторани традиційної української кухні, які стали серйозними конкурентами шашличним закладам. Відвідувачі, заходячи в такий ресторан, спочатку проходили крізь декоративний тин із глечиками, потім їх зустрічали чаркою горілки, а вже після цього подавали борщ та вареники. У ті часи кухарям потрібно було адаптувати ресторанну їжу під домашню, щоб створити у гостей відчуття затишку й автентичності.

4. 2004 – 2007 роки: мода на імпорт. Українська кухня тимчасово втратила популярність, а іноземні продукти стали своєрідним символом статусу. Гості були готові платити великі гроші за заморожені страви, лише б

вони були привезені "звідти". Локальні продукти практично не сприймалися як ресторани.

5. Ера гігантоманії. Головною тенденцією стали великі простори з масивними диванами, обтягнутими шкірою, та величезними столами. Меню в таких ресторанах було всеосяжним – від піци та солянки до широкого вибору десертів та напоїв. Але на практиці гість часто отримував стандартний набір страв – борщ і шашлик, що були найбільш затребуваними позиціями.

6. Креативність початку XXI століття. У цей період кафе та ресторани стали приділяти більше уваги деталям. Просте замовлення кави перетворювалося на цілий ритуал: ложечка з логотипом закладу, брендований цукор, вишукані серветки, а сама кава могла подаватися у соусниці або навіть у винному келиху. У моді було використання нестандартного посуду – дерев'яних спилів, кам'яних плиток, квіткових горщиків.

7. 2016 – 2020 роки: сегментація. У цей час гості почали цілеспрямовано обирати спеціалізовані заклади: за суші – до японського ресторану, за стейком – до м'ясного, за пастою – до італійського. Меню звужувалися, а ресторатори концентрувалися на тому, що вміли робити найкраще. Часто власники самі мали експертизу у певній сфері – наприклад, відкривали кав'ярню, якщо добре розбиралися у каві.

8. З 2020 року по сьогоднішній день: переосмислення ресторанного бізнесу. Карантинні обмеження кардинально змінили підхід до харчування. Популярності набули доставка та стріт-фуд. У центрі уваги опинився споживач, а не просто заробіток. В Україні почали з'являтися ресторани з ідеєю – деякі популяризують культуру правильного харчування, інші фокусуються на винній культурі, кавовій майстерності, гастрономічному гедонізмі чи навіть соціальній відповідальності. Конкуренція стала жорсткішою, і для успішного функціонування закладу необхідно докладати значних зусиль та мати чітку концепцію.

Розвиток трендів у ресторанному бізнесі відбувається у трьох основних

напрямах: кухня, обслуговування та технології.

Сучасні тенденції у сфері обслуговування клієнтів включають наступне:

1. Ресторанна доставка. Сучасні споживачі все частіше надають перевагу можливості насолоджуватися улюбленими стравами у затишній атмосфері власного дому. Це підштовхує ресторани до активного розвитку послуг доставки, що дозволяє розширити клієнтську базу та підвищити лояльність відвідувачів.

2. Кухня з нульовими відходами. У зв'язку з екологічними викликами, багато закладів шукають способи мінімізувати кількість харчових відходів. Використання всіх складових продуктів, повторна переробка залишків та екологічно відповідальне ставлення до ресурсів стають важливими критеріями для свідомих споживачів.

3. Бонусні програми та спеціальні пропозиції. Для підвищення лояльності гостей ресторани впроваджують різноманітні системи знижок, бонусів та накопичувальних програм. Це дозволяє не тільки залучити нових відвідувачів, а й перетворити їх на постійних клієнтів.

Актуальні тренди у сфері харчування. При аналізі сучасних гастрономічних тенденцій вчені спиралися на прогнози провідних рестораторів. Серед найактуальніших напрямків можна виокремити такі:

1. Альтернативні цитрусові. Окрім традиційних лимонів та апельсинів, у кулінарії все частіше використовуються екзотичні цитрусові культури, такі як помело, кумкват або юзу. Вони надають стравам унікального смакового відтінку та яскравого аромату, що приємно дивує гостей закладів.

2. Гастрономічне різноманіття. Відвідувачі ресторанів все більше цікавляться смаками, характерними для кухонь різних країн світу. Великим попитом користуються філіппінські, східні та африканські аромати, а також традиційні українські страви, які отримують сучасні інтерпретації.

3. Екзотичні морепродукти. Популярність страв із морепродуктів в

Україні невпинно зростає. Особливим попитом користуються кальмари, устриці та ікра, які гармонійно поєднуються з інгредієнтами міжнародної кухні, створюючи нові цікаві гастрономічні рішення.

4. Вегетаріанські страви. Все більше українців обирають рослинне харчування, що спонукає рестораторів розширювати асортимент вегетаріанських та веганських страв. У меню стають популярними страви на основі овочів, бобових культур та альтернативних джерел білка.

Технологічні інновації у ресторанному бізнесі. Розвиток інтернету та мобільних технологій суттєво змінив спосіб взаємодії людей із сервісами, зокрема в сфері громадського харчування. Сучасні ресторани активно впроваджують технологічні рішення, щоб зробити обслуговування швидшим, зручнішим і більш привабливим для клієнтів. До найпопулярніших цифрових новацій у ресторанній індустрії належать:

1. Цифрове меню. Встановлення інтерактивних екранів у закладах дозволяє гнучко змінювати асортимент страв, додавати спеціальні пропозиції та оперативно коригувати ціни. Це не лише спрощує роботу персоналу, а й мотивує гостей частіше відвідувати ресторан, щоб спробувати оновлені страви.

2. Сенсорні планшети для замовлень. Використання планшетів для самостійного оформлення замовлень скорочує час очікування, зменшує черги та мінімізує можливі помилки при прийманні замовлення офіціантом.

3. POS-системи. Мобільні касові системи виконують функції традиційних реєстраторів, але мають низку переваг: швидкість обробки платежів, зручність використання та підвищену безпеку фінансових операцій.

4. Доставка у громадські місця. В умовах великих міст доставка їжі залишається актуальним трендом. Окрім стандартної доставки додому чи в офіс, популярності набирає опція отримання замовлень у парках, торгових центрах та інших громадських локаціях, що забезпечує клієнтам ще більшу мобільність та комфорт.

Тренди у сфері гастрономії тісно пов'язані з модними тенденціями. В українських мегаполісах кулінарні уподобання змінюються приблизно раз на 4–5 років. У певні періоди популярності набувала мексиканська, японська, марокканська кухня, а згодом вийшов на передній план стиль fusion. Однак головним фактором популярності є не лише смак страв, а й їхня нестандартна подача, особливі ритуали обслуговування та атмосфера закладу. Справжніх поціновувачів автентичних кухонь не так багато, тому відвідувачів найчастіше приваблює саме ефект новизни та унікальності.

Барна культура також змінюється відповідно до трендів. Вона залежить від стилю роботи барменів, їхньої комунікабельності та харизми. Крім того, з'являються нові посадки, як-от сомельє, та нові формати напоїв. Незмінними атрибутами модних закладів залишаються кальяни та сигари, які продовжують користуватися попитом.

Інтер'єр та загальна атмосфера ресторанів також перебувають під впливом моди. Наприклад, упродовж останніх двох років популярності набули еkleктика та поєднання матеріалів із контрастними фактурами, такими як скло і цегла, дерево і метал. Атмосфера закладу формується не лише дизайном, а й розважальними програмами та тематичними вечірками.

Тренди не виникають спонтанно – їх створюють штучно. Для їхнього просування використовують активний PR, залучають медійних особистостей, проводять рекламні кампанії в соціальних мережах, а також розміщують позитивні відгуки та фоторепортажі у ЗМІ.

Головне для рестораторів – вчасно уловити момент зародження тренду та максимально ефективно вкластися в його просування. Завчасний старт може спричинити великі витрати без гарантії успіху, тоді як запізнення суттєво знижує економічний ефект.

1.2. Особливості провадження діяльності в кафе-кондитерських

Кафе-кондитерська є спеціалізованим кафе. Відповідно до п. 5.6 ДСТУ

3862-99 кафе – це заклад ресторанного господарства із різноманітним асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, у якому застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Кафе-кондитерська – це різновид кафе, що спеціалізується на широкому асортименті борошняних, кондитерських та булочних виробів. У меню таких закладів представлені десерти, виготовлені з різних видів тіста: дріжджового, пісочного, білково-збивного, бісквітного, листкового, мигдального, пряничного тощо. Як правило, кафе-кондитерські мають власний кондитерський цех, що дозволяє контролювати якість продукції та урізноманітнювати асортимент.

Останнім часом набули популярності кафе-кондитерські з національним ухилом, наприклад, віденські кондитерські, що пропонують традиційні штруделі, тістечка "Захер" та інші австрійські десерти.

Обладнання та організація простору. У торговельному залі кафе-кондитерської зазвичай розміщують:

- охолоджувані та неохолоджувані вітрини для демонстрації десертів;
- спеціальні меблі для комфортного розміщення відвідувачів;
- апарати для приготування кави, чаю та інших гарячих напоїв.

Для розширення асортименту багато закладів додають до меню заморожені десерти, муси, фруктові сорбети та інші оригінальні солодощі.

Правові аспекти. Діяльність кафе-кондитерських, як і будь-якого іншого закладу ресторанного господарства, регулюється чинними законодавчими та нормативними актами. Це включає вимоги до санітарно-гігієнічних норм, контроль якості продуктів, дотримання стандартів безпеки харчових виробництв тощо.

Сучасні кафе-кондитерські стають не просто місцем для чаювання, а справжнім простором для гастрономічних експериментів і творчості, що залучає відвідувачів оригінальністю смаків та концепцій. Стислий перелік

таких:

– Постанова «Про затвердження нормативних документів, що регламентують порядок роботи об'єктів громадського харчування споживчої кооперації України»;

– Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» від 24.02.94 р. № 4004-ХІІ;

– Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 01.06.2000 р. № 1776-ІІІ;

– Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219;

– Порядок проведення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення, затверджений постановою КМУ від 15.06.2006 р. № 833;

– Інструкція «Про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібною торгівлі та громадського харчування» № 2 від 04.01.1997 р.;

– Закон № 1023-ХІІ від 12.05.1991 «Про захист прав споживачів».

Вибір типу і класу закладу громадського харчування (ресторани, кафе, кондитерські тощо) регулюється Правилами роботи закладів ресторанного господарства. Від цього вибору залежить необхідний перелік виробничих, торгових і побутових приміщень, а також обладнання для приготування та реалізації продукції.

Відкриття будь-якого закладу ресторанного господарства повинно узгоджуватися з:

- органами місцевого самоврядування;
- установами державної санітарно-епідеміологічної служби;
- іншими державними органами відповідно до чинного законодавства.

Технічні та санітарні вимоги:

- Всі засоби вимірювальної техніки (ваги, термометри, лічильники тощо) повинні бути справними, мати перевірочне клеймо та проходити обов'язкову державну перевірку.
- Торгово-технологічне обладнання, інвентар і посуд, що підлягають обов'язковій сертифікації, мають мати сертифікат відповідності.
- Устаткування, яке не підлягає сертифікації, має бути виготовлене з матеріалів, дозволених Головним державним санітарним лікарем України.

Вимоги до персоналу:

- Працівники, що займаються виробництвом, зберіганням і продажем харчових продуктів, повинні мати професійну освіту або спеціальну підготовку.
- Всі співробітники ресторанного господарства проходять обов'язкове медичне обстеження, результати якого фіксуються в особистих медичних книжках.
- Особиста медична книжка має бути в наявності та пред'являтися на вимогу представників державної санітарно-епідеміологічної служби.

Поєднання двох напрямів діяльності. Кафе-кондитерська поєднує два ключові види діяльності:

1. Кондитерське виробництво – виготовлення кондитерських виробів, що регулюється вимогами до підприємств харчової промисловості.
2. Заклад ресторанного господарства – надання послуг громадського харчування, обслуговування клієнтів та організація споживання продукції безпосередньо в кафе.

Саме це поєднання робить кафе-кондитерську унікальним закладом, який одночасно виконує функції виробника і ресторатора.

Кондитерська промисловість є частиною харчової індустрії та здебільшого орієнтована на задоволення додаткових потреб споживачів. Водночас дослідники відзначають її низьку вразливість до економічних криз, що обумовлено психологічними чинниками. Зокрема, науково доведено, що

у періоди стресу споживання солодоців зростає [8].

Основні особливості кондитерської галузі України:

1. Класифікація продукції. Відповідно до класифікації за видами економічної діяльності, кондитерська продукція поділяється на три основні групи:

- виробництво хліба та хлібобулочних виробів;
- виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок (як нетривалого, так і тривалого зберігання);
- виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

2. Експортна залежність. Близько 30% української кондитерської продукції постачається на зовнішні ринки. Українські виробники експортують свою продукцію до понад 50 країн світу, що забезпечує значний обсяг валютних надходжень.

3. Сировинна база. Кондитерське виробництво є інтенсивно-сировинним, оскільки частка матеріальних витрат становить 60–75% від собівартості продукції. Основу виробництва складає вітчизняна сировина – борошно, цукор, молоко, вершкове масло. Водночас деякі інгредієнти імпортуються, зокрема:

- какао-боби;
- горіхи та арахіс;
- екзотичні масла (кокосове, арахісове тощо).

Таким чином, кондитерська галузь України є стійкою до економічних викликів, має значний експортний потенціал та спирається переважно на локальні ресурси.

4. Сезонність продажів і фактори впливу на кондитерський ринок. Кондитерський ринок має яскраво виражену сезонність. Продажі значно зростають у період новорічних свят, 8 Березня та інших визначних подій. Одним із ключових чинників сезонного попиту є упаковка товару, особливо у сегменті подарункових наборів, реалізація яких безпосередньо залежить від її

привабливості [9].

Фактори, що впливають на розвиток кондитерського сектора:

1. Демографічна ситуація – зміна чисельності населення та вікової структури впливає на загальний рівень споживання кондитерських виробів.
2. Вартість сировини – коливання цін на борошно, цукор, какао-боби, горіхи та інші складові безпосередньо позначаються на собівартості продукції.
3. Рівень заробітної плати в галузі – кадрова стабільність і якість продукції значною мірою залежать від оплати праці фахівців кондитерської промисловості.
4. Ціни на енергоресурси – витрати на електроенергію, газ та інші ресурси є вагомою часткою виробничих витрат.

Попри популярність кондитерських виробів, вони не є товарами першої необхідності, тому рівень попиту на внутрішньому ринку безпосередньо залежить від купівельної спроможності населення. У періоди економічної нестабільності українці або зменшують обсяги покупок солодошів, або перемикаються на дешевші альтернативи.

Основними споживачами кондитерської продукції є жінки всіх вікових категорій. Споживчі вподобання залежать від віку:

- Молодь надає перевагу батончикам, шоколадкам, а також карамелі, драже та іншим цукристим виробам.
- Сім'ї та старше покоління частіше купують борошняні вироби (печиво, пряники, кекси), що є традиційною складовою їхнього харчового раціону.

Ціновий сегмент борошняної продукції переважно середній, а її вартість визначається видом виробу та використовуваними інгредієнтами.

Таким чином, сезонність, купівельна спроможність і зміни у споживчих звичках є основними факторами, що формують динаміку кондитерського ринку.

Класичним вибором для всіх категорій українських споживачів є

покупка печива та цукерок на вагу. При цьому ключовими факторами залишаються свіжість і якість товару. На рішення про покупку також впливають смакові вподобання та співвідношення ціни, ваги й упаковки.

Українські споживачі віддають перевагу перевіреним брендам, залишаючись вірними обраній торговій марці. Напередодні свят суттєво зростає попит на кондитерську продукцію у подарункових упаковках, що робить її важливим елементом сезонного маркетингу.

Більшість кондитерських виробів належать до продуктів спонтанного попиту. Яскравим прикладом є плитковий шоколад, для якого особливо важливі:

- Дизайн упаковки – яскрава й естетична подача підсилює бажання зробити покупку.
- Реклама – активне просування в медіа та соціальних мережах сприяє впізнаваності.
- Локація торгових точок – продаж у місцях великого скупчення людей стимулює імпульсивний попит.

Ключові проблеми, що стоять перед виробниками кондитерських виробів:

1. Завоювання стабільних ринкових позицій – посилення довіри споживачів і розширення впізнаваності бренду.
2. Збільшення частки ринку – ефективна конкуренція як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.
3. Підтримка довгострокової конкурентоспроможності – впровадження нових смаків, технологій виробництва та ефективних маркетингових стратегій.

З огляду на ці виклики, ефективна маркетингова діяльність стає визначальним фактором успіху підприємств кондитерської галузі [9].

Однією з унікальних рис кафе-кондитерської є те, що вона поєднує функції кафе, магазину та міні-кондитерського цеху. Це створює комфортний простір для різних категорій відвідувачів.

Основні характеристики кафе:

1. Асортимент – подають каву, випічку та інші додаткові до напоїв страви.
2. Атмосфера – приємна, невимушена, що сприяє релаксу або коротким зустрічам.
3. Функціональність – дозволяє відвідувачам працювати за ноутбуком, за умови розумного використання простору.

Кафе-кондитерська – це світ солодкого задоволення, що приваблює гостей апетитним ароматом, затишною атмосферою та якісним сервісом.

Відмінні риси кафе-кондитерської. Кафе-кондитерська – це не просто місце для чашки кави та десерту. Це унікальний заклад, який поєднує в собі гастрономічне мистецтво, затишну атмосферу та сучасний підхід до обслуговування.

Основні особливості кафе-кондитерської:

1. Широка спеціалізація. Асортимент не обмежується лише солодощами, десертами та здобою. У меню можна знайти різноманітні страви, що задовольняють смаки як любителів класичних десертів, так і тих, хто бажає замовити щось ситніше.
2. Власний виробничий цех. Більшість кафе-кондитерських мають невеликий цех для приготування солодких десертів і випічки. Основні переваги власного виробництва:
 - використання свіжих продуктів,
 - контроль якості на всіх етапах приготування,
 - демократична вартість виробів без націнки посередників.
3. Послуга продажу "на виніс". Практична упаковка дозволяє клієнтам забрати улюблену випічку та напої з собою. Це зручно для тих, хто цінує свій час і віддає перевагу формату to-go.
4. Естетичний кондитерський антураж. Дизайн закладу сприяє візуальному задоволенню гостей. Вітрини, що обертаються, скляні шафи з підсвічуванням, відкриті стелажі – все це створює привабливий

кондитерський натюрморт, що підсилює бажання зробити покупку.

5. Можливість індивідуального замовлення. Весільні торти, ексклюзивні тістечка, тематично прикрашені пряники, унікальні кондитерські вироби за побажанням клієнта – креативні ідеї реалізуються професійними майстрами-кондитерами.

6. Затишний дизайн та ароматна атмосфера. Кафе-кондитерська зазвичай має невеликий зал з кухнею, розташованою в безпосередній близькості до гостей. Аромати свіжої випічки, шоколаду, ванілі та міцної кави створюють особливу атмосферу комфорту.

7. Лояльна цінова політика. Високотехнологічне обладнання у власному цеху дозволяє гнучко варіювати ціни та пропонувати якісну продукцію за доступною вартістю.

Таким чином, кафе-кондитерська – це не просто місце для кави, а особливий простір, де якість, затишок і сучасний підхід до обслуговування роблять кожен візит приємним та незабутнім.

Сегмент кафе-кондитерських динамічно розвивається в Україні. Популярність цього формату пояснюється поєднанням власного виробництва, затишної атмосфери та високої якості продукції.

Для новачків у цій сфері ринок є привабливим, адже вже сформувалася міцна база експертів, професіоналів та спеціалістів як у сфері бізнесу, так і у виробництві кондитерських виробів.

Зважаючи на особливості ведення бізнесу та оптимістичні прогнози експертів, можна зробити висновок, що кафе-кондитерські мають перспективне майбутнє. Ріст попиту на якісну випічку та десерти, розвиток культури споживання кави і збільшення кількості закладів європейського формату свідчать про стабільне зростання цього сегмента ринку.

1.3. Методологічні аспекти дослідження розвитку кафе-кондитерських

Сфера діяльності кафе-кондитерських демонструє швидке зростання,

що підтверджується прогнозами експертів. Вільні ніші у цьому сегменті залишаються незаповненими, що стимулює підприємців до відкриття нових закладів.

Зважаючи на динамічність розвитку ринку, дослідження кафе-кондитерських потребує наукового підходу. Найефективнішим є комплексний аналіз економічних показників, особливостей функціонування підприємств кондитерської галузі та споживчих вподобань.

Основні методи дослідження:

1. Історико-економічний метод – вивчення еволюції підприємств кондитерської промисловості України в контексті галузевої реструктуризації.
2. Статистико-економічний метод – аналіз тенденцій ринку кондитерських виробів за останні 3–5 років.
3. Соціометричний метод – дослідження споживчого попиту на кондитерську продукцію.
4. Абстрактно-логічний метод – узагальнення результатів досліджень та формування прогнозів розвитку ринку.

Для наочного представлення результатів аналізу використовують графіки, таблиці, що ілюструють динаміку розвитку галузі, зміни у виробництві та реалізації продукції.

Дослідження подальшого розвитку кафе-кондитерських неможливе без аналізу зовнішнього середовища. Оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз дозволяє визначити перспективи та стратегічні напрямки розвитку даного сегмента. Іншими словами – SWOT-аналіз (див. табл. 1.1).

Дані таблиці 1.1 дають підґрунтя для побудови стратегії розвитку кафе-кондитерських, пропрацювати майбутні ризики, підготувати альтернативні варіанти дій, зробити акцент на сильних сторонах та дивитись в майбутнє з перспективами розвитку.

Розвиток кафе-кондитерської неможливий без урахування сучасних інновацій та впровадження науково-технічного прогресу. Використання

новітніх технологій у виробництві, автоматизація процесів та застосування сучасного обладнання сприяють оптимізації витрат і підвищенню якості продукції.

Одним із найперспективніших підходів до розвитку підприємства є диверсифікація – розширення асортименту, включення нових видів продукції, додаткових послуг (кейтеринг, індивідуальні замовлення, доставка). Це дає змогу підвищити конкурентоспроможність та адаптуватися до змін ринку.

Методологія бізнес-планування. Методологія розвитку кафе-кондитерської широко застосовується при створенні бізнес-плану, що є основою успішного запуску підприємства. Бізнес-план охоплює:

- Аналіз конкурентного середовища – визначення сильних та слабких сторін конкурентів, оцінка ринкових тенденцій.
- Оцінку можливих ризиків – економічних, маркетингових, операційних.
- Аналіз типових помилок – виявлення причин невдач аналогічних бізнесів, щоб уникнути їх у майбутньому.
- Фінансове планування – розрахунок початкових витрат, прогноз виходу бізнесу на беззбитковий рівень, очікуваний термін отримання прибутку [14].

Таким чином, впровадження інноваційних підходів, стратегічне планування та детальний аналіз ринку є ключовими факторами успішного розвитку кафе-кондитерських.

Таблиця 1.1 – Матриця SWOT-аналізу кондитерського ринку України

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Великий сировинний, кадровий потенціал, можливість екстенсивного та інтенсивного розширення виробництва відповідність	Застаріле обладнання та неефективне використання основних фондів, державний контроль сировинних баз дає поштовх до створення

	світовим стандартам дає змогу стрімкого та успішного розвитку галузі як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.	автономності в діяльності та оновлення основних фондів.
Загрози	Орієнтація на експорт та диверсифікація ринків дасть змогу уникнути політичного корелювання, а розвиток власних сировинних баз та ліній з переробки какао-бобів зменшать ризик спекуляції та залежності від посередників.	Зниження купівельної спроможності та закриття ринків в силу політичних причин, державне регулювання цін на сировину, залежність від постачальників, – це ті ризики, які мають бути враховані при побудові стратегії, причому в напрямку нівелювання їх впливу.

Ключові аспекти бізнес-планування кафе-кондитерської:

1. Аналіз конкурентного середовища

Щоб зайняти свою нішу, підприємець має запропонувати:

- Унікальний асортимент – незвичні рецепти, авторські десерти, трендові продукти.
- Вигідні умови доставки – зручні способи отримання замовлення, швидкість виконання.
- Оригінальну концепцію – тематичне оформлення закладу, інстаграмний дизайн, ексклюзивний сервіс.

2. Аналіз ризиків

Жоден бізнес не може оминати ризики, тому вони потребують ретельного аналізу ще на етапі планування. Недостатнє врахування ризиків може призвести до фінансових втрат або навіть закриття закладу.

До основних ризиків відносять:

- Зміни попиту – сезонність, економічна нестабільність.
- Високу конкуренцію – наявність великих мереж та локальних гравців.
- Операційні витрати – подорожчання сировини, комунальних

послуг.

3. Дослідження споживчих уподобань та трендів

Важливим фактором успіху є аналіз споживчих очікувань щодо асортименту та обслуговування. Тренди у випічці змінюються щороку, тому варто слідкувати за прогнозами експертів харчової промисловості.

Актуальні тренди кондитерської галузі:

- Натуральні та корисні інгредієнти.
- Авторські рецепти та нестандартні поєднання смаків.
- Веганські, безглютенові, низькокалорійні десерти.
- Інстаграмні та естетичні подачі.

Десерти – це не лише ласощі, а й спосіб релаксу, розваги та створення атмосфери для зустрічей із близькими [15].

4. Роль підприємця у розвитку кафе-кондитерської

Для успішного ведення бізнесу власник має:

- Використовувати методологічні інструменти для аналізу ринку.
- Постійно саморозвиватися та слідкувати за інноваціями.
- Впроваджувати нові технології та маркетингові стратегії.

Таким чином, поєднання аналітичного підходу, гнучкості до змін ринку та інноваційного мислення створює стійку основу для успішного розвитку кафе-кондитерської.

Висновок з 1 розділу

Розвиток трендів відбувається у трьох площинах: кухня, обслуговування та технології. Кафе – це заклад ресторанного господарства із різноманітним асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, у якому застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами. Кафе-кондитерська – різновид кафе, в якому пропонується широкий вибір борошняних кондитерських та булочних виробів.

Кафе-кондитерська є поєднанням двох видів діяльності. По-перше – кондитерська, як виробник продуктів харчування – кондитерських виробів, по-друге – кафе, як заклад ресторанного господарства з відповідним наданням послуг харчування. В цьому унікальність такого закладу.

Найважливішими проблемами розвитку кондитерського підприємства є: завоювання стійких позицій на ринку, збільшення частки ринку, забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства. Дослідження подальшого розвитку кафе-кондитерських неможливе без досліджень зовнішнього середовища, виявлення сильних, слабких сторін та можливих загроз і перспектив. Особливо важливим є дослідження споживачів та їх запитів до кондитерських виробів та обслуговування в кафе-кондитерській.

Підприємець, власник кафе-кондитерської має володіти методологічним інструментом дослідження бізнес середовища, ринку кондитерської галузі, саморозвиватися та впроваджувати інновації.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ДОМАШНЬОЇ ПЕКАРНІ «КРИМСЬКА ПЕРЕПІЧКА» МІСТА ЛЬВІВ

2.1. Аналіз діяльності львівських кафе-кондитерських

Львів вважається одним із найдинамічніших центрів ресторанного бізнесу в Україні. Його унікальна атмосфера, історична спадщина та активний туристичний потік сприяють стрімкому розвитку кав'ярень, кафе та кондитерських.

Львів – це не тільки культурна столиця Західної України, а й центр гастрономічного туризму. Туристи приїжджають сюди не лише заради архітектури, а й щоб скуштувати автентичні місцеві страви, каву та десерти. Це стимулює ріст ресторанної індустрії та створення концептуальних закладів.

На сьогодні у Львові працює понад 1000 закладів ресторанного господарства, з яких близько 200 – це кафе-кондитерські. Цей сегмент активно розвивається завдяки:

- Попиту на якісні десерти та випічку.
- Високій конкуренції, що змушує заклади впроваджувати нові концепції.
- Розвитку культури кавування та традиції зустрічей у затишних кав'ярнях.

Львівські заклади відрізняються:

- Аутентичним дизайном (історичні інтер'єри, тематичні кафе).
- Оригінальним асортиментом (власна випічка, традиційні галицькі рецепти).
- Маркетинговими фішками (легенди навколо закладів, спеціальні пропозиції для туристів).

Таким чином, ресторанний бізнес Львова не лише відповідає сучасним трендам, а й формує унікальну гастрономічну культуру, яка приваблює

туристів та сприяє розвитку міста.

У таблиці 2.1 розглянемо динаміку кількості об'єктів ресторанного господарства що функціонують як кафе-кондитерські.

Таблиця 2.1 – Динаміка кількості кафе-кондитерських у місті Львів

Роки	Кількість кафе-кондитерських, одиниць	Темп приросту, %
2019	204	–
2020	194	-4,9
2021	218	+12,4
2022	226	+3,7
2023	234	+3,6
2024	260	+11,1

Кількість кафе-кондитерських у Львові змінювалася в залежності від зовнішніх факторів:

- 2020 рік – скорочення на 5% через карантинні обмеження та зменшення кількості відвідувачів.
- 2021 рік – зростання на 12,4% завдяки поживленню бізнесу після пандемії.
- 2022 рік – приріст на 3,7% через переміщення бізнесу до Львова у зв'язку з війною та збільшення чисельності населення.
- 2024 рік – прогнозований приріст до 11,1%, що свідчить про стійкий розвиток сегмента.

Чинники зростання ринку кафе-кондитерських:

1. Соціально-економічні фактори:
 - Зростання доходів населення та витрат на харчування поза домом (домогосподарства з доходом >11 тис. грн витрачають у 3,6 рази більше на кафе та ресторани).
 - Збільшення туристичного потоку, зокрема іноземних

відвідувачів.

- Переміщення підприємців із регіонів до Львова та відкриття ними нових закладів.

2. Споживчі тренди:

- Попит на автентичні десерти та випічку французької, італійської та американської кухні.

- Вплив гастрономічного туризму та популярність food-блогерів, які просувають заклади.

Таким чином, кафе-кондитерські у Львові продовжують динамічно розвиватися, а їхній успіх тісно пов'язаний із туризмом, рівнем доходів населення та споживчими трендами.

Щоб кафе-кондитерська була успішною, підприємці активно впроваджують маркетингові стратегії та адаптуються до сучасних гастрономічних трендів.

Фактори успіху кафе-кондитерських у Львові. Стратегія залучення клієнтів

Оригінальність концепції: Авторське меню із унікальними десертами. Використання локальних продуктів або екологічно чистих інгредієнтів. Спеціалізація на певних видах випічки (наприклад, безглютенові десерти, французькі круасани тощо).

Маркетингові інструменти: Просування через соціальні мережі (Instagram, TikTok, Facebook). Запрошення фуд-блогерів для оглядів закладу. Проведення спеціалізованих заходів (майстер-класи, дегустації, презентації нових десертів).

Локація та атмосфера: Заклади розташовуються в центрі Львова або поблизу туристичних маршрутів. Оригінальний дизайн інтер'єру, що створює затишну атмосферу для гостей. Можливість роботи з ноутбуком або проведення зустрічей.

Кафе-кондитерські поєднують два основні напрямки:

- Виробництво та реалізація десертів, випічки та напоїв.

- Обслуговування клієнтів у форматі кафе.

Основні категорії продукції:

1. Хлібобулочні вироби – круасани, булочки, мафіни, тарталетки.
2. Кондитерські вироби з цукру – зефір, мармелад, карамель, іриски.
3. Шоколадні вироби – цукерки, шоколадні трюфелі, ексклюзивні десерти на основі шоколаду.

Загалом, ринок кафе-кондитерських у Львові динамічно розвивається та приваблює як нових підприємців, так і туристів, що створює конкурентне середовище, в якому важливу роль відіграє унікальність концепції закладу.

Динаміку виробництва розглянемо на рисунку 2.1. Дані по виробництву визначаються у натуральних показниках – тонах.

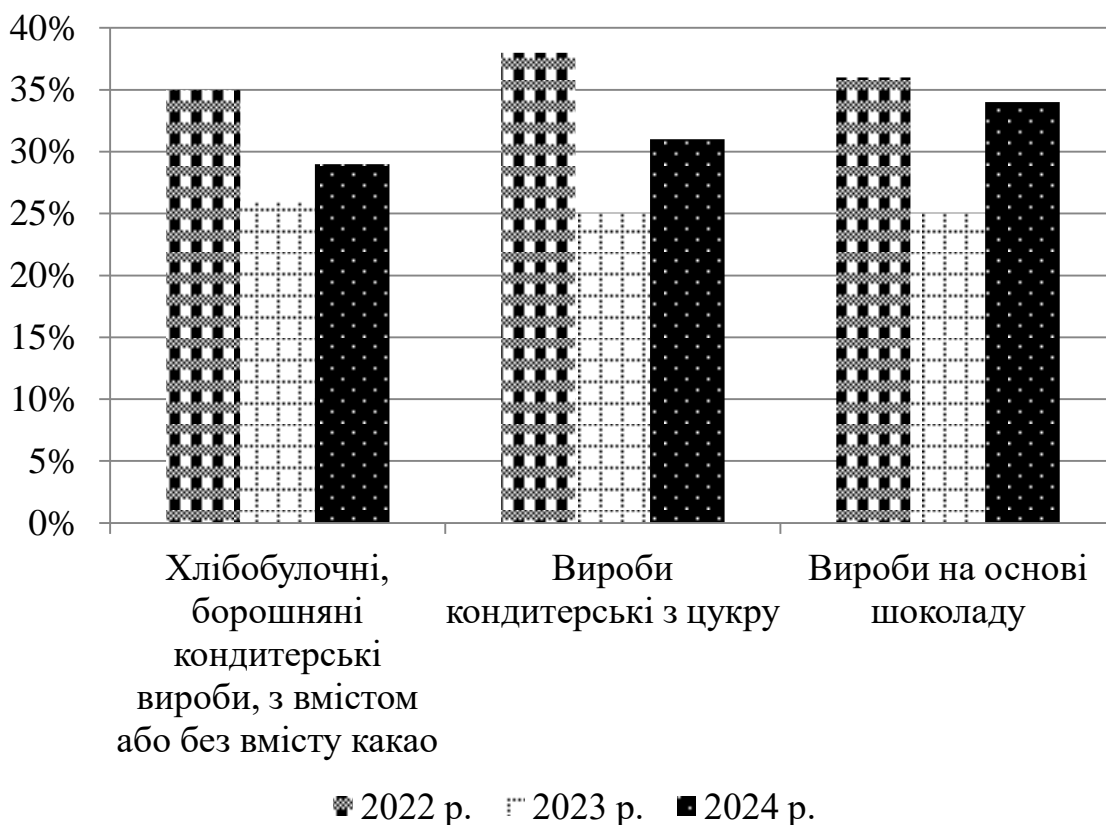


Рис. 2.1 – Виробництво кондитерських виробів у м. Львів за 2022 – 2024 роки

Львів має унікальну гастрономічну культуру, яка гармонійно поєднує європейські традиції випічки та автентичні локальні рецепти.

Зменшення виробництва у 2024 році:

- Хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби – на 8% менше порівняно з 2022 роком.

- Вироби з цукру – скорочення на 7,8 т у порівнянні з 2022 роком.

Зростання попиту на шоколадні вироби:

- У 2024 році споживання шоколаду зросло на 30%.

- Це підтверджує популярність львівського шоколаду, що став гастрономічним символом міста.

Львів'яни традиційно поєднують каву із вишуканими десертами.

- «Львівська майстерня шоколаду» – візитівка міста, що популяризує шоколадні традиції.

- Пляцки, струделі, андрути – історичні десерти Львова, які мають австрійське, польське та угорське коріння.

Тренди кондитерської галузі у Львові:

- ✦ Високий попит на ремісничі солодоці, що виготовляються вручну.

- ✦ Акцент на натуральність та локальні продукти.

- ✦ Розвиток гастрономічного туризму та солодких екскурсій (відвідування шоколадних майстерень, дегустації десертів).

Таким чином, Львів зберігає свої кулінарні традиції, розвиває кондитерський бізнес та продовжує приваблювати туристів завдяки унікальній солодкій атмосфері міста.

Заклади, які лідирують на ринку кафе-кондитерських розглянемо у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Характеристика рейтингових кафе-кондитерських м. Львів

Назва закладу	Оцінка Google	Адреса	Графік роботи
Цукерня	4,5	Вул. Староєврейська, 2	8:30 – 22:00
ШОСо	4,6	Вул. академіка Андрія Сахарова, 44	08:00 – 21:00
Крем & Джем	4,8	Просп. Червоної Калини, 109	10:00 – 21:00

Фраерка	4,7	Вул. Глибока, 16	09:00 – 21:00
Xenia	4,7	Вул. Якова Раппапорта, 7Б	09:00 – 20:00
BISCOTTI	4,5	Вул. Листопадового Чину, 14	09:00 – 20:00
SweetGinger	4,8	Вул. Залізнична, 38	10:00 – 19:00
Багет	4,5	Вул. Генерала Чупринки, 68	09:00 – 22:00
Львівські пляцки	4,6	Площа Ринок, 13	09:00 – 21:00
Кримська перепічка	4,7	Просп. Червоної Калини, 72	08:30 – 21:00
Krendel'	4,7	Вул. Магазинова, 4	08:00 – 18:00
Sacao	4,8	Просп. Червоної Калини, 68	08:00 – 21:00

Джерело: за даними рейтингової оцінки Google

Розуміння цільової аудиторії допомагає оптимізувати маркетингові стратегії та графік роботи закладу.

1. Батьки з дітьми.

- Час відвідування: 10:00 – 21:00
- Потреби: дитяче меню, ігрові зони, корисні десерти, напої для малечі
- Маркетинг: акції для сімей, майстер-класи для дітей

2. Школярі.

- Час відвідування: 14:00 – 18:00
- Потреби: доступні ціни, перекуси між заняттями, швидке обслуговування
- Маркетинг: студентські знижки, ланч-меню, партнерство зі школами

3. Молодь.

- Час відвідування: 10:00 – 21:00
- Потреби: Instagram-friendly локації, авторські десерти, модні напої
- Маркетинг: активність у соцмережах, тематичні заходи, фотозони

4. Мешканці району.

- Час відвідування: протягом дня
- Потреби: домашня атмосфера, свіжі вироби, зручність
- Маркетинг: програми лояльності, акції для постійних клієнтів

5. Гості, які зайшли відпочити.

- Час відвідування: 18:00 – 21:00
- Потреби: затишна атмосфера, великий вибір десертів, якісний сервіс
- Маркетинг: жива музика, сезонні пропозиції, вечірні знижки

Аналіз споживачів дозволяє кафе-кондитерським ефективніше підлаштовувати меню, акції та маркетингові кампанії, залучаючи нових клієнтів і збільшуючи прибутки.

Таблиця 2.3 – Вихідні дані та розрахунок показників забезпеченості кафе-кондитерських м. Львів

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Кількість населення м. Львів, тис. осіб	755,82	756,03	862,36	717,27
Кількість кафе-кондитерських, одиниць	204	194	218	226
Припадає кафе-кондитерських на 1000 населення м. Львів	0,27	0,26	0,25	0,32
Припадає мешканців Львова на одне кафе-кондитерську	3705	3897	3955	3173

Кафе-кондитерські у Львові мають широкий асортимент десертів, що дозволяє задовольнити запити різних сегментів споживачів.

Кондитерські вироби класифікуються за сировиною на цукрові та борошняні. До цукрових належать карамель, цукерки, шоколад, какао-порошок, драже, ірис, мармеладно-пастильні вироби, халва та східні солодоці. До борошняних – печиво, крекер, галети, пряники, вафлі, рулети, кекси, торти та тістечка.

Популярні тренди у Львові охоплюють як традиційні місцеві десерти (пляцки, андрути, сирники), так і модні європейські солодоці (макаронси, тарти, еклери). Все більшої популярності набирають десерти без цукру, безглютенові та веганські.

Для залучення широкої аудиторії кафе-кондитерські можуть підтримувати середній рівень цін та впроваджувати спеціальні пропозиції: сімейні акції, знижки для студентів, сезонні новинки.

Розглянемо структуру попиту на кондитерську продукцію серед обох класифікаційних груп. Дані для побудови діаграм взято із пошукових даних Google за допомогою Google Ads та із відповідей споживачів і офіціантів закладів (див. рис. 2.2).

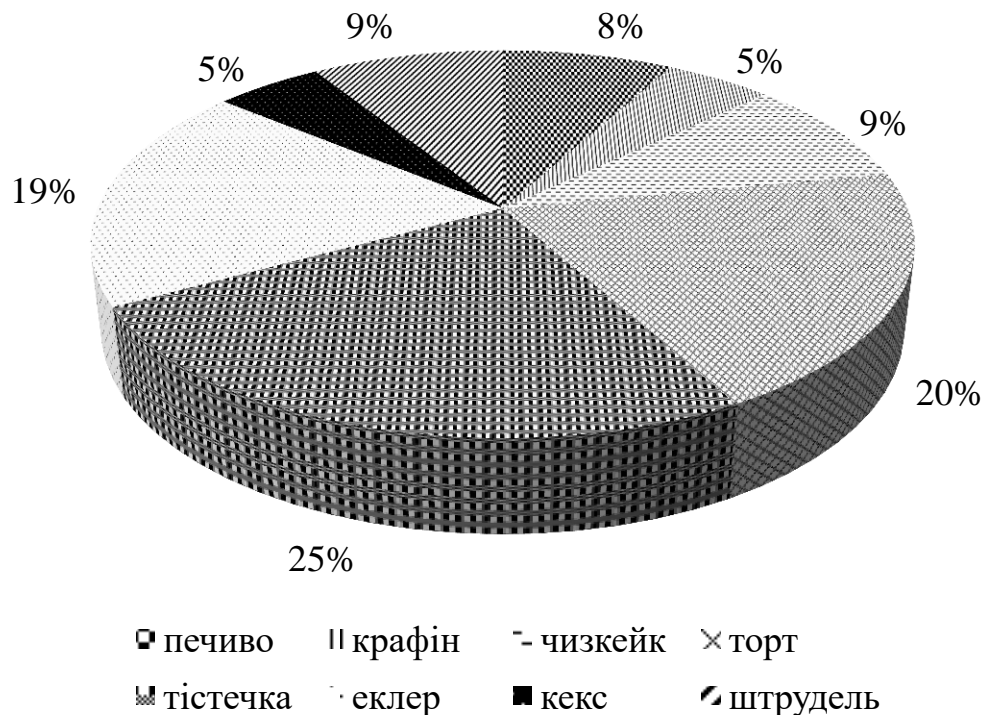


Рис. 2.2 – Розподіл запитів споживачів на борошняні кондитерські вироби в кафе-кондитерських м. Львів

За даними рисунку 2.2 бачимо, що найчастіше в кафе-кондитерських замовляють тістечка, торти та еклери. Торти переважно виготовляють на замовлення, хоча й значна частина реалізовується по шматочкам в закладі.

У кафе особливою популярністю користуються такі торти, як

«Наполеон», «Медовий» та «П'яна вишня». За індивідуальними замовленнями найчастіше готують бісквітні торти з різними видами крему, додаванням фруктів або шоколаду.

До категорії тістечок входять кондитерські вироби на основі тіста з кремом, фруктами чи ягодами. Серед них – кошики з ягодами та збитими вершками, «Картопля», тірамісу, бісквітні тістечка, вафельні трубочки з кремом тощо. Оскільки еклери користуються значним попитом, їх можна виділити в окрему групу.

Серед інших популярних виробів – чизкейки, штруделі та різноманітне печиво. Меншим попитом користуються крафіни та кекси.

Наступна діаграма 2.3 відображає попит споживачів на цукрові кондитерські вироби.

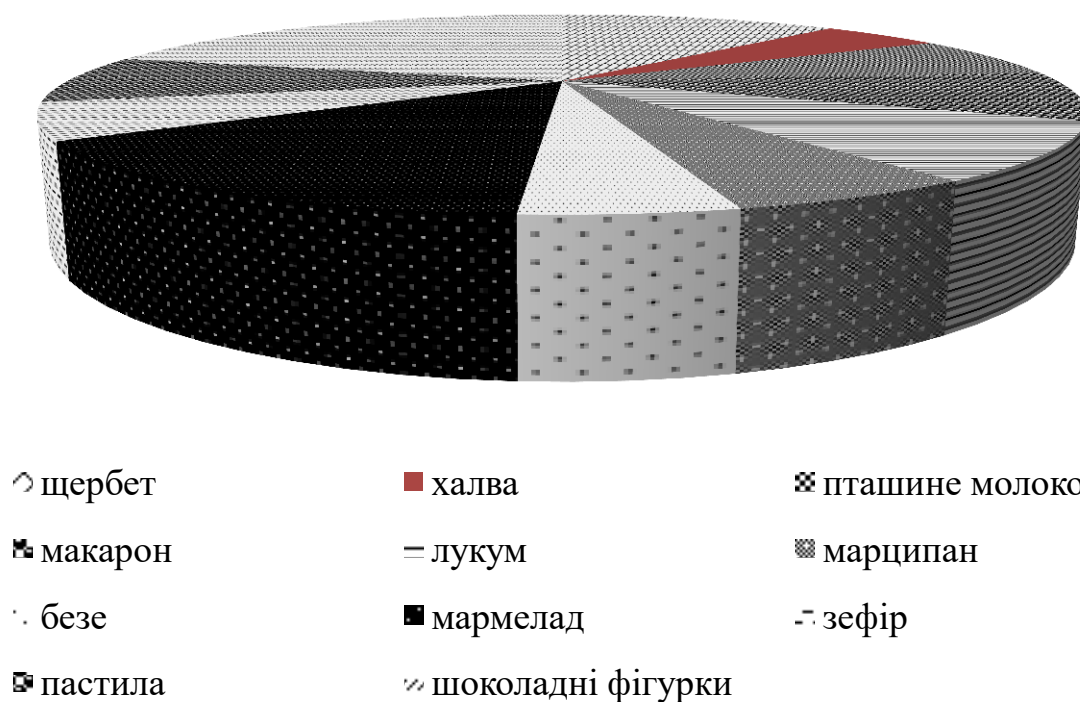


Рис. 2.3 – Розподіл запитів споживачів на цукрові кондитерські вироби в кафе-кондитерських м. Львів

Вище зображена діаграма 2.3 показує, що найбільшим попитом користуються такі вироби як: мармелад, шоколадні фігурки, лукум та шербет. Мармелад та шоколадні вироби здебільшого замовляють для дітей.

Такі вироби як макарон та марципан відносно нові для українського споживача, проте вже завоювали прихильність. Ними можна поласувати в кафе-кондитерських та замовити на святковий стіл. Найменше замовляють халву, безе та зефір.

В Україні кондитерські вироби не належать до товарів першої необхідності. Зазвичай солодощі з'являються на столі перед приходом гостей, а піковий попит припадає на свята, такі як День Святого Валентина, 8 Березня та новорічні урочистості. Шоколадну продукцію часто купують як швидкий перекус для відновлення енергії або ж для покращення настрою. Відвідування кафе-кондитерської можна розглядати як спосіб релаксації та приємного дозвілля.

Для споживачів важливим критерієм вибору солодощів є країна-виробник. Найчастіше українці віддають перевагу вітчизняній продукції, що пояснюється кількома факторами:

- доступна ціна в порівнянні з імпоротною продукцією;
- висока якість, широкий асортимент та різноманітність смаків;
- популярність тренду Made in Ukraine, який з 2013 року стимулює підтримку національних виробників.

На розвиток ресторанного бізнесу у Львівській області та загалом в Україні впливають різні економічні фактори. До них належать загальний стан економіки, фінансова стабільність, рівень розвитку туризму, інвестиційна привабливість регіону, середній дохід населення, рівень безробіття та податкове навантаження.

У меню кафе-кондитерських Львова та інших міст України майже не представлена продукція, орієнтована на споживачів, які дотримуються принципів здорового харчування. Йдеться про дієтичні десерти, солодощі без цукру, на основі стевії або розраховані для людей із діабетом. Попит на такі вироби зростає, що відкриває перспективи для розширення асортименту.

Загалом кафе-кондитерські у Львові користуються стабільним попитом. Кожен заклад має свою аудиторію та прагне розвитку,

застосовуючи різні стратегії диференціації. Підприємці залучають відвідувачів за рахунок оригінального меню, унікальних рецептів, привабливого інтер'єру та високого рівня обслуговування. Це сприяє збільшенню кількості клієнтів і покращенню репутації закладу.

2.2. Організаційно-економічна характеристика домашньої пекарні «Кримська перепічка»

Домашня пекарня «Кримська перепічка» розпочала свою діяльність у 2016 році у Львові. Спочатку було відкрито пекарню, згодом на її базі з'явилася кав'ярня, а нині мережа налічує три заклади у місті.

Історія «Кримської перепічки» є особливою. Її заснували дві сестри – Світлана Лопатіна та Оксана Новікова, які переїхали до Львова з Криму у 2014 році. Вони вирішили створити місце з домашньою випічкою, орієнтоване передусім на місцевих жителів.

При виборі локації Світлана звернула увагу на Сихів. Вона була вражена масштабністю проспекту Червоної Калини, що нагадував їй рідний Сімферополь. На її думку, попри значну кількість мешканців, у цьому районі бракувало сімейних закладів. Саме цей сегмент підприємниці вирішили заповнити, пропонуючи свіжу випічку для місцевих жителів.

Заклад орієнтований не на туристів, а саме на львів'ян. «Ми добре знаємо, хто такі туристи, – розповідає Світлана Лопатіна. – Це люди, які приїжджають на короткий час і не стають постійними клієнтами. Турист – це швидкий прибуток, але не стабільний. Натомість наші гості – це місцеві мешканці, переважно батьки з дітьми».

Домашня пекарня «Кримська перепічка» зареєстрована як фізична особа-підприємець (ФОП) та є приватним підприємством.

Перший заклад було відкрито на проспекті Червоної Калини, 72. Саме цей заклад є основою даного дослідження. Також є заклади на вул. Стрийській, 111-б; та по вул. Зеленій, 263.

Домашня пекарня займається такими видами діяльності:

- виробництво та реалізація солодкої випічки;
- виготовлення та продаж несолодких хлібобулочних виробів;
- випічка та реалізація тортів;
- створення тортів на замовлення;
- виробництво та продаж тістечок;
- приготування та реалізація напоїв (кава, чай, компот, коктейлі, смузі);
- випуск та продаж безглютенової продукції.

«Кримська перепічка» працює відповідно до чинного законодавства України, Статуту підприємства, Свідоцтва про державну реєстрацію та Ліцензії Львівської райдержадміністрації на здійснення торговельної діяльності у сфері громадського харчування.

Закупівля сировини здійснюється на основі договорів з українськими фермерськими господарствами. Виробництво продукції відповідає затвердженим нормативно-технічним документам, таким як збірники рецептур, технологічні та калькуляційні картки, а також встановленим стандартам. Випічка виготовляється з натуральних інгредієнтів за домашніми рецептами.

Штатний розклад підприємства містить інформацію про кількість працівників, найменування посад, тарифні коефіцієнти, посадові оклади, премії та доплати.

Директор відповідає за встановлення системи оплати праці, визначає розмір окладів, премій та надбавок, подає на розгляд колективу правила внутрішнього розпорядку, а також здійснює кадрові рішення відповідно до трудового законодавства. Організаційна структура управління закладом «Кримська перепічка» наведена в додатку А.

Директор підприємства представляє його інтереси у всіх установах і організаціях, розпоряджається майном, укладає договори, видає накази, приймає та звільняє працівників відповідно до трудового законодавства, застосовує заходи заохочення і накладає дисциплінарні стягнення, а також

відкриває рахунки в банківських установах.

Заступник директора допомагає у веденні справ підприємства, займається питаннями виробничо-господарської діяльності, здійснює контроль за роботою структурних підрозділів, а також забезпечує раціональне використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Головний бухгалтер відповідає за бухгалтерський облік, нарахування заробітної плати, складання фінансової звітності та подання необхідної документації в державні органи. У його підпорядкуванні перебувають бухгалтер, який займається обліком виробництва, та кадровик, який відповідає за управління персоналом.

Виробничий процес «Кримської перепічки» забезпечують пекарі, кондитери, продавці, бармени та баристи. Кожен працівник має посадову інструкцію з визначеними функціональними обов'язками. До управлінського персоналу належать керівники хлібопекарського та кондитерського відділів, на яких покладено такі завдання:

- організація виробничого процесу, виконання планових завдань, забезпечення випуску продукції відповідно до стандартів якості, ефективне використання ресурсів, контроль співвідношення між продуктивністю праці та рівнем заробітної плати;

- контроль процесів планування виробництва, бюджетування та бізнес-планування, забезпечення виконання виробничих планів і термінів замовлень;

- аналіз та контроль використання сировини і пакувальних матеріалів, оптимізація чисельності персоналу для підвищення продуктивності праці;

- створення безпечних і санітарно-гігієнічних умов праці, забезпечення виконання працівниками нормативних вимог охорони праці;

- контроль санітарного стану виробництва та дотримання норм особистої гігієни відповідно до санітарних правил хлібопекарської галузі;

- впровадження заходів для підвищення ефективності виробництва, раціонального використання ресурсів, атестації робочих місць, зниження

витрат та підвищення рентабельності продукції.

Пекарі контролюють виробничий процес і відповідають за якість готової продукції. Різнороби забезпечують доставку сировини на виробництво та завантажують її в змішувальні казани.

Головний інженер відповідає за технічний стан обладнання та здійснює його ремонт у разі необхідності. Йому допомагають механік-енергетик та електрик-водій. Останній виконує одразу дві функції: крім обов'язків електрика, займається доставкою замовлень та виконує доручення керівництва.

Продавець-касир реалізує продукцію та проводить розрахунки з клієнтами. Бариста спеціалізується на приготуванні гарячих напоїв, а бармен готує холодні коктейлі та смузі.

У приміщенні пекарні «Кримська перепічка» облаштовано столики для відвідувачів, де можна скуштувати випічку та напої на місці. Також передбачено дитячий куточок для найменших гостей.

Однією з особливостей закладу є його унікальна атмосфера довіри. Іграшки та книги знаходяться у відкритому доступі, і відвідувачі можуть користуватися ними без обмежень. Власники дотримуються принципу взаємообміну: якщо хтось забирає річ із собою, значить, вона йому потрібна, а натомість хтось інший може принести щось нове. Це є однією з характерних «фішок» пекарні.

Економічна характеристика закладу наведена в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Економічна характеристика домашньої пекарні «Кримська перепічка» м. Львів

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	31	31	35
Виручка від реалізації, тис. грн.	1224	1557,2	1854,4
Матеріальні витрати, тис. грн.	429,3	439,6	472,9

Витрати на оплату праці, тис. грн.	372,5	404,4	457,1
Амортизація, тис. грн.	132	235,3	255,2
Прибуток, тис. грн.	290,2	477,9	669,2

За даними таблиці 2.4 середньооблікова чисельність працівників у 2024 році порівняно із 2023 та 2022 роками збільшилась на 4 працівника. До штату було прийнято кухаря, заготівельника, кондитера, бармена. У колективі є багато людей, які так чи інакше поєднані з Кримом. Наприклад, кондитери – кримчани, які з перших днів працюють в підприємстві. Адміністраторка – також із Криму. А технологиня працювала в колишній компанії власників в Криму. Серед працівників є і переселенці – дівчина з Сімферополя та кримсько-татарська сім'я. Через «Кримську перепічку» пройшло багато людей, але завжди шукають людей, які поділяють ті самі принципи.

Загалом у «Кримській перепічці» сьогодні працює 35 осіб, що є значним показником для малого підприємства.

Фінансові результати пекарні щороку покращуються. У 2024 році підприємство отримало 1854,4 тис. грн виручки, що на 297,2 тис. грн більше, ніж у 2023 році, та на 630,4 тис. грн більше, ніж у 2022 році. Незважаючи на складні економічні умови, карантин 2021–2022 років і воєнний стан 2022 року, фінансові показники залишаються стабільними та демонструють позитивну динаміку.

Матеріальні витрати також зростають у зв'язку з розширенням асортименту, вдосконаленням рецептур і впровадженням нових технологій. Власники не економлять на якості продукції та інвестиціях у розвиток підприємства.

Система оплати праці на підприємстві включає ставку, премії та відсоток від продажів. Працівники торгового залу та виробничого відділу отримують додаткові виплати залежно від результатів роботи. У 2024 році витрати на оплату праці становили 457,1 тис. грн, що на 12% більше, ніж у 2023 році.

Амортизаційні відрахування у 2024 році склали 255,2 тис. грн, що на 20

тис. грн більше, ніж у 2023 році.

Чистий прибуток підприємства у 2024 році становив 669,2 тис. грн, що на 191,3 тис. грн більше, ніж у 2023 році, і на 379 тис. грн більше, ніж у 2022 році. Незважаючи на складну економічну ситуацію в країні, «Кримська перепічка» не лише зберігає свої позиції, а й активно розвивається. Важливо відзначити, що у 2024 році значна частина прибутку була спрямована на благодійність – забезпечення безкоштовними продуктами та напоями переселенців.

У наступній таблиці 2.5 розглянемо фінансові показники домашньої пекарні «Кримська перепічка».

Дані таблиці 2.5 говорять про сприятливий фінансовий стан підприємства. Коефіцієнт автономії у 2024 році становить 0,6, що є вище нормативного значення, і означає, що «Кримська перепічка» фінансово стійке, стабільне і незалежне від кредиторів підприємство. Коефіцієнт фінансової незалежності показує яка сума загальної вартості майна підприємства припадає на 1 грн. власних коштів. У 2024 році цей показник найвищий і становить 2,6. Коефіцієнт фінансової стабільності у 2024 році становить 9,9 і говорить про те, що підприємство майже не має залучених коштів, працює на власному капіталі. Коефіцієнт концентрації власного капіталу становить 1,0 в кожному із досліджуваних років. Цей показник показує, що підприємство функціонує виключно за власні кошти.

Таблиця 2.5 – Показники фінансової стійкості домашньої пекарні

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнт автономії	0,6	0,6	0,6
Коефіцієнт незалежності	2,2	2	2,6
Коефіцієнт фінансової стабільності	9	9,3	9,9
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	1	1	1

Таким чином, в цілому можна зробити висновок, що домашня пекарня «Кримська перепічка» має хорошу перспективу подальшого економічного розвитку підприємства, його зміцнення і зростання його позицій на ринку.

Діяльність «Кримської перепічки» спрямована на задоволення актуальних потреб конкретної групи споживачів, що створює ґрунт для її успішного розвитку. Окрім того, пекарня є важливим нагадуванням про український Крим, докладаючи зусиль, щоб тема півострова залишалася актуальною. У закладі розміщено арт-дошку, прикрашену жовто-блакитними стрічками, що символічно відходять від серця, із підписом «Крим – це Україна». Це яскравий приклад соціальної відповідальності підприємства. Як і будь-який інший бізнес, «Кримська перепічка» функціонує у зовнішньому середовищі, перебуваючи під його впливом, а також має внутрішнє середовище, яке можна контролювати та вдосконалювати. Обидва середовища постійно змінюються під впливом різноманітних факторів: економічних, технологічних, міжнародних, політичних, соціальних та конкурентних.

Тому необхідно виявити сильні та слабкі сторони закладу «Кримська перепічка» із застосуванням SWOT-аналізу. Детальніше в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – SWOT-аналіз домашньої пекарні «Кримська перепічка» м.

Львів

Внутрішні фактори	
Потенційні сильні сторони закладу	Потенційні слабкі сторони закладу
<ul style="list-style-type: none"> – зручне і вигідне місце розташування в місті; – індивідуальний підхід до кожного клієнта; – якісна продукція; – швидке обслуговування»; – високо кваліфікаційні кондитери; – приємний, теплий інтер'єр, який створює неповторну атмосферу. 	<ul style="list-style-type: none"> – можливість проведення невдалих акцій і маркетингових кампаній; – зниження якості роботи персоналу.
Зовнішні фактори	

Потенційні можливості для закладу	Потенційні загрози для закладу
<ul style="list-style-type: none"> – залучення інвесторів, постійних постачальників; – можливість розширення бізнесу, відкриття нових точок в інших містах; – взаємодія із ЗМІ з ціллю підвищення впізнаваності бренду. 	<ul style="list-style-type: none"> – ріст інфляції; – не сприятлива податкова політика; – висока конкуренція на ринку; – підвищення цін на продукцію; – залежність від орендодавця; – зниження купівельної спроможності населення.

Основна мета SWOT-аналізу полягає у зосередженні на посиленні сильних сторін та формуванні стратегій розвитку з урахуванням потенційних можливостей. Важливо також приділяти увагу мінімізації впливу зовнішніх загроз та ефективному використанню можливостей, які пропонує ринок.

2.3. Сучасні тренди в роботі домашньої пекарні «Кримська перепічка»

Кафе «Кримська перепічка» по праву можна назвати трендовим місцем, адже воно активно впроваджує сучасні підходи в обслуговуванні клієнтів. Далі розглянемо один із популярних напрямків, які привертають увагу відвідувачів. Однією з важливих тенденцій у харчуванні є безглютенова продукція.

Люди з непереносимістю глютену змушені ретельно контролювати свій раціон, аби уникнути негативних наслідків для здоров'я. Водночас навіть тим, хто не має целіакії, радять обмежувати споживання продуктів із глютенном. Надмірне вживання таких продуктів може призвести до порушень у роботі травлення та послаблення імунітету.

Безглютенова дієта — це не просто черговий модний тренд, а розумний крок до підтримання здоров'я. Варто нагадати, що глютен — це група білків рослинного походження, яка міститься в злакових культурах. Якщо у людини немає проблем із засвоєнням цієї речовини, немає потреби повністю виключати її з раціону. Проте рекомендується час від часу додавати в меню безглютенові продукти для досягнення здорового балансу.

До продуктів без глютену належать свіжі плоди фруктів і овочів,

натуральні білкові джерела, як-от червоне м'ясо, птиця, риба та морепродукти, молочні вироби й натуральні олії, а також органічні спеції без домішок. Однак слід пам'ятати, що під час обробки деяких натуральних продуктів можуть додаватися компоненти з глютенем, тому уважність залишається ключовою.

Асортимент безглютенових продуктів домашньої пекарні «Кримська перпічка» розглянемо в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Асортимент безглютенової продукції домашньої пекарні «Кримська перпічка» м. Львів

Назва продукції	Склад на 100 г продукту	Ціна за штуку, грн.
Шоколадне печиво з абрикосовим джемом	Рисове борошно, какао натуральне, яйце, олія рослинна, абрикос, цукор, цукрова пудра, розпушувач	60
Гречане печиво з марципаном	Борошно рисове та гречане, цукор, яйце, олія рослинна, молоко безлактозне, мигдалеве борошно, цукрова пудра, розпушувач	60
Печиво «Зірочка»	Борошно рисове та кунжутне, цукор, олія рослинна, яйце, розпушувач	55
Безглютенові кекси	Борошно рисове, олія рослинна, цукор, яйце, розпушувач	25

Вся порода ретельно перевіряється на відповідність необхідним стандартам. Головним пріоритетом агентства є здоров'я наших клієнтів.

До трендів обслуговування споживачів в домашніх пекарнях «Кримська перпічка» можна також віднести:

- Форма подачі торта. Це міні-щаслива тенденція, коли споживачі можуть спробувати, наприклад, кілька різних тістечок або взяти їх із собою;
- Традиційний смак. «Кримська випічка» відновлює справжній смак десертів і покращує процес виробництва. Наприклад, еклери виготовлені за

оригінальною рецептурою, оригінальної форми та розміру;

- Доставка продуктів до вашого порогу. Це не нова тенденція в сфері послуг, але актуальна. «Кримська перепічка» здійснює доставку продукції власним транспортом. Час доставки становить від 30 до 90 хвилин залежно від наявності товару та відстані. Оформити замовлення на доставку можна на сайті, в соціальних мережах або по телефону.

Крім того, «Кримська випічка» — це місце вільного або творчого простору, іншими словами, місце коворкінгу. Споживачі можуть працювати в кафе, підключившись до безкоштовного Wi-Fi. Це місце активно використовують фрілансери, айтишники, маркетологи тощо.

Оскільки перша сімейна пекарня була розташована в спальному районі міста Львова, власники «Кримської перепічки» надавали великого значення сімейним розвагам. Так, сімейні цінності шануються власниками закладу і це видно і відчувається по інтер'єру та атмосфері закладу. Дитячий куточок продумано облаштований та має іграшки для дітей різного віку. Куточки виготовлені з гіпоалергенного текстильного матеріалу, який відрізняється м'якістю і різноманітністю кольорів. Є дитячий столик і стілець, олівці, розмальовки, дитячі книжки. Для дітей до року заклад передбачає спеціальні стільчики, щоб малеча могла сидіти поруч з батьками.

Колектив «Кримської перепічки» - це люди, які сміють ризикувати і не цураються публіки. Наприклад, презентації нових продуктів відбуваються на вулиці. Робітники ходили вулицями з кошиками цукерок, закликаючи місцевих спробувати новинку. Простіше кажучи, без додаткових витрат на рекламу працює «сарафанне радіо», і продажі дійсно можуть зрости, як і кількість відвідувачів. Обслуговування базується на доброзичливості, а не на формальному ввічливому спілкуванні з клієнтами.

Загалом сімейна пекарня «Кримська перепічка» є популярним закладом і можна з упевненістю сказати, що вони дбають і роблять все для своїх споживачів.

2.4. Оцінка ефективності закладу ресторанного господарства

Питання корпоративної ефективності є ключовим для всіх етапів життєвого циклу підприємства громадського харчування та всіх функцій управління. Ефективність — складне, багатоаспектне економічне поняття, яке слід розглядати як результативність діяльності, що визначається співвідношенням отриманих результатів до витрачених ресурсів, як комплексну оцінку результатів використання різних видів ресурсів і як міру досягнення поставлених цілей. Для оцінки ефективності кампаній використовуються як традиційні, так і сучасні методи [28].

Оцінка ефективності господарської діяльності науково-дослідної установи – Сімейної пекарні «Кримська перепічка» відображається не лише в динаміці отриманих доходів, а й у якісних та кількісних показниках розвитку бізнесу. У разі ефективної роботи закладу збільшується оборотність місць, збільшуються можливості впровадження сучасних технологій в організацію виробництва та обслуговування споживачів, а отже, підвищується престиж закладу та рентабельність господарської діяльності.

Основним питанням оцінки ефективності господарської діяльності організації є наявність достовірної та повної інформації. На жаль, «Домашня пекарня», як і більшість ресторанів, що працюють на ринку як суб'єкти малого підприємництва, не створює та не подає єдину форму статистичної звітності. Тому постає проблема повної та достовірної інформації про результати господарської діяльності закладів ресторанного господарства. Так, даних за минулі роки немає, але інформація на сьогоднішній день є.

Заклади ресторанного господарства мають особливості власної діяльності, тому показники їх ефективності також враховують специфіку. Розрахуємо такі показники: плинність одного місця протягом дня, плинність одного місця, середню кількість перевірок.

Для розрахунку потрібні такі дані, як кількість місць, щоденний товарообіг і щоденна кількість відвідувачів.

Рівень оборотності розраховано за формулою:

$$O = \frac{N}{n} \quad (2.1)$$

де O – оборотність одного місяця; N – середньодобова кількість відвідувачів; n – кількість посадкових місць.

Добовий облік відвідувачів у «Кримській перепічці» здійснюється шляхом основного чекового обліку. Проте один чек може обслужити кількох відвідувачів. Наприклад, сім'я з чотирьох осіб один чек. Тому в цьому закладі кожен чек виписується з номером, що відповідає кількості обслужених клієнтів. В кінці робочого дня буде підраховано кількість відвідувачів і дані занесені в таблицю Excel. Крім того, туристи можуть не сидіти в кафе, а просто прийти купити цукерок додому. Такі відвідувачі також входять у загальну суму. На основі щоденного моніторингу кількості відвідувачів формується кількість відвідувачів за місяць, квартал, рік. З цих даних ми визначили середню кількість відвідувачів на день, яка для сімейної пекарні становила 178 відвідувачів.

Отриманий результат є достатньо високий і складає 4,45. Це свідчить про затребуваність даного закладу і його продукції серед споживачів.

Товарообіг за день розраховується за формулою:

$$OTR = \frac{TR}{n} \quad (2.2)$$

де OTR – товарообіг на одне посадкове місце; TR – товарообіг закладу за день; n – кількість посадкових місць.

Товарообіг за день визначається підсумовуванням щоденної виручки. Ці дані фіксуються через касовий апарат в закладі. В «Кримській перепічці» середньоденний товарооборот на рівні 55151,2 грн. Таким чином, отримуємо 1378,8 грн.

Відношення щоденного товарообігу до кількості відвідувачів за день визначає вартість середнього чеку. Формула для розрахунку:

$$C = \frac{TR}{N} \quad (2.3)$$

де C – середній чек за день; TR – товарообіг закладу за день; N – середньодобова кількість відвідувачів.

Підставивши у формулу дані отримуємо 309,8 грн.

Всі вихідні дані та одержані розрахунки занесено в таблицю 2.8.

Таблиця 2.8 – Показники ефективності роботи домашньої пекарні «Кримська перепічка» м. Львів у 2024 році

Показники	Значення
Кількість наявних посадкових місць	40
Середня наповненість за день, чол.	178
Оборотність одного місця протягом дня, особи на одне посадкове місце за добу	4,45
Товарообіг за день, грн.	55151,2
Товарообіг одного посадкового місця, грн.	1378,8
Середній чек на людину, грн.	309,8

Кількість місць різна. Взимку – столики в центрі ресторану, а влітку – додаткові столики на вулиці. Середню суму чека можна розглядати як середню суму в кав'ярні, кондитерській тощо. Загалом, розрахункові цифри вказують на ефективність організації.

Середньодобова відвідуваність – 178 осіб. Цей показник змінюється протягом дня, причому пік відвідуваності припадає на другу половину дня.

На рисунку 2.4 зображено динаміку відвідуваності закладу.

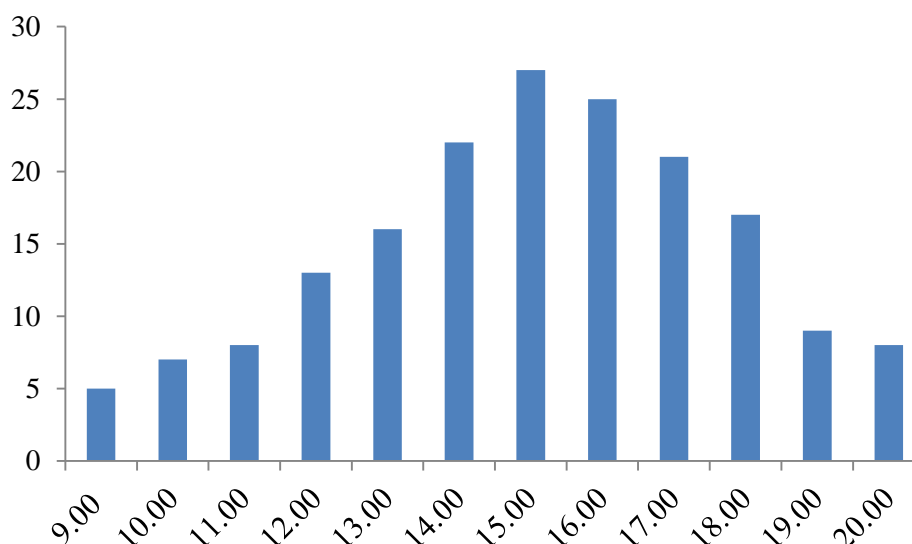


Рис. 2.4 – Динаміка відвідуваності домашньої пекарні «Кримська перепічка» протягом дня

Як правило, така динаміка доступу спостерігається щодня, за винятком святкових днів, коли потік споживачів починається зранку. Вивчення відвідуваності протягом дня необхідне для комерційних приміщень, так як можна розрахувати навантаження співробітників, підготуватися до великої кількості клієнтів і приготувати свіжу випічку.

Зранку купують переважно каву, чай і хліб. Опівдні, звичайно, буде попит на тістечка, пироги, м'які хлібці та напої. Вечір - десерти, чай, молочні коктейлі, печиво та пироги.

Тому сімейна пекарня «Кримська перепічка» є популярним закладом, що спеціалізується на виробництві хліба та кондитерських виробів. Є місця для обслуговування клієнтів. Відрізняється надзвичайно дбайливим ставленням до своїх споживачів.

Висновок з 2 розділу

Ресторанний бізнес львівщини вважається одним із найдинамічніших в Україні. Через всезростаючий попит, ринок кафе-кондитерських є привабливим для багатьох підприємців.

Кафе-кондитерські поєднують два види діяльності: виготовлення та реалізація кондитерських виробів, напоїв і обслуговування споживачів. Споживачі кафе-кондитерських – люди різних категорій. Для того, щоб охопити максимальну кількість сегментів споживачів, кафе-кондитерським варто підтримувати середній рівень цін, а також регулярно вводити спеціальні пропозиції.

В Україні кондитерські вироби не є предметами першої необхідності. Солодощі частіше з'являються на столах перед приходом гостей. Пік покупок – це День Святого Валентина, 8 Березня, новорічні свята. Шоколадну продукцію купують, коли потрібно швидко перекусити і заповнити енергію. Шоколад та інші солодощі вибирають і для підвищення настрою. А візит в кафе-кондитерську можна розцінювати як елемент релаксу.

Діяльність кафе-кондитерських має популярність у м. Львів. Кожен із таких закладів має свого споживача і прагне до подальшого розвитку. Підприємці намагаються виділитись за рахунок меню, асортименту, унікальності рецептур, інтер'єру, обслуговування і це дає свої результати у вигляді збільшення кількості відвідувачів, поширення репутації.

Домашня пекарня «Кримська перепічка» почала свою діяльність у 2016 році у місті Львів. Заклад створений не для туристів, а саме для львів'ян. Домашня пекарня здійснює наступні види діяльності: виробництво та продаж солодких хлібобулочних виробів; виробництво та продаж несолодких хлібобулочних виробів; виробництво та продаж тортів; виготовлення тортів на замовлення; виробництво та продаж тістечок; виробництво та продаж напоїв (кава, чай, компот, коктейлі, смузі); виробництво та продаж безглютенової продукції.

Домашня пекарня «Кримська перепічка» має хорошу перспективу подальшого економічного розвитку підприємства, його зміцнення і зростання його позицій на ринку. Діяльність «Кримської перепічки» спрямована на задоволення реальних потреб визначеного кола споживачів, тому має підстави для успішного розвитку. Домашня пекарня «Кримська перепічка»

популярний заклад, про який з впевненістю можна сказати, що тут турбуються і роблять все саме для споживача.

Домашня пекарня «Кримська перепічка» є популярним закладом, орієнтована на виготовлення хлібопекарських та кондитерських виробів. Має приміщення для обслуговування клієнтів за столиками. Virізняється надзвичайно турботливим ставленням до споживачів.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКІЙ «КРИМСЬКА ПЕРЕПІЧКА» З ВРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ

3.1. Обґрунтування запровадження інноваційних трендів в роботі «Кримська перепічка»

За результатами попереднього розділу «Кримська перепічка» охарактеризована як заклад, який не боїться впроваджувати інновації, прагне розвиватися та розширювати свою діяльність. Одне з найбільш екстремальних висловлювань власника домашньої пекарні звучить так: «У нас є три філії у Львові. Наступне — у Ялті!». З цього можна підтвердити, що «Кримська перепічка» дійсно хоче розширити свою територію.

Щоб вийти на нові ринки, компанії повинні ретельно діагностувати зовнішнє середовище, підвищувати унікальність, а також оновлювати різновиди.

Рекомендуємо «Кримську перепічку» для розширення тренду корисних солодоців. У меню сімейної пекарні представлені продукти без глютену. Нагадаємо, це шоколадне безглютенове печиво з абрикосовим джемом, гречане з марципаном, печиво «Зірочка» та безглютенові кекси.

Враховуючи, що сімейна пекарня «Кримська перепічка» позиціонує себе як сімейне кафе, багато туристів приходять з дітьми, в асортименті немає дитячого меню.

За статистикою, сім'ї з дітьми збільшують відвідуваність ресторану до 25%.

По-перше, необхідно сегментувати дітей на різні цільові аудиторії. Вони дуже впливають на формування батьківських інтересів. Якщо дитина відчуває себе комфортно і добре поводить себе в закладі, батьки обов'язково захочуть повернутися. Сім'я не затримається в кафе надовго, якщо діти вередують.

У цій сімейній пекарні є багато солодошів для дошкільнят і школярів. Ми можемо додати в меню страви, які підходять для дітей до 5 років. Пропоновані страви можна приготувати з тих продуктів, які вже використовуються в домашніх випічках. Наприклад: вівсяне печиво; бананові вівсяні млинці; домашній сорбет;

Це презентація, яка заслуговує на увагу. Діти навіть не будуть їсти звичну їжу, якщо їжа на їхній тарілці виглядає непривабливо. Натомість вони з'їдять щось, чого не їли, якщо презентація їм сподобається. Батьки, які бачать, як їхні діти із задоволенням їдять здорову їжу, обов'язково повернуться сюди знову.

Ми також врахували розміри секцій. Так, для дітей вони менші, тому ціна виробу буде нижчою.

Також варто розробити спеціальне дитяче меню, зробивши його привабливим і яскравим. У меню можна включити не тільки перераховані вище страви, а й дитячі страви, вже виготовлені сімейною пекарнею. У меню можна додати героїв мультфільмів, розмальовок, ігор на пошук слів. Це привабить дітей і займе час, поки вони чекають їжі. Фотографії страв можна розміщувати в меню, тому що діти до п'яти років не вміють читати і по картинках легше вибирати страви. Ви можете придумати цікаві назви своїм стравам.

Сила сімейної пекарні «Кримська перепічка» виражається кількістю посадочних місць у торговому залі, а це означає, що виробнича програма – це продаж розрахункового меню дитячого харчування.

Для розрахунку денного плану виготовлення дитячого меню необхідно: розрахувати кількість відвідувачів на день, визначити очікувану кількість прийомів їжі.

Перелік продуктів, запропонованих для дитячого меню, такий, як зазначено вище. Потім на основі рецептур цих страв ми розробимо план виробництва.

Середньодобова кількість відвідувачів, підрахована у другій частині,

становить 178 осіб. Потрібно порахувати кількість відвідувачів за день – дітей.

Денну кількість відвідувачів встановлюють за допомогою графіка завантаження залів (див. табл. 3.1). При складанні цього графіка враховують:

- режим роботи зала;
- середню тривалість прийому їжі одним відвідувачем (обертання місця);
- приблизну завантаженість (в процентах) в різні години роботи підприємства чи коефіцієнт заповнення залу.

Таблиця 3.1 – Графік завантаження торгового залу домашньої пекарні
«Кримська перпічка» м. Львів

Години роботи	Оборотність місця за 1 годину, раз	Коефіцієнт заповнення залу дітьми	Кількість споживачів
8.30 – 10.00	0,4	5	2
10.00 – 11.00	0,4	8	3
11.00 – 12.00	0,4	10	4
12.00 – 13.00	0,4	15	6
13.00 – 14.00	0,4	15	6
14.00 – 15.00	0,4	12	5
15.00 – 16.00	0,4	9	4
17.00 – 18.00	0,4	8	3
18.00 – 19.00	0,4	5	2
19.00 – 20.00	0,4	3	1
Загальна кількість відвідувачів-дітей			36

Нам не здається, що дітей до 5 років мало. Також враховуємо, що наповнюваність залу вплине на те, що діти будуть з батьками (чи одним із них). Для дітей до півтора років для обіду передбачені спеціальні дитячі крісла, а діти старше двох років можуть кататися на звичайних кріслах.

Розрахуємо денну оборотність місць для дітей за формулою:

$$O = \frac{N}{n} = 1,2 \quad (3.1)$$

де O – оборотність одного місяця; N – середньодобова кількість відвідувачів-дітей; n – кількість посадкових дитячих місць.

Розрахуємо кількість страв, які планується випускати за формулою:

$$n = N \times t = 10.7 \quad (3.2)$$

де n – кількість страв, реалізованих за день; N – кількість споживачів (дітей); t – коефіцієнт споживання страв одним відвідувачем (узагальнений показник відповідно до типу ресторанного господарства).

Коефіцієнт споживання в кафе-кондитерській становить 0,3.

Після підрахунку загальної кількості страв, проданих щодня, необхідно виконати групування. У нашому випадку це група - буряк.

Кількість напоїв, цукерок, фруктів та інших покупних продуктів у ресторані визначається виходячи з орієнтовної норми споживання на одну особу.

Кількість окремих страв у кондитерській групі встановлюється в меню з урахуванням досвіду, накопиченого підприємством, і з урахуванням характеру споживчого попиту.

Далі розглянемо собівартість позицій дитячого меню і зазначимо планову ціну реалізації (див. табл. 3.2). Звідси ми будемо розраховувати плановий прибуток продажів для кожної страви.

Загальна собівартість виробництва продукції меню на одиницю товару становить 204,84 грн. Помноживши на кількість туристів, виходить 7374,24 грн. кожен день. Але, звісно, не кожен із 36 відвідувачів замовив би все дитяче меню. Отже, враховуємо споживання і отримуємо: 2212,3 грн.

Впровадження новинок у меню передбачає додаткові витрати на оформлення, тому у таблиці 3.3 проведемо розрахунок майбутніх витрат на оформлення оновлення. Витрат на придбання, оновлення технічного оснащення не передбачається, оскільки весь необхідний для приготування

інвентар в домашній пекарні є, столи для відвідувачів є, продукти є.

Таблиця 3.2 – Розрахунок планового прибутку від реалізації страв дитячого меню у домашній пекарні «Кримська перпічка» м. Львів

Назва страви	Одиниці виміру	Витрати на виробництво (однієї шт, 100 гр), грн.	Реалізаційна ціна (однієї шт, 100 гр), грн.	Прибуток, грн.
Вівсяне печиво	шт (100 гр)	28,70	40,00	11,3
Кекси з фруктами	шт (100 гр)	32,57	55,00	22,43
Бабанові вівсяні млинці з джемом	шт (100 гр)	33,14	55,00	21,86
Сорбет	гр	35,65	60,00	24,35
Молочний коктейль	гр	38,12	70,00	31,88
Творожний торт	гр	36,66	60,00	23,34

Вартість різних видів реалізації дитячого меню 29200 грн. Ці витрати можна зменшити ще більше, якщо ви створите дизайн меню самостійно. Це не складно, і будь-який користувач (навіть початківець) зможе скористатися дизайнерською програмою. Однак передбачено, що якщо потрібно замовити розробку меню, цю плату потрібно замовляти у дизайнера. Також планується закупити чотири дитячі стільчики по 1000 гривень. Кожен також планує додати до штату шеф-кухаря з повною відповідальністю за дитяче меню.

Організація "Кримська перепічка" - об'єднання активних людей. Тому вони з радістю можуть організовувати дитячу гру. Щосуботи та щонеділі для дітей проводяться розваги. Для цього можна запросити аніматорів, фокусників, включити веселу дитячу музику і т.д.

Для дітей шкільного віку впроваджуйте спеціальні пропозиції та акції відповідно до обставин. Наприклад, ми пропонуємо такі акції:

- Щаслива година. Припустимо, що в певний день і час діти можуть купити улюблені десерти та напої за спеціальними цінами;
- Читати лекції видатним студентам. Для тих, хто вміє роздавати

цукерки або будь-які цукерки за півціни. Щоб переконатися, що навчання добре, учні можуть показати свій щоденник;

- Акція по неділях - діти до 12 років отримують будь-які напої безкоштовно.

Таблиця 3.3 – Окремі види витрат на підготовку впровадження дитячого меню у домашній пекарні «Кримська перепічка» м. Львів

Статті витрат	Сума, грн.
Розробка дизайну меню	3700
Друк меню	1500
Закупка дитячих стільців для годування	4000
Проведення рекламної кампанії (роздача листівок, реклама в соцмережах)	5000
Фонд оплати праці кухаря	15000
Разом витрат	29200

З огляду на світові тренди, зараз чудовий час для виробників солодких кондитерських виробів. Рух бодіпозитиву набуває популярності, а його послідовники виступають за сприйняття людей з обмеженими можливостями. Барбі випускає ляльок з параметрами середньостатистичної дівчинки, а моделі великих розмірів все частіше з'являються в рекламних кампаніях модних компаній. Мода на здоровий спосіб життя не зникла, але вже не домінує. Ці фактори сприяли збільшенню продажів цукерок [33].

«Кримська випічка» має привернути увагу молодих дівчат до нових трендів і показати їм, що можна їсти солодке, залишаючись собою. Для тих, хто все ще вважає, що солодке псує фігуру і дотримується суворої дієти, рекомендуємо розшифрувати калорійність деяких солодоців.

Таблиця 3.4 – Калорійність виробів домашньої пекарні «Кримська перепічка» м. Львів

Назва кондитерського виробу	Ккал	Вуглеводи, г	Білки, г	Жири, г
Макарон	367	43,2	3,6	10,3
Еклер	262	23,7	8,4	12,6
Зефір	300	80	2	0,1
Пташине молоко	230	23	5,8	12,8
Імбирне печиво	426	63,3	6,4	16,7
Вівсяне печиво	412	65,8	6,2	14,1
Безе	268	63,3	4,1	0
Кекс	345	41,4	5,5	18,7

Розшифровка калорійності дозволить клієнтам розрахувати загальну кількість кілокалорій, включаючи вуглеводи, білки та жири, щоб сформулювати свою норму споживання.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції кондитерське виробництво має продовжувати вдосконалюватися. Для цього необхідно: розширити асортимент продукції; покращити її сенсорні та фізико-хімічні показники, а також зовнішній вигляд готової продукції.

З метою здешевлення кондитерської продукції та поповнення обігових коштів гравців галузі пропонується знизити тарифи на імпорту сировину (какао-боби, окремі види горіхів, желеутворювачі, какао-продукти). Щоб захистити вітчизняних виробників, необхідно скоротити імпорт готової кондитерської продукції шляхом підвищення тарифів.

Одним із найперспективніших напрямків створення нових кондитерських технологій є розробка та виробництво продукції цільового призначення, продуктів раціонального, лікувально-профілактичного харчування. Цукерки повинні бути багаті вітамінами, мінералами, харчовими волокнами, білками, незамінними амінокислотами, поліненасиченими жирними кислотами, бета-каротином і поліфенольними сполуками. В асортименті повинні бути продукти без цукру з використанням замінників цукру.

Другий напрямок роботи, створений за новими технологіями, передбачає використання харчових добавок для поліпшення функціонально-технічних властивостей сировини, напівфабрикатів і готової продукції. Це

використання нових ферментних препаратів, окислювачів, відбілювачів борошна, нових антиоксидантів, розпушувачів, загусників, емульгаторів, барвників, піноутворювачів, цукрозамінників тощо.

Слід пам'ятати, що рецепти для нового обладнання, виробничих ліній або установок необхідно постійно адаптувати. Особливо це стосується імпортного обладнання для формованих виробів. Крім того, не можна забувати про розробку та впровадження нових методів контролю, маркетингових досліджень при випуску нової продукції, нових заходів щодо вдосконалення організації праці, обліку виробництва, техніки безпеки, промислової гігієни, екологічної безпеки.

3.2. Соціальна орієнтованість закладів громадського харчування в сучасних умовах

Соціальна відповідальність поділяється на два основні напрями: внутрішній та зовнішній. Внутрішня відповідальність охоплює питання, пов'язані з працівниками підприємства, зокрема створення сприятливих і безпечних умов праці, дотримання норм охорони праці, підтримку мотивації персоналу тощо. Зовнішній аспект відповідальності пов'язаний із діяльністю ресторанного бізнесу за межами самого закладу, наприклад, участь у соціальних ініціативах, організація благодійних заходів, екологічна діяльність та інші суспільно корисні проекти.

Заклади ресторанного господарства реалізують принципи соціальної відповідальності через такі дії:

- забезпечення споживачів якісною продукцією, яка оцінюється не лише за смаковими чи ціновими характеристиками, а й за її користю, функціональністю та оздоровчими властивостями;
- надання правдивої та вичерпної інформації про продукцію, включаючи її склад, походження та можливий вплив на здоров'я людини;
- створення безпечних умов праці, що включають використання

якісного обладнання, дотримання трудових прав працівників (регламентований робочий час, відпустки, оплата лікарняних, своєчасна виплата заробітної плати), а також сприяння професійному розвитку персоналу;

- впровадження екологічних заходів, зокрема раціональне використання електроенергії, води та природних ресурсів;

- застосування безпечних технологій у виробничих процесах та використання екологічно чистої упаковки;

- гуманне ставлення до тварин, зокрема турбота про збереження видів, що перебувають під загрозою зникнення;

- контроль якості сировини та готової продукції на всіх етапах – від постачання до реалізації;

- підтримка соціально значущих ініціатив через участь у благодійних та спонсорських заходах.

Внаслідок російської агресії енергетична система України зазнала значних руйнувань, що спричинило тривалі відключення електроенергії. Це створило чимало труднощів для людей, чия робота залежить від світла та інтернету. У цей складний період кафе та ресторани стали своєрідними електричними хабами, намагаючись не лише підтримати власну діяльність, а й допомогти тим, хто працює дистанційно.

Коли в оселях зникало світло й інтернет, люди масово переміщувалися до найближчих закладів з ноутбуками, перетворюючи їх на імпровізовані коворкінги. «Кримська перепічка» також долучилася до цього тренду, охоче приймаючи відвідувачів із технікою та надаючи їм доступ до інтернету. Такий підхід виявився вигідним для всіх: люди мали змогу працювати, а кафе отримували нових клієнтів, збільшували прибутки та зберігали робочі місця.

Зрослий попит на електрифіковані простори сформував новий тренд у ресторанному бізнесі, який лише набирає обертів. Для того щоб ефективно залучати «дистанційних працівників», варто впровадити такі заходи:

1. Стабільний інтернет. У багатьох закладах швидкість Wi-Fi

залишає бажати кращого, тому відвідувачі змушені користуватися мобільним інтернетом. Вирішенням може стати перехід на потужніший тариф у провайдера та встановлення високошвидкісного «гігабітного» роутера. Якщо є можливість забезпечити доступ до інтернету навіть під час вимкнень електроенергії, це стане значною конкурентною перевагою.

2. Достатня кількість розеток. Якщо встановити нові точки живлення складно, варто подбати про подовжувачі або запровадити станції шерингу павербанків.

3. Комфортні умови для онлайн-зустрічей. Багато відвідувачів проводять відеодзвінки, тому варто зробити музику в залі тихішою та нейтральнішою у робочі години.

4. Оптимальна температура в приміщенні. Оскільки люди можуть перебувати в кафе годинами, важливо забезпечити комфортну температуру, щоб вони не мерзли.

5. Розширений асортимент закусок. Щоб клієнти з ноутбуками частіше робили замовлення, меню варто доповнити легкими перекусами, приготування яких мінімально залежить від електроенергії.

Окрім цього, генератори та зарядні станції можуть стати вигідною інвестицією, що підвищить автономність закладу та його привабливість для відвідувачів.

Досвід закладів, які інвестували у генератори, показує, що, наприклад, три потужні акумулятори можуть забезпечити роботу освітлення, трьох холодильників та кавомашини протягом чотирьох годин. Це дає змогу продовжувати обслуговування клієнтів навіть під час відключень електроенергії, що суттєво збільшує потік відвідувачів у такі періоди.

Один із ресторанів, що придбав генератор, повідомив, що лише за кілька годин відключення світла в районі вони змогли зібрати більше виручки, ніж зазвичай отримують за цілий день.

За словами провідних рестораторів та науковців, скорочення споживання електроенергії в закладі громадського харчування на 20% може

збільшити прибуток на 33%. Причому йдеться про елементарні заходи, які не потребують значних фінансових вкладень.

У таблиці 3.5 розглянемо пропозиції щодо економії електроенергії та очікуваний результат від реалізації таких дій.

Таблиця 3.5 – Можливі шляхи зменшення споживання електроенергії для домашньої пекарні «Кримська перепічка»

Спосіб економії електроенергії	Очікуваний результат
Заміна ламп розжарювання на енергозберігаючі	Знизиться споживання електрики майже вдвічі
Використання на приладах датчиків, що реагують на рух	Дозволить використовувати енергію лише тоді, коли це необхідно. Найкраще розмістити їх у зонах, де працівники бувають часто, але недовго (наприклад, у коридорах)
Дотримання режимів роботи устаткування	Устаткування споживає електроенергію постійно, навіть у режимі очікування. Необхідно звернути увагу на печі та фритюрниці. Енергоспоживання у них високе, а постійно працювати вони не повинні. Розігріти їх при потребі вийде досить швидко, як і побачити різницю в рахунках за електрику
Своєчасне обслуговування	Правильне використання та заміна застарілого обладнання та техніки допомагає значно знизити витрати електроенергії

Раціональне споживання електроенергії має не лише економічний, а й соціальний вимір. Воно приносить користь як споживачам електроенергії, так і енергетичній системі загалом, знижуючи навантаження на мережі та сприяючи охороні довкілля.

Енергозбереження не означає відмову від звичних благ цивілізації чи жорсткі обмеження, а передбачає ефективне використання ресурсів. Це шлях до того, щоб отримувати максимум користі від електроприладів, використовуючи той самий обсяг електроенергії.

Окрім загальноприйнятих методів енергозбереження, варто звертати увагу на клас енергоефективності побутової та професійної техніки. Оптимальним вибором будуть пристрої з маркуванням від «А» до «G», причому найбільш енергоощадними є прилади класу «A++».

Домашня пекарня «Кримська перепічка» є яскравим прикладом соціально відповідального бізнесу, оскільки орієнтується на створення зручних послуг і комфортних умов обслуговування для своїх гостей.

До ключових соціально-економічних аспектів у сфері ресторанного господарства можна віднести:

- підвищення культурного рівня населення шляхом ознайомлення з міжнародними нормами гостинності та етикету;
- знайомство з традиціями різних народів через дегустацію страв етнічних кухонь;
- популяризацію регіональної та національної гастрономії через обслуговування іноземних гостей, організацію фестивалів, гастрономічних ярмарків і святкових подій;
- комплексний підхід до задоволення потреб у харчуванні, відпочинку та розвагах через розширення спектра послуг ресторанного бізнесу.

Соціальна спрямованість «Кримської перепічки» підтверджується її активною участю в різноманітних заходах (див. табл. 3.6). Такі ініціативи не лише формують позитивний імідж закладу, а й з економічної точки зору сприяють залученню більшої кількості відвідувачів. Це підтверджує аналіз змін у відвідуваності кафе до та після заходу «На крилах Любові!» (виставка картин).

Анонс проведення культурного заходу проводився через соціальні мережі та власне у закладі. Виставка картин проводилась 01 грудня 2024 року. На графіку ця дата в періоді 28.11 – 04.12.2024. До цього часу кількість відвідувачів була в межах 300 чол. Проведення заходу сприяло збільшенню відвідувачів на 33%.

Таблиця 3.6 – Соціальні заходи, які проводились закладом домашня пекарня «Кримська перепічка» у 2022 році

Назва заходу	Суть заходу
--------------	-------------

Проект «Соніна булочка»	Проект з'явився в пам'ять про доньку власниці закладу, яка прожила дуже коротке життя і пішла з нього через важку хворобу. Вся виручка від реалізації цієї булочки передається на підтримку важкохворих дітей та Західноукраїнського спеціалізованого дитячого медичного центру
Музичний вечір	Скрипаль Олексій Семененко і піаніст Антоній Баришевський вирішили подарувати музику класиків - звучали твори Баха, Вівальді, Крейслера
Благодійний джаз концерт на честь дня народження власниці закладу	На честь дня народження власниці Оксани Новікової благодійний джаз концерт у виконанні українських виконавців Дениса Аду та Влада Грудницького. В якості святкових подарунків приймали гроші на картку і передали їх на покупку машини для батальйону Крим
Клуб української мови	Безкоштовний вхід до клубу. Треба лише виявити бажання вивчати українську. В закладі проводяться зустрічі із викладачем української мови
Майстер-клас із плетіння ляльокмотанок	Майстер-клас безкоштовний. Участь можуть приймати люди різного віку – дорослі, діти. Ляльки потім продавались у закладі. За виручені кошти придбано матерії, з яких плетуть маскувальні сітки на фронт
Показ колекції «Цвіт папороті»	Благодійний показ колекції «Цвіт папороті» від Сокол Оксана. Мета – зібрати кошти для медичного батальйону «Госпітальєри» «Кримськотатарська проза українською»
Презентація книжок серії «Кримськотатарська проза українською»	Мета події – ознайомити українського читача з п'ятьма книжками, що представляють широку палітру кримськотатарської літератури: від класики – до сучасних письменників. Організатор – Аракет.
Вечір поезії	Вечір поезії від Ілони Верхівської-Ельтек. Мета – відпочити, розслабити гостей під читання поетичних творів «На крилах Любові!»
Виставка картин «На крилах Любові!»	Художник постмодерніст Любомир Мартинюк власною персоною презентував твори. Присутні могли придбати картини, поспілкуватись із автором. Всі кошти пішли на закупівлю дронів та пікапа для підрозділа «ЗГАРД»

Отже, домашня пекарня «Кримська перепічка» не лише пропонує якісну випічку, а й розвиває тренд на культурний та духовний розвиток, доводячи, що поєднання гастрономії з мистецтвом і соціальними ініціативами є перспективним напрямом.

Для подальшого успішного розвитку пекарні варто продовжувати зміцнювати її бренд як соціально відповідального підприємства. Це допоможе не лише посилити інтерес споживачів, а й підвищити їхню лояльність та залученість. Формування емоційного зв'язку між бізнесом і клієнтами сьогодні є ключовим фактором успіху, що сприяє розширенню клієнтської бази та розвитку сталого співробітництва.

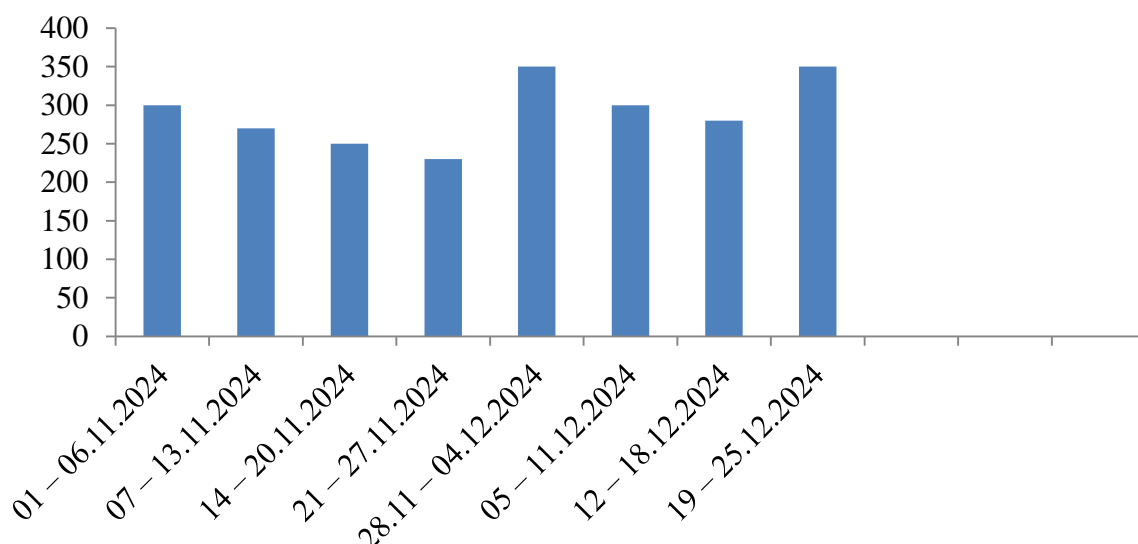


Рис. 3.1 – Аналіз динаміки кількості відвідувачів перед та після проведення виставки картин «На крилах Любові!» (взято період з 01.11.2024 р. по 25.12.2024 р.)

Соціальна відповідальність бізнесу повинна бути відкритою та прозорою, адже це сприяє довірі з боку споживачів та партнерів. Інформування суспільства про соціальні ініціативи закладу є важливим етапом їх реалізації. Для цього варто активно використовувати медіа, соціальні мережі та міжособистісне спілкування, що допоможе підвищити обізнаність споживачів і залучити нових прихильників бренду.

3.3. Шляхи вдосконалення ефективної роботи кафе-кондитерських через запровадження інноваційних трендів обслуговування споживачів

Одним із сучасних трендів у сфері обслуговування є доставка продукції додому, про що вже згадувалося в попередніх розділах. Домашня пекарня «Кримська перепічка» також пропонує послугу доставки, приймаючи замовлення через сайт або телефон. Водночас основним інструментом у цьому процесі залишається телефонний зв'язок.

З огляду на мобільність сучасних споживачів, які використовують смартфон замість ноутбука, гаманця чи навіть паспорта, варто розглянути

впровадження чат-бота в Telegram. Це дозволить автоматизувати процес замовлення, зробити його зручнішим та ефективнішим.

Чат-бот – це програма, що імітує діалог із користувачем, відповідає на запити та допомагає знайти потрібну інформацію. Вони можуть працювати на основі штучного інтелекту або за запрограмованими сценаріями (наприклад, вибір певної відповіді веде до конкретного результату).

Переваги використання чат-бота в «Кримській перепічці»:

1. Цілодобове обслуговування – бот може приймати замовлення та відповідати на запити клієнтів у будь-який час, що покращує якість сервісу та підвищує прибутковість бізнесу.

2. Збільшення охоплення клієнтів – сучасні користувачі надають перевагу месенджерам, тому використання чат-бота замість мобільного додатку або класичної телефонної служби підтримки є економічно доцільним.

Основні вигоди для «Кримської перепічки»:

1. Ефективна взаємодія з клієнтами – чат-боти допомагають залучати нових покупців та підтримувати інтерес наявних клієнтів, надаючи тільки релевантну інформацію відповідно до їхніх запитів.

2. Зниження витрат на персонал – у міру розширення мережі закладів (а «Кримська перепічка» вже має три пекарні у Львові) витрати на обслуговуючий персонал зростають. Чат-бот є одноразовою інвестицією, що зменшує навантаження на працівників, автоматизуючи прості запити.

3. Аналіз даних про споживачів – бот може збирати відгуки клієнтів, відстежувати їхні вподобання та допомагати в сегментації аудиторії для ефективнішої комунікації.

4. Автоматизація продажів – чат-боти можуть кваліфікувати потенційних покупців, пропонувати персоналізовані знижки та допомагати у виборі продукції, тим самим сприяючи зростанню продажів.

5. Мовна адаптація – чат-бот можна налаштувати для обслуговування клієнтів різними мовами, що дозволяє залучати іноземних

покупців та розширювати ринок.

Впровадження чат-бота в Telegram для «Кримської перепічки» дозволить не лише автоматизувати обслуговування клієнтів, а й зробити його більш доступним та зручним. Це сприятиме підвищенню лояльності покупців, розширенню клієнтської бази та оптимізації бізнес-процесів.

Чат-боти дедалі частіше використовуються в сфері громадського харчування, оскільки допомагають спростити процес замовлення, покращити взаємодію з клієнтами та збільшити їхню лояльність. Завдяки можливості автоматизованого спілкування з користувачами чат-боти надають актуальні пропозиції, відповідають на запитання та сприяють зростанню продажів.

Переваги використання чат-бота для «Кримської перепічки»:

1. Цілодобовий сервіс – клієнти можуть отримати інформацію про меню, акції, здійснити бронювання або замовити доставку будь-коли, навіть за відсутності вільного оператора.
2. Збільшення продажів – автоматизовані розсилки про знижки, бонуси та нові пропозиції стимулюють клієнтів робити більше замовлень.
3. Зниження навантаження на персонал – чат-бот може відповідати на стандартні запитання, передаючи складніші запити менеджерам, що економить час співробітників.
4. Легкість в експлуатації – бот може працювати кількома мовами та бути доступним у месенджерах, на сайті та в мобільному додатку.
5. Зручність для клієнтів – мінімізується необхідність телефонних дзвінків та очікувань у черзі, що значно підвищує рівень задоволеності споживачів.

Чат-бот може вирішити низку проблем і стати корисним інструментом для бізнесу:

1. Електронне меню – клієнти можуть переглядати асортимент із фото, цінами та описом страв без необхідності заходити на сайт.
2. Розсилки про акції – автоматизовані повідомлення про спеціальні пропозиції та бонуси залучають більше відвідувачів.

3. Оренда закладу для заходів – бот може швидко опитати клієнта щодо деталей бронювання, а менеджер зателефонує вже з конкретною пропозицією.

4. Бронювання столиків – процес автоматизується, клієнти отримують підтвердження бронювання в один клік.

5. Система лояльності – бот може нараховувати бонуси за кожне відвідування, які згодом можна обміняти на безкоштовні страви чи напої.

6. Оплата онлайн – можливість прив'язати банківську картку для швидких розрахунків.

7. Попередні замовлення – клієнти можуть заздалегідь замовити випічку чи торти для святкувань і вказати зручну дату отримання.

8. Інформація про заклад – бот може надати інформацію про локацію, графік роботи та історію «Кримської перепічки».

9. Рекомендаційна система – клієнти можуть запрошувати друзів і отримувати бонуси за їхні замовлення.

10. Адреси та карта розташування – бот допоможе знайти найближче кафе мережі та прокласти маршрут.

11. Збір відгуків – клієнти можуть залишати свої враження про обслуговування, що дає змогу власникам покращувати сервіс.

Спілкування в чат-боті налаштовується відповідно до основних запитів клієнтів:

- Привітання та знайомство
- Вибір напряму діалогу (бронювання, передзамовлення, інформація про заклад, залишення відгуку)
- Деталізація запиту та відповідь бота
- Передача складних запитів менеджеру

Для того щоб клієнти активно користувалися чат-ботом, варто застосовувати:

- Рекомендаційну систему – користувачі отримують бонуси за залучення друзів

- Рекламу на столиках – візитки, буклети, QR-коди на меню
- Інтеграцію з соціальними мережами та сайтом – направлення трафіку на бот через Facebook, Instagram, сайт пекарні
- Рекомендації від персоналу – офіціанти можуть розповідати гостям про можливості чат-бота
- Зовнішню рекламу – QR-коди чат-бота можна розмістити на білбордах чи в громадському транспорті

Впровадження чат-бота дасть змогу автоматизувати комунікацію із клієнтами, зменшити навантаження на персонал та збільшити кількість замовлень на 15–20%. Це також підвищить рівень довіри та лояльності споживачів, сприятиме розвитку бренду «Кримська перепічка» та залученню нових клієнтів.

Висновок з 3 розділу

Для виходу на нові ринки закладу слід ретельно діагностувати зовнішнє середовище, додати унікальності, також можна оновити асортимент.

Пропонуємо додати в меню страви для дітей до 5 років. Пропоновані страви можна приготувати із тих продуктів, з якими в домашній пекарні й так працюють. Слід пам'ятати, що постійно потрібне корегування рецептур для нового обладнання, ліній, чи апаратів. Не слід забувати про розробку і впровадження нових методів контролю, маркетингових досліджень при запуску нових виробів, нових заходів щодо покращення організації праці, обліку виробництва, техніки безпеки, промислової санітарії, екологічної безпеки.

Майбутню діяльність домашньої пекарні «Кримська перепічка» рекомендуємо провадити паралельно із розвитком брендovих позицій соціальної відповідальності. Це сприятиме активізації споживацького інтересу до підприємства, споживацької лояльності і споживацького

співробітництва (у розрізі залучення нових клієнтів), адже сучасні тренди розвитку клієнтоорієнтованих бізнесів ґрунтуються саме на формування глибокого емоційного зв'язку підприємства з клієнтами.

Запровадження чат-боту автоматизує спілкування з гостями закладу. При використанні чат-бота планується органічне збільшення числа замовлень на 15 – 20%.

ВИСНОВКИ

Сучасний ресторанний бізнес та кулінарне мистецтво постійно змінюються під впливом уподобань споживачів. Відстеження їхніх інтересів і смакових вподобань є важливим для шеф-кухарів, рестораторів та всіх, хто працює у сфері громадського харчування. Завдяки стрімкому розвитку технологій кулінарна сфера за останні роки зазнала суттєвих трансформацій.

Основні тенденції розвитку галузі охоплюють три напрями: особливості кухні, рівень обслуговування та впровадження сучасних технологій. Кафе-кондитерська – це спеціалізований формат закладу, що поєднує дві сфери діяльності. З одного боку, це виробництво кондитерських виробів, а з іншого – заклад ресторанного господарства, що надає послуги харчування.

На потужність кондитерського сектору впливає низка чинників, серед яких рівень демографічної ситуації, вартість сировини, заробітна плата у галузі та ціни на енергоресурси. Під час планування та розвитку кафе-кондитерської важливо враховувати конкурентне середовище, можливі ризики та типові помилки, які можуть виникнути на етапі запуску бізнесу.

Одним із ключових аспектів успішної діяльності є дослідження потреб споживачів щодо якості кондитерських виробів і рівня обслуговування. Важливим критерієм стає асортимент продукції, адже тенденції у випічці змінюються щороку. Фахівці харчової промисловості регулярно прогнозують розвиток кондитерського ринку, адже сучасні десерти не лише задовольняють гастрономічні вподобання, а й допомагають зняти стрес, розважитися та створити приємну атмосферу під час зустрічей із близькими.

Ресторанна галузь Львівщини є однією з найбільш динамічних в Україні. У Львові діє понад тисячу закладів громадського харчування, серед яких близько двохсот працюють у форматі кафе-кондитерських. Цей сегмент активно розвивається, що пояснюється зростанням потоку внутрішніх і міжнародних туристів.

Близько дев'яноста відсотків кафе-кондитерських у Львові мають високий рейтинг (понад 4 бали за оцінками в Google). Попри активний розвиток ринку, показники забезпеченості населення такими закладами залишаються невисокими. У 2019 році на тисячу мешканців припадало 0,27 кафе-кондитерських, а в 2022 році цей показник зріс до 0,32. Причинами такого зростання стали як збільшення кількості закладів, так і зменшення чисельності населення.

Дослідження попиту на продукцію кондитерських закладів показало, що найбільш популярними серед борошняних виробів є тістечка, торти та еклери. Торти часто виготовляються на замовлення, хоча значна частина реалізовується порційно безпосередньо в кафе. Серед цукрових кондитерських виробів найпопулярнішими є мармелад, шоколадні фігурки, лукум та шербет.

На розвиток ресторанного бізнесу як у Львівській області, так і по всій Україні, значний вплив мають економічні чинники. До них належать загальна економічна ситуація, фінансова стабільність, рівень туризму, інвестиційна привабливість, доходи населення, рівень безробіття та особливості податкової системи.

Домашня пекарня «Кримська перепічка» розпочала свою діяльність у Львові у 2016 році. Спочатку це була лише пекарня, згодом відкрили кав'ярню, а нині мережа налічує три заклади в місті. Основна концепція орієнтована не на туристів, а саме на львів'ян.

У 2024 році середньооблікова чисельність працівників збільшилася на чотири особи порівняно з 2022–2023 роками. До команди долучилися кухар, заготівельник, кондитер та бармен. Значна частина колективу має кримське коріння: серед працівників є переселенці з Криму, кримськотатарські родини, а також люди, які раніше працювали у кримських закладах власників.

Одним із актуальних кулінарних трендів є безглютенові продукти. У «Кримській перепічці» представлений асортимент безглютенової випічки, зокрема шоколадне печиво з абрикосовим джемом, гречане печиво з

марципаном, печиво «Зірочка» та безглютенові кекси.

Серед особливостей обслуговування у закладі можна виділити подачу тістечок у порційному форматі, традиційні смаки солодоців та можливість доставки продукції. Заклад функціонує також як креативний простір, де відвідувачі можуть працювати, користуючись безкоштовним Wi-Fi. Пекарню часто відвідують фрілансери, айтішники, маркетологи та інші представники творчих професій.

Для дітей облаштований спеціальний куточок із м'якими гіпоалергенними матеріалами, дитячими стільчиками, розмальовками та книжками. Також передбачені зручні стільці для немовлят, щоб вони могли сидіти поруч із батьками.

Облік відвідувачів ведеться через підрахунок чеків, а отримані дані заносяться у таблицю Excel. Окрім клієнтів, які відпочивають у закладі, до загальної кількості додаються ті, хто купує продукцію на виніс. Моніторинг дає змогу оцінювати динаміку відвідуваності, визначати середню кількість гостей за день, яка наразі становить 178 осіб.

Заклад не боїться запроваджувати нові ідеї. Для виходу на нові ринки варто проводити ретельний аналіз зовнішнього середовища, розширювати асортимент і додавати унікальні позиції в меню. Оскільки «Кримська перепічка» орієнтується на сімейну аудиторію, доцільним буде створення дитячого меню. Впровадження такого меню передбачає додаткові витрати на рівні 29 200 гривень.

Соціальна відповідальність закладу виявляється у забезпеченні високої якості продукції, створенні безпечних умов праці, дотриманні прав працівників щодо графіків роботи, лікарняних виплат і професійного розвитку.

Енергозбереження стає важливим трендом у ресторанній сфері. Рациональне використання електроенергії зменшує навантаження на електромережі та сприяє збереженню довкілля. Для «Кримської перепічки» запропоновано заходи економії електроенергії, серед яких використання

енергоощадних ламп, встановлення датчиків руху, контроль режимів роботи обладнання та регулярне технічне обслуговування.

Заклад активно займається благодійною та культурною діяльністю, а також прагне вдосконалювати обслуговування клієнтів. Одним із перспективних напрямів є впровадження чат-бота у Telegram. Це дозволить покращити комунікацію з клієнтами, оптимізувати процес замовлення та збільшити продажі на 15–20%. Використання автоматизованих сервісів сприятиме розвитку бренду та залученню нових відвідувачів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Аналіз ринку кондитерських виробів зі взбитими (аерованими) масами в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-konditerskih-virobiv-zi-vzbitimi-aerovanimi-masami-v-ukrayini> (дата звернення 02.02.2025 р.).
2. Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainytendentsii.html> (дата звернення 02.02.2025 р.). Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. / В.В. Архіпов. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 280 с. URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2015/10/ORG-Arhy-pov.pdf> (дата звернення 02.02.2025 р.).
3. Аналіз українського ринку цукерок. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html> (дата звернення 02.02.2025 р.).
4. Бізнес-план кафе-кондитерської URL: <https://itstatti.in.ua/18-biznes/749-biznes-plan-kafe-kondyterskoi.html>. (дата звернення 02.02.2025 р.).
5. Вебінар. Чат-бот для кафе і ресторанів. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2dbBjssSrOw> (дата звернення 07.01.2025 р.).
6. Використання показників кількості відвідувачів і товарообороту для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2014/No5/121-127.pdf> (дата звернення 02.02.2025 р.).
7. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Холодок В. Д. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. 2021. № 14. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiHgL6i64T_AhWOr4sKHW. (дата звернення 02.02.2025 р.).
8. Гаталяк О. М. Сучасний стан та проблеми розвитку ресторанного

господарства у Львівській області. Матеріали IV Міжнародної наук.-практ. конференції «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою». URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gatalyak2.htm (дата звернення 02.02.2025 р.).

9. Говорушко Т. А., Сілакова Г. В. Формування джерел фінансування інвестиційної діяльності на підприємствах кондитерської промисловості в умовах глобалізації економіки : [монографія] / Т.А. Говорушко, Г.В. Сілакова. Київ : Логос, 2013. 208 с.

10. Головні тренди у ресторанному бізнесі: обслуговування споживачів, сучасні технології, кулінарні вподобання / Блог art of cooking. <https://artofcooking.com.ua/blog/golovni-trendi-u-restorannomu-biznesi>. (дата звернення 15.04.2025 р.).

11. Гурова В. Д., Кукліна Т. С. Роль уніформи персоналу у формуванні іміджу закладу харчування. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2022 р., м. Запоріжжя. [Електронний ресурс] / Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С. 513–515.

12. Домбик О. М. Економічна суть діяльності підприємств готельноресторанного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dombyk.htm. (дата звернення 02.02.2025 р.).

13. Елементи солодкого життя: особливості українського ринку кондитерських виробів. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/elementy-sladkoj-zhizni-osobennosti-ukrainskogo-rynka-konditerskih-izdelij> (дата звернення 02.02.2025 р.).

14. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281:2004. Чинний від 2004-07-01. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 16 с. URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-ДСТУ_4281_2004 (дата звернення 02.02.2025 р.).

15. Кондитерські вироби. Загальний огляд. URL: <https://www.isoprioritet.com.ua/kondyterski-vyroby/> (дата звернення 05.04.2025

p.).

16. Кондитерська і кафе / Бізнес-план. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oevyz4aWdro&t=1s> (дата звернення 02.03.2025 р.).

17. Лібкін Савелій. Що таке тренд і тенденція – значення і приклади. URL: <http://teg.com.ua/sho-take-trend-i-tendenciia-znachennia-i-prikladi>. (дата звернення 18.03.2025 р.).

18. Мальська М. П. Ресторанна справа. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/93166-14-suchasn-tendents-rozvitku-restorannogo-gospodarstva-u-svt-ta-ukran.html>. (дата звернення 02.03.2025 р.).

19. Модний ресторан: складові популярності. URL: <https://lasoon.net/ukr/mykolaiiv/mnenie-eksperta/modnyj-restoran-sostavlyayushchiye-populyarnosti>. (дата звернення 02.04.2025 р.).

20. Можливості впровадження стратегії соціальної відповідальності підприємств ресторанного бізнесу України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/slobodyanjuk.htm (дата звернення 02.02.2025 р.).

21. Оборотність місця в ресторані та кафе. URL: <https://joinposter.com/ua/post/oborotnist-mistsya-v-restorani-ta-kafe> (дата звернення 02.03.2025 р.).

22. Огляд кондитерського ринку України. URL: <http://rurik.com.ua>. (дата звернення 02.02.2025 р.).

23. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / За ред. Н.О. П'ятницької. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с. URL: http://3kutnik.org.ua/wp-content/uploads/2017/02/0648028_A47C0_p_yatnicka_n_o_red_organizaciya_obs_lugovuvannya_u_zakladah_r.pdf. (дата звернення 16.02.2025 р.).

24. Особливості маркетингової діяльності кондитерських підприємств. URL: http://kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2017/S23/tez_mic_17_IV_p192-p192.pdf (дата звернення 02.02.2025 р.).

25. Особливості маркування кондитерських виробів. URL: <https://alyans-km.com.ua/osobennosti-markirovki-konditerskih-izdelij> (дата

звернення 02.02.2025 р.).

26. Особливості та перспективи розвитку кондитерської галузі України. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/12390/1/ОСОБЛИВОСТІ%20ТА%20ПЕРСПЕКТИВИ%20РОЗВИТКУ%20КОНДИТЕРСЬКОЇ%20ГАЛУЗІ%20УКРАЇНИ.pdf>. (дата звернення 27.02.2025 р.).

27. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 02.02.2025 р.).

28. Офіційний сайт агенції з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <http://smida.gov.ua>. (дата звернення 02.02.2025 р.).

29. Проблеми оцінки ефективності діяльності на підприємствах ресторанного бізнесу. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/3012/> (дата звернення 02.04.2025 р.).

30. Ринок кондитерської продукції в Україні: тенденції та перспективи розвитку. URL: http://eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2018/11/eapk_2018_11_p_29_43.pdf (дата звернення 02.02.2025 р.).

31. Романенко Юлія. Гайд із тренд-аналітики. URL: <https://skvot.io/uk/blog/gayd-po-trend-analitike> (дата звернення 02.04.2025 р.).

32. Складові сучасних підходів до охорони праці, техніки безпеки, естетики й ергономіки устаткування в закладах ресторанного господарства. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/89.pdf (дата звернення 02.02.2025 р.).

33. Спробувати Крим на смак у Львові. Історія «Кримської Перепічки». URL: <https://omore.city/articles/127359/krimaska-perepichka--istoriya-biznesu-krimchanki-u-lvovi>. (дата звернення 02.02.2025 р.).

34. Статистичний щорічник Львівської області за 2022 рік: У 2-х ч. / Головне управління статистики у Львівській області; за ред. С. І. Зимовіної. Львів, 2022. Ч. 2. 289 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 02.02.2025 р.).

35. Стисла історія українських ресторанів. URL: <https://savva-libkin.com/2018-11-09/kratkaya-istoriya-ukrainskih-restoranov>. (дата звернення

02.02.2025 р.).

36. Столик з розеткою. Як українські кафе перетворюються на електричні хаби та рятують свій бізнес. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/11/11/693680/> (дата звернення

02.03.2025 р.).

37. Тенденції кондитерської промисловості України. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3460> (дата звернення 02.02.2025 р.).

38. Тенденції розвитку ресторанного господарства львівщини. URL: https://www.researchgate.net/publication/309810370_Restaurant_business_development_trends_in_Lviv_region (дата звернення 02.04.2025 р.).

39. Тренди розвитку кафе-кондитерських та драйвери зростання бізнесу. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/33371/1/літвінова.pdf> (дата звернення 02.04.2025 р.).

40. Харченко А. Между офисом и домом: 7 коворкингов и креативных пространств Киева. URL: <http://ain.ua/2013/01/22/108929>. (дата звернення 20.02.2025 р.).

41. Шестак О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства». 2013. № 6 (980). С. 132–137.

42. Шляхи підвищення ефективності діяльності вегетаріанських ресторанів. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/11/316.pdf> (дата звернення 02.02.2025 р.).

43. Чат бот. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/chatbot> (дата звернення 15.04.2025 р.).

44. Як зробити ресторан комфортним для дітей. URL: <https://pos-sector.net/uk/blog/yak-zrobyty-restoran-komfortnym-dlya-ditej/> (дата звернення 02.02.2025 р.).

45. 5 трюків кафе та ресторанів, які змушують нас замовляти більше їжі. URL: <https://idea.24tv.ua/5-tryukiv-kafe-restoraniv-yaki-zmushuyut->

[zamovlyati-ostanni-novini_n1545101](#) (дата звернення 02.02.2025 р.).

2023-2030 Coffee Shops & Cafes Market Size, Share and Trends Analysis Report by Y-O-Y. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2023/03/15/2627679/0/en/2023-2030-Coffee-Shops-Cafes-Market-Size-Share-and-Trends-Analysis-Report-by-Y-O-Y.html> (дата звернення 10.01.2025 р.).