

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: **«Генеза та розвиток кав'ярень Прикарпаття: від минулого до
сьогодення»**

за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»
спеціальності **241 Готельно-ресторанна справа**

Студента 4 курсу ГРСс-19 групи

Костюка Назара

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Горішевський П.А. 

викладач

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 3

Кількість балів 65 оцінка: ECTS E

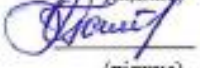
Члени комісії

 Гришчук Х.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

 Кривитський А.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

 Демченко Н.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

 Шчербакова О.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

 Осипчук С.Т.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь: «бакалавр»

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Стерлеука А. М.

«08» 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Костюка Назара Руслановича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Генеза та розвиток кав'ярень Прикарпаття: від минулого до сьогодення»

Керівник роботи Горішевський П.А.

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

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 11. 11 2022 року № 155/1-НВ

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. опис місця кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства;

2. проаналізувати сучасні тенденції та стратегії розвитку кав'ярень;

3. розглянути особливості діяльності суб'єктів бізнесу на території Прикарпаття;

4. проаналізувати можливості відкриття нових закладів різних форматів на території міста Івано-Франківська;

5. розробити рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень;

6. проаналізувати наявні в Україні франчайзингові моделі кавового бізнесу та можливість їх використання на території Прикарпаття

4. Дата видачі завдання 08.02 2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми дипломної роботи	14 листопада	виконано
3	Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	8 лютого	виконано
4	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
5	Підбір методів для проведення досліджень	березень	виконано
6	Написання розділу 1. Теоретичні аспекти розвитку кав'ярень у світі та Україні	квітень	виконано
7	Написання розділу 2. Дослідження кав'ярень в системі ресторанного бізнесу на Прикарпатті	квітень	виконано
8	Написання розділу 3. Рекомендації та пропозиції щодо ефективного відкриття кав'ярні на Прикарпатті	травень	виконано
9	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	25 травня	виконано
10	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
11	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
12	Представлення оформленої роботи на кафедрі	10 червня	виконано
13	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
14	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
15	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
16	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	20 червня	виконано

Студент


(підпис)

Назар КОСТЮК

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник


(підпис)

Павло ГОРШЕВСЬКИЙ

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є визначення місця і ролі кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства.

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти розвитку кав'ярень у світі та Україні.

В другому розділі проведено дослідження кав'ярень в системі ресторанного бізнесу на Прикарпатті.

В третьому розділі представляє процес рекомендації та пропозиції щодо ефективного відкриття кав'ярні на Прикарпатті.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КАВ'ЯРНЯ, РЕСТОРАН, ГЕНЕЗА.

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КАВ'ЯРЕНЬ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ	3
1.1 Історія та традиції споживання кави у світі.....	3
1.2 Генеза культури кави в Україні.....	9
1.3 Історія кави та кав'ярень на Прикарпатті	11
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КАВ'ЯРЕНЬ В СИСТЕМІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКАРПАТТІ	19
2.1 Визначення та опис кав'ярень в ресторанному бізнесі	19
2.2 Характеристика кав'ярень Івано - Франківська	20
2.3 Оцінка найбільш популярніших та прибуткових форматів відкриття кав'ярень на Прикарпатті.....	23
Висновки до розділу 2	26
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ НА ПРИКАРПАТТІ	27
3.1 Пропозиції використання франшиз для відкриття кав'ярень	27
3.2 Рекомендації щодо ефективного відкриття кав'ярні по франшизі ...	39
Висновки до розділу 3	41
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	46

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

SHG (Strictly High Grown)- кава вирощена в горах;

HG (High Grown) - кава вирощена в передгір'ях;

MG (Medium Grown) чи CS (Central Standard) - кава вирощена на рівнинних плантаціях;

SHB (Strictly Hard Bean) - кава з дуже твердим зерном;

HB (Hard Bean) - кава з твердим зерном;

A - кава найкращої якості;

B - кава посередньої якості;

C - кава низької якості;

AA - найкраща кава;

AB - хороша кава;

BA - посередня кава;

BB - кава низької якості.

ВСТУП

Актуальність теми. Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації. Ресторанне господарство являється видом економічної діяльності, який забезпечує реалізацію даної категорії в повсякденному житті. Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових і за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Особливе місце у структурі ресторанного господарства сьогодні посідають кав'ярні як заклади кавового ринку, що стрімко розвивається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним питанням щодо особливостей функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу, зокрема, дослідженням розвитку кав'ярень присвячена значна кількість зарубіжних публікацій і низка українських, серед яких є праці наступних авторів: Глагола В. А. Гірняк Л. І., Юдіна Н. В., та інших. Згідно з дослідженнями усіх науковців, ринок різноформатних кав'ярень є дуже перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку цієї сфери підприємства потребують не тільки унікальні ідеї бізнесу, але и моніторинг постійних змін на ринку, тобто аналіз змін різних зовнішніх факторів, тенденцій та потреб споживачів. Незважаючи на цікаві доробки авторів, серед публікацій немає чіткого аналізу тенденції розвитку ринку кав'ярень, що унеможливорює розробку для підприємств цієї галузі довгострокових прогнозів. Також відсутній глибинний аналіз сучасного поняття «кав'ярня»..

Мета та завдання дослідження – є визначення місця і ролі кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства. У межах досягнення мети виокремлено такі завдання:

1. опис місця кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства;

2. проаналізувати сучасні тенденції та стратегії розвитку кав'ярень;
3. розглянути особливості діяльності суб'єктів бізнесу на території Прикарпаття;
4. проаналізувати можливості відкриття нових закладів різних форматів на території міста Івано-Франківська
5. розробити рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень
6. проаналізувати наявні в Україні франчайзингові моделі кавового бізнесу та можливість їх використання на території Прикарпаття

Об'єкт дослідження – кав'ярні Прикарпаття

Предмет дослідження – особливості впливу кав'ярень на розвиток сфери гостинності Прикарпаття

Методи дослідження – системно-аналітичний, статистичного аналізу, проблемно-орієнтовний, компаративний, системного аналізу.

Наукова цінність одержаних результатів. Розроблено рекомендації, щодо рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень

Практичне значення дослідження. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення діяльності ресторану задля, забезпечення високоякісного обслуговування та підвищення конкурентоспроможності на ринку ресторанного бізнесу.

Структура роботи. Робота містить вступ, три розділи, висновок, список використаних джерел 30 позицій. Загальна кількість сторінок – 50, з них основного тексту 45.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КАВ'ЯРЕНЬ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ

1.1 Історія та традиції споживання кави у світі

Кава в Індонезії. Історія цієї країни з 17 століття пов'язана з кавою. На знаменитому острові Ява, коли він ще був колонією Голландії, коли всі зерна, вирощені на ньому, доставлялися в Європу. До цього часу головним експортером був Ємен. Індонезійська кава досить швидко стала популярною у різних країнах, і тому часто цю країну називають кавовою країною.

У сучасній Індонезії одним з секторів малого бізнесу є обсмажування кави, яка виробляється прямо в кав'ярнях. Невеликі солом'яні халупи у великій кількості розташовані по всій країні, облаштовані так, що обсмажування відбувається прямо при замовнику. Продаж зерен звичайно поєднується з продажем різноманітної випічки.

Традиції кави в Індії. Хоча Індію відносять до країн, в яких віддають перевагу чаю, а не каві, насправді це зовсім не так. Населення півдня країни є шанувальниками кави, і вона у них є головним напоєм. У цій країні свій спосіб приготування кави, який є унікальним. Зерна ретельно обсмажують, розмелюють і змішують з пальмовим цукром. Потім цю суміш додають у воду і ставлять на спеціальну плиту. А після того, як кава готова, у неї додають молоко і подають.

Традиції кави в Єгипті. Вживання кави як традиція з'явилося в цій арабській країні ще в 13 столітті. Хоча спочатку її вживали тільки для полегшення перенесення нічних молитов монахами. Її то забороняли пити, то дозволяли, поки, нарешті, не легалізували. До другої світової війни велика частина населення вживала тільки міцну каву, зовсім без цукру, яка називається «kahwa saada». Але пройшов час, і єгиптяни полюбили солодку каву «kahwa mazbouta», але європейська пристрасть до кави з молоком або вершками так і не змогла тут прижитися.

Кава в Нідерландах. В середині 17 століття найзразковіша країна Голландія змогла перевершити інші європейські країни щодо розвитку економічного сектора. У ті часи вона володіла дуже великою кількістю колоній, які допомогли країні виділити пріоритетний напрям у розвитку. Голландці вірно змогли зрозуміти великий комерційний потенціал зерен кави, і налагодили її виробництво на острові Ява. Трохи пізніше країна стала головним експортером кави в країни Європи.

У сучасній Голландії толк в каві знає кожен житель країни. У всіх великих містах випити чашечку відмінної кави - звичайна справа. Кав'ярні тут сусідять з пабами, а знамените пиво не може замінити каву, і навіть не зможе ніколи стати конкурентом їй. Каву можна попиту прямо на відкритому повітрі, на вулиці, зручно розташувавшись у м'якому плетеному кріслі і насолоджуватися її надзвичайним смаком і милуватися старовинними будинками, які всі є істинними пам'ятниками архітектури.

Поява кави в Німеччині. В 1648 році завершилася Тридцятилітня війна, яка просто спустошила землі Німеччини. Саме тоді країна почала відновлюватися, хоча процес був досить повільним і важким. І деякі історики вважають, що саме в цей момент німці змогли гідно оцінити смак і надзвичайний аромат кави. І до кінця сімнадцятого століття вона стала відомою не тільки дворянству, але й звичайним бюргерам.

Поступово кава стала повністю замінювати чай, вона коштувала набагато дешевше чайного листя, яке привозилися з Китаю, долаючи складний шлях через Голландію, яка була на той час одним з найбільших купців.

Перша кав'ярня відкрилася в 1677 році одним голландцем в Гамбурзі, потім в Лейпцигу, Мюнхені та Берліні. Саме кав'ярні були місцем для зустрічей чоловіків і жінок. Крім споживання кави гості грали в різні настільні ігри, особливо в карти, або ж просто слухали музику.

Кава в країнах Східної Європи. Любов до кави у європейців з'явилася давно. І інтеграційні процеси, які відбуваються на всій європейській території говорять про єдність смаків. Проте, говорити про культуру та традиції

споживання кави в Європі як про одне ціле не можна. Тут чітко поділяються смаки й уподобання.

Кава в Угорщині. Угорці- любителі кави, хоча тривалий час, ще входячи до складу Австро-угорської імперії довго не могли звикнути до такого міцного напою і прийняти традицію його пиття. Будапешт, так само як і Відень, відомий своїми кафе, які були засновані в 1858 році французами. А трохи пізніше було відкрито найвідоміше в Європі кафе «Нью-Йорк», інтер'єр якого був витриманий у витонченому бароко. Гарні килими, меблі, кришталеві свічники створили неповторну атмосферу. І саме це місце стало обителлю для поетів, художників, письменників ...

Кава у Польщі. Найперша кав'ярня у Варшаві з'явилась в 1724 році. Її відкрив купець з Франції – Дюваль. Друга кав'ярня з'явилась лише в 1758 році, але вже відкрита місцевим дворянином. Більшість кав'ярень було відкрито іноземцями і до кінця 19 століття було відкрито понад 100 кав'ярень. Однак корінним жителям Варшави було заборонено їх відвідувати.

Сьогодні важко сказати, чому більше надають перевагу поляки чаю або каві. Насправді в Польщі дуже багато любителів чаю, проте, свої шанувальники є і в кави. Саме тут, серед всієї Європи її готують з особливою майстерністю, вловлюючи багато тонкощів. Традиційна чорна варшавська кава, занадто міцна, тому що для приготування однієї чашки береться столова ложка кави. Але так само поширена і м'яка «біла» кава, яка готується з додаванням вершків і називається «kawa smetanka».

Кавові традиції Британських островів. На Британських островах розташовано кілька країн, всі з яких відносяться до чайних країн. Однак у п'ятдесятих роках любов до кави значно зросла. Багато хто пов'язує це з тим, що значного поширення набули кафе-бари, в яких подається безліч напоїв на основі кави. На Британські острови такі заклади прийшли з Італії.

Деякі стверджують, що в Британії варять дуже слабку каву, більше водянисту. Однак це не правда, англійці чудово розбираються в якостях кави і

вважають за краще м'який смак. І сьогодні кава продовжує чарувати своїм незвичайним ароматом і смаком.

Традиційно, у Британії каву подають під час свят, так майже будь-яка вечеря закінчується чашкою ароматної кави з великою порцією збитих вершків. До неї подають кекси, мармелад, джем. А так як Англія - це батьківщина віскі, то цей факт знайшов своє відображення і в кавових напоях. Існує безліч рецептів кави, основу яких становить віскі. І це грає істотну роль, так як ароматизація кави і прянощі в культурі англійців майже втрачені, тому використовуються дуже рідко. А ось про молоко та вершки такого не скажеш, вважаючи за краще м'які напої, що повелося ще з додавання молока в чай, англійці додають його й у каву, вважаючи за краще споживати «білу» каву.

Кавові традиції Бельгії та Швейцарії. Дві цих чудових країни займають особливе місце в культурі європейського пиття кави. І це пояснюється тим, що швейцарці й бельгійці особливо люблять каву. Бельгійці, наприклад, щороку живлять до 7-8 кілограм зерен кави на людину, а всього закуповується близько 40 тисяч тон зерен кави щорічно. І в цій країні кавові зерна - другий за кількістю закупівель продукт.

Брюссель же славний не тільки своїм легендарним пивом, а й кавою, яку тут подають майже у всіх кафе, особливо в історичному центрі міста. Зробивши замовлення в такому кафе, можна вибрати крісло на веранді, на відкритому повітрі і загорнувшись у плед довго милуватися найкрасивішою площею в усьому світі.

Традиції кави в Австрії. Говорити про Австрію як про країну, в якій люблять каву, це значить не сказати про неї нічого. Австрійці звели цей енергетичний напій у справжній культ! Час перетворення цієї країни в «кавову» можна встановити точно – це був 1683р., коли український козак Юрій Кульчицький відкрив у Відні першу кав'ярню. Саме тоді пити каву стало найулюбленішим заняттям всього культурного населення країни - артистів, політиків, літераторів і художників.

Тоді всі кав'ярні змагалися між собою в розкоші оздоблення, вишуканості обстановки. Меблі з дорогого дерева, начиння, посуд із срібла, красиві вішалки для одягу та дверні ручки. Для тих часів все це було дуже незвично. Пізніше в усіх кав'ярнях з'явилися модні стільці з цілісного гнучого бука. Тоді вони були в усіх кав'ярнях.

Сучасні віденські кав'ярні зберігають свої традиції з давніх часів. Навіть ті кав'ярні, які відкриваються зараз - суворо дотримуються тих традицій, котрі були збережені донині. Внутрішній дизайн, як і раніше розкішний, вони схожі на палаци, які прикрашені кришталевими люстрами та безліччю дзеркал. Офіціанти працюють в смокінгах, а підноси - срібні.

Головною особливістю кав'ярень є те, що атмосфера є головним чинником. Можливість розслабитися, добре відпочити і відволіктися від суєти особливо цінується в цій країні.

Кава в Греції. Каву греки обожають нітрохи не менше ніж вино. Напій в цій країні виробляється з дуже давніх часів. Дуже сильно обсмажену каву, яка називається «kafedaki» тут готують традиційно, по-турецьки. Іншими словами помел «в пил», варять у турці за класичним типом, без додавання прянощів, а називається така кава у них «briki». Подають її гарячою, солодкою та міцною, обов'язково з водою, якою запивають ароматний напій. У кав'ярнях її можна замовити різної міцності та солодкості.

Кава в Італії. Кава буває різних видів, залежно від способу приготування, сортів зерен та інших факторів. На сьогоднішній день розрізняють каву класичну, капучіно, еспресо. У приготуванні кави беруть участь різні інгредієнти, які здатні пом'якшити або підсилити насиченість смаку, додати йому неповторний аромат або терпкість. У каву додають і мінеральну воду, і молоко, і вершки, і коньяк, і корицю.

Навчитися варити каву вважає своїм обов'язком кожна господиня. Відточуючи свої навички, жінки знаходять максимально підходящий варіант приготування, і роблять її неповторною, додаючи все нові інгредієнти.

Для кожної країни характерний свій вид кавового напою. Приміром, в Італії найпопулярнішим на сьогоднішній день є еспресо. Цей напій підходить для вживання в будь-який час доби, тому що допомагає максимально швидко підбадьоритися.

Мабуть, тільки італійці знають секрет правильного приготування, подачі та вживання еспресо. Адже саме італійцем була винайдена кавоварка, і з тих пір все, що стосується кавової індустрії, - в італійців під контролем.

У італійців існує кілька негласних правил, які, на їхню думку, допомагають зробити вживання кави прекрасною традицією. До речі, варто відзначити, що навіть по тому, як саме ви п'єте каву, можна судити, місцевий житель ви, або гість. Перше правило італійців звучить так - кожному виду кави свій час доби. Для латте та капучіно у них відводяться ранкові години, на крайній випадок - денний час, але аж ніяк не вечір.

Італійці ніколи не будуть замовляти подвійну каву, так як у них це прояв поганого тону, адже протягом дня вони і так вживають її в досить великих кількостях. Тобто, краще часто, але маленькими порціями. Місцеві жителі вважають за краще вживати каву стоячи, тим самим показуючи їй свою повагу. Також вони вважають, що температура вживаної кави повинна бути оптимальною, - не обпікаючою, але і не холодною. Саме така температура може зберегти всі корисні якості напою і надати йому неповторний смак і аромат.

Для італійців вживання кави - не буденна процедура відпрацьована до автоматизму, це - щоденний ритуал, який вони не змінюють з року в рік. Кава - це їхнє життя, їх стиль, ритм, настрій. Італію просто неможливо уявити без численних кав'ярень, в яких до ароматної кави вам обов'язково запропонують тістечко або торт. Бути в Італії і не спробувати каву, - це значить не випробувати всю атмосферу країни.

З кожним роком популярність кави стає незаперечною. Все більше людей віддають перевагу каві замість чаю. Кава здатна підбадьорити і заспокоїти. Ось такий чарівний напій з'явився понад 1000 років тому. Є багато легенд про появу кави, але якою б не була істина, кава стала просто незамінною у нашому житті.

Найголовнішими видами кави є Арабіка і Робуста. В свою чергу ці види поділяються на велику кількість сортів, що різняться між собою своїми смако-ароматичними характеристиками і, відповідно, ціною.

Назви різних сортам даються : за країною походження, за назвою порту, з якого здійснюється постачання, за підвидами кавового дерева (Bourbon, Typica і т.д.), за назвою господарства, маєтку, володіння, де вирощують каву, за назвою місцевості, гори, долини або довколишнього міста, в якості комерційної назви, відповідно до національної системи класифікації якості країни-виробника;

Також існують багато різних класифікацій кави за якістю вирощених зерен. В різних країнах по-різному проводять таку класифікацію: SHG (Strictly High Grown; HG (High Grown); MG (Medium Grown) чи CS (Central Standard); SHB (Strictly Hard Bean); HB (Hard Bean); A; B; C; AA; AB; BA; BB.

Отже у даному питанні ми визначили традиції та культуру споживання кави у багатьох країнах світу, таких як: Італія, Греція, Італія, Австрія, Угорщина, Чехія, Польща, Велика Британія та інші.

1.2 Генеза культури кави в Україні

Культура споживання кави в Україні, а саме її історичний аспект, на даний час є малодослідженою. Немає офіційних документів, що підтверджують даний факт. Відсутні і прямі посилання в історичних манускриптах. Бажаючи дізнатися докладніше про першу філіжанку кави в руках українця, необхідно читати між рядків і вміти бачити приховану кавову історію в давніх боях, перемир'ях і дипломатичних візитів. Тобто, як люди знайшли ці дивовижні зерна і навчилися їх застосовувати. Але якщо на ці питання знайти відповідь досить просто в книгах і всесвітній мережі, то дізнатися про появу кавових зерен на території України фактичного матеріалу дуже мало.

Багато істориків стверджують, що українці почали освоювати культуру заварювання кави задовго до того, як вона потрапила до Європи. Більшість дослідників вважають європейськими першовідкривачами культури споживання

кави італійців. Але реальні історичні факти говорять зовсім про інший розвиток подій. Територія нашої держави дуже часто піддавалася набігам військ Османської імперії, а саме вони привезли саджанці кавових дерев з далеких країн і створили цілу культуру обробки і заварювання їх плодів. Існує декілька версій появи першої кави на українських землях:

- козаки – законодавці кавової моди;
- Хотин – місце першої випитої чашечки тонізуючого напою;
- Кам'янець-Подільський – перше місто, що пізнало аромат кави.

Але можна сказати точно одне, українці пробували смак цього напою, що бадьорить набагато раніше, ніж європейці.

Перші споживачі кави в Україні – доблесні запорізькі козаки. Хто, як не козаки, найчастіше «зустрічалися» з турками під час різних бойових дій. Багато з них проводили кілька років в полоні у ворогів, а повертаючись на батьківщину, привозили з собою деякі турецькі традиції. Тому-то, козацтво можна вважати першим європейським споживачем кави.

Мішки з незвичайними зернами часто потрапляли в руки українських воїнів після захоплення кораблів або набігів на турецькі фортеці. Будучи добре знайомими зі звичками ворогів, запорожці швидко знайшли спосіб застосування отриманого «подарунку» і оцінили стимулюючі властивості «чорного» напою. Документального підтвердження даними фактами немає або вони ще не оприлюднені. Але якщо подумати, ця версія стає більш ніж правдивою. Хотин – фортеця, підкорена кавовими зернами

Так вже географічно вийшло, що між Османською імперією і тодішньої Європою, стояло місто - фортеця Хотин (територія нинішньої Чернівецької області). Ця фортеця не один десяток разів витримувала напади з боку турків. Одним з найбільш масштабних вважається опір двохсоттисячному війську Магомета 2 в 1476 році. Цей султан намірився поневолити згадані землі і отримувати з них чималу данину. Але цим планам не судилося здійснитися.

Турки були відкинуті від стін фортеці і в паніці бігли з поля бою, залишивши після себе величезну кількість різних предметів побуту. Серед

усього цього «добра» були і мішки з зеленими твердими плодами. Як тодішні жителі Хотина здогадалися про призначення цих зерен достовірно невідомо, але те, що кава їм сподобалася – факт. Особливо його оцінили солдати, що несуть нічні вахти. Напій надавав їм сил і відганяв сон. Ось і виходить, що на наших землях люди насолоджувалися заморським еліксиром на 200 років раніше, ніж європейці. Кам'янець-Подільський – місто, де кава з'явилася раніше, ніж у Відні

Кам'янець завжди виступав своєрідним щитом між християнами і мусульманами. Він був неприступний і сильний. За його багаторічну історію, замок був взятий лише одного разу – в 1672 році. Турки змогли прорвати оборону і зайняли його на довгі 27 років.

Протягом усього цього часу загарбники ділилися своїми звичаями з місцевим населенням: в місті були зведені мечеті, відкриті перші кав'ярні. І тільки після цієї події турецькі воїни пройшли по Європі бойовим кроком і дійшли до Відня. Нехай в 1672 році Кам'янець-Подільський перебував під польською владою, але факт залишається фактом. Саме нинішні українські міста стали першими європейськими кавовими поціновувачами. Звідси кава потрапила в Італію, Францію та інші країни.

В історії кави багато «підводних каменів» і білих плям. Але ми точно знаємо, що наші предки були першими кавоманами Європи.

1.3 Історія кави та кав'ярень на Прикарпатті

Івано-Франківськ неможливо уявити без затишних кав'ярень та п'яного аромату кави, що долинає звідусіль на маленьких вуличках давнього міста. 1802-й рік – саме тоді датують першу згадку про франківську каву. Щоправда, тоді це була станіславівська кава, адже тоді місто мало ще стару історичну назву. Кавою вже тоді мешканці полюбляли поласувати і ходили за нею у місцеві кав'ярні. Тим же 1802 роком датуються записки віденця Йосефа Рорера, що тоді завітав до Івано-Франківська. Він розповів, що скуштував доброї кави в нашому місті.

Першою відомою кав'ярнею у місті, що її датують першою половиною дев'ятнадцятого століття, вважається цукерня-кав'ярня Шенгерського, яку згодом називали кав'ярнею Ертеля (тепер – вулиця Мазепи, 1). Це була не проста кав'ярня – її вважали справжнім осередком вільнодумства у тодішньому Станиславові. Цей заклад гуртував довкола себе прогресивну тогочасну молодь, що приходила за чашкою запашного напою обговорити останні новини революційних подій.

Цікавий факт про тодішнє споживання кави: вважалося, що кава не просто чудовий тонізуючий напій, а й хороша альтернатива тогочасним дезінфекторам. Подекуди її використовували замість карболової кислоти та хлорки.

Кав'ярні «для еліти». Друга половина дев'ятнадцятого століття – час, коли в місті з'являються «елітні» кав'ярні. Однією з найвідоміших таких тогочасних кав'ярень Івано-Франківська вважається заклад під назвою «Уніон», заснований відомим місцевим ресторатором Германом Бассом. Інтер'єр цього закладу мав дуже вишуканий вигляд – білі тони, подекуди з позолотою. Через такий інтер'єр кав'ярня дуже швидко здобула популярність і приваблювала відомих людей.

Станиславські кав'ярні мали свої традиції і навіть фірмові кавові десерти. Найпопулярнішою у закладах міста була холодна кава, до якої обов'язково додавали кульку ванільного морозива, що клали зверху вже після охолодження напою. Прискорювали охолодження напою і кубики льоду, що також клали в чашку.

Популярною в ті часи була і так звана «біла» кава, рецепт приготування якої потрапив до нас з далекої Малайзії. Кавові зерна для цього напою обсмажували спеціальним чином. Додавали до напою трохи міцного чаю та згущеного молока, завдяки чому кава була неймовірно ніжною і запашною.

Такі чудові напої зробили місто одним з тих, де найбільше цінувалася справжня кава. Тому ті, хто приїжджав до Станиславова у минулому столітті, неодмінно мусіли випити філіжанку (а то й не одну!) запашної кави. Такі традиції зберігаються і по сьогодні.

У зв'язку з загальною дорожнечею тутешні кав'ярні «Гранд», «Центральна» й «Імперіал» постановили підвищити з 1 грудня цього року ціну горнятка білої кави (суміші кави, чаю та згущеного молока, яку ще називали «мелянжем»), чаю та чорної кави – на 4 гелери, а ціну чарки рому до чаю – на два гелери. Таке повідомлення про змову представників ресторанного бізнесу в Станиславові (тепер – Івано-Франківськ) з'явилося у газеті “Kurier Stanisławowski” 18 листопада 1906 року, пише «...Подорожчання власники перелічених кав'ярень пояснювали тим, що в таких станиславівських закладах, як «Уніон», «Едісон» і «Габсбург» відповідне підвищення цін відбулося ще попереднього року.

Кав'ярня «Габсбург». У коротенькому дописі йдеться про знакові для тогочасного Станиславова каварні, які гостро конкурували поміж собою, бо були розташовані близенько одна біля одної – у сусідніх кварталах нового середмістя, що у той час розбудовувалося у межах вулиць Собеського (тепер – Січових Стрільців) та Сапежинської (тепер – Незалежності). Заклади, які оголосили про вимушене підняття цін, стояли практично поряд.

Каварня «Гранд» займала перший поверх кам'яниці станиславівського багатія Озіяша (Осії) Блюменфельда (нині – вул. Січових Стрільців, 7), який був також власником млина на Бистриці Солотвинській (Золотій). Кнайпа відкрилася в цьому будинку відразу після його спорудження – у вересні 1896 року. Серед власників каварні називають такого собі Якуба Маргулеса, який був засновником і багаторічним очільником “Шинкарського товариства” у Станиславові. “Гранд” вважався на той час одним із найпрестижніших закладів міста. Там не лише пили каву, приготовлену за спеціальним малайським рецептом, але й збиралися пограти в карти.

Після Першої світової війни згадок про цю каварню вже немає. Замість неї за цією адресою рекламували «Будинок тканин і одягу» Владислава Щепанського і склад порцеляни, фаянсу, скла та електроламп Казимира Орковського. У радянський час кам'яницю націоналізували. Згідно з інвентарним описом 1939 року, будинок мав 27 кімнат, 14 кухонь, 4 крамниці та

12 пивниць у підвалі. Власника будинку **Озіяша Блюменфельда** “совіти” не чіпали, але він не уникнув трагічної долі – загинув серед перших під час розстрілу гітлерівцями єврейської інтелігенції 4 серпня 1941 року.

А останнім власником «Гранду» був якийсь Мендель Вайдлер, який також певний час володів розташованою поруч каварнею «Центральна», що містилася в однойменному готелі на вул. Собеського (нині – вул. Січових Стрільців, 4).

Готель «Центральний» у той час вважався найкращим у Станіславові: саме тут зупинялися намісник Галичини і прямий нащадок засновників міста граф Анджей Потоцький, маршалок Галицького крайового сейму граф Станіслав Бадені та інші високі посадовці. Власником цього будинку був ще один представник єврейської громади міста Леон Кесслер. У липні 1903-го він оголосив про початок будівництва готелю, а вже в травні наступного року «Центральний» приймав перших клієнтів.

У 1906 році при готелі відкрили каварню та ресторан. Це був перший у місті заклад, в якому відвідувачам подавали стравоспис (меню) – перелік страв, які пропонувала скуштувати тутешня кухня. Власником ресторану був виходець із Кракова А. Лігенза. Обід із 5 страв у цьому ресторані коштував 2 корони, а з чотирьох – 1,4 корони (при середній тодішній зарплатні близько 100 корон).

До Першої світової війни готель “Центральний” ще кілька разів змінював власників (останніми були представники єврейської родини Єгерів). Каварня та ресторан у наступні роки нічим особливим не вирізнялись, зате в готелі сталася подія, яка сколихнула все місто: в одному з покоїв відомий польський підприємець, директор Каси ощадності Кароль Піскож вистрілив собі в голову з власного браунінга, бо не знайшов спільної мови з податковою.

За радянської влади готель націоналізували та перейменували на “Червону Зірку”: здебільшого тут зупинялися офіцери, що приїздили у відрядження до Івано-Франківська, в якому тоді було чимало мілітарних об’єктів – штаб 38-ої армії, авіапункт, кільканадцять військових частин. Після проголошення Незалежності, коли військових у місті значно поменшало, готель стали називати просто “Зірка”, а на початку XXI століття він остаточно припинив своє

існування. Наразі щодо цього приміщення тривають майнові спори, а кам'яниця руйнується: на аттику зникли дві великі вази із кулями, центральна люкарна доживає останні дні, а верхній балкон майже повністю втратив решітку огорожі.

Найдавнішою з каварень, які вступили у цінову змову, був заклад у сусідньому готелі “Імперіал”, що стояв на перетині вулиць Собеського (нині Січових Стрільців) та Казимирівської (нині Мазепи). Розрахований на 30 номерів готель урочисто відкрили 1 липня 1893 року. Він приваблював клієнтів помірними цінами (від 1,6 корон за ліжко-місце), але на початку 1920-х років прогорів, і нові господарі перепрофілювали його на звичайний прибутковий будинок. Хіба що на першому поверсі ще якийсь час працювала ресторація Феніга, відома дешевими комплексними обідами, сніданками та вечерьми.

А от давню будівлю, в якій діяла згадана в газетному дописі каварня “Габсбург”, Івано-Франківськ врешті-решт втратив. У лютому 2012 року стався обвал перекриття між перших і другим поверхом у колишній кам'яниці Регенштрайфа, після чого будинок перетворився на руїну.

Ота каварня “Габсбург” не зажила особливої слави, натомість її наступниця – ресторація Гаубенштока – стала мегапопулярною. Заклад вважався аристократичним, складався з двох залів – верхнього та нижнього. Тут “обмивали” призначення на посади, влаштовували прийоми високих гостей. Зокрема, 4 червня 1934 року в ресторації Гаубенштока приймали польського міністра внутрішніх справ Броніслава Перацького (до речі, за 11 днів до того, як українські націоналісти вкоротили йому віку – але у Варшаві).

У цій же будівлі починалася історія однієї з найзнаменитіших станіславівських каварень, яка за два десятки років змінила аж три адреси. Йдеться про заклад ресторатора Германа Басса під назвою “Уніон”, який працював у кам'яниці Регенштрайфа, поки у 1898 році власник не збудував для свого дітища нове приміщення на нинішній “стометрівці” (тепер – вулиця Незалежності, 19). Під час її спорудження, на яке було витрачено майже сто тисяч корон, архітектор (припускають, що ним був інженер Георг Шльосс)

вперше в місті застосував аркаду на першому поверсі – поєднання галерей, арок і колонади.



Рис. 1.1 Кав'ярня “Уніон”

Від 1 січня 1903 року кам'яницю Басса орендували кондитери Владислав Кровіцький та Ян Новорольський. У цьому місці, розташованому поруч із міщанським казино, після променадів так званою “лінією А-В” любила зустрічатися міська еліта. Тут була електрична вентиляція, яка забезпечувала чисте повітря у приміщенні, велика кількість часописів, політичних і літературних, добре оформлена дамська кімната і два нових більярди. Запам'ятався “Уніон” курйозним випадком – коли до приміщення каварні в'їхав на коні один із офіцерів 6-го полку уланів, дислокованого у Станиславові.

Але для такого популярного закладу приміщення було затісне, тому, коли у 1912 році в Станиславові з'явився перший “хмародер” (п'ятиповерхова кам'яниця Хованців – тепер вул. Незалежності, 4), “Уніон” негайно перемістився до нової будівлі, де розмістився також однойменний готель.

А найфешенебельнішою каварнею міста був заклад під назвою “Едісон”, розташований у пасажі Гартенбергів, збудованому у 1904 році. Цей торговельний центр був обладнаний окремим водогоном із кількома пожежними гідрантами, системою вентиляції, газовим освітленням і навіть невеличким фонтаном.

Тож головною родзинкою пасажу стала каварня “Едісон” на другому поверсі. Як писав тоді “Kurier Stanisławowski”, каварню прикрашали: багата люстра, галерея для оркестру, буфетна зала, зала для гри у карти, читальня, навіть вбиральня для дам.

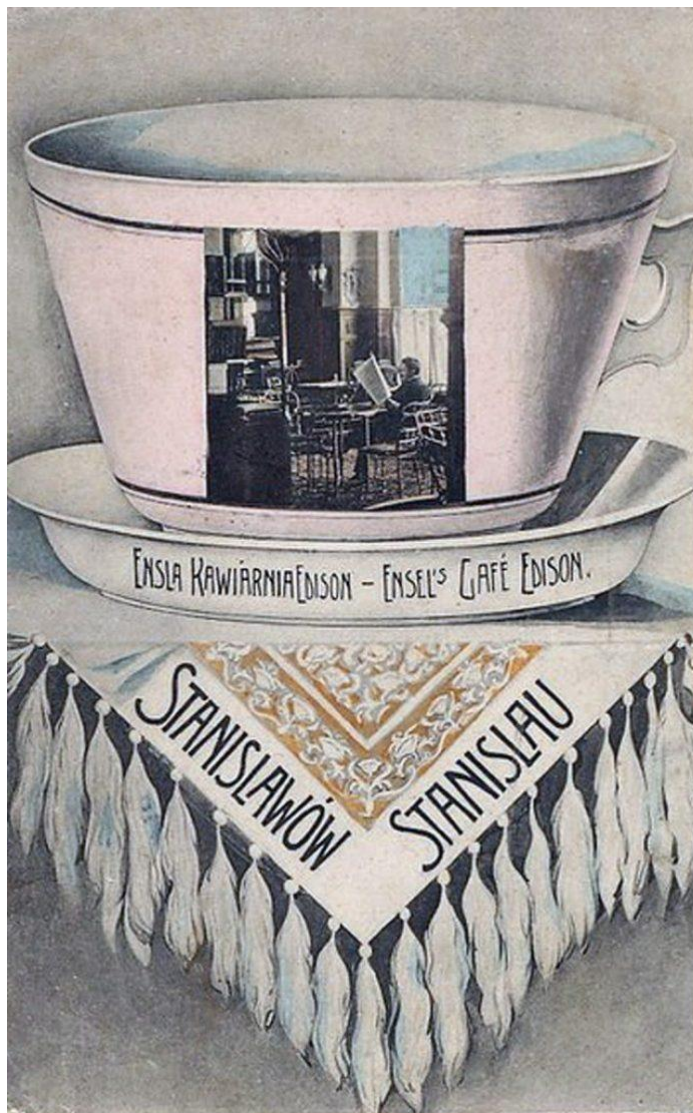


Рис. 1.2. Реклама кав'ярні “Едісон”. Поч. ХХ ст.

Торгові зали нічим не поступалися каварні і трохи скидалися на музей. У нішах стояли скульптури, а стіни прикрашали картини з алегоричними зображеннями промисловості, хліборобства та мистецтва. Не були забуті й власники та творці об'єкту – одне з полотен зображало самих братів Гартенбергів і архітекторів Флейшля, Бублика та Кудельського за обговоренням проекту будівлі.

Висновки до розділу 1

Попит на каву в Україні є стабільним і практично не змінюється під впливом часу. Однак при цьому з кожним роком спостерігається збільшення перерозподілу попиту споживачів на HoReCa (готелі, ресторани, кафе) з інших сегментів. Разом з цим розвивається культура споживання кави. Це можна пояснити тим, що український ринок кави за останній час досить успішно розвивається.

Всього, за оцінками експертів сьогодні в Україні працює понад 14 тисяч ресторанів, з яких близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня» з додатковим меню (рис. 1). Рентабельність в кризових умовах знаходиться на рівні 15 %. У найближчі 2-3 роки ринок мережевих і немережевих кав'ярень і ресторанів може зрости приблизно на 20-30 %.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КАВ'ЯРЕНЬ В СИСТЕМІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКАРПАТТІ

2.1 Визначення та опис кав'ярень в ресторанному бізнесі

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через відповідні заклади.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця в даній сфері, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) виготовляє, продає та організує споживання продукції власного виробництва и товарів, може організувати дозвілля споживачів.

Ресторани відіграють важливу роль у житті людини. Крім задоволення фізіологічних потреб у харчуванні, «вихід» у ресторан виконує важливу соціальну функцію. Людині потрібно не лише поїсти, а й реалізувати себе, провести бесіду із цікавими людьми. Ресторани – це одне з небагатьох місць, де працюють усі органи чуття, які генерують загальне почуття задоволення. Смакові, зорові, слухові, тактильні та нюхові відчуття об'єднуються в оцінюванні страв, обслуговуванні и атмосфері ресторану.

Ресторан – заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів.

Згідно ДСТУ 4281:2004 до закладів ресторанного господарства відносять: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, чайний салон, кафетерій, закусочна; шинок, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, фабрика - заготівельна, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями. Отож, розглянемо детальніше поняття кав'ярні як

спеціалізованого закладу ресторанного господарства. Згідно визначенням ДСТУ *кав'ярня – це різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.*

В останні роки ринок кав'ярень в Україні постійно розвивається. На українському ринку є близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня». З одного боку, ринок кав'ярень може бути перспективною складовою економіки України. З іншого ж боку, подальший розвиток українського ринку кав'ярень призводить до суттєвого підвищення рівня конкуренції на ньому. Крім того існують різні можливості та ризики в цієї сфері. Розуміння таких показників, як рівень поінформованості споживача, розуміння стану та основних тенденцій цього ринку допомагає кав'ярні виживати та розвиватися у цьому бізнесі.

Кава - один з найстабільніших продуктів на ринку товарів повсякденного попиту. Її споживання характеризується високим рівнем лояльності до бренду: тільки в крайньому випадку споживач продукту зрадить улюбленому бренду і перейде на більш дешевий варіант. Навіть під час кризи частка споживачів, які змінили улюблену каву на дешевшу, була незначною. Щорічно кавовий ринок поповнюється новим капіталом, розмір якого досягає 200-300 млн. доларів. Кав'ярні є одним з прибуткових напрямів бізнесу, але разом з тим високо конкурентним. Основними споживачами кави в Україні є такі сегменти: *за статтю за віком, за соціальним статусом, за доходом.* Менша частка, що п'є каву, – це домогосподарки та пенсіонери.

2.2 Характеристика кав'ярень Івано - Франківська

На основі відгуків, які туристи міста Івано-Франківська залишають на платформі он-лайн – бронювання Hotels24.ua складено рейтинг найкращих кав'ярень Івано-Франківська

1. Кондитерська, кав'ярня *Delikacia*. Якщо Ви бажаєте випити чашку запашної кави або ароматного чаю, поласувати смачними еклерами, макарунами та тістечками, завітайте до кондитерської і кав'ярні «Делікація»! Кондитерські вироби в закладі виготовляють з натуральних продуктів високої якості, згідно

французької рецептури, за новітніми технологіями. Гостям також пропонують замовити сніданки, скуштувати суп-пюре з картоплею та пореем, випити келих вина. В «Делікації» панує приємна й спокійна атмосфера. Кухня в кондитерській знаходиться за прозорим склом. Заклад охайний, характеризується хіпстерським дизайном, має доступ до Wi-Fi, а персонал – молодий і ввічливий. Графік роботи: з понеділка по п'ятницю – з 7:45 до 22:00, суботу та неділю – з 9:00 до 22:00. Адреса: Івано-Франківськ, вулиця Незалежності, будинок 20.

2. «Фабрика кави». Затишний, атмосферний заклад міста Лева, який поєднує в собі палярню й кав'ярню. Тут можна придбати обсмажену на найкращому, новітньому обладнанні, каву високої якості, випити ароматний напій та з'їсти ласощі. Заклад може пишатися ексклюзивними сортами кави, різноманітними чорними чаями та фруктовими сумішами. В кав'ярні можна замовити каву з собою. Графік роботи: з понеділка по неділю – з 8:00 до 20:00
Адреса: Івано-Франківськ, Південний бульвар, 35

3. Кав'ярня *Kimbo*. Містяни й гості міста зможуть випити чашку запашної кави, чаю та скуштувати смачний десерт тірамісу в затишній кав'ярні *Kimbo*, що знаходиться в центрі міста. Даний заклад починає працювати з восьмої години ранку й радує відвідувачів ситними сніданками. Клієнтам пропонують замовити запіканки й омлети, млинці й сирники, різноманітну випічку й тости. В кав'ярні працює привітний персонал. Гості залишаються в захваті від якості й швидкості обслуговування. Кав'ярня приймає замовлення на виготовлення тортів. Тут також можна спробувати глінтвейн.

3. Кав'ярня «Кавоварка». Даний заклад пропонує туристам і мешканцям міста випити ароматну каву лате із свіжо мелених зерен, капучино, трав'яні чаї, гарячий шоколад, скуштувати бездріжжєвий хліб, смачні булочки, паннакотту, чізкейк, кремові десерти, тістечка, капкейки. В закладі також можливо спробувати гарбузовий пиріг. Кав'ярня виготовляє торти на замовлення. Відвідувачам сподобаються гарячі піти з різноманітними соусами, а також сендвіч-бейгл. В закладі передбачена коктейльна й алкогольна карта, фреші та смузі.

4. Кав'ярня «Зерно істини». Знаходиться в історичному «серці» Івано-Франківська. З вікон закладу гості можуть милуватися панорамою старого Станіслава. Кафетерій пропонує відвідувачам випити чашку ароматної кафи або кавового коктейлю, скуштувати смачні сендвічі, бургери. Заклад характеризується затишною атмосферою й швидким обслуговуванням. В кав'ярні працює ввічливий персонал, грає спокійна музика. «Зерно істини» починає працювати з восьмої години ранку. На сніданок тут пропонують замовити млинці з різноманітними начинками, смачні десерти. В закладі є також пиво та алкогольні напої.

5. Мережа кав'ярень Street Coffee. Випити ароматне еспресо, скуштувати лаваші, в тому числі з картоплею, тістечка, торти, різноманітні солодощі, а також бургери, сендвічі зі шпинатом, бурітоси на грилі можливо в мережі кав'ярень Івано-Франківська Street Coffee. В закладах працює привітний, молодий персонал, панує затишна атмосфера. Приміщення кафе гарно оформлені. В кав'ярнях, окрім кави, представлений широкий асортимент чаїв. Тут можна посидіти за ноутбуком в спокійній обстановці.

6. Кав'ярня PanCake. Пропонує відвідувачам посмакувати пухкими, свіжими панкейками з різноманітними начинками – шоколадною і банановою, полуничною та малиною, а також спробувати вироби з морозивом і вершками, куркою та салатом. Заклад характеризується затишним інтер'єром. Гостям сподобається приємна лаунж музика, гостинна атмосфера. Тут можливо відмінно провести час з друзями або коханою людиною! В кав'ярні клієнти зможуть замовити філіжанку ароматної кави або чаю, бананове, карамельне лате, смачну випічку, крепси, млинці, макарони, пончики, сендвічі, тортики, безалкогольні напої – соки, фреші.

2.3 Оцінка найбільш популярніших та прибуткових форматів відкриття кав'ярень на Прикарпатті

Кава - один з найстабільніших продуктів на ринку товарів повсякденного попиту. Його споживання характеризується високим рівнем лояльності до бренду: тільки в крайньому випадку любитель продукту зрадить улюбленій марці і перейде на більш дешевий варіант. Навіть під час кризи частка споживачів, які змінили улюблену каву на дешевшу, була незначною. Щорічно кавовий ринок поповнюється новим капіталом, розмір якого досягає 200-300 млн. доларів. І це не тому, що кава дорожчає або дешевшає: просто її п'ють все більше.

Найчастіше напій вживають вдома та на роботі. На кав'ярні припадає 20-30% кавового ринку України. Але це абсолютно не означає, що цей сегмент розвинений слабо. Щорічно кількість українських кав'ярень збільшується приблизно на 7-8%. Цей показник хоча і набагато менший, ніж довоєнний (20%), але натомість стабільний.

Ринок кави в Україні, а особливо та його частина, яка припадає на кав'ярні, ще дуже далека від заповнення. На заході країни досить багато кав'ярень, то у східній та центральній її частині їх ще дуже мало. На сході України, завдяки близькості до Росії, збереглися сильні чайні традиції, тоді як кавові розвинені слабко. Якщо споживач тут п'є каву, то переважно розчинну; якщо вибирає для цього заклад громадського харчування, то не кав'ярню в чистому вигляді, а місце, в якому можна і поїсти.

Доходи від продажу додаткових позицій становлять від 10% до 45% всього доходу кав'ярень Фахівці відзначають, що класичний формат кав'ярні (в меню - виключно кава і кілька десертів) і на сході, і на заході країни сьогодні втрачає свою популярність. Більшість власників впевнені, що одної кави недостатньо, щоб бізнес приносив хороші прибутки. Клієнти кав'ярень, як правило, хочуть ще щось перекусити, підкріпитися міцним напоєм тощо. Тому підприємці зазвичай змушені розширювати меню закладів, додаючи холодні закуски, суші, піцу,

пасту, салати, десерти, алкогольні та безалкогольні напої, бо доходи від продажу додаткових позицій становлять від 10% до 45% всього доходу кав'ярень.

Кав'ярня в чистому вигляді - достатньо ризикований формат. Її клієнтами є переважно кавові гурмани, яких у світі лише 2%, а в Україні ще менше. Клієнтська база формується достатньо повільно, а рентабельність бізнесу становить тільки 10%, тоді як у закладах, які пропонують додаткове меню, ця цифра досягає до 30%.

Однак з такою думкою погоджуються не всі підприємці, що займаються кав'ярнями в класичному форматі, і запевняють в рентабельності такого бізнесу. Одним з головних законів маркетингу є закон позиціонування бренду. Дослідження, проведені в цій сфері, показують, що розширення продуктової лінійки у кав'ярнях, як правило, не призводить до збільшення кількості клієнтів. Тому для кавового бренду, перш за все, важливо дотримуватися стандартів, заданих торговельною маркою, і не перетворювати кав'ярню у звичайне кафе. Звичайно, крім кави, клієнтові слід запропонувати різноманітні тістечка, морозиво, десерти і чай, тобто ту продукцію, яка підсилює смак кави. Але в додатковому меню аж ніяк не повинні бути салати, гарячі страви, суші тощо. Є й інші позитивні винятки з правил. Так, «Дім Кави» пропонують своїм відвідувачам лише каву. І це не перешкодило компанії розвинути свою франчайзингову мережу до 100 точок по всій території України.

З того часу, як на початку 2000-х у Києві з'явилася перша кав'ярня, кількість форматів значно зростає. Тепер підприємці можуть вибирати між стандартними кав'ярнями, міні-кафе на колесах, невеликими точками-острівцями в торговельних центрах, окремими закладами, орієнтованими тільки на каву і десерти, і пропонують крім ароматного напою ще й розширене меню. І не важливо, скільки у вас грошей в кишені - \$ 5 тис. або \$ 100 тис., не важливо яку площу ви можете орендувати - 2 кв.м або 80 кв.м, в будь-якому разі у вас є шанс почати прибутковий бізнес і напоїти своїх клієнтів смачною якісною кавою.

Крім традиційних кафе і кав'ярень з додатковим меню, все частіше споживачі відвідують магазини кофе, в яких можна як насолодитися гарячим напоєм, так і купити його. У цьому напрямку працюють такі мережі, як «Дім Кави», Totem Coffee і Coffeetea.

Меню традиційної кав'ярні включає каву і декілька позицій тістечок і десертів. Останнім часом значну популярність отримали кав'ярні на колесах. Фахівці одностайно стверджують, що пересувні модулі складають гідну конкуренцію своїм стаціонарним аналогам. Однак самі мобільні оператори достатньо неоднозначно оцінюють свій бізнес. Кав'ярні на колесах - це прибутковий, але часто нестабільний бізнес. Дохід в значній мірі залежить від місця розташування, природних явищ, офіційних і неофіційних домовленостей з місцевою владою. Сьогодні на українському ринку кави представлено більше десятка франчайзингових мереж.

У середньому під одним брендом в мережі працює від 10 до 40 кав'ярень. Проте не всім компаніям легко впоратися з кавовою мережею, особливо якщо мова йде про іноземні бренди. Так, в 2010 році в нашій країні припинила роботу латвійська мережа кав'ярень Double Coffee, що володіла на той момент в Україні десятьма власними і трьома франчайзинговими закладами. Згодом діяльність була відновлена за ініціативою українського підприємця, який повністю узяв на себе відповідальність за розвиток мережі в Україні. Інша компанія австралійського походження, Gloria Jean's Coffee, змушена була припинити діяльність власних закладів через складність дотримання стандартів бренду на території України.

Країна, яка з кожним роком споживає на 6 тисяч тонн більше кави, ніж у попередньому, і поступово переходить з розчинної кави на мелену, з процесу споживання у домашніх умовах до відвідування спеціалізованих закладів, має величезний потенціал для розвитку цього ринку. Так, українець випиває лише 1-1,5 кг кави на рік, тоді як скандинавець - 5-6. У порівнянні з останнім український споживач поступається значно. Однак скандинавець і надалі буде щорічно

споживати свої 5 – 6 кг, тоді як середньостатистичний житель України поступово збільшує кількість випитої кави. .

Висновки до розділу 2

За статистикою, у світі щодня випивають майже 2 мільярди чашок кави. Саме тому відкрити невелику кав'ярню – це вигідне вкладення, яке незабаром може принести власнику непоганий прибуток. Експерти та підприємці, які вже працюють у мережі ресторанів Gemini, допоможуть молодим підприємцям правильно організувати бізнес.

Відкриття кав'ярні – це як самореалізація свого потенціалу. Можна пройти весь шлях самостійно через систему спроб та помилок. Або вибрати вже налагоджену бізнес-модель та почати працювати під успішним брендом. Франчайзинг Merry Berry допоможе відкрити кав'ярню своєї мрії.

Для того, щоб відкрити прибуткову кав'ярню, буде мало, тільки інвестувати капітал. Ресторанний бізнес – це щоденна праця, планування та контроль. Щоб почати отримувати прибуток після того, як ви купили франшизу, необхідно ефективно організувати робочі процеси на своєму підприємстві.

РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВІДКРИТТЯ КАВ'ЯРНІ НА ПРИКАРПАТТІ

3.1 Пропозиції використання франшиз для відкриття кав'ярень

Франшиза Gemini надає найкращі умови співпраці. Gemini – це мережа невеликих кав'ярень, які розташовані в Україні у великих та маленьких містах. Здебільшого ці заклади розташовуються у місцях скупчення людей, наприклад, біля супермаркетів і великих торгових центрів. Але в деяких випадках ці заклади – це окремі ресторани, в яких готують не лише чай та каву, а ще й різні закуски. Мережа працює вже протягом 22 років і з того часу з'явилася величезна кількість невеликих та великих торгових точок, де продають якісну каву. Її готують на спеціальному італійському устаткуванні. У таких закладах встановлюють професійні кавоварки. У кав'ярнях ви можете замовити собі каву на різний смак та з різними добавками. У ресторанах зерна обсмажують самостійно, щоб слідкувати за якістю. Чай привозять зі світових плантацій уже у готовому вигляді. Асортимент чаю, зможе задовольнити найвибагливішого гурмана. Вартість та додаткові умови на франшизу:

- Перший внесок – від 28 тисяч гривень до 50 тисяч залежно від розмірів майбутнього ресторану.
- Загальні інвестиції від 300 тисяч гривень до 1 мільйона.
- Рекламний збір – від тисячі до 5 тисяч гривень на місяць.
- Навчання – безкоштовне.
- Роялті – відсутні.

Відкриття кав'ярні з франшизи залишаються одним із популярних способів інвестування у відкриття закладу. Головною перевагою будь-якої франшизи є

швидкість реалізації проекту. Впізнаваність бренду. Успішна бізнес-модель, яка може забезпечити повернення інвестицій та стабільний дохід.

Франшиза Cafe Depot. Це мережа ресторанів швидкого харчування, в яких крім основних закусок і традиційних страв на сніданок, обід і вечерю подають ще і дуже смачні десерти. У мережі ресторанів є велика кількість постійних клієнтів, які полюбили це закладу через швидке обслуговування. А також якісних продуктів з яких готують різноманітні страви.

Ці страви можна замовити собі всередині ресторану і спробувати їх, а також можна замовити собі доставку, або ж їжу на винос, щоб взяти її з собою в дорогу. Часто такі заклади розташовуються поблизу від доріг і жвавих трас.

Величезній кількості клієнтів дуже подобається обслуговування в цьому закладі, бо каву готують тільки з натуральних зерен, які постачають відповідальні постачальники з різних регіонів світу. В Cafe Depot клієнтам постійно пропонують різні акції та знижки, особливо це стосується постійних клієнтів. Якщо ви захочете відкрити свій ресторан по франшизі цього відомого бренду, то вам першочергово необхідно буде пройти спеціальне навчання. Ви отримаєте не тільки інформаційну, але і маркетингову підтримку. Якщо ви хочете придбати франшизу Cafe Depot чи іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам в підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом. Вартість та додаткові умови на франшизу:

- Розмір приміщення – приблизно 70 квадратних метрів.
- Перша оплата за франшизу 25 тисяч доларів.
- Маркетинговий збір – приблизно 5%.
- Роялті – 6% від загальних доходів за місяць.
- Устаткування і будівництво нового ресторану – більше 320 тисячі доларів.
- Загальні інвестиції – від 1 мільйона до 2 мільйонів доларів.

Франшиза Ormado Kaffeehaus. Це міжнародна мережа кавових, в яких готують дійсно чудову каву, із застосуванням різних новаторських технологій. Для свого кави керівництво ресторану вибирає тільки надійних постачальників,

які привозять в мережу кавових тільки якісні зерна кави. Ця мережа дуже молода і вперше вона з'явилася в Німеччині у 2017 році. Але на цю мить вона вже має кілька своїх франчайзингових представництв в Європі. Керівництво зазначає, що з кожним роком оборот фінансів зростає в цій мережі.

Компанія Ormado Kaffeehaus – це міжнародний бренд, який з 2017 року надає своїм партнерам умови франшизи. Для кожного нового партнера компанія надає нову модель розвитку. Завдяки цим розрахункам кожному партнеру можна сподіватися на те, що він досягне фінансової незалежності й швидко стане популярним на ринку кавових ресторанів. Щоб стати партнером цієї міжнародної мережі ресторанів, в яких продають каву і різні хлібобулочні вироби, вам необхідно мати досить великий капітал. Це повинні бути не кредитні кошти, а власний капітал.

У вас буде можливість відкрити як маленький прилавок, в якому продаватимуть фірмову каву або велику кав'ярню, в якій окрім кави будуть ще й закуски та інші блюда. Якщо ви хочете придбати франшизу Ormado Kaffeehaus, чи іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам в підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом. Вартість та додаткові умови на франшизу:

- Площа необхідного приміщення – 10 метрів квадратних для прилавка і 40 метрів для ресторану.
- Роялті – 5% від загального доходу в місяць.
- Перша оплата за франчайзинг – приблизно 15 тисяч доларів.
- Обладнання та інвентар – 5 тисяч доларів.
- Час отримання чистого прибутку – 24 місяці.
- Загальна сума інвестицій для початку – від 100 тисяч до 400 тисяч доларів.

Франшиза Scooter's Coffee. Це мережа кав'ярень швидкого обслуговування, перша з яких відкрилася в 1998 році в Небрасці. У меню представлена не тільки кава, але і різноманітні смузі, коктейлі та інші напої. Крім того, в ресторанчику можна смачно і дуже швидко перекусити. Клієнти раді, що

все приготування не займає багато часу, а крім того, ціна на страви та напої досить лояльна.

Попри те, що мережа кафе відкрилася не так давно і тільки почала розростатися, у неї вже є величезна кількість постійних клієнтів. Найчастіше Scooter's Coffee розташовуються біля жвавих трас і доріг. Водії, а особливо далекобійники є постійними клієнтами, оскільки саме вони найчастіше в дорозі бажають швидко випити кави й смачно перекусити.

Можливість співпрацювати з брендом по франшизі з'явилася у 2002 році. На цю мить у світі є вже понад 300 подібних закладів Scooter's Coffee. В основному є два види співпраці по франшизі. Можна відкрити невеликий кіоск, в якому немає сидячих місць і залу. У таких закладах усі товари роблять на винос. У них можна швидко замовити собі каву і якусь закуску. Другий варіант – це кав'ярня, в якій є місця для сидіння і столики. Найчастіше кав'ярні Scooter's Coffee розташовуються усередині торгових центрів і різних супермаркетів у вигляді невеликого приміщення, де людина може випити кави та перекусити. Але є і варіанти, коли кав'ярня Scooter's Coffee – це автономне спорудження, яке часто встановлюють саме біля автомагістралей. Якщо ви хочете придбати франшизу Scooter's Coffee чи іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам у підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом. Ціна та умови франшизи:

- Початковий збір на франшизу – 40 тисяч доларів.
- Підтримка і маркетинг – 10 тисяч доларів.
- Технології, вивіски, меблі та обладнання – 117 тисяч доларів.
- Запаси та матеріали – 14 тисяч доларів.
- Роялті – 6% від всіх продажів за місяць.
- Загальні витрати на франшизу – від 300 тисяч доларів до 1 мільйона доларів.

Франшиза Коста кави. Популярна мережа кафе Costa coffee розпочала свою діяльність ще в 1971 році. І вже через кілька років вона почала свою франчайзингову діяльність. Згодом компанія розрослася і стала величезною

мережею кавових. На цю мить вона входить в корпорацію Coca-Cola Company. Засновниками мережі стали два брата Бруно і Серхіо Коста, з часом Серхіо викупив у свого брата його частку бізнесу і почав самостійно управляти компанією, а пізніше і сам продав її, але назва збереглася.

Coca-Cola Company купила мережу Costa у 2019 році після того, як кав'ярні по всьому світу почали активно будуватися, а мережа значно розширюватись. Саме після 2019 року цю мережу визнали найкращою серед подібних у світі. Нині у світі є майже 4 тисячі точок, де продають каву та інші продукти під брендом Costa.

Зараз цей бренд є головним конкурентом іншої відомої мережі, яка продає каву – Starbucks. Але, треба сказати, що від майбутнього партнера керівництво мережі потребують значних вкладень. Наприклад, щоб отримати франшизу Costa coffee, вам необхідно мати інвестиції в сумі 250 тисяч доларів, а надалі потрібно буде вкласти ще понад 800 тисяч. Ці гроші не можна брати в кредит, вони повинні бути на вашому рахунку. Щоб оформити франшизу, необхідно звернутися до керівництва корпорації через їх офіційний сайт, а потім заповнити анкету, де потрібно вказати ваші дані. Після того як ви заповните всі анкетні дані, з вами зв'яжуться представники фірми й проведуть співбесіду.

Умови та вартість франшизи:

- Наявність власного капіталу – 250 тисяч доларів на першому етапі.
- Вступний внесок – 12 тисяч доларів.
- Оплата за рекламу бренду – 2%.
- Мінімальна кількість співробітників – 5 осіб.
- Термін повернення інвестицій – мінімум 24 місяці.
- Загальний обсяг інвестицій – приблизно 1-2 мільйони.

Франшиза Dunkin 'Donuts. Це міжнародна мережа кондитерських, яка представлена різними відділеннями та ресторанами в усьому світі. Більшість із пекарень знаходиться на території США, але є і представництва в інших державах. Наприклад, станом на сьогоднішній рік, Dunkin 'Donuts відкрили свої

ресторани в 42 країнах світу. В Америці знаходиться понад 6700 точок, а в інших країнах ще 3000.

Особливо кав'ярня славиться своїми фірмовими пончиками. Історія такого величезного підприємства, як Dunkin 'Donuts почалася ще в далекому 1950 році, саме тоді Білл Розенберг, який став в наступних роках генеральним директором, в Штаті Массачусетс відкрив своє перше кафе. Популярним заклад став дуже швидко і протягом кількох наступних років воно відкривалося по всьому штату, а згодом і по всій Америці. Умови та ціни на отримання франшизи:

- Перший внесок – близько 1,5 мільйона доларів.
- Загальні інвестиції – приблизно 70-80 тисяч доларів.
- Роялті – 6% від всіх продажів.
- Окупність – протягом 18-20 місяців.
- Умови ліквідного капіталу – 125 тисяч доларів.
- Чистий прибуток в рік – 100 тисяч доларів.
- Вимоги до власного, чи не кредитного капіталу – 250 тисяч доларів.

Франшиза Starbucks. Це одна з найуспішніших компаній в історії продажу дійсно якісної кави та кавового обладнання. Історія цього бренду почалася з невеликого магазинчика, який протягом років переріс у справжнього лідера серед всіх світових кавових. На сьогодні це не просто мережа магазинчиків і маленьких ресторанів – це вже ціла корпорація, яка видає франшизи по всьому світу. Компанія ніколи не стоїть на місці, з кожним роком керівництво придумує нове меню, вводить нові страви й послуги. А емблема мережі цих кафе стала впізнаваною в усьому світі вже дуже давно.

Франшизу надають тільки людям, які хочуть запустити цілу мережу і відкрити кілька закладів. За всю історію корпорації поодинокі франшизи видавали тільки дуже впливовим, або відомим людям. Найчастіше Starbucks купує інші кафе, які є неприбутковими, і робить з них частину своєї мережі.

Щоб отримати франшизу від такого відомого бренду, треба мати досвід керівництва мережею кафе, або бути хорошим і розумним бізнесменом. Якщо ви хочете придбати франшизу Starbucks або іншого бренду, тоді наші фахівці

будуть раді допомогти вам в підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проєктом. Умови отримання франшизи:

- Орієнтовна вартість всієї франшизи – 160 тисяч доларів.
- Облаштування одного квадратного метра – 2,5 тисячі доларів.
- Придбання обладнання 30-40 тисяч доларів.
- Окупність – приблизно два роки.
- Інвестиції у відкриття кав'ярні: від \$228,620 до \$1,691,200

Франшиза кав'ярні BRICKS. Змогла завоювати український ринок та стати гідним конкурентом для багатьох кав'ярень у даному сегменті. Ви можете відкрити кав'ярню за договором франшизи у найкоротший термін та почнете отримувати прибуток. Умови та ціна на франшизу кав'ярні, сума інвестицій, рентабельність, читайте далі в описі.

BRICKS – це кав'ярня, яка працює в Україні не перший рік. На сьогодні у країні вже з'явилася велика кількість подібних точок мережі BRICKS, основна кількість з них працює за франшизою, тобто за франчайзинговим договором з брендом. У цьому закладі основним продуктом є кава. Але гості кав'ярні також можуть замовити собі хлібобулочний виріб та авторські десерти. У мережі ресторанів є велика кількість різних сортів кави, кожна людина може вибрати собі ту, яка їй найбільше сподобається. У кафе готують ароматні кавові напої на високій якості.

На сьогодні мережа розвивається дуже швидко, такі кафетерії можна знайти в кожному регіоні України. Для франчайзи відкрито сьогодні багато можливостей, керівництво кав'ярні стверджує, що відкривши такий заклад за договором франшизи, можна отримати перший дохід уже через місяць з моменту відкриття. Після того, як ви подасте заявку на отримання франшизи, протягом 14 днів ви отримаєте схвалення і ваше кафе вже буде на початковій стадії відкриття. Крім того, керівництво зазначає, що для того, щоб розпочати співпрацю та отримати франшизу, вам необхідно мати досить невеликий капітал для інвестування.

Крім того, якщо ви купите франшизу на відкриття кав'ярні від цього бренду, вам нададуть унікальну інформацію, наприклад, кілька десятків популярних рецептів кави та інших напоїв. Головне вам відкриють кав'ярню під ключ. Якщо ви хочете купити франшизу BRICKS, або іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам у підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом. Ціна та умови франшизи BRICKS:

- Вступний внесок – від 2 тисяч доларів до 4 тисяч.
- Роялті – залежить від регіону відкриття ресторану та обороту на місяць.
- Відрахування на рекламу на місяць – приблизно 1% усіх доходів.
- Час окупності – від 8 місяців.
- Необхідна площа – від 6 до 100 квадратних метрів.

Необхідний персонал від 2 до 4 осіб.

Інвестиції для франшизи – від 7 тисяч доларів до 15 тисяч доларів.

Відкрити кав'ярню My Coffee під ключ за франшизою. Вам запропонують відкрити кав'ярню за договором франшизи та допоможуть запуснути підприємство під ключ. *My coffee* – це мережа кавових, які вже протягом кількох років працюють на території України та навіть за її межами. Саме в цій мережі розробили унікальну солону каву, яка називається Раф Чіз, вона стала справжньою візитною карткою закладів My coffee. Цю каву подають разом із сиром та іншими закусками, так вона набагато смачніша.

Кожен відвідувач може самостійно підібрати інгредієнти, які додадуть йому до кави. Клієнти можуть особисто дивитися, як майстри готують їм каву з натуральних зерен та з різними добавками.

У мережі кав'ярень запровадили спеціальну систему відео спостереження. Щоб можна було контролювати якість приготування кави. А ще в цих кав'ярнях вигадали унікальний винахід, який називається штангою бариста. При використанні цієї технології фахівець може набагато швидше та якісніше готувати каву.

Перша кав'ярня My coffee відкрилася у 2012 році у Харкові. Того ж року було відкрито ще один такий заклад, але вже за договором франшизи. Крім того, у 2012 році відкрили центральний офіс мережі. У 2013 році франшиза розширилася вже на інші країни, зокрема кав'ярню відкрили за договором франшизи в Росії. Також стартувала програма навчання “Як відкрити власну кав'ярню”.

Усі майбутні партнери мережі можуть пройти це навчання та побачити, як саме треба працювати, щоб у короткі терміни отримати прибуток. Це комфортний та затишний бізнес, який принесе вам перший прибуток дуже швидко та швидко окупиться. Якщо ви хочете придбати франшизу My coffee, або іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам у підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом.

Ціна та умови франшизи My Coffee:

- Вступний внесок – від 500 доларів до 18 тисяч доларів.
- Відрахування та роялті – відсутні.
- Окупність – від 5 місяців.
- Рекламний збір – відсутній.
- Інвестиції – від 4 тисячі доларів до 50 тисяч.
- Необхідний персонал – до 20 осіб.

Франшиза MY KAVA можна назвати однією з молодих компаній, яка активно розвивається по всій території України. Франчайзингова команда надає повний супровід у відкриття кав'ярні. Від підбору приміщення до закупівлі обладнання. Умови, термін реалізації проекту, сума інвестицій та інші подробиці читайте далі в описі.

MY KAVA – це національна мережа кавових, які відкриті по всій Україні. На сьогоднішній день у країні вже є понад двадцять точок цього бренду. Перший подібний заклад відкрили лише три роки тому, але на сьогодні бренд MY KAVA став уже популярним, успішним і впізнаваним. У кафе власноруч смажать кавові зерна. Це дозволяє значно заощадити кошти, а ще контролювати, щоб кава

вийшла тільки якісна і натуральна, а головне вона подобалася всім відвідувачам. Завдяки унікальній концепції, кав'ярня дуже швидко набуває популярності.

У меню є не лише кава, а й чай, а також інші напої. До них можна замовити собі солодощі, хлібобулочні вироби та легкі закуски. Як показує практика, після того, як франшиза окупується, її власник може отримувати понад 50 тисяч гривень чистого прибутку на місяць. Якщо ви вирішите стати франчайзі та використовувати бренд MY KAVA, то у вас буде можливість відкрити один із чотирьох форматів кав'ярні. Наприклад, за франшизою можна відкрити міні, стандарт та преміум формати кава-бар.

Для кожного з цих варіантів є певні умови та різні суми інвестицій. Якщо ви вирішите співпрацювати з брендом My KAVA, то у вас буде підтримка від керівництва, а також ви зможете пройти курси навчання.

Якщо ви вирішите купити франшизу MY KAVA, або іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам у підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управління проектом. Ціна та умови франшизи MY KAVA:

- *Кава-бар* – перший внесок 1490 доларів, площа – приблизно 4 метри квадратних.
- *Кав'ярня міні* – паушальний внесок приблизно 2,5 тисячі доларів, необхідна площа – від 5 метрів квадратних.
- *Стандарт* – перший внесок – від 3 тисяч доларів. Необхідна площа – від 16 квадратних метрів.
- *Преміум* – внесок від 5 тисяч доларів, необхідне приміщення – від 50 квадратних метрів.
- Загальні інвестиції – від 20 до 30 тисяч доларів.

Франшиза AROMA KAVA активно продовжує мати попит на Українському франчайзинговому ринку. Щоб відкрити кав'ярню арома кава по франшизі, вам потрібно буде заповнити анкету партнера на сайті компанії. Умови та ціна франшизи, сума інвестицій, формати кав'ярень, читайте далі в описі. Франшиза Кав'ярні Aroma Kava. Огляд Бренд Арома Кава

Краща кавова франшиза Арома Кава в Україні, впевнено тримає передову позицію, останні кілька років й продовжує завойовувати ринок у своєму сегменті. Aroma Kava – одна з найбільших українських мереж кав'ярень, що працює в 45-ти містах України. У кав'ярні представлений широкий вибір ароматної кави, кавових напоїв і унікальних десертів.

Успіх й особливості компанії

Головною особливістю закладу є якісна кава, який однаково хороший в будь-якій мережі. З особливою уважністю ставляться до якості кавових зерен, сортів, ступеня обсмаження, піклуючись про своїх відвідувачів

Справжні кавомани приходять неквапливо насолодитися бадьорить еспресо, ділячись хорошими новинами й враженнями за день. «Aroma Kava» моментально привертає своєю назвою, адже воно лаконічно, позитивно асоціюється і легко запам'ятовується. Відвідувачі довіряться притягує назвою, і неодмінно зрадіють співвідношенням ціни і якості. Логотип «Арома кави» є широко відомим, завдяки якісній візуальній ідентифікації. Відвідувачі помічають лого здалеку: помаранчевий, білий, синій колір створюють відчуття затишку і гарантії якості. Сама напис: «Aroma Kava. Fresh coffee »ще раз підкреслює про якість і відданості кавовій справі. Унікальний стиль кав'ярні простежується у всіх деталях. Мальовничі стаканчики, яскраво-сині й помаранчеві стіки цукру, керамічні стаканчики та серветки – неодмінно піднімуть настрій і нагадають про бадьорість кави й о дивовижних десертах. У відвідувачів формується позитивна асоціація і довіру до даного кавового бренду.

«Арома кава» має власний сайт, де потенційні відвідувачі можуть побачити цікаву для них інформацію: унікальні акційні пропозиції, меню, бонусну програму. Примітно, що для більшої зручності мережу має власний додаток, де користувач може знайти: найближчі кав'ярні та графік роботи, актуальне меню, оцінки та відгуки про кав'ярню. Кав'ярня представлена в Instagram, Facebook. Сторінка в Instagram нараховує понад 30 тисяч передплатників. Користувач спостерігає красивий візуал, адже дотримуються

кольори й відтінки, властиві стилю мережі. «Арома кава» не забуває розповідати про новинки, ділитися новинами й дружньо спілкуватися з передплатниками.

Яскраво-сині й помаранчеві кольори, шоколадні відтінки стін по всій мережі кав'ярень. Відвідувач буде відчувати затишну атмосферу закладу незалежно від місця розташування і розмірів приміщення. Цінителі ароматної кави завжди знають, що в «Арома кава» смачну каву і доброзичлива атмосфера.

Екстер'єр «Арома кава» акуратно вписується в загальний вигляд міста. Маючи м'який, кавово-коричневий колір, заклад гармонійно виглядає на жвавих вулицях. Мережа «Арома кави» можна з легкістю ідентифікувати серед інших закладів.

Ключовою особливістю мережі є ввічливий персонал і якісне обслуговування. Примітно, що використовується незалежне агентство для постійного контролю якості обслуговування. Мережа дотримується єдиної візуалізації, рецептури, алгоритмів обслуговування і технології приготування. Франшиза «Арома кави» має ряд можливостей для своїх партнерів. Існують чотири можливі варіанти: кав'ярня «XS» типу «острівець», кав'ярня без входу «S», кав'ярня з входом «M», кав'ярня з входом «L».

Таблиця 2.1

Варіанти франшизи «Арома Кава»

Кав'ярня типу «XS»	Кав'ярня типу «S»	Кав'ярня типу «M»	Кав'ярня типу «L»
Вступний внесок становить 75 000 грн.	Вступний внесок становить 75 000 грн.	Вступний внесок становить 75 000 грн.	Вступний внесок становить 75 000 грн.
Інвестиції від 250 000 грн.	Інвестиції від 350 000 грн.	Інвестиції от 450 000 грн.	Інвестиції від 800 000 грн.
Термін окупності від 6 місяців.	Термін окупності від 6 місяців.	Термін окупності від 10 місяців.	Термін окупності від 15 місяців.
Роялті становить 2%.	Роялті становить 2%.	Роялті становить 2%.	Роялті становить 2%.

Франшиза Merry Berry. Це мережа кондитерських та кав'ярень, у яких готують багато смачних та солодких десертів, варять ароматну каву. Кожен

відвідувач може спробувати авторські тістечка і в поєднанні з капучіно або латте. Сьогодні під брендом працює понад тридцять таких закладів по всій Україні. 22 ресторани працюють за договором франшизи. У місяць ця мережа приймає майже мільйон відвідувачів, саме тому керівництво не може дозволити собі відставати від інших ресторанів та подібних закладів. Своїм гостям у кав'ярні пропонують лише якісні та унікальні страви, які є візитівкою закладу. Є три основні особливості, які відрізняють Merry Berry від інших закладів – це унікальний інтер'єр, швидкість приготування та якість продуктів. У цих закладах ви зможете спробувати не лише швидкі сніданки, у поєднанні зі смачними смузі, але ще й авторські страви, насолоджуватися якими можна дуже довго, або замовити собі додому.

На сьогодні мережа активно розвивається у багатьох містах України, але перший подібний заклад відкрили в Одесі. Керівництво Merry Berry пропонує своїм потенційним партнерам вигідні умови для ведення бізнесу та підтримку на всіх етапах відкриття кав'ярні.

Унікальною особливістю ведення бізнесу у мережі Merry Berry є наявність професійної програми, в якій є весь функціонал для полегшення контролю операційних завдань у кав'ярні.

Якщо ви думаєте купити франшизу Merry Berry, або іншого бренду, тоді наші фахівці будуть раді допомогти вам у підборі франшизи, або готового бізнесу, реалізації та управлінні проектом. Ціна та умови франшизи Merry Berry:

- Вступний внесок – від 5 до 8 тисяч доларів.
- Загальні інвестиції – від 25 до 90 тисяч доларів.
- Роялті та виплати – від 0 до 3% від усього обороту на місяць.
- Рекламні відрахування – приблизно 1%.
- Окупність – до 24 місяців.
- Необхідний персонал – до 15 осіб.

3.2 Рекомендації щодо ефективного відкриття кав'ярні по франшизі

Якщо ви вирішили відкрити малий бізнес, кав'ярня по франшизі — один з найдоступніших варіантів для старту. Ви можете відкрити точку кави з собою чи невеликий заклад, де можна не тільки випити кави, а й перекусити. Пакет франшизи зазвичай пропонує кілька доступних форматів, що відрізняються сумою початкових інвестицій:

- кава з собою;
- кав'ярня з випічкою;
- кіоск;
- острівцець у торговельному центрі;
- мобільна кав'ярня.

Готуйтеся до того, що франчайзер дозволить вам використовувати зерно тільки від певного перевіреного виробника. Окрім того, здебільшого франчайзі не можуть корегувати під себе кавове меню. **Перше, що слід подивитися**, - як довго франшиза існує на ринку, і вибирати вже перевірені франшизи кав'ярень. Зазвичай це проекти від 5 років і старші. Така франшиза вже минула всі складні етапи та має досвід антикризового керування. Великою перевагою буде міжнародний статус, наявність закладів за межами однієї країни. Наприклад, у нашої франшизи вже є заклади в Польщі, а це означає, що модель працює не тільки в реаліях України.

Далі перевірити скільки коштує франшиза кав'ярні. На прикладі франшизи кав'ярні Crema Caffè покажемо, які саме дані слід запитувати.

Слід звернути увагу, що надзвичайно важливу роль відіграє відомість та репутація бренду у споживачів на ринку. Чим більше закладів і чим більший період часу вони працюють, то тільки краще для вас, як для потенційного франчайзера – початківця. Також дізнавайтеся, який супровід пропонують вам: чи буде допомога з центрального офісу, як довго і яка саме.

Обов'язково дивіться відгуки про кав'ярні цієї франшизи на картах Google. Так ви зрозумієте, наскільки добре налагоджено сервіс у закладах, а також де і який формат «заходить» людям краще.

Дуже важливо, щоб франчайзер супроводжував вас увесь строк договору чи це 2 роки, чи 5. Великий плюс індивідуальний підхід. Наприклад, окрім стандартних рекомендацій та навчання, влаштовує як відкриті, так і таємні перевірки методом «таємний покупець» для поліпшення якості роботи кожної кав'ярні мережі. І вже за результатами таких перевірок даємо максимально корисні поради для цієї точки.

Франшиза цифрової кав'ярні. V12 Coffee To Go - це франшиза цифрових кав'ярень з високою дохідністю. Наша бізнес-модель працює і приносить рекордні результати навіть в період війни. Ми пишаємось усіма партнерами, а особливо з Дніпра, Запоріжжя, які навіть за таких складних зовнішніх обставин успішно ведуть свій бізнес.

Компанія на сьогоднішній день об'єднує десятки міст України однією спільною ідеєю — підняття рівня економіки держави та популяризації кав'ярень формату “To Go”. Це сучасне рішення в сфері кавового бізнесу. В кав'ярнях V12 Coffee To Go відсутній людський фактор. Бариста- це клієнт. Він повинен лише поставити стаканчик і оплатити каву за допомогою терміналу безконтактної оплати або ж готівкою - далі кав'ярня все зробить замість нього!

Партнер спостерігає за роботою кав'ярні та продажами прямо у своєму смартфоні за допомогою спеціального додатку ! Таким чином він отримує пасивний заробіток. Багато партнерів купують декілька кав'ярень і стають власниками мережі в своєму місті. Період окупності такого бізнесу 7-15 місяців. Вартість франшизи — від 5000\$ це одноразовий платіж без подальшої сплати роялті. Компанія, в свою чергу, забезпечує партнера супроводом на всіх етапах співпраці: допомагає відкрити банківський рахунок, ФОП, пропонує безліч маркетингових рішень та навіть, як додаткова послуга, знаходить прохідну популярну локацію у вашому місті.

Висновки до розділу 3

Можливість співпрацювати з брендом по франшизі це можливість відкрити свій рентабельний бізнес. Сьогодні існує багато форматів по яких

можна відкрити свій бізнес з кав'ярнями. В основному є два види співпраці по франшизі. Можна відкрити невеликий кіоск, в якому немає сидячих місць і залу. У таких закладах усі товари роблять на винос. У них можна швидко замовити собі каву і якусь закуску. Другий варіант – це кав'ярня, в якій є місця для сидіння і столики.

ВИСНОВКИ

У першому розділі ми описали місце кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства та проаналізували сучасні тенденції та стратегії розвитку кав'ярень;

У другому розділі ми розглянули особливості діяльності суб'єктів бізнесу на території Прикарпаття та проаналізували можливості відкриття нових закладів різних форматів на території міста Івано-Франківська

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через відповідні заклади.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця в даній сфері, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) виготовляє, продає та організує споживання продукції власного виробництва и товарів, може організувати дозвілля споживачів.

У третьому розділі ми надали рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень та проаналізувати наявні в Україні франчайзингові моделі кавового бізнесу та можливість їх використання на території Прикарпаття

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисова А. О. Економіка підприємств різних типів. Донецьк, 2009. 162с.
2. Аветисова А. О. Економіка ресторанного господарства. Донецьк, 2010. 174 с.
3. Азарян Е. М. Рекламные стратегии предприятий ресторанного хозяйства. Донецк, 2007. с. 143-151.
4. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Київ Центр учб. лри, 2009. 342 с.
5. Блог Андрія Кусія. Режим доступу: <https://andriy-kusiy.livejournal.com/8209.html>
6. Денис Мандзюк. Кав'ярню «Віденська» побудували разом із гауптвахтою. Газета по-українськи. 2009-12-08.
7. 13. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?». Режим доступу: <http://helpbusiness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yakvidkriti-kavyarnyu.html>
8. Дядін А. С. Інноваційний розвиток роздрібної торговельної мережі та шляхи покращання обслуговування споживачів. 2014. № 12. С. 319-323.
9. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50% ресторанів вийдуть в онлайн». Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>
10. Іжевський В. В. Інноваційний розвиток роздрібної торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів. комерц. акад. 2011. 19 с.

11. Історія кави. Режим доступу: <https://gemini.ua/istoriya-kavy/> 93 21.
Кава зі Львова: сорти арабіки. Режим доступу: <http://kavazilvova.com.ua/vidi-kavita-recepti/sorti-kavi/sorti-arabiki/>
12. Кава: хто вирощує, п'є і платить найбільше. Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-43786400>
13. Кавова індустрія: 11 фактів. Режим доступу: <https://changeua.com/kavova-industriya-11-faktiv/>
14. Кавова культура: як тренд на бадьорість змінює нас і нашу свідомість. Режим доступу: <http://newsdaily.org.ua/5575-kavova-kultura-yak-trend-na-badorist-zminyuie-nas-inashe-svidomist.html>
15. Костецький С. Орендна плата на об'єкти нерухомості в 2016 році зростає. Режим доступу: <http://www.zagorodna.com/uk/statti/orendna-plata-na-obekti-neruhomosti-v-2016-roci-zroste.html>
16. Олексій Мустафін. Від Богдана до Бернарда. Чому українська кава - не лише львівська?. Obozrevatel.ua. 2018-11-21.
17. Поринути у кавову культуру Львова. Режим доступу: <https://portal.lviv.ua/news/2019/09/13/porynuty-u-kavovu-kulturu-lvovayak-u-misti-prohodyt-lviv-coffee-festival>
18. Розвиток ринку кави в Україні: прогнози маркетологів. Режим доступу: <https://www.blackfest.show/blog/2018/10/05/razvitie-kofejnogo-rynka-v-ukraineproгноzy-marketologov/>
19. Сорти кави та їх маркування. Режим доступу: <https://kavablog.info/type-coffee/coffee-sorts-and-marking/>
20. Стан ринку кави в Україні. Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>
21. Товарознавча характеристика чаю та кави, особливості їх перевезення. Режим доступу: https://revolution.allbest.ru/marketing/00256235_0.html#text
22. Третя хвиля української кавової культури. Режим доступу: <https://theukrainians.org/tretya-hvylya/>

23. Цікаві факти про каву [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.bbc.com/ukrainian/news-45706729>



Додаток А

Різновиди кавових напоїв

Завершення додатку А

Європа



США



Додаток Б

Найбільші кавові франшизи

РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну роботу
**«Генеza та розвиток кав'ярень Прикарпаття: від минулого до
сьогодення»**

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Костюка Назара Руслановича

(ПП студента)

Рецензент: Депутат Микола Миколайовича – к.г.н., власник туристичної
компанії «Ніколас-тур»

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ПП рецензента)

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема описано місце кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства; проаналізовано сучасні тенденції та стратегії розвитку кав'ярень; розглянуто особливості діяльності суб'єктів бізнесу на території Прикарпаття, проаналізовано можливості відкриття нових закладів різних форматів на території міста Івано-Франківська та наявні в Україні франчайзингові моделі кавового бізнесу та можливість їх використання на території Прикарпаття

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, однак є підрозділи, у яких використано художній стиль мовлення, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення роботи на достатньому рівні. Актуальність теми не розкрито в повному обсязі, глибина та якість розкриття теми на достатня, однак правильно та поставлено мету дослідження. Використання літературних джерел не достатня для глибинного і точного досягнення поставлених завдань. Однак, важливим аспектом в кваліфікаційній роботі є надані рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень на Прикарпатті.

Рекомендую виставити Роману Романовичу оцінку «задовільно» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр з готельно-ресторанної справи».

К.г.н., власник туристичної компанії

«Ніколас тур»

«15 » червня 2023 р.



Handwritten signature of the reviewer, Mykola Mykolayovich, written in black ink over a horizontal line.

Микола ДЕПУТАТ

Відгук
на кваліфікаційну роботу
«Генеza та розвиток кав'ярень Прикарпаття: від минулого до сьогодення»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»
Костюка Назара Руслановича
(ППП студента)

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру: описано місце кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства, проаналізовано сучасні тенденції та стратегії розвитку кав'ярень, розглянуто особливості діяльності суб'єктів бізнесу на території Прикарпаття, проаналізовано можливості відкриття нових закладів різних форматів на території міста Івано-Франківська та наявні в Україні франчайзингові моделі кавового бізнесу та можливість їх використання на території Прикарпаття

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Актуальність теми розкрито не достатньо. Мета дослідження поставлена правильно, але використані літературні джерела не достатньо інформативні. Також не в повній мірі проаналізовано розвиток а функціонування кав'ярень на Прикарпатті, проте досліджено кав'ярні тільки Івано-Франківська. Важливо, що у кваліфікаційній роботі є надані рекомендації щодо можливостей відкриття нових форматів кав'ярень на Прикарпатті. Оформлення роботи на достатньому рівні: розділи, підрозділи виконано із незначними розбіжностями з методичними рекомендаціями. Кожен розділ завершується висновками до розділу, однак загальні висновки не в повній мірі висвітлюють проведене дослідження у розділах. Додатки присутні. Список використаних джерел оформлено правильно, згідно із рекомендаціями, кількість позицій у списку використаних джерел не достатня. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Студент

Науковий керівник

«15» червня 2022 р.




Назар КОСТЮК

Павло ГОРПШЕВСЬКИЙ

