

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ВЕГЕТАРІАНСТВО ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК У СФЕРІ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

(за матеріалами «Фізична особа-підприємець Кравчук Людмила Василівна,
кафе «Ні пуху, ні пера», м. Вінниця»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-42д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Олександри
ДАНИЛЬЧУК

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Валентина
ПОСТОВА

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Ірина
МАЗУРКЕВИЧ

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ВЕГЕТАРІАНСТВА ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО НАПРЯМКУ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Вегетаріанство: історичний огляд, сутність та основні види	6
1.2. Вегетаріанський ринок України: характеристика, фактори розвитку та вплив на ресторанний бізнес	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕ «НІ ПУХУ, НІ ПЕРА»: ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВЕГЕТАРІАНСЬКОГО РИНКУ	21
2.1. Організаційно-економічна характеристика кафе «Ні пуху, ні пера»	21
2.2. Аналіз та оцінка можливостей для розвитку вегетаріанського напрямку в досліджуваному закладі	26
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕГЕТАРІАНСТВА В КАФЕ «НІ ПУХУ, НІ ПЕРА»	34
3.1. Пропозиції щодо впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»	34
3.2. Маркетинговий план просування та економічна ефективність запровадження вегетаріанського меню в досліджуваний заклад	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Актуальність теми. Кількість вегетаріанців та веганів у світі та Україні постійно зростає. За даними Vegetarian Resource Group, у 2020 році близько 5% населення США були вегетаріанцями, а 3% – веганами. В Україні, за даними Research & Development Center, у 2022 році 5% українців вважали себе вегетаріанцями, а 2% – веганами. Цей тренд обумовлений: зростаючою зацікавленістю людей у здоровому способі життя, етичними міркуваннями щодо жорстокого поводження з тваринами та екологічними проблемами, пов'язаними з тваринництвом. Також споживачі стають більш свідомими та вибагливими. Вони хочуть мати можливість обирати їжу, яка відповідає їхнім цінностям та потребам. Вегетаріанська кухня стає все більш популярною та різноманітною. Завдяки цьому вона стає більш привабливою для ширшого кола людей.

У більшості ресторанів вегетаріанські страви представлені лише як доповнення до основного меню. Не вистачає ресторанів, які пропонують виключно вегетаріанську кухню. Це створює сприятливі умови для розвитку вегетаріанського ресторанного бізнесу. Вегетаріанський ресторанний бізнес може бути дуже вигідним, оскільки вегетаріанські страви, як правило, мають нижчу собівартість, ніж м'ясні. Саме тому вегетаріанські ресторани можуть залучати нових клієнтів, які шукають альтернативні варіанти харчування. Також вегетаріанські ресторани роблять свій внесок у збереження навколишнього середовища та добробут тварин. Це робить їх більш привабливими для споживачів, які дбають про етику та екологію. Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що тема є актуальною та має значний потенціал для розвитку.

Теоретичні та практичні аспекти щодо ролі вегетаріанства, а також його значення в ресторанному бізнесі, досліджували такі вчені як: Кукліна Т.С., Прусс В.Л., Каптюх Т.В., Круль Г.Я., Кручаниця М. І., Миронюк І.С., Розумикова Н.В., Кручаниця В.В., В.В. Брич, В.П. Кіш. та багато інших науковців.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне та практичне обґрунтування сутності та видів вегетаріанства, аналізу його впливу на ресторанний бізнес та розробка стратегій розвитку вегетаріанського напрямку в кафе «Ні пуху, ні пера».

Для досягнення поставленої мети було визначено такі завдання:

- визначити сутність та види вегетаріанства: вплив на ресторанний бізнес;
- проаналізувати вегетаріанський ринок в Україні;
- провести організаційно-економічну характеристику кафе «Ні пуху, ні пера»;
- проаналізувати та провести оцінку можливостей для розвитку вегетаріанського напрямку в досліджуваному закладі;
- сформулювати пропозиції щодо впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»;
- розробити маркетинговий план просування та провести економічну ефективність запровадження вегетаріанського меню в досліджуваній заклад.

Об'єктом дослідження є процес використання вегетаріанства як перспективного напрямку у сфері ресторанного бізнесу.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти застосування вегетаріанства у сфері ресторанного бізнесу.

Інформаційною базою були: нормативні акти, статистичні дані по вегетаріанству, матеріали періодичних видань вітчизняних та зарубіжних авторів, сторінки в соціальних мережах кафе «Ні пуху, ні пера», а також його основних конкурентів, Інтернет-ресурси.

Методи дослідження, які використовувались у кваліфікаційній роботі: теоретичні методи: аналіз літератури (вивчення наукових публікацій, монографій, статей, статистичних даних, нормативно-правових актів з питань вегетаріанства, ресторанного бізнесу, маркетингу, економіки); метод системного аналізу (дослідження вегетаріанського ринку, ресторанного бізнесу та кафе «Ні пуху, ні пера» як систем, що складаються з взаємопов'язаних елементів); метод порівняльного аналізу (порівняння вегетаріанських ринків різних країн, кафе з

вегетаріанським меню та кафе без вегетаріанського меню); метод узагальнення (формулювання висновків та рекомендацій на основі отриманих даних). . Емпіричні методи: спостереження (вивчення роботи кафе «Ні пуху, ні пера», аналіз меню, цін, інтер'єру, обслуговування); опитування (проведення опитування клієнтів кафе «Ні пуху, ні пера» щодо їхніх вподобань, знань про вегетаріанство, готовності куштувати вегетаріанські страви); експеримент (впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера» та аналіз його впливу на продажі, лояльність клієнтів, прибуток). Методи обробки даних: статистичний аналіз (обробка даних опитування, аналіз динаміки розвитку вегетаріанського ринку, розрахунок економічної ефективності впровадження вегетаріанського меню). Використання комплексу методів дозволило отримати всебічну та об'єктивну інформацію про вегетаріанський ринок, ресторанний бізнес та кафе «Ні пуху, ні пера», а також розробити ґрунтовні рекомендації щодо впровадження вегетаріанського меню в цьому закладі.

Практична цінність. Розроблено комплекс заходів щодо впровадження вегетаріанства, які допоможуть кафе «Ні пуху, ні пера» зайняти нову нішу на ринку та завоювати лояльність нових клієнтів. Оцінено економічну ефективність запропонованих заходів, що дозволить керівництву кафе прийняти обґрунтоване рішення щодо їх впровадження. Надано практичні рекомендації щодо розробки вегетаріанського меню, навчання персоналу, маркетингу та моніторингу результатів.

Апробація кваліфікаційної роботи. За результатами дослідження було опубліковано статтю на тему: «Перспективи розвитку вегетаріанства в ресторанному бізнесі» у збірнику матеріалів XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (18.04.2024 р., м. Вінниця).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, а також додатків. Загальний обсяг – 54 сторінки (основного тексту – 40), містить 7 таблиць та 15 рисунків, 8 додатків, які містять 8 рисунків, 3 таблиці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ВЕГЕТАРІАНСТВА ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО НАПРЯМКУ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Вегетаріанство: історичний огляд, сутність та основні види

Вегетаріанство, як система харчування, що виключає м'ясо тваринного походження, має багатовікову історію, яка сягає корінням у стародавні цивілізації. Його витоки можна знайти в різних культурах та релігіях по всьому світу. Ось деякі ключові моменти з історії вегетаріанства:

1. Стародавня Індія. Вегетаріанство практикувалося в Індії протягом тисячоліть. Багато індуїстських текстів, таких як Упанішади та Махабхарата, пропагують відмову від м'яса. Це пов'язано з вірою в реінкарнацію та ненасильство (ахімса) [8].

2. Стародавня Греція та Рим. Деякі філософи та лікарі в Стародавній Греції та Римі, такі як Піфагор, Платон та Овідій, виступали за вегетаріанську дієту з етичних та екологічних міркувань.

3. Середньовіччя. Вегетаріанство не було широко поширене в Європі протягом Середньовіччя, але деякі християнські монахи та черниці дотримувалися вегетаріанської дієти [10].

4. Відродження. В епоху Відродження інтерес до вегетаріанства знову зріс. Деякі гуманісти, такі як Леонардо да Вінчі, вважали, що вегетаріанська дієта є більш здоровою та етичною.

5. 19 століття стало свідком зростання організованого вегетаріанського руху. У 1809 році в Англії було засновано перше вегетаріанське товариство. З того часу вегетаріанські суспільства були засновані в багатьох інших країнах світу [15].

6. У 20 та 21 століттях вегетаріанство стало все більш популярним завдяки зростанню зацікавленості в здоровому способі життя, етичному ставленні до тварин та екологічних проблемах.

Сьогодні вегетаріанство є глобальним явищем, яке охоплює людей з усіх верств суспільства. Існує багато причин, чому люди обирають вегетаріанський спосіб життя (рис. 1.1).

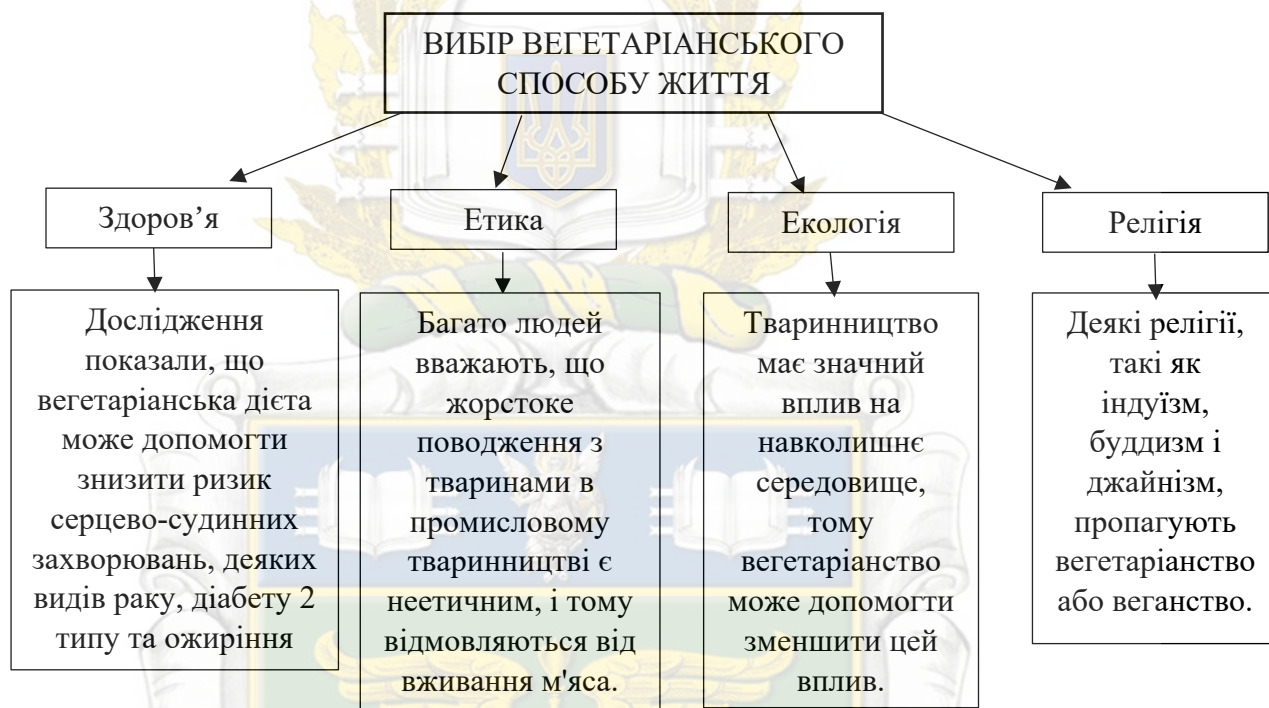


Рисунок 1.1 – Причини вибору вегетаріанського способу життя [24]

Отже, як видно з рис. 1.1 існує вагома кількість причин вибору вегетаріанського способу життя, зокрема це вплив на здоров'я людини, етика поводження з тваринами, вплив на екологію, релігійні переконання.

Вегетаріанство не лише система харчування, але й етика та філософія життя. Вегетаріанці прагнуть до гармонії з природою, мінімізації страждань тварин та покращення здоров'я. Важливо зазначити, що вегетаріанська дієта може бути здоровою лише за умови, якщо вона збалансована. Необхідно вживати достатньо білка, заліза, кальцію та інших поживних речовин, яких може бракувати при відмові від продуктів тваринного походження. Тому перед тим, як переходити на вегетаріанство, рекомендується проконсультуватися з лікарем або дієтологом, щоб скласти індивідуальний план харчування.

Саме тому вегетаріанство – це не просто дієта, це спосіб життя, який може мати позитивний вплив на здоров'я людей, тварин та планету.

Всього відомо 8 типів вегетаріанців, хоча справжній веган ніколи не погодиться з тим, що люди, які вживають м'ясо хай навіть тільки у великі свята, мають до вегетаріанства якесь відношення (рис. 1.2).

Суворе вегетаріанство	Несуворе вегетаріанство	Напіввегетаріанство чи псевдовегетаріанство
• сувегетаріанство; • веганство; • фруторіанство; • сиродіння	• ово-вегетаріанство; • лакто-вегетаріанство; • ово-лакто-вегетаріанство	• пескетаріанство; • поллотаріанство; • флекситаріанство

Рисунок 1.2 – Класифікація типів вегетаріанства [32]

Отже, з рис. 1.2 проаналізуємо детально кожен із видів. Веганство – це суворий класичний варіант вегетаріанства. Не допускається ніяких послаблень. Так, у веганстві усі продукти тваринного походження суворо обмежені – не можна їсти м'ясо, рибу, морепродукти. Виключаються всі молочні й кисломолочні продукти, яйця й мед [6]. Однак, крім послідовних веганів, є безліч перехідних або неповних вегетаріанських варіантів харчування.

Лакто-ово-вегетаріанство – де забороняється вживати м'ясо, а так само морепродукти і рибу. Рекомендується споживання всіх молочних продуктів, курячих яєць і меду. Лакто-ово-вегетаріанці керуються, насамперед, етичними міркуваннями й переконаннями. Із уживання виключаються деякі види сирів, при виробництві яких використовується сичуг тваринного походження. При цьому виді вегетаріанства, як правило, рослинна їжа поєднується, в основному, з молочними продуктами і яйцями [19].

Лакто-вегетаріанство – це вегетаріанська система харчування, яка допускає рослинну їжу, але, на відміну від лакто-ово-вегетаріанства, забороняє вживання курячих яєць. Лакто-вегетаріанці вважають, що в раціон харчування можна включати продукти тваринного походження, тільки якщо вони отримані ненасильницьким шляхом. Яйця повністю виключаються з раціону харчування,

тому що яйце містить зародок, тобто, при вживанні відбувається вбивство, що нічим не краще поїдання будь-якої іншої живої істоти.

Ово-вегетаріанство – це вид вегетаріанства, який дозволяє включати у свій раціон яйця й мед, але при цьому забороняє будь-які види молочних продуктів. З етичної точки зору вживання яєць виправдане тим, що в сучасному птахівництві яйця одержують незаплідненими, отже, яйця не є потенційно живими істотами. Більше того, курячі яйця входять до складу багатьох улюблених страв і кондитерських виробів, тому ово-вегетаріанство можна вважати демократичним видом вегетаріанства [11].

Існує також ряд не вегетаріанських дієт, що лише обмежують вживання їжі, отриманої шляхом вчинення насильства, але повністю не забороняють його, зокрема:

1. Пескаріанство (англ. pescetarianism) – відмова від червоного м'яса. Вживання риби та морських продуктів.
2. Поллотеріанство (англ. pollotarianism) – відмова від червоного м'яса. Вживання риби та білого пташиного м'яса.
3. Флексітаріанізм (англ. Flexitarianism) – помірне або епізодичне вживання у їжу м'яса, птахів, риби, морських продуктів [17].

Деякі вегетаріанці вважають, що, крім певної їжі, також варто виключити певні побутові речі:

- одяг і аксесуари, які виготовлені з хутра й шкіри живих істот;
- продукцію й препарати, до складу яких входять речовини тваринного походження (наприклад, желатин або гліцерин);
- продукцію, яка тестується на тваринах [14].

В останні десятиліття тема вегетаріанства була однією з найбільш обговорюваних у світовій громадськості. Одні виступають на підтримку цієї системи харчування й способу життя, інші доводять шкоду вегетаріанства. Безумовно, обидві сторони мають безліч доказів і вагомих аргументів на свою підтримку, але єдиної думки до цих пір немає.

Користь вегетаріанства полягає у наступному:

1) у раціоні утримується значна кількість рослинних волокон, які сприяють виведенню з кишкового тракту токсинів і шкідливих речовин, дають своєчасне почуття насиченості;

2) овочі і фрукти включають значну кількість калію й магнію. У них переважають лужні еквіваленти, які сприяють захисту організму від хвороб;

3) фрукти й овочі – основні постачальники вітамінів (Р та С, бета-каротину, фолатів) і протиракових терпеноїдів;

4) у рослинних продуктах відсутній холестерин, а деякі з них мають здатність знижувати його вміст у крові;

5) організм стає менш підданим захворюванням серцево-судинної системи, раку, атеросклерозу [7].

Належним чином спланований вегетаріанський раціон харчування є здоровим, збалансованим та в багатьох випадках корисним для профілактики багатьох захворювань. Академія харчування та дієтології США підтверджує, що така дієта підходить для людей на всіх етапах життєвого циклу, в тому числі жінкам під час вагітності й лактації, немовлятам, дітям, підліткам, людям похилого віку, а також спортсменам [8].

Небезпека, а також шкода вегетаріанства:

1) недостатня присутність в організмі ряду амінокислот, які особливо необхідні для росту й повноцінного розвитку дітей;

2) відсутність у їжі рослинного походження вітаміну В12, який безпосередньо бере участь у процесі кровотворення. Доведеним є факт, що всі вегетаріанці страждають від нестачі вітамінів групи В, через що схильні до багатьох неврологічних розладів, так само цей вітамін необхідний для росту клітин і формування клітин крові;

3) нестача вітаміну D, внаслідок відмови від молока й молочних продуктів організм відчуває нестачу вітаміну В2;

4) при переважному зерновому раціоні буде недолік вітаміну С [23].

5) нестача мікроелементів – організму вегетаріанців не вистачає кальцію, заліза, цинку, тому що ці мікроелементи практично неможливо одержати із продуктів рослинного походження;

6) нестача рибофлавіну – овочі й фрукти не містять рибофлавін, нестача цієї речовини проявляється в запамороченні й слабості, основні м'ясні продукти, що утримують рибофлавін – це нирки й печінка [7].

Серед українців 11% вегетаріанців (людей, які не вживають м'ясо) та 2% веганів (не вживають будь-які продукти тваринного походження, в т.ч. молоко і яйця). Такі дані випливають з дослідження, яке у жовтні 2020 року провів Київський міжнародний інститут соціології на замовлення кампанії UA Plant-Based [18]. Згідно з соціальним опитуванням, дедалі більше українців зацікавлені у зниженні споживання м'яса на користь альтернативних продуктів, виготовлених з рослин. Ідеться про так зване рослинне м'ясо, яке вже з'явилося на українському ринку, рослинне молоко (виготовлене з вівса, рису, гречки тощо) та ін.

У результаті цього дослідження було визначено, що 14,8% населення України включають у свій раціон рослинні альтернативи м'ясу, 13,9% – молока (рис. 1.3). Готовність українців вживати рослинні альтернативи у разі доступної ціни проявили 65,3% респондентів. За даними дослідження, 50% з опитуваних вмотивовані переходити на альтернативи заради користі для здоров'я. Це підтверджує загальносвітовий тренд на здорове харчування та зростаючу зацікавленість людей у продуктах, які не містять тваринних компонентів. Також ці дані свідчать про те, що: українці все більше відкриті до вживання рослинних альтернатив; ціна є важливим фактором, який впливає на вибір споживачів; здоров'я є одним із ключових мотивів для переходу на рослинні продукти харчування. Що ж до ресторанного бізнесу в Україні, то це означає: зростання попиту на вегетаріанські та веганські страви; важливість пропонування якісних та смачних рослинних альтернатив, щоб задовольнити потреби споживачів; необхідність звернення уваги на цінову політику, щоб зробити рослинні продукти доступними для більшої кількості людей.

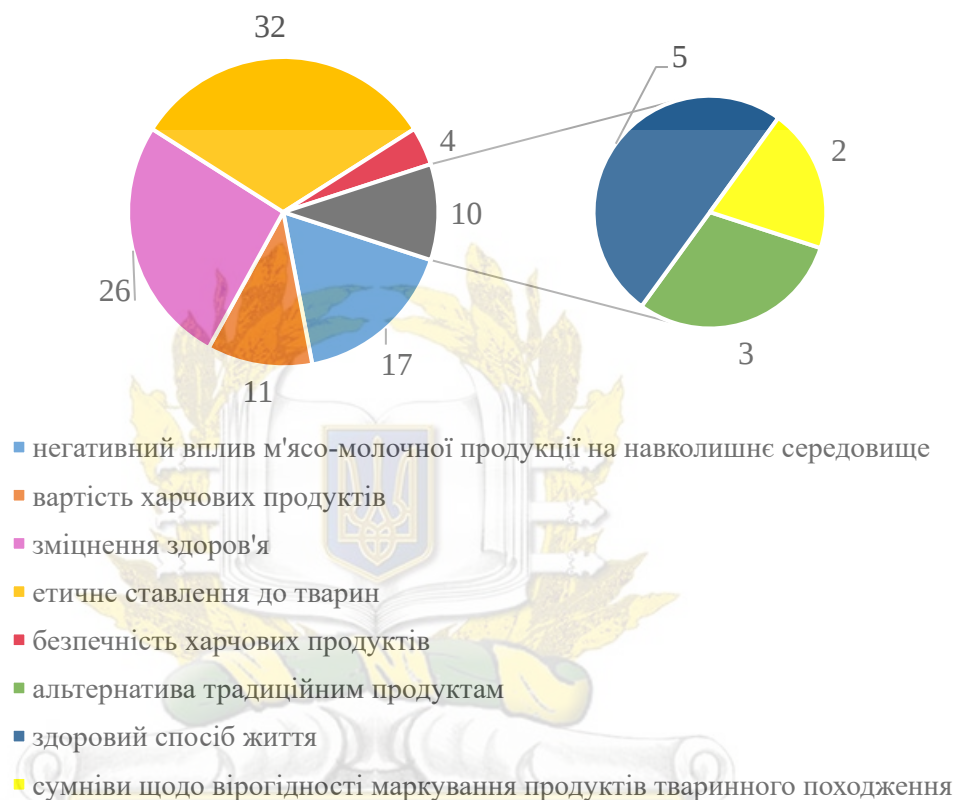


Рисунок 1.3 – Причини вживання продуктів рослинного походження, %

Важливо зазначити, що вегетаріанська дієта може бути здоровою лише за умови, якщо вона збалансована. Необхідно вживати достатньо білка, заліза, кальцію та інших поживних речовин, яких може бракувати при відмові від продуктів тваринного походження.

1.2. Вегетаріанський ринок України: характеристика, фактори розвитку та вплив на ресторанний бізнес

Вегетаріанство стає все більш популярним трендом, що має значний вплив на ресторанний бізнес. З одного боку, це створює нові можливості для ресторанів, які пропонують вегетаріанські страви:

1. Зростання попиту. Все більше людей переходять на вегетаріанський спосіб життя, що створює попит на вегетаріанські страви та ресторани.

2. Нові клієнти. Вегетаріанська кухня може бути дуже різноманітною та смачною, що може залучити нових клієнтів до ресторанів.

3. Зниження витрат. Вегетаріанські страви можуть бути більш економними, ніж м'ясні, що може призвести до зниження витрат для ресторанів.

4. Позитивний імідж. Пропозиція вегетаріанських страв може покращити імідж ресторану, зробивши його більш етичним та екологічним.

З іншого боку, вегетаріанство може створювати певні виклики для ресторанів:

- конкуренція – ресторани, які не пропонують вегетаріанських страв, можуть втратити клієнтів, які дотримуються вегетаріанського способу життя;
- необхідність навчання персоналу – персонал ресторанів повинен бути навчений готувати та подавати вегетаріанські страви;
- маркетинг – вегетаріанська їжа потребує ефективного просування, щоб залучити нових клієнтів [22].

Ресторани, які хочуть успішно розвиватися у вегетаріанському сегменті ринку, повинні:

1. Провести дослідження ринку, щоб зрозуміти потреби та вподобання вегетаріанських клієнтів.
2. Розробити різноманітне та смачне вегетаріанське меню.
3. Навчити персонал готувати та подавати вегетаріанські страви.
4. Провести ефективну маркетингову кампанію, щоб просунути вегетаріанське меню.
5. Створити приємну та затишну атмосферу в ресторані.

Вегетаріанство стає все більш популярним трендом, і ресторани, які зможуть запропонувати якісні та смачні вегетаріанські страви, матимуть значні переваги.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу в Україні постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Як сфера підприємницької діяльності ресторанне господарство виконує соціальні та економічні функції. Економічні функції сфери

ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва й обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги порівняно з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидку оборотність вкладених коштів. Прибуток від інвестування становить близько 15-25%, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення [21].

Сьогодні можна простежити існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат – збільшенню прибутку.

Сьогодні в усьому світі спостерігається тренд на здоровий спосіб життя, одним з проявів якого є тенденція вживання продуктів рослинного походження замість тваринного. Ринок харчових продуктів постійно розширюється новими сегментами, зокрема альтернативною продукцією для прихильників харчування на рослинній основі. Вітчизняний ринок розвивається не тільки кількісно, але і якісно, відповідно до мінливих переваг клієнтів. Поширення ідей здорового харчування привело до того, що нові фаст-фуди, замість звичної калорійної їжі, стали пропонувати більш легку і здорову. Прикладами таких закладів є «FreshLine» і «Salateira» [16].

Очікується зростання відвідуваності вегетаріанських і веганських кафе, а також ресторанів. Поки що серед клієнтів закладів близько 10% вегетаріанців, тому для них нерідко виділяють окремий розділ в меню. Але масовість цього тренду зростає, і його пік очікується протягом найближчих двох-п'яти років.

Визначаючи основні складові діяльності вегетаріанських ресторанів, з'ясовано, що сегмент споживачів вегетаріанської кухні в нашій країні незначний, тому заклади такого типу не одразу стають прибутковими, оскільки технології ведення цього бізнесу більш складні [7].

У вегетаріанських закладах набагато складніше планувати меню і бюджет, ніж у закладах з рибно-м'ясним меню, через коливань ціни на плодоовочеву продукцію протягом року.

Щомісячний прибуток залежить від поєднання багатьох чинників, але вважається, що окупність вегетаріанського кафе – близько 36 місяців. Прибутковість установ, які не пропонують м'ясні продукти, алкоголь та тютюнові вироби, не надто висока [18].

Так, найпопулярнішими вегетаріанськими ресторанами України є:

1. Вегетаріанське кафе у Львові «Green» – це не просто кафе, а арт-кафе. Тут не тільки смачно готують, а й проводять різноманітні «зелені акції». Також вчать правильно готувати вегетаріанські страви під час майстер-класів. А оскільки вегетаріанська кухня – це здебільшого страви Сходу, то заодно можна і познайомитися із культурами Індії, Туреччини та інших екзотичних країн. І навіть – Мексики, адже у «Green» готують дуже смачні страви мексиканської кухні.

2. Вегетаріанське кафе у Дніпрі «Дамодарі» пропонує меню із 120 страв, які не містять риби, яєць і м'яса. Більшість офіціантів у кафе – вегетаріанці, які можуть запропонувати страви з меню на будь-який смак [22].

3. Вегетаріанська кав'ярня в Ужгороді – «Ясне сонечко» – готує їжу виключно з екологічно чистих продуктів, це: карпатські ягоди, овочі та фрукти із фермерських господарств. І навіть барвники цілком природні – буряк, куркума та помідори. М'яса та риби тут немає. Офіціанти можуть розповісти гостям пару рецептів страв з меню.

4. Вегетаріанське кафе у Києві «Імбир» – це літературне кафе, де вегетаріанство – це не тільки гастрономічне уподобання, а ціла філософія життя. Тут є кілька стелажів із книгами про вегетаріанство. Тому «Імбир» для киян не тільки заклад харчування, а й літературне пристановище [22].

5. Вегетаріанське кафе «Eco Buffet» (м. Київ) – це один з найкращих вегетаріанських закладів у столиці, де можна оформити доставку корисної й дуже поживної вегетаріанської їжі. Кафе пропонує супи, свіжі салати, самоси,

борошняні вироби, недорогі гарніри, бездріжджовий смачний хліб, велику розмаїтість вегетаріанських десертів і багато чого іншого. Страви в «Есо Buffet» зовсім не містять риби, яєць і м'яса. Зате в меню знайдеться величезна кількість апетитної їжі з натурального молока, бобів і горіхів.

6. Вегетаріанське кафе в Одесі «Зелень» – це справжня маленька екотериторія. Кафе, яке «дихає». Пророщена зелень тут як на столах у вигляді прикрас, так і у стравах. Меню нараховує 90 страв [22].

7. Вегетаріанське кафе в Харкові – це «Vітамін». Інтер'єр кафе зроблений з природних матеріалів, а страви – без термічної обробки і консервантів. Крім того, усі страви шеф-кухар готує за авторськими рецептами.

8. Кафе здорової їжі у Чернівцях – «Urban rooms» – не на 100% вегетаріанське кафе, але практично всі страви, за бажанням клієнта, роблять за вегетаріанськими чи веганськими (без застосування продуктів тваринного походження – молоко, яйця) рецептами. Це кафе швидкої, але здорової їжі. Девіз цього кафе – «Корисно, яскраво та повчально!» І повчально тому, що в «Urban rooms» можна не тільки скуштувати корисної їжі, а й послухати різноманітні лекції [22].

9. Вегетаріанське кафе в Івано-Франківську «Mondays cafe & store» – це «живе» кафе. Кафе пропонує вегетаріанську випічку та десерти, яка виготовляється без борошна, білого цукру та яєць. А якщо гостю заманеться спробувати чогось оригінального, то офіціанти можуть запропонувати один із корисних салатиків: з відновленою гречкою та авокадо чи пшеницею у медово-гірчичному соусі.

Водночас, вегетаріанство в Україні – не сильно поширена традиція, тому відкрити вегетаріанський ресторан або кафе іще потрібно зважитися, оскільки сегмент споживачів вегетаріанської кухні в нашій країні незначний.

На діяльність вегетаріанського ресторану в нашій країні впливають багато різних факторів: зовнішніх та внутрішніх (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Фактори впливу на діяльність вегетаріанських ресторанів

Фактори прямого впливу безпосередньо впливають на діяльність вегетаріанського ресторану і позначаються на результатах його діяльності. Фактори непрямого впливу можуть не здійснювати прямої негайної дії на діяльність вегетаріанського ресторану, але тим не менше позначаються на них. Фактори непрямого впливу зазвичай складніші, ніж фактори прямого впливу, так як важко одержати повну і достовірну інформацію, прогнозувати можливі наслідки дії цих факторів на ресторан.

Технології є одночасно внутрішнім та зовнішнім фактором впливу. Технологічні нововведення впливають на ефективність, з якою страви вегетаріанської кухні можна виготовляти і продавати, на швидкість їх приготування, на смак та екологічність страв. Щоб зберегти конкурентоспроможність, кожен вегетаріанський ресторан повинен слідкувати за досягненнями у справі приготування їжі, вводити новинки [33].

Успішна діяльність і міцність позицій вегетаріанського ресторану на ринку визначають необхідність постійного удосконалення існуючої продукції та послуг, а також відслідковування, аналізу й оперативного реагування на зміну

умов і параметрів середовища бізнесу. Сформовані умови функціонування ресторану характеризуються динамічністю зовнішнього та внутрішнього середовищ, фактори впливу яких потрібно постійно враховувати. В той же час, зважаючи на те, що кількість вегетаріанців у світі постійно зростає, кількість ресторанів цього сегменту буде розширюватися.

Для того, щоб цілеспрямовано впливати на підвищення конкурентоспроможності вегетаріанського ресторану, необхідно мати чітке уявлення про фактори, що визначають її рівень.

Під факторами конкурентоспроможності ресторанного підприємства розуміються зовнішні й внутрішні організаційно-технічні й соціально-економічні умови процесу реалізації товару й надання послуг, а також властиво діяльність з формування ключових компетенцій у сфері реалізації товару/послуг, що впливають на «силу» і характер конкурентних переваг.

В. Шкардун пропонує наступні складові конкурентоспроможності вегетаріанського ресторану на ринку: пропозиції; ресурсів підприємства; менеджменту; підприємницької ідеї (бачення) [27].

Участь у конкурентній боротьбі, грамотне використання наявних ресурсів визначається конкурентоспроможністю менеджменту вегетаріанського ресторану, насамперед, вищого керівництва. Здатність менеджменту до прийняття важливих стратегічних рішень, генерація нових ідей у тому темпі, що їх вимагає ринок, уміння організувати їх виконання, готовність іти на розумний ризик є важливими факторами конкурентоспроможності менеджменту вегетаріанського ресторану.

Л.В. Баумгартен виділяє такі ключові фактори успіху вегетаріанського ресторану на ринку: якість і характеристики продукції; репутація (імідж); виробничі потужності; комунікації; фінансові ресурси; витрати в порівнянні з конкурентами; обслуговування клієнтів [28].

Х.А. Фасхієв визначає конкурентоспроможність вегетаріанського ресторану через його конкурентні переваги. Успішний розвиток вегетаріанського ресторану в довгостроковій перспективі можливий тільки тоді,

якщо він сформує свою конкурентну перевагу. Автор виділяє наступні види конкурентних переваг:

- здатність створювати конкурентоспроможну продукцію;
- швидка зміна асортименту у відповідь на швидкозмінні переваги споживачів;
- наявність кваліфікованого, лояльного персоналу;
- добре відпрацьовані, ефективні бізнес-процеси: збут, маркетинг, управління й мотивація персоналу, планування, управління якістю та ін.;
- імідж та зв'язки з постачальниками;
- здатність забезпечення фінансування [29].

І.У. Зулькарнаєв всю сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність вегетаріанського ресторану, пропонує розділити на 3 групи:

- цілі, які ставить перед собою керівництво вегетаріанського ресторану;
- ресурси, якими володіє ресторан, і вміння продуктивно їх використати;
- фактори зовнішнього середовища [30].

Також конкурентоспроможність вегетаріанського ресторану визначається якістю продукції, відносною її ціною, потужною збутовою та комунікаційною політикою.

Н.Б. Антонова виділяє наступні фактори, необхідні для забезпечення конкурентоспроможності вегетаріанського ресторану на сучасному етапі:

- орієнтація на довгострокову перспективу;
- проведення маркетингових досліджень;
- максимальне використання творчої активності персоналу;
- постійне оновлення асортименту продукції;
- підвищення гнучкості й ефективності виробництва продукції, зниження всіх видів витрат, а також удосконалення форм і методів управління;
- доступність джерел фінансування та інші [31].

А.М. Тищенко виділяє чотири групи взаємозалежних факторів конкурентоспроможності:

- 1) загальносистемні фактори, що визначають передумови організації конкурентоспроможної реалізації товарів і надання послуг;
- 2) внутрішні фактори – умови конкурентоспроможності, що впливають зі змісту процесу формування ключових компетенцій;
- 3) зовнішні фактори – обмеження діяльності, обумовлені закономірністю комунікативності систем;
- 4) фактори управління створенням і розвитком ключових компетенцій [32].

Таким чином, досягнення конкурентних переваг на ринку багато в чому визначається конкурентоспроможністю вегетаріанського ресторану, природа якої обумовлена, насамперед, наявністю безлічі детермінуючих її внутрішніх і зовнішніх факторів. Очевидно, що чим ширший у вегетаріанського ресторану набір конкурентних переваг, тим більш сприятливі передумови він має для успішної діяльності на ринку.

Отже, в першому розділі було визначено причини певного трендового характеру вегетаріанства, що пояснюються переглядом власного способу життя і відповідно домінуванням здорового харчування, що є однією зі складових вегетаріанства, поширенням еко-рухів та збільшеною увагою до захисту тварин. Таким чином, вегетаріанство повільно, але впевнено займає свої позиції у нашій країні, результатом чого стає відкриття все нових закладів вегетаріанського харчування.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕ «НІ ПУХУ, НІ ПЕРА»: ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВЕГЕТАРІАНСЬКОГО РИНКУ

2.1. Організаційно-економічна характеристика кафе «Ні пуху, ні пера»

Заклад «Ні пуху, ні пера» – кафе з високоякісною кухнею та неповторним атмосферним дизайном, розташований в самому серці міста Вінниці. Кафе «Ні пуху, Ні пера» знаходиться за адресою: місто Вінниця, вул. 8-го березня, 6В (рис. 2.1).

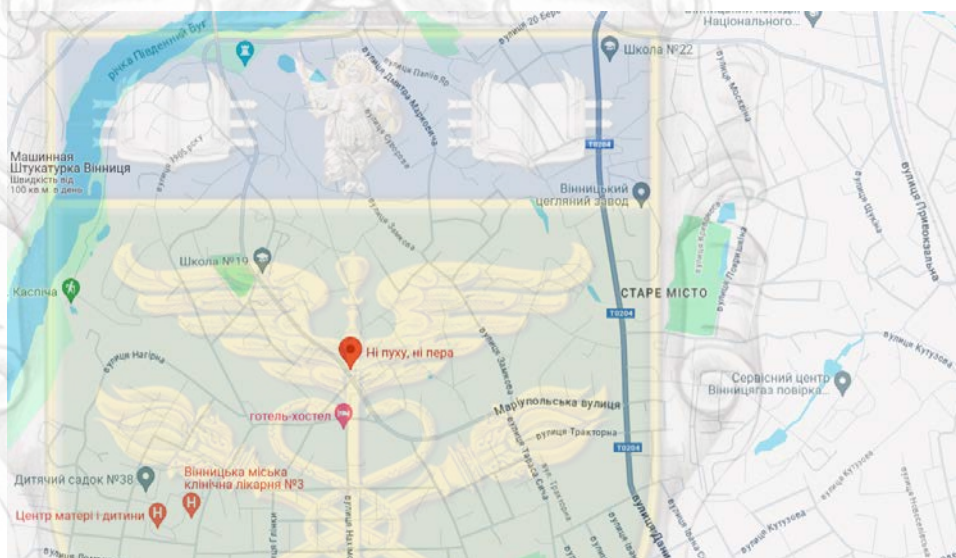


Рисунок 2.1 – Розташування кафе «Ні пуху, ні пера» на карті міста
Вінниці

Режим роботи кафе «Ні пуху, ні пера»: кожного дня з 10:00 до 22:00. Даний заклад працює не так довго, ніж до військового стану, у зв'язку з комендантською годиною. У зв'язку із вдалим місцем розташування, даний заклад є досить привабливим для вечірніх посиденьок, бізнес-ланчів, різних фуршетів, а також бенкетів у місті Вінниця.

Кафе «Ні пуху, ні пера» було створено у 2009 році, хоча був тоді як піцерія і мав назву «Палермо». Але з часом відбувся ребрендинг і став кафе з європейською кухнею, а також змінив назву на «Ні пуху, ні пера». Зовнішній вигляд даного кафе наведено на рис. А.1, Додаток А.

Логотип кафе «Ні пуху, ні пера» наведений на рис. 2.2.



Рисунок 2.2 – Логотип кафе «Ні пуху, ні пера»

Даний логотип виконано в бежевих та коричневих відтінках, що відповідає стилю закладу. Його можна прослідкувати на рекламному буклеті кафе «Ні пуху, ні пера» (рис. А.2, Додаток А) і на сторінці кафе в соціальній мережі Instagram (рис. Б.1, Додаток Б).

Приміщення, які є в кафе «Ні пуху, ні пера» складається із різних зон, включаючи приміщення для відвідувачів, а саме торговельний зал кафе, виробничі приміщення, комору, де зберігаються продукти, приміщення для персоналу, гардеробна та санвузол для гостей кафе, а також літню терасу (рис. Б.2, Додаток Б). Для гостей закладу налаштований вільний доступ до мережі Wi-Fi, є автопарковка на 10 місць, а також затишний дворик із дерев'яними будиночками (рис. В.1, Додаток В), які розраховані на 6-8 чоловік, що взимку отоплюються.

Бенкетний зал розрахований на 40 осіб (рис. В.2, Додаток В). У кафе «Ні пуху, ні пера» є три закриті альтанки. Також у кафе пропонуються такі послуги, як самовивіз готових страв, кейтеринг по замовленню, організація проведення

бенкетів, а також бізнес-ланчі (з 11.00 до 15.00). Даних послуг достатньо, для того, щоб задовольнити потреби різних відвідувачів закладу.

Мисливський стиль кафе «Ні пуху, ні пера» втілюється у гармонійному поєднанні природних матеріалів та елементів, що нагадують про красу дикої природи.

Центральним елементом декору виступає масивне дерев'яне панно, на якому зображені дикі качки та мальовничий пейзаж. Цей витвір мистецтва не лише прикрашає стіну, але й створює атмосферу затишного лісового куточка, де можна розслабитися та насолодитися смачною їжею.

Теплі відтінки дерева, що домінують в інтер'єрі, підкреслюють атмосферу затишку та єднання з природою. Їх доповнюють кам'яні елементи, такі як камінна кладка та кам'яна стійка бару, які додають нотку брутальності та автентичності.

Меблі в кафе виготовлені з натурального дерева й мають масивні форми. М'які дивани та крісла, оббиті шкірою або текстилем в мисливських кольорах, запрошують відвідувачів зручно розташуватися та насолодитися приємною атмосферою.

Деталі інтер'єру підкреслюють мисливську тематику: на стінах можна побачити роги тварин, старі рушниці та інші трофеї, а на полицях розставлені книги про полювання та лісництво.

Освітлення в кафе тьмяне та приглушене, що створює атмосферу інтимності та романтики. Над столиками висять абажури з тканинних абажурів, які дають м'яке, розсіяне світло.

В цілому, інтер'єр кафе «Ні пуху, ні пера» гармонійно поєднує в собі затишок та брутальність, автентичність та сучасний комфорт. Цей простір ідеально підходить для того, щоб розслабитися після довгого дня, зустрітися з друзями або просто насолодитися смачною їжею в приємній атмосфері.

В період пандемії кафе «Ні пуху, ні пера» адаптував послуги так, щоб більше задовольнити потреби своїх відвідувачів, ввівши послуги доставки та кейтерингу. Введення даних послуг стало досить важливим кроком для

досліджуваного кафе «Ні пуху, ні пера», для того, щоб забезпечити стабільно якісне обслуговування та задоволення потреб своїх відвідувачів.

На початку військового стану в Україні з лютого 2022 року кафе «Ні пуху, ні пера» активно займався допомогою ЗСУ: готували обіди та доставляли їх разом із волонтерськими організаціями. Через менше місяця (15 березня 2022 року) кафе відновило свою роботу. Також кафе допомагало внутрішньо переміщеним особам, надаючи їм безкоштовні страви.

Приклади фотографій страв кафе «Ні пуху, ні пера» наведені на рис. Г.1, Додаток Г.

Організаційна структура кафе «Ні пуху, ні пера» є лінійно-функціонального типу (рис. 2.3).

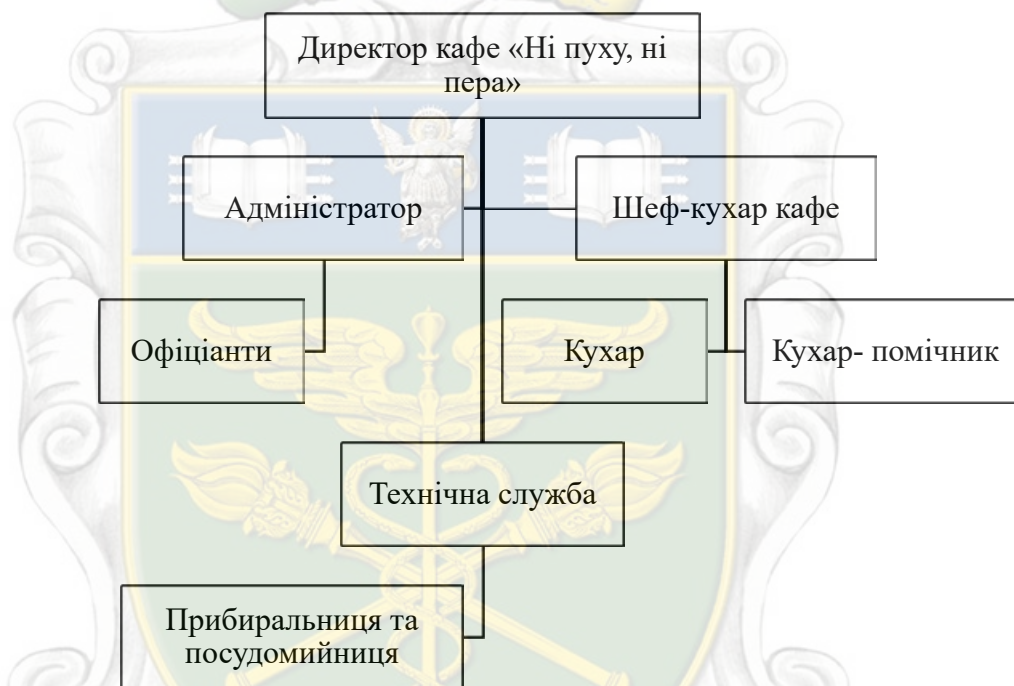


Рисунок 2.3 – Організаційна структура управління кафе «Ні пуху, ні пера»

Аналізуючи дану організаційну структуру управління, то станом на квітень 2024 р., в даному кафе «Ні пуху, Ні пера» працює 10 працівників, якщо в порівнянні з 2021 роком, то їх було 12. Зрозуміло, що кількість працівників у кафе «Ні пуху, ні пера» у Вінниці скоротилася з 12 у 2021 році до 10 у квітні 2024 року, а це значне скорочення штату на 16,7%.

Також, якщо аналізувати фінансово-економічні показники даного кафе, то вони зменшились, що спричинено війною. Тому, аналізуючи представлені в табл. Д.1 Додатку Д фінансово-економічні показники кафе «Ні пуху, Ні пера», нами було виявлено значне зниження прибутків. Це є наслідком кризового періоду в ресторанній галузі під час пандемії коронавірусу, а також військового стану в Україні.

На рис. 2.4 наочно продемонстровано динаміку даних показників за 2021-2023 роки.

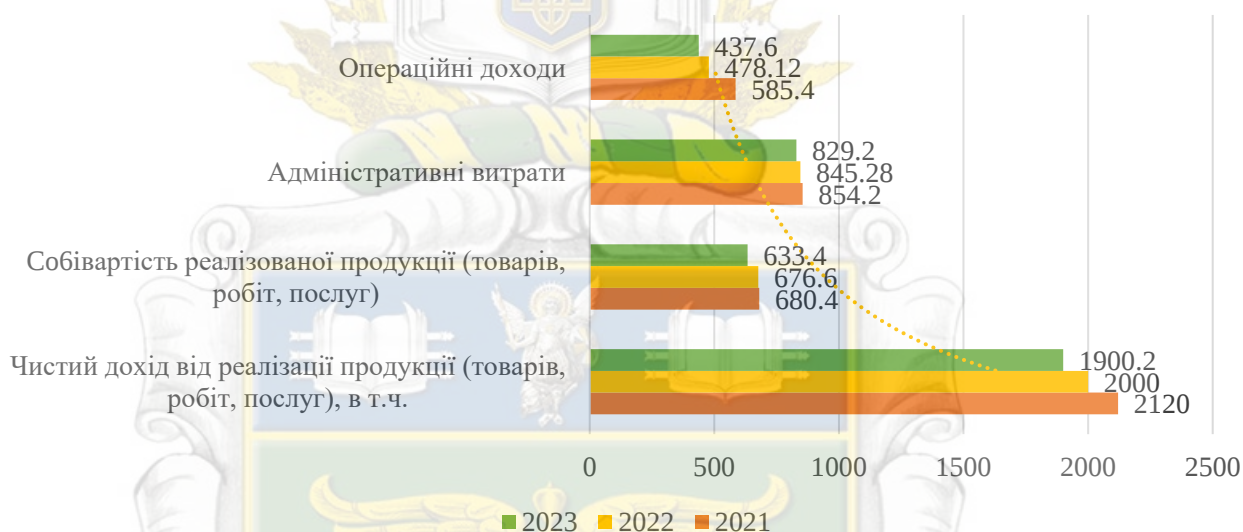


Рисунок 2.4 – Динаміка основних фінансово-економічних показників кафе «Ні пуху, ні пера» за 2021-2023 роки

Отже, ми бачимо, що чистий дохід у 2023 році у кафе «Ні пуху, ні пера» зменшився на 599,8 тис.грн., собівартість – на 55,2 тис.грн., адміністративні витрати – на 1532 тис.грн., оперативні доходи – на 304 тис. грн. Це пояснюється тим, що заклад не зумів у 2023 році повністю адаптуватись до ситуації, яка спричинена війною: зниження купівельної спроможності населення; зміна вподобань споживачів; відкриття нових та сучасних закладів ресторанного господарства у місті Вінниці.

Зрозуміло, що війна в Україні негативно вплинула на фінансово-економічні показники кафе «Ні пуху, ні пера» у Вінниці. Це, ймовірно, є однією з головних причин зменшення кількості працівників та чистого доходу кафе.

2.2. Аналіз та оцінка можливостей для розвитку вегетаріанського напрямку в досліджуваному закладі

Вегетаріанський та веганський тренди набирають все більшої популярності у всьому світі, і Україна не є винятком. Зростає кількість людей, які обирають більш етичний та екологічний спосіб життя, що веде до зростання попиту на вегетаріанські та веганські страви. Це відкриває нові можливості для ресторанів та кафе, які можуть запропонувати своїм клієнтам більше вегетаріанських варіантів.

Щоб визначити, чи є сенс розвивати вегетаріанський напрямок у кафе «Ні пуху, ні пера», необхідно провести аналіз можливостей. Цей аналіз буде включати наступні кроки: дослідження ринку ресторанних послуг міста Вінниці, оцінка цільової аудиторії, оцінка власних ресурсів та оцінку ризиків, які можуть виникати при впровадженні даного тренду у роботу кафе.

Розпочнемо з вивчення тенденцій розвитку вегетаріанського та веганського ринків в Україні та у Вінниці зокрема. Вегетаріанський та веганський тренди набирають все більшої популярності в Україні, і Вінниця не є винятком. Зростає кількість людей, які обирають більш етичний та екологічний спосіб життя, що веде до зростання попиту на вегетаріанські та веганські страви. Це відкриває нові можливості для ресторанів та кафе, які можуть запропонувати своїм клієнтам більше вегетаріанських варіантів.

У жовтні 2022 року у Вінниці запрацювало перше кафе для веганів, яке має назву «Green Shop Cafe» (м. Вінниця, вул. Грушевського, 70). Головний меседж закладу – тварини наші друзі. Його відкрив 57-річний кореець, на ім'я Трой. На початку війни чоловік з волонтерською місією приїхав до Вінниці. Допомагав українцям гуманітаркою та облаштовував для дітей розважальні центри. Але виявив, що у Вінниці немає вегетаріанських закладів ресторанного господарства, тому вирішив спробувати відкрити свій. Це особливе місце, що розташоване перед входом в парк ім. Леонтовича, створено з метою наблизити людей до

здорового способу життя. Команда даного закладу пропагує концепцію трьох китів, на яких базується здоровий спосіб життя: правильне харчування, активний спорт та ментальне благополуччя.

Далі проведемо аналіз попиту на вегетаріанські та веганські страви серед жителів Вінниці, які відвідують кафе «Ні пуху, ні пера». Для цього була сформована анкета (Додаток Ж), на основі якої було проведено опитування серед мешканців міста Вінниці (100 респондентів), що відвідували досліджуваний заклад.

За результатами проведеного опитування щодо віку та статі, то найбільш ймовірно, що вегетаріанцями та веганами будуть люди молодого та середнього віку (від 18 до 44 років), оскільки ми отримали наступні результати (рис. 2.5).

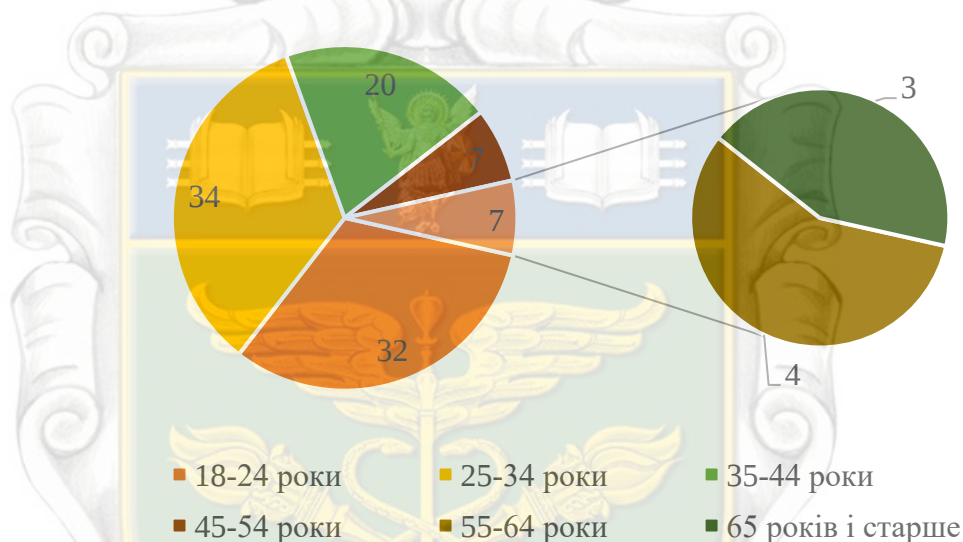


Рисунок 2.5 – Результати опитування прихильників вегетаріанства за віком серед відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера»

Також серед опитаних було визначено, що жінки (70%) є більш прихильними до вегетаріанства, ніж чоловіки (30%).

За результатами опитування також було визначено, що значна частина респондентів-відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера» (близько 40%) їстимуть вегетаріанські/ веганські страви принаймні раз на тиждень. Також було визначено, що люди їстимуть вегетаріанські/веганські страви вдома, а не в кафе та ресторанах.

Улюблені вегетаріанські / веганські страви серед респондентів (відвідувачів кафе) за результатами опитування: салати та супи будуть найпопулярнішими вегетаріанськими стравами. Десерти та другі страви також будуть популярними, але меншою мірою.

На запитання, що, на вашу думку, стримує вас від того, щоб їсти вегетаріанські/ веганські страви частіше ми отримали такі результати (рис. 2.6).

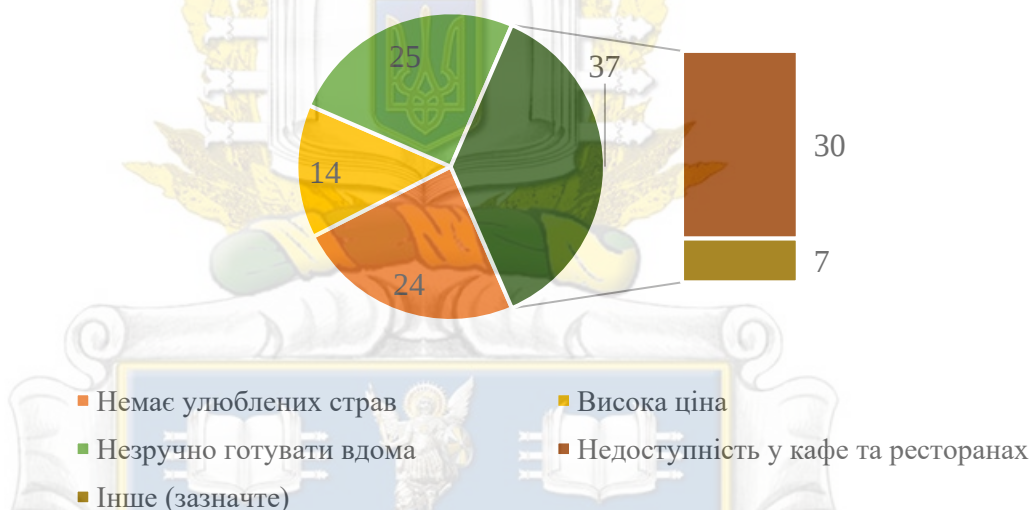


Рисунок 2.6 – Бар'єри для споживання вегетаріанських страв серед відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера»

За результатами на рис. 2.6 ми бачимо, що одним із недоліків є те, що люди ще не знають вегетаріанської кухні (24%) і тому у них немає улюблених страв (через необізнаність); висока ціна (14%) також може бути стримуючим фактором; незручність приготування вегетаріанських страв вдома (25%) може бути проблемою для деяких людей. Але найбільшим недоліком є недоступність вегетаріанських страв у кафе та ресторанах міста Вінниці (30%). Це є значною проблемою, яка може стримувати людей від того, щоб обирати вегетаріанський або веганський спосіб життя.

За результатами опитування було визначено стимули для споживання вегетаріанських страв для відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера»:

- більший вибір страв може бути найбільш значущим стимулом для того, щоб люди їли вегетаріанські страви частіше;

- доступніші ціни також можуть сприяти зростанню попиту;
- більше інформації про користь вегетаріанства може бути корисною для деяких людей.

Більшість людей (близько 65%) готові платити до 150 грн за вегетаріанську страву в кафе. Лише невелика частина людей (близько 15%) готові платити більше 250 грн за вегетаріанську страву.

Більшість людей (близько 75%) хотіли б, щоб у Вінниці було більше кафе та ресторанів, які пропонують вегетаріанські страви.

Далі необхідно проаналізувати конкурентне середовище: скільки кафе та ресторанів у Вінниці пропонують вегетаріанські страви та які їхні сильні та слабкі сторони (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Конкурентне середовище кафе та ресторанів у Вінниці, які знаходяться недалеко від кафе «Ні пуху, ні пера»

Показники	Кафе «Ні пуху, ні пера»	Ресторан «Шашлик драйв»	Кафе «Колиба над Бугом»
Адреса	Вул. 8 Березня, 6В	Вул. Нахімова, 4	Вул. Князів Коріатовичів, 109
Режим роботи	11.00-22.00	11.00-23.00	10.00-23.00
Меню / кухня	Європейська	Європейська, мангал меню	Українська, гриль меню
Оцінка на карті	4,3 (363 відгука)	4,5 (286 відгуків)	4,2 (2060 відгуків)

На основі даних, представлених у таблиці 2.1, можна зробити такі висновки: кафе «Колиба над Бугом» має найбільшу кількість відгуків та найширший діапазон годин роботи, але воно має найнижчу оцінку та найменш зручне розташування. Ресторан «Шашлик драйв» має найвищу оцінку та більш різноманітне меню, але воно має меншу кількість відгуків та менш зручне розташування. Кафе «Ні пуху, ні пера» має гарну оцінку, зручне розташування та широкий діапазон годин роботи, але його меню менш різноманітне, а кількість відгуків менша, ніж у конкурентів.

Зважаючи на вищезазначене, кафе «Ні пуху, ні пера» може розглянути наступні кроки для покращення своєї конкурентної позиції:

1. Розширити меню, щоб запропонувати більш різноманітні страви.
2. Збільшити маркетингові зусилля, щоб отримати більше відгуків та підвищити обізнаність про кафе.

Зважаючи на те, що обидва конкуренти, «Шашлик драйв» та «Колиба над Бугом», мають насичене меню м'ясними стравами, кафе «Ні пуху, ні пера» може отримати значну конкурентну перевагу, запропонувавши широке та різноманітне вегетаріанське меню.

Переваги вегетаріанського меню для кафе «Ні пуху, ні пера»:

1. Збільшення цільової аудиторії. Вегетаріанці, вегани та люди, які просто хочуть їсти менше м'яса, становлять значну частину населення. Запропонувавши їм широкий вибір страв, кафе «Ні пуху, ні пера» зможе залучити нових клієнтів, які не знайдуть подібних пропозицій у конкурентів.

2. Підкреслення здорового харчування. Вегетаріанське харчування стає все більш популярним завдяки своїм численним перевагам для здоров'я. Запропонувавши здорове та смачне вегетаріанське меню, кафе «Ні пуху, ні пера» зможе позиціонувати себе як заклад, який піклується про здоров'я своїх клієнтів.

3. Підвищення лояльності клієнтів. Вегетаріанці та вегани часто відчують себе обмеженими в виборі їжі в кафе та ресторанах. Запропонувавши їм широкий вибір смачних та ситних страв, кафе «Ні пуху, ні пера» зможе завоювати їхню лояльність та зробити їх постійними клієнтами.

4. Створення унікальної пропозиції. У той час як «Шашлик драйв» та «Колиба над Бугом» пропонують схожі м'ясні страви, «Ні пуху, ні пера» може відрізнитися, запропонувавши унікальне та оригінальне вегетаріанське меню.

Було проведено дослідження, щодо визначення того, хто може бути потенційним клієнтом для вегетаріанського меню:

1. Вегетаріанці та вегани. Це найбільш очевидна цільова аудиторія для вегетаріанського меню. Ці люди вже обирають вегетаріанський або веганський спосіб життя, тому вони з більшою ймовірністю зацікавляться пропозиціями кафе «Ні пуху, ні пера».

2. Люди, які шукають здорову їжу. Все більше людей стає свідомими

важливості здорового харчування, і вегетаріанська їжа може бути чудовим вибором для людей, які хочуть їсти здорову їжу.

3. Люди, які шукають нових смаків. Вегетаріанська кухня може бути дуже різноманітною та смачною, і це може зацікавити людей, які шукають нових кулінарних вражень.

4. Люди, які стурбовані екологією. Виробництво м'яса може мати значний вплив на навколишнє середовище, а вегетаріанська їжа може бути більш екологічно чистим вибором.

5. Сім'ї з дітьми. Вегетаріанська їжа може бути чудовим вибором для сімей з дітьми, оскільки вона може бути здоровою, доступною та приємною для всієї родини.

При цьому основними вподобаннями та потребами будуть:

- різноманіття – потенційні клієнти кафе «Ні пуху, ні пера», ймовірно, захочуть мати великий вибір вегетаріанських страв, щоб вони могли знайти щось, що їм сподобається;
- смакові якості – страви у кафе «Ні пуху, ні пера» повинні бути смачними та ситними, щоб задовольнити відвідувачів даного закладу;
- здоровість – страви у кафе повинні бути приготовані зі свіжих, високоякісних інгредієнтів та бути збалансованими за поживними речовинами;
- доступність – ціни в кафе «Ні пуху, ні пера» повинні бути доступними, щоб страви могли собі дозволити люди з різним бюджетом;
- зручність – дані страви повинні бути зручними для приготування або замовлення, щоб відвідувачі кафе «Ні пуху, ні пера» могли легко ними насолоджуватися.

Те, що може зацікавити потенційних споживачів вегетаріанському меню у кафе «Ні пуху, ні пера»:

1. Унікальні страви. Варто пропонувати унікальні та цікаві страви, які відвідувачі не зможуть знайти деінде.

2. Сезонні інгредієнти. Використовувати свіжі, сезонні інгредієнти, щоб страви кафе «Ні пуху, ні пера» були завжди свіжими та смачними.

3. Спеціальні пропозиції. Пропонувати спеціальні пропозиції та знижки, щоб заохотити людей спробувати вегетаріанське меню.

4. Інформація про харчування. Надавати інформацію про харчування даних страв, щоб відвідувачі могли зробити свідомий вибір.

5. Маркетинг. Ефективно просувати своє вегетаріанське меню, щоб донести інформацію до цільової аудиторії кафе «Ні пуху, ні пера».

Тому, проаналізуємо відгуки відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера» (рис. К.1, Додаток К). Станом на квітень 2024 року на Google map даного закладу було 363 відгуки із середнім балом 4,3 з 5 максимально можливих. Як видно на рис. К.1 Додатку К, то з оцінкою 1 – 14, з оцінкою 2 – 11, з оцінкою 3 – 42, з оцінкою 4 – 76, з оцінкою 5 – 220 (рис. 2.7).

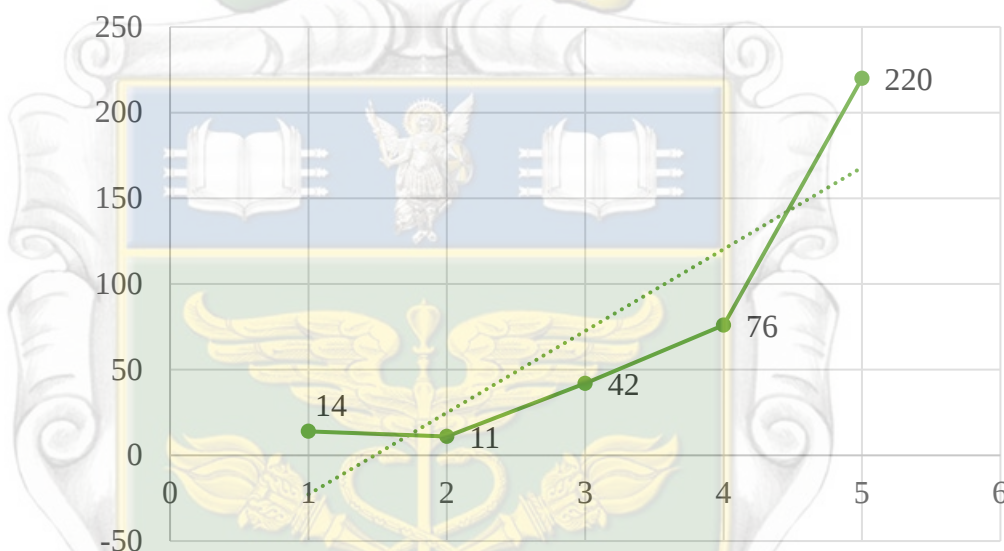


Рисунок 2.7 – Оцінки з відгуками відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера» (на Google map, станом на квітень 2024 року)

За результатами проведеного дослідження відгуків та оцінок, які ставили відвідувачі кафе «Ні пуху, ні пера» ми визначили, що більшість відгуків про кафе «Ні пуху, ні пера» є позитивними (4 та 5 зірок). Середня оцінка 4,3 з 5 свідчить про те, що кафе загалом подобається відвідувачам. Незначна кількість негативних відгуків (1 та 2 зірки) свідчить про те, що недоліки кафе не є суттєвими для більшості відвідувачів.

Деяким відвідувачам кафе «Ні пуху, ні пера» не подобається кухня, а

іншим, навпаки, вона подобається. Існує декілька можливих причин цього:

- 1) індивідуальні смаки – люди мають різні смакові уподобання, тому те, що подобається одній людині, може не сподобатися іншій;
- 2) непостійність кухні – можливо, якість страв у кафе «Ні пуху, ні пера» може варіюватися залежно від дня, кухаря або інших факторів;
- 3) недостатня різноманітність – меню кафе «Ні пуху, ні пера» може не відповідати смакам всіх відвідувачів;
- 4) неточність відгуків – деякі відгуки можуть бути неправдивими або упередженими.

Отже, у даному розділі досліджувався потенціал кафе «Ні пуху, ні пера» для розвитку вегетаріанського ринку. Аналізувалась організаційно-економічна характеристика кафе, а також можливості та ризики, пов'язані з впровадженням вегетаріанського меню. За даними проведеного дослідження, було визначено, що два конкуренти, «Шашлик драйв» та «Колиба над Бугом», мають насичене меню м'ясними стравами. Це може стати конкурентною перевагою для кафе «Ні пуху, ні пера», якщо воно запропонує широке та різноманітне вегетаріанське меню. Впровадження вегетаріанського меню може допомогти кафе «Ні пуху, ні пера» залучити нових клієнтів, підвищити лояльність та створити унікальну пропозицію на ринку.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕГЕТАРІАНСТВА В КАФЕ «НІ ПУХУ, НІ ПЕРА»

3.1. Пропозиції щодо впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»

Впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера», який має дещо мисливський стиль може здатися складним завданням, адже воно, як правило, асоціюється з м'ясними стравами. Однак, зростаюча популярність вегетаріанства та веганства робить додавання вегетаріанських страв до меню вигідним рішенням, яке може залучити нових клієнтів та розширити аудиторію кафе «Ні пуху, ні пера».

Для аналізу страв варто провести АВС аналіз по меню кафе «Ні пуху, ні пера». АВС-аналіз – це метод групування даних за їх важливістю. У контексті меню даного кафе, АВС-аналіз використовується для групування страв за їх прибутковістю. Цей метод ґрунтується на принципі Парето, відповідно до якого – 20% зусиль даватимуть 80% результату.

Для проведення АВС-аналізу та пропозиції щодо вегетаріанського меню виконаємо наступні кроки. Для початку було згруповано страви за категоріями: холодні страви та закуски, перші страви, другі страви, десерти (табл. К.1, Додаток К). Розрахуємо загальний дохід від продажу для кожної страви: перемножимо ціну страви на кількість продажів. Відсортуємо страви в кожній категорії за спаданням загального доходу (від більшого до меншого). Далі визначаємо групи А, В та С:

- 1) група А: 80% загального доходу в категорії;
- 2) група В: 15% загального доходу в категорії;
- 3) група С: 5% загального доходу в категорії.

Формуємо табл. 3.1 щодо проведеного АВС-аналізу меню кафе «Ні пуху, ні пера».

Таблиця 3.1 – АВС-аналіз меню кафе «Ні пуху, ні пера»

Категорія	Група	Страва	Ціна (грн)	Кількість продажів	Загальний дохід (грн)
Холодні страви та закуски	А	Тартар з лосося	185	10	1850
Холодні страви та закуски	А	Карпачо з яловичини	165	12	1980
Холодні страви та закуски	А	М'ясна тарілка	190	8	1520
Холодні страви та закуски	В	Вітелло Тоннато	150	6	900
Холодні страви та закуски	В	Сирна тарілка	170	5	850
Холодні страви та закуски	С	Овочеве асорті	135	4	540
Перші страви	А	Крем-суп з грибів	120	15	1800
Перші страви	А	Борщ український	110	14	1540
Перші страви	В	Солянка м'ясна	135	8	1080
Перші страви	В	Курячий бульйон з локшиною	100	7	700
Перші страви	В	Овочевий суп-пюре	95	6	570
Другі страви	А	Стейк Рібай	280	12	3360
Другі страви	А	Свинна відбивна по-київськи	220	10	2200
Другі страви	А	Дорада на грилі	250	8	2000
Другі страви	В	Куряче філе з грибами та сиром	195	7	1365
Другі страви	В	Паста Карбонара	170	6	1020
Другі страви	В	Овочеве рагу з нутом	140	5	700

Отже з табл. 3.1, холодні страви та закуски:

Група А: тартар з лосося (185 грн), карпачо з яловичини (165 грн), м'ясна тарілка (190 грн).

Група В: Вітелло Тоннато (150 грн), сирна тарілка (170 грн).

Група С: овочеве асорті (135 грн).

Для групи холодних страв та закусок, овочеве асорті є досить простою стравою, тому ми пропонуємо впровадити такі вегетаріанські холодні страви та

закуси (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Вегетаріанські холодні страви та закуски для кафе «Ні пуху, ні пера»

Назва страви	Вихід (г)	Ціна (грн)
Салат з буряком, фетою та горіхами (свіжі буряки, запечені з травами, розсипаються сиром фета, грецькими горіхами та поливаються бальзамічним оцтом)	200	120,00
Салат з цукіні, помідорів та моцарели (смажені цукіні, свіжі помідори, моцарела, оливки та ароматний базилік, заправлені оливковою олією та лимонним соком)	250	130,00
Хумус з овочами та пітою (ніжний хумус з нуту подається з свіжими овочами (огірки, морква, селера) та теплою пітою)	200	90,00
Брускети з томатами та базиліком (свіжі томати, ароматний базилік, оливкова олія та трохи часнику на хрустких шматочках італійського хліба)	150	65,00
Тартар з авокадо та манго (стиглий авокадо, манго, червона цибуля, кінза та лайм створюють освіжаючий та екзотичний смак)	150	115,00
Овочеве канапе (міні-закуси на шпажках з різноманітних овочів (помідори, огірки, оливки, сир) та вершкового сиру)	100	65,00

Отже, асортимент даного меню пропонує широкий вибір вегетаріанських холодних страв та закусок, що відповідає сучасним трендам та потребам клієнтів.

Далі аналізуємо перші страви, які пропонуються у кафе «Ні пуху, ні пера»:

Група А: крем-суп з грибів (120 грн), борщ український (110 грн).

Група В: солянка м'ясна (135 грн), курячий бульйон з локшиною (100 грн), овочевий суп-пюре (95 грн).

З перших страв вегетаріанським є лише овочевий суп-пюре, тому перші страви можна урізноманітнити такими (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Вегетаріанські перші страви для кафе «Ні пуху, ні пера»

Назва страви	Вихід (г)	Ціна (грн)
Овочевий крем-суп з броколі	200	110,00
Сочевичний суп	200	90,00
Грибна юшка	200	100,00
Борщ вегетаріанський	250	105,00

Отже, в меню пропонується декілька нових вегетаріанських перших страв, які доповнюють існуючий асортимент. Страви мають цікаві та оригінальні рецепти, які, ймовірно, сподобаються гостям даного кафе.

Щодо других страв кафе «Ні пуху, ні пера»:

Група А: стейк Рібай (280 грн), свинна відбивна по-київськи (220 грн), дорада на грилі (250 грн).

Група В: куряче філе з грибами та сиром (195 грн), паста Карбонара (170 грн), овочеве рагу з нутом (140 грн).

Щоб покращити дану позицію, варто впровадити такі вегетаріанські другі страви (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Вегетаріанські другі (основні) страви для кафе «Ні пуху, ні пера»

Назва страви	Вихід (г)	Ціна (грн)
Паста з овочевим рагу	150/120	150,00
Різотто з грибами	220	140,00
Овочеві котлети з гарніром	100/200	120,00
Вегетаріанська лазанья	250	160,00
Вегетаріанські бургери з нуту, сочевиці, квасолі	200	120,00
Піца з овочевою начинкою	500	250,00

Отже, асортимент даного меню других страв для кафе «Ні пуху, ні пера» пропонує широкий вибір вегетаріанських других страв, які відповідають сучасним трендам та потребам споживачів.

Що ж до десертів, то всі вони, за винятком тих, що містять желатин або інші тваринні продукти, можна вважати вегетаріанськими.

Провівши даний аналіз та підібравши страви для кафе «Ні пуху, ні пера» варто розробити окремий розділ меню з вегетаріанськими стравами. Для цього потрібно створити такий стиль, щоб він доповнював існуючий.

Тому для початку варто розробити логотип даного меню, який би привертав увагу відвідувачів закладу (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Логотип нового вегетаріанського меню у кафе «Ні пуху, ні пера»

Згідно з наданим зображенням, логотип додаткового меню з вегетаріанською кухнею кафе «Ні пуху, ні пера», який виконано в мисливському стилі, має наступні характеристики:

1. Зелений колір. Цей колір асоціюється з природою, здоров'ям та вегетаріанством. Він є вдалим вибором для логотипу вегетаріанського меню.
2. Листя навколо логотипу. Листя – це символ вегетаріанства та зв'язку з природою. Вони роблять логотип більш витонченим та елегантним.
3. Назва «Анти меню». Ця назва трохи провокаційна, але може зацікавити нових клієнтів. Вона підкреслює протиставлення вегетаріанської кухні м'ясу, яке зазвичай подають в кафе «Ні пуху, ні пера».
4. На логотипі присутня назва закладу. Це важлива деталь, яка робить логотип впізнаваним та зв'язує вегетаріанське меню з кафе.

Загалом, логотип є вдалим поєднанням символів та тексту, які чітко вказують на вегетаріанську тематику. Він може зацікавити нових клієнтів та допомогти кафе «Ні пуху, ні пера» просунути своє вегетаріанське меню.

Впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера» може бути вигідним для даного закладу та мати позитивний вплив на навколишнє

середовище. З трохи креативу та планування було створено вегетаріанське меню, яке може бути до вподоби відвідувачам закладу, не порушуючи при цьому атмосферу даного кафе.

3.2. Маркетинговий план просування та економічна ефективність запровадження вегетаріанського меню в досліджуваний заклад

Так як вегетаріанський тренд набирає все більшої популярності у світі, і Україна не є винятком, то все більше людей роблять свідомий вибір на користь вегетаріанського харчування з етичних, екологічних або оздоровчих причин. Це створює чудову можливість для кафе «Ні пуху, ні пера» розширити свою аудиторію та збільшити прибуток за рахунок запровадження вегетаріанського меню.

Для цього варто розробити маркетинговий план дій щодо впровадження та просування даної ідеї для кафе «Ні пуху, ні пера» (табл. Л.1, Додаток Л).

Цілі маркетингового плану:

1. Підвищити обізнаність про вегетаріанське меню кафе «Ні пуху, ні пера» серед цільової аудиторії.
2. Залучити нових клієнтів, які шукають вегетаріанські страви.
3. Збільшити продажі вегетаріанських страв.
4. Позиціонувати кафе «Ні пуху, ні пера» як лідера в сфері вегетаріанського харчування в місті Вінниця.

Цільова аудиторія:

- вегетаріанці та вегани;
- люди, які дотримуються принципів здорового харчування;
- люди, які мають харчову алергію або непереносимість;
- люди, які шукають нові та цікаві смаки.

Маркетингові стратегії:

1. Реклама:

- використання соціальних мереж (Facebook, Instagram) для просування вегетаріанського меню. Для цього кожного дня можна додавати пост у мережу про певну акцію, чи новинку, чи історію певної вегетаріанської страви, або опис її користі для організму людини. Для прикладу розробимо пост у Instagram щодо нової страви (вегетаріанська лазанья) у кафе «Ні пуху, ні пера», де позначимо, що саме сьогодні на дану страву знижка 30% (рис. 3.2);



Рисунок 3.2 – Прикладу посту в Instagram щодо нової страви (вегетаріанська лазанья) у кафе «Ні пуху, ні пера»

Отже, так може виглядати картинка з пропозицією, а під фотографією можна підписати: «#Новинка від кафе «Ні пуху, ні пера»! Відкрийте для себе новий вимір смаку з нашою вегетаріанською лазаньєю! Це не просто страва, це симфонія овочів, сиру та спецій, що потішить ваші рецептори та подарує заряд енергії на весь день! А сьогодні на лазаньєю діє знижка 30%! Не пропустіть цю можливість спробувати щось нове та смачне! Приходьте до кафе «Ні пуху, ні пера» та відчуйте всю палітру вегетаріанських смаків». Також цим самим

показати, що це лише одна із тих вегетаріанських страв, яка пропонується у даному закладі;

- участь у тематичних фестивалях та ярмарках. На рис. 3.3 наведена ілюстрація того, як кафе «Ні пуху, ні пера» може популяризувати здорове харчування на фестивалі або ж на сторінках соціальних мереж закладу.



Рисунок 3.3 – Приклад популяризації здорового харчування у кафе «Ні пуху, ні пера»

2. Зв'язки з громадськістю:

- співпраця з вегетаріанськими організаціями та спільнотами;
- запрошення вегетаріанських блогерів та фуд-фотографів для дегустації вегетаріанського меню;
- проведення вегетаріанських майстер-класів.

3. Промоції та спеціальні пропозиції:

- проведення вегетаріанських тижнів або місяців (рис. 3.4);
- запропонувати знижки на вегетаріанські страви;
- розробити вегетаріанські комбо-сети.

4. Підвищення якості обслуговування:

- персонал кафе повинен бути добре ознайомлений з вегетаріанським меню

та вміти відповісти на будь-які запитання клієнтів;

- створити затишну та приємну атмосферу в кафе;
- забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів.



Рисунок 3.4 – Приклад реклами тижня здорового харчування у кафе «Ні пуху, ні пера»

5. Економічна ефективність:

- запровадження вегетаріанського меню може мати значний позитивний вплив на економічні показники кафе «Ні пуху, ні пера»;
- збільшення продажів – вегетаріанські страви, як правило, мають нижчу собівартість, ніж м'ясні, тому їх можна продавати з більшою рентабельністю;
- залучення нових клієнтів – запропонувавши вегетаріанське меню, кафе може залучити нових клієнтів, які раніше не відвідували його;
- підвищення лояльності клієнтів – вегетаріанські клієнти, ймовірно, будуть лояльнішими до кафе, яке пропонує їм широкий вибір страв;
- зниження витрат – запровадження вегетаріанського меню може

призвести до зниження витрат на закупівлю продуктів харчування.

Вартість запропонованих маркетингових заходів по впровадженню вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера» наведена в табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Вартість запропонованих маркетингових заходів по впровадженню вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»

Маркетингові стратегії	Опис	Витрати
Реклама:		
- Використання соціальних мереж (Facebook, Instagram)	Розробка контент-плану, публікація постів, реклама, співпраця з інфлюенсерами	5 000 грн/місяць
- Участь у тематичних фестивалях та ярмарках	Оренда місця, оформлення стенду, друк рекламних матеріалів, дегустації	10 000 грн/захід
Зв'язки з громадськістю:		
- Співпраця з вегетаріанськими організаціями та спільнотами	Участь у заходах, розповсюдження інформаційних матеріалів	2 000 грн/місяць
- Запрошення вегетаріанських блогерів та фуд-фотографів	Організація дегустації, оплата роботи, публікація відгуків	5 000 грн/захід
- Проведення вегетаріанських майстер-класів	Оренда приміщення, закупівля продуктів, оплата роботи ведучого	8 000 грн/захід
Промоції та спеціальні пропозиції:		
- Проведення вегетаріанських тижнів або місяців	Розробка спеціального меню, знижки, розповсюдження інформаційних матеріалів	10 000 грн/захід
- Запропонувати знижки на вегетаріанські страви	Постійні або тимчасові знижки	5 000 грн/місяць
- Розробити вегетаріанські комбо-сети	Спеціальні пропозиції, що включають кілька вегетаріанських страв	3 000 грн/місяць
Підвищення якості обслуговування:		
- Персонал кафе повинен бути добре ознайомлений з вегетаріанським меню	Навчання персоналу, розробка меню з описом страв	2 000 грн/місяць
- Створити затишну та приємну атмосферу в кафе	Оформлення інтер'єру, музичний супровід	5 000 грн/місяць
- Забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів	Навчання персоналу, контроль якості обслуговування	3 000 грн/місяць

Отже, отримуємо такі витрати:

- реклама: 5 000 грн/місяць + 10 000 грн/захід = 15 000 грн/місяць (при проведенні 1 заходу на місяць);

- зв'язки з громадськістю: 2 000 грн/місяць + 5 000 грн/захід + 8 000 грн/захід = 15 000 грн/місяць (при проведенні 1 заходу на місяць);

- промоції та спеціальні пропозиції: 10 000 грн/захід + 5 000 грн/місяць + 3 000 грн/місяць = 18 000 грн/місяць (при проведенні 1 заходу на місяць);

- підвищення якості обслуговування: 2 000 грн/місяць + 5 000 грн/місяць + 3 000 грн/місяць = 10 000 грн/місяць.

Отже, загальні витрати на місяць при активному впровадженні вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»: 58 000 грн (при проведенні 1 заходу на місяць).

Економічна ефективність від впровадження вегетаріанського меню наведена у табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Економічна ефективність від впровадження вегетаріанського меню у кафе «Ні пуху, ні пера»

Економічна ефективність:		
- Збільшення продажів	Очікується зростання продажів вегетаріанських страв на 20%	38004
- Залучення нових клієнтів	Очікується залучення 100 нових клієнтів протягом 3 місяців	60000
- Підвищення лояльності клієнтів	Очікується зростання лояльності клієнтів на 15%	57006
- Зниження витрат	Очікується зниження витрат на закупівлю продуктів харчування на 10%	190020

Отже, якщо чистий дохід кафе «Ні пуху, ні пера» за 2023 рік: 1 900 200 грн., то враховуючи дані табл. 3.6, проводимо наступні розрахунки:

1. Збільшення продажів вегетаріанських страв:

Якщо вегетаріанські страви становитимуть 10% від загального обсягу продажів, то очікуване зростання продажів вегетаріанських страв:

$$1\,900\,200 \text{ грн} * 0,1 * 0,2 = 38\,004 \text{ грн}$$

Тоді очікуване загальне зростання продажів:

$$1\,900\,200 \text{ грн} * 0,2 = 380\,040 \text{ грн}$$

2. Залучення нових клієнтів:

Якщо середній чек становитиме 200 грн., то очікуваний дохід від нових

клієнтів:

$$100 \text{ клієнтів} * 3 \text{ місяці} * 200 \text{ грн/місяць} = 60\,000 \text{ грн}$$

3. Підвищення лояльності клієнтів:

Якщо лояльні клієнти роблять покупки на 20% частіше, ніж нелояльні, то очікуване зростання продажів від лояльних клієнтів:

$$1\,900\,200 \text{ грн} * 0,15 * 0,2 = 57\,006 \text{ грн}$$

4. Зниження витрат на закупівлю продуктів харчування:

Якщо очікуване зниження витрат на закупівлю продуктів харчування:

$$1\,900\,200 \text{ грн} * 0,1 = 190\,020 \text{ грн}$$

Загальний очікуваний прибуток:

$$38\,004 \text{ грн} + 60\,000 \text{ грн} + 57\,006 \text{ грн} + 190\,020 \text{ грн} = 345\,030 \text{ грн}$$

Рентабельність інвестицій (ROI):

$$345\,030 \text{ грн} / (58\,000 \text{ грн} * 12 \text{ місяців}) * 100\% = 49,57\%$$

Отже, на основі даних, наведених у таблиці, очікується, що маркетингові заходи для кафе «Ні пуху, ні пера» призведуть до значного зростання продажів та прибутку. Очікувана рентабельність інвестицій (ROI) становитиме 49,57%, що є дуже високим показником. Тому запровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера» є перспективним маркетинговим рішенням, яке може принести значний економічний прибуток даному закладу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У кваліфікаційній роботі проведено теоретичне та практичне обґрунтування сутності та видів вегетаріанства, аналізу його впливу на ресторанний бізнес та розробка стратегій розвитку вегетаріанського напрямку в кафе «Ні пуху, ні пера».

У першому розділі кваліфікаційної роботи було проведено ґрунтовне дослідження теоретико-методологічних основ використання вегетаріанства як перспективного напрямку у сфері ресторанного бізнесу.

В ході дослідження були досягнуті такі результати:

Здійснено історичний огляд вегетаріанства, що дозволило простежити еволюцію цього харчового напрямку від його зародження до сьогодення. Вивчено сутність та основні види вегетаріанства, що дало чітке розуміння різноманіття вегетаріанських практик та їх особливостей. Проаналізовано вегетаріанський ринок України, що допомогло визначити його масштаби, динаміку розвитку та ключові фактори, які впливають на його зростання. Оцінено вплив вегетаріанства на ресторанний бізнес, що підкреслило значний потенціал цього напрямку для розвитку ресторанної індустрії.

Отримані результати свідчать про те, що вегетаріанство стає все більш популярним способом харчування, що зумовлює його значний вплив на ресторанний бізнес.

Кафе та ресторани, які пропонують вегетаріанські страви, мають значний потенціал для розвитку, оскільки вони можуть залучити нову категорію клієнтів, які свідомо обирають вегетаріанський стиль життя.

Висновки, зроблені в першому розділі кваліфікаційної роботи, слугують ґрунтом для подальших досліджень, які будуть спрямовані на розробку практичних рекомендацій щодо впровадження вегетаріанського напрямку в ресторанний бізнес.

У другому розділі кваліфікаційної роботи було проведено детальний аналіз діяльності кафе «Ні пуху, ні пера».

В ході дослідження були отримані такі результати:

Здійснено організаційно-економічну характеристику кафе «Ні пуху, ні пера», що дало комплексне уявлення про його структуру, діяльність, фінансові показники та конкурентне середовище.

Проаналізовано та оцінено можливості для розвитку вегетаріанського напрямку в кафе «Ні пуху, ні пера». Було враховано такі фактори, як: цільова аудиторія кафе; меню та цінова політика кафе; можливості кухні та персоналу кафе; конкурентне середовище на ринку вегетаріанського харчування.

На основі проведеного аналізу було зроблено висновок, що кафе «Ні пуху, ні пера» має ряд передумов для успішного впровадження вегетаріанського напрямку.

До цих передумов належать: вигідне розташування кафе; затишна атмосфера та приємний інтер'єр; позитивні відгуки клієнтів про кафе; досвідчений персонал; наявність вільного місця в меню для вегетаріанських страв; зростаючий попит на вегетаріанські страви в місті.

Разом з тим, були виявлені й деякі фактори, які можуть ускладнити впровадження вегетаріанського меню: обмежена кількість вегетаріанських страв у меню на даний момент; відсутність досвіду роботи з вегетаріанською кухнею у деяких членів персоналу; необхідність додаткових інвестицій у закупівлю продуктів та обладнання для приготування вегетаріанських страв.

Незважаючи на ці фактори, впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера» може стати для нього перспективним вектором розвитку, який допоможе цьому закладу зайняти нову нішу на ринку та завоювати лояльність нових клієнтів.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було розроблено комплекс заходів щодо впровадження вегетаріанства в кафе «Ні пуху, ні пера».

Ці заходи включають: розробку вегетаріанського меню, яке буде включати широкий спектр страв з різних видів вегетаріанської кухні; навчання персоналу

з питань вегетаріанської кухні; закупівлю необхідних продуктів та обладнання для приготування вегетаріанських страв; проведення маркетингової кампанії з просування вегетаріанського меню.

Також було оцінено економічну ефективність запропонованих заходів. Розрахунки показали, що впровадження вегетаріанського меню може призвести до значного зростання прибутку кафе. В результаті очікується, що чистий прибуток кафе від впровадження вегетаріанського меню складе 345 030 грн.

Рентабельність інвестицій (ROI) очікується на рівні 49,57%.

Це свідчить про те, що впровадження вегетаріанського меню може стати для кафе «Ні пуху, ні пера» дуже вигідним проектом.

Впровадження вегетаріанського меню може допомогти кафе «Ні пуху, ні пера» зайняти нову нішу на ринку та завоювати лояльність нових клієнтів. Запропоновані заходи щодо впровадження вегетаріанства є економічно доцільними та можуть призвести до значного зростання прибутку кафе.

Впровадження вегетаріанського меню може мати й інші позитивні наслідки, такі як покращення іміджу кафе та підвищення його екологічної відповідальності.

Отже, вегетаріанство стає все більш популярним способом харчування, що зумовлює його значний вплив на ресторанний бізнес. Кафе, які пропонують вегетаріанські страви, мають значний потенціал для розвитку. Кафе «Ні пуху, ні пера» має ряд передумов для успішного впровадження вегетаріанського напрямку. Пропозиції:

У кафе «Ні пуху, ні пера» рекомендується впровадити вегетаріанське меню, яке буде включати широкий спектр страв з різних видів вегетаріанської кухні. Для просування вегетаріанського меню рекомендується використовувати різні маркетингові інструменти, такі як реклама, PR, участь у тематичних заходах тощо. Для підвищення кваліфікації персоналу кафе рекомендується провести відповідні навчання з питань вегетаріанської кухні. Регулярно проводити моніторинг результатів впровадження вегетаріанського меню та вносити необхідні корективи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання продовольчої безпеки» від 05.12.2007 р. № 1379, із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 1041 (1041-2011-п) від 12.10.2011. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (дата звернення: 23.03.2024).
2. Про затвердження Концепції поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчування населення. Кабінет Міністрів України; Розпорядження, Концепція від 26.05.2004 р., № 332-р. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (дата звернення: 23.03.2024).
3. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 23.03.2024).
4. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 18-19 червня 2020 р.). Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2020. С. 203-205.
5. Архіпов В.В. Ресторанна справа. Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: підручник. 3-тє видання. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 382 с.
6. Бабський А. Основи біоенергетики: підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 312 с.
7. Балацька Н. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 117–122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastructure42-20> (дата звернення: 29.03.2024).

8. Босецька Н. Г. Практики здорового харчування: європейський досвід. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Випуск 1, 2022. С. 12-17.

9. Гвоздій С. П. Раціональне та здорове харчування: методичні вказівки до практичних занять з дисциплін «Безпека життєдіяльності та основи охорони праці», «Валеологія», «Основи медичних знань» для студентів усіх спеціальностей денної та заочної форм навчання. Одеса : Одес. нац. ун-т. ім. І. І. Мечникова, 2019. 36 с.

10. Горпинченко А.П. Особливості діяльності підприємств ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2021. № 1. С. 395–402.

11. Гросул В., Балацька Н. Модель оцінки можливостей розвитку підприємств ресторанного бізнесу України в умовах пандемії COVID-2019. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Т. 31 (70). № 3. С. 121–126. URL: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-3-20> (дата звернення: 25.03.2023).

12. Давидова О. Ю., Полстяна Н. В. Організація в ресторанному господарстві (виробництво). Харків: 2019. 331 с.

1. Данильчук О. О. Перспективи розвитку вегетаріанства в ресторанному бізнесі. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*: збірник наукових праць XIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (18 квітня 2024). Вінниця, 2024.

13. Данько Н. І. Перспективи розвитку закладів здорового харчування на ринку ресторанних послуг міста Харків. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 10. 2019. С. 200-208.

14. Бурденюк О. І., Гвоздій С. П., Глінська Л. Я. Теоретичні та практичні підходи до безпечної життєдіяльності: метод. рек. За загальною редакцією С. П. Гвоздій. Одеса : Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2019. 56 с.

15. Брич В.В., Білак-Лук'янчук В.Й., Г.О. Слабкий, І.Я. Гуцол, Н.Й. Потокій. Здорове харчування: збірник матеріалів для працівників системи охорони здоров'я. Ужгород, 2020. 64 с.
16. Зінченко В. Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. Том 2. № 2. С. 284-291.
17. Коваленко О. В. Продовольча безпека в системі пріоритетів інноваційного розвитку. *Наукові праці НУХТ*. 2019. Т. 21, № 4. С. 99-107.
18. Кукліна Т.С., Прусс В.Л., Каптюх Т.В. Ресторанна справа: технологія і організація обслуговування: навчальний посібник. Запоріжжя: Просвіта, 2019. 392 с.
19. Кукліна Т.С. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Технологія ресторанної справи» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 46 с.
20. Круль Г.Я. Основи ресторанної справи: навчальний посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 496 с.
21. Кручаниця М. І., Миронюк І.С., Розумикова Н.В., Кручаниця В.В., В.В. Брич, В.П. Кіш. Основи харчування: підручник. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2019. 252 с.
22. Мигаль В. І. Впровадження веганської та вегетаріанської продукції в меню закладів ресторанного господарства. *Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу*: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка. 2022. С. 70-71.
23. Олексієнко Я. І., Шахматов В. А., Верещагіна О. П. Харчування та його вплив на здоров'я людини: навчально-методичний посібник. Черкаси: ПП Чабаненко Ю. А., 2019. 42 с.
24. П'ятницька Г. Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 66–73.

25. Перепелиця В., Бровенко Т.В. Тренди здорового харчування в Європі. *Підприємництво у сфері послуг: реалії сьогодення і перспективи* : матер. II Всеукр. інтернет-конф. м. Черкаси, 15 лист. 2019 р. м. Черкаси, 2019. С. 26–29.
26. Постова В. В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 65. С. 98-103.
27. Роль харчування в боротьбі з поширеністю неінфекційних захворювань. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2234529-isti-nazdorova-rol-harcuvanna-v-borotbi-z-posirenistu-neinfekcijnih-zahvoruvan.html> (дата звернення: 23.03.2024).
28. Сімахіна Г. О., Науменко Н. В. Технологія оздоровчих харчових продуктів: підручник. Київ: НУХТ, 2019. 402 с.
29. Сімахіна Г. О., Науменко Н. В., Башта А. О. Основи валеології. Оздоровчі аспекти харчування. Київ: Вид-во «Сталь», 2020. 316 с.
30. Сімахіна Г. О., Науменко Н.В. Харчування як основний чинник збереження стану здоров'я населення. *Проблеми старіння та довголіття*. 2019. Вип. 25, № 2. С. 204-214.
31. Степанова В. С. Вегетаріанство як вектор розвитку wellness-індустрії. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Технічні науки»*. 2022. № 2. С. 11-17.
32. Страшинська Л. В. Продовольча безпека України: проблеми та напрями забезпечення. *Наукові праці НУХТ*. 2019. Т. 24, № 1. С. 49-56.
33. Сучасний стан розвитку ринку послуг ресторанного господарства України. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75976>. (дата звернення: 23.02.2023).
34. Українець А. І., Сімахіна Г. О., Науменко Н. В. Нові продукти для раціонів військовослужбовців. Київ: Вид-во «Сталь», 2019. 290 с.
35. Устінов О. В. «Борітеся – поборете!». Національний форум охорони здоров'я «За здорову націю» єднає медиків для подолання кризи у галузі. *Актуальні питання клінічної практики : часопис онлайн*, 5(121 – IX/X). 2023 URL: <http://www.umj.com.ua/article/116079> (дата звернення: 23.03.2024).

36. Циганенко О.І. Здорове та оздоровче харчування осіб, які займаються фітнесом. Під редакцією д. мед. н., проф. О.І. Циганенко. Київ: 2021. С. 39-40.

37. Федоров А.П. Вегетаріанство як сучасний тренд. *Економічні дослідження*. Вип. 3 (43). 2022. С. 34-41.

38. Brunner L. Is the food pyramid still fit for purpose? URL: <https://www.helsana.ch/en/nutrition/balanced-nutrition/foodpyramid.html> (дата звернення: 23.03.2024).

39. Froböse I. Gesunde Ernährung – Was heißt das im Klartext? Stiftung Gesundheitswissen. 2019. URL: <https://www.stiftung-gesundheitswissen.de/gesund-es-leben/ernaehrung-lebensweise/gesunde-ernaehrung-was-heisst-das-imklartext> (дата звернення: 23.03.2024).

40. Healthy diet. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet> (дата звернення: 23.03.2024).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рисунок А.1 – Зовнішній вигляд кафе «Ні пуху, ні пера» у місті Вінниця



Рисунок А.2 – Рекламний буклет кафе «Ні пуху, ні пера»

ДОДАТОК Б

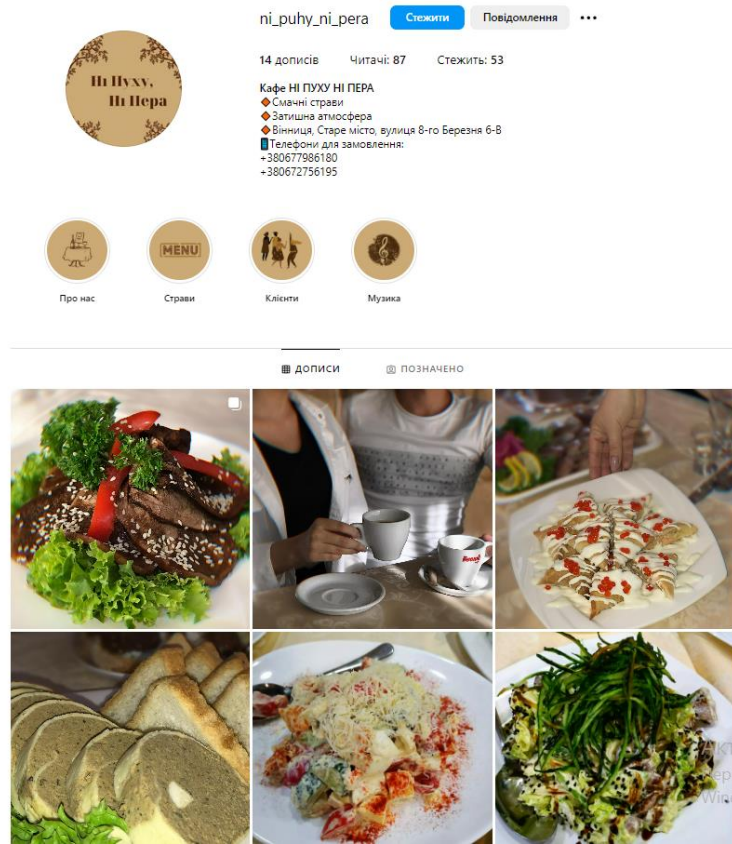


Рисунок Б.1 – Сторінка кафе «Ні пуху, ні пера» в соціальній мережі Instagram

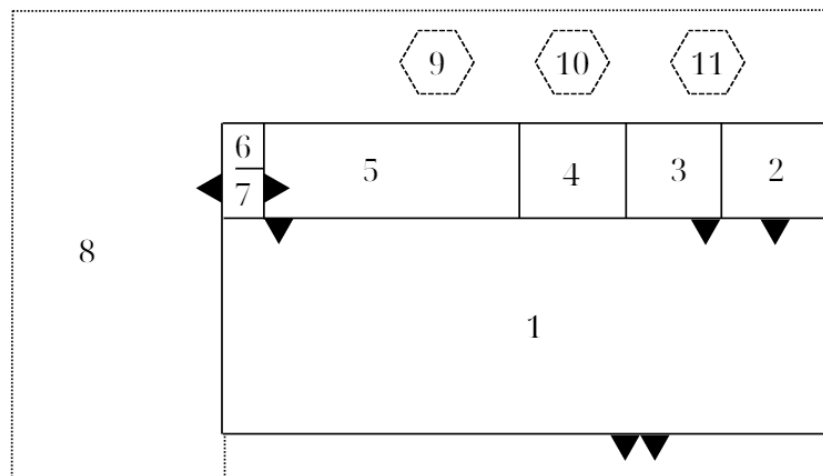


Рисунок Б.2 – Графічне зображення приміщень в кафе «Ні пуху, ні пера»

1 – торгівельна зала; 2 – санвузол для відвідувачів; 3 – роздягальня для гостей; 4 – комора для зберігання продуктів; 5 – зона кухні; 6 – роздягальня та вбиральня для працівників закладу; 7 – технічне приміщення; 8 – літній дворик; 9 – закрита альтанка №1; 10 – закрита альтанка №2; 11 – закрита альтанка №3.

ДОДАТОК В

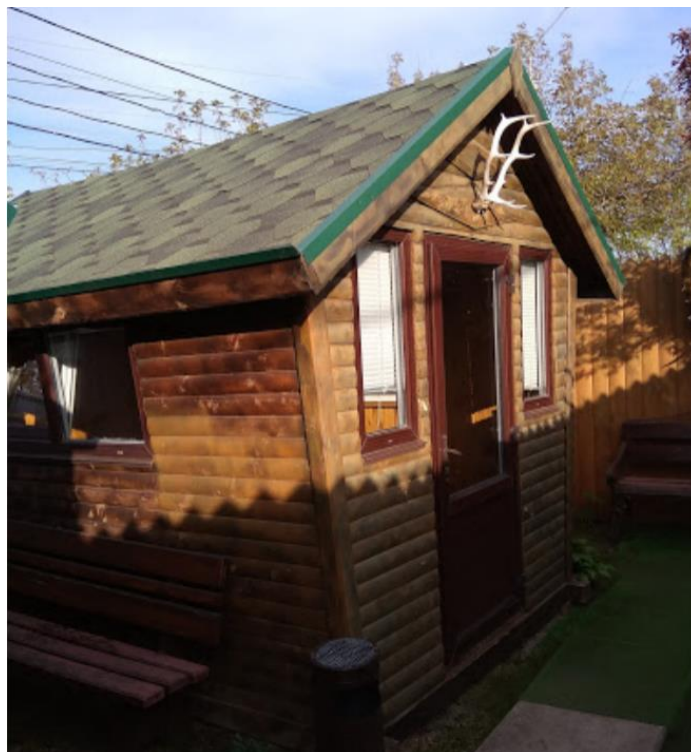


Рисунок В.1 – Будиночок для гостей кафе «Ні пуху, ні пера»

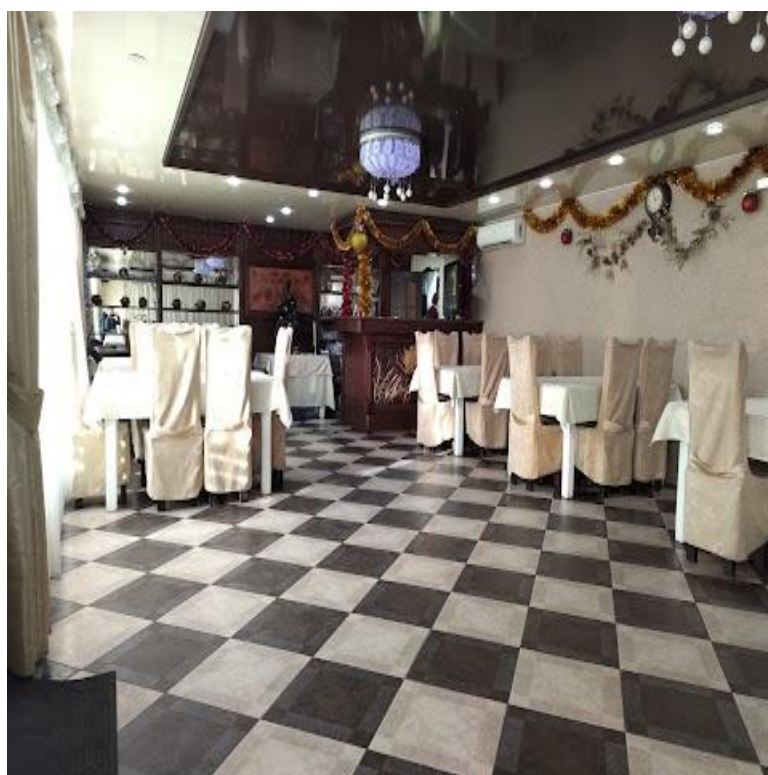


Рисунок В.2 – Зал для гостей кафе «Ні пуху, ні пера»

ДОДАТОК Г



Рисунок Г.1 – Фотографії страв у кафе «Ні пуху, ні пера»

ДОДАТОК Д

Таблиця Д.1 – Основні фінансово-економічні показники закладу ресторанного господарства «Ні пуху, Ні пера», 2021-2023 рр. (тис. грн.)

Найменування показника	Факт наростаючим підсумком з початку року			2023 рік			
	2021 рік	2022 рік	2023 рік	план	Факт	відхилення (+,-)	виконання, %
I. Формування фінансових результатів							
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), в т.ч.	2120	2000,0	1900,2	2500,0	1900,2	-599,8	76,01%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	(680,4)	(676,6)	(633,4)	(688,6)	(633,4)	- 55,2	91,9
Адміністративні витрати	854,2	(845,28)	(829,20)	(982,40)	(829,20)	- 153,2	115,5%
Операційні доходи	1585,4	3000,0	3096,0	3400,0	3096,0	-304,0	91,1%
II. Сплата податків, зборів та інших обов'язкових платежів							
Сплата податків та зборів до місцевих бюджетів (податкові платежі)	4132,4	4326,7	3574,5	4326,7	3574,5	752,2	117,85
Середньооблікова кількість працівників	13	12	10	12	10	-2	83,3%

ДОДАТОК Ж

Анкета для визначення попиту на вегетаріанські та веганські страви серед жителів Вінниці

Шановний респондент!

Ми проводимо опитування, щоб краще зрозуміти попит на вегетаріанські та веганські страви серед жителів Вінниці. Ваша участь в цьому опитуванні дуже важлива для нас.

Будь ласка, приділіть трохи часу, щоб відповісти на наступні питання:

1. Ваш вік:

- 18-24 роки
- 25-34 роки
- 35-44 роки
- 45-54 роки
- 55-64 роки
- 65 років і старше

2. Ваша стать:

- Чоловіча
- Жіноча

3. Ви вегетаріанець/веган?

- Так
- Ні

4. Як часто ви їсте вегетаріанські/веганські страви?

- Ніколи
- Рідко (1-2 рази на місяць)
- Іноді (3-4 рази на місяць)
- Часто (5-6 разів на місяць)
- Дуже часто (7 і більше разів на місяць)

5. Де ви зазвичай їсте вегетаріанські/веганські страви?

- Вдома
- У кафе та ресторанах
- У магазинах
- В інших місцях (зазначте)

6. Які вегетаріанські/веганські страви вам подобаються найбільше?

- Салати
- Супи
- Другі страви
- Десерти
- Інше (зазначте)

Продовження Додатку Ж

7. Що, на вашу думку, стримує вас від того, щоб їсти вегетаріанські/веганські страви частіше?

- Немає улюблених страв
- Висока ціна
- Незручно готувати вдома
- Недоступність у кафе та ресторанах
- Інше (зазначте)

8. Що, на вашу думку, могло б стимулювати вас до того, щоб їсти вегетаріанські/веганські страви частіше?

- Більший вибір страв
- Доступніші ціни
- Більше інформації про користь вегетаріанства/веганства
- Більше кафе та ресторанів, які пропонують вегетаріанські/веганські страви
- Інше (зазначте)

9. Скільки ви готові платити за вегетаріанську/веганську страву в кафе чи ресторані?

- До 100 грн
- 100-150 грн
- 150-200 грн
- 200-250 грн
- Більше 250 грн

10. Чи хотіли б ви, щоб у Вінниці було більше кафе та ресторанів, які пропонують вегетаріанські/веганські страви?

- Так
- Ні

Дякуємо за вашу участь в опитуванні!

Ваші відповіді допоможуть нам краще зрозуміти попит на вегетаріанські та веганські страви серед жителів Вінниці та розробити нові продукти та послуги, які відповідатимуть вашим потребам.

Звертаємо вашу увагу, що вся інформація, отримана в ході цього опитування, буде використовуватися виключно в дослідницьких цілях і не буде розголошуватися третім особам.

ДОДАТОК К

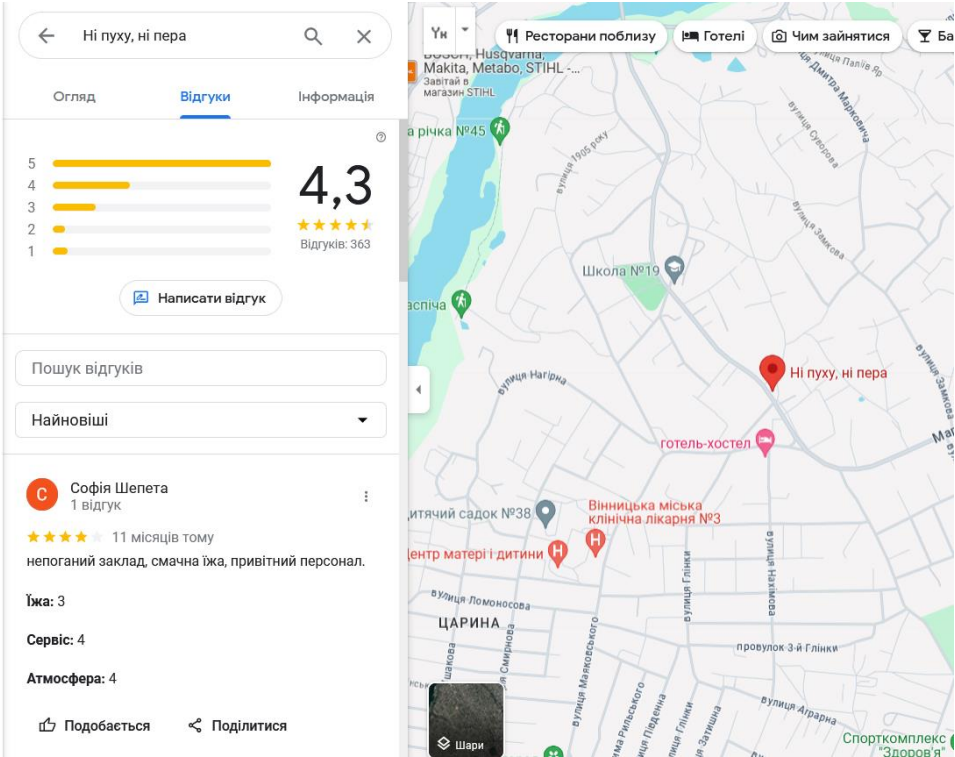


Рисунок К.1 – Відгуки відвідувачів кафе «Ні пуху, ні пера»

Таблиця К.1 – Меню кафе «Ні пуху, ні пера»

Категорія	Страва	Опис	Ціна (грн)
Холодні страви та закуски	Тартар з лосося	Свіжий лосось, авокадо, огірок, каперси, цибуля червона, лимонний сік, оливкова олія	185
	Карпачо з яловичини	Тонко нарізана яловичина, пармезан, руккола, оливкова олія, бальзамічний оцет	165
	Вітелло Тоннато	Тонко нарізане теляче м'ясо, тунцевий соус, каперси	150
	Овочеве асорті	Свіжі сезонні овочі, хумус, оливкова олія	135
	Сирна тарілка	Різноманітні сири, виноград, горіхи	170
	М'ясна тарілка	Різноманітні ковбаси, шинка, мариновані огірки	190
Перші страви	Крем-суп з грибів	Нижний крем-суп з білих грибів, вершки, свіжа зелень	120
	Борщ український	Наваристий борщ з м'ясом, овочами, сметаною	110
	Солянка м'ясна	Гостра солянка з ковбасами, шинкою, каперсами, оливками	135

Продовження табл. К.1

	Курячий бульйон з локшиною	Домашній бульйон з куркою, локшиною, зеленню	100
	Овочевий суп-пюре	Легкий овочевий суп-пюре з сезонних овочів	95
Другі страви	Стейк Рібай	Соковитий стейк з яловичини, запечена картопля, овочі гриль	280
	Свинна відбивна по-київськи	Соковита свиняча відбивна з вершковим маслом і зеленню, паніровка, картопляне пюре	220
	Куряче філе з грибами та сиром	Куряче філе, запечене з грибами та сиром, рис, овочевий салат	195
	Дорада на грилі	Свіжа дорада, запечена на грилі, лимон, овочі гриль	250
	Паста Карбонара	Паста з беконом, ячним жовтком, пармезаном, чорним перцем	170
	Овочеve рагу з нутом	Ситне рагу з нутом, овочами, спеціями	140
Десерти	Тирамісу	Італійський десерт з кавовим бісквітом, вершковим сиром, какао	150
	Чізкейк Нью-Йорк	Класичний чізкейк з вершковим сиром, печивом, фруктовим соусом	145
	Яблучний пиріг з морозивом	Домашній яблучний пиріг з ванільним морозивом	120
	Фруктовий салат з йогуртом	Свіжий фруктовий салат з натуральним йогуртом	110
	Млинці з нутеллою	Млинці з шоколадною пастою Nutella	95

ДОДАТОК Л

Таблиця Л.1 – Маркетинговий план впровадження вегетаріанського меню в кафе «Ні пуху, ні пера»

Стратегія	Опис	Цілі	Заходи	Очікувані результати	Витрати	Терміни
Проведення дослідження	Вивчити попит на вегетаріанські страви в регіоні, проаналізувати меню конкурентів, визначити цільову аудиторію	Зрозуміти потреби та вподобання потенційних клієнтів	- Опитування потенційних клієнтів - Аналіз онлайн-відгуків - дослідження конкурентів	- Збільшення ймовірності успіху вегетаріанського меню - Розробка меню, яке відповідатиме потребам цільової аудиторії	Низькі	1 тиждень
Розробка концепції меню	Створити різноманітне меню з популярними вегетаріанськими стравами, збалансоване за поживними речовинами, з сезонними пропозиціями	Запропонувати клієнтам широкий вибір смачних і корисних страв	- Розробка рецептів - Складання меню - Визначення цін	- Задоволення потреб різноманітних клієнтів - Підвищення лояльності клієнтів - Збільшення продажів	Низькі - середні	2 тижні
Розробка рецептів	Створити або адаптувати рецепти, щоб зробити їх вегетаріанськими, забезпечити чіткі та лаконічні інструкції, протестувати та оцінити страви	Забезпечити якість та смак вегетаріанських страв	- Співпраця з шеф-кухарем - Тестування рецептів - Дегустація страв	- Збільшення задоволеності клієнтів - Зниження ймовірності помилок на кухні - Підвищення репутації закладу	Середні	3 тижні
Ціноутворення	Провести дослідження цін на вегетаріанські страви в інших ресторанах, розрахувати собівартість страв, встановити конкурентоспроможні ціни, які приносять прибуток	Забезпечити справедливую ціну для клієнтів та рентабельність для закладу	- Аналіз цін конкурентів - Розрахунок собівартості - Визначення цін	- Залучення нових клієнтів - Збільшення продажів - Збільшення прибутку	Низькі - середні	1 тиждень

Продовження табл. Л.1

Маркетинг	Рекламувати вегетаріанське меню на веб-сайті ресторану, в соціальних мережах, друкованих меню та інших маркетингових матеріалах, пропонувати спеціальні пропозиції, навчати персонал, збирати відгуки клієнтів	Поінформувати потенційних клієнтів про вегетаріанське меню, заохотити їх спробувати страви, отримати відгуки для покращення меню	- Розробка рекламних матеріалів - Розміщення реклами - Навчання персоналу - Збір відгуків	- Збільшення обізнаності про вегетаріанське меню - Залучення нових клієнтів - Збільшення продажів - Покращення якості меню	Середні - високі	4 тижні
Збір відгуків	Заохочувати клієнтів залишати відгуки про вегетаріанське меню, використовувати відгуки для внесення змін у меню	Зрозуміти думку клієнтів про вегетаріанське меню, покращити його відповідно до їхніх потреб	- Анкети задоволеності - Відгуки в соціальних мережах - Особисте спілкування з клієнтами	- Збільшення задоволеності клієнтів - Підвищення лояльності клієнтів - Збільшення продажів	Низькі	Безперервно
Співпраця з інфлюенсерами	Залучати до просування вегетаріанського меню популярних блогерів, фуд-фотографів та інших інфлюенсерів	Збільшити охоплення	-	-	-	Безперервно