

Міністерство освіти і науки України  
Університет митної справи та фінансів  
Факультет інноваційних технологій

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра  
за освітньо–професійною програмою «Готельно–ресторанна справа»  
на тему «Формування унікальної атмосфери закладу харчування як  
інструмент залучення клієнтів»

Виконала:  
здобувач ІV курсу, групи ГРС–21–1  
спеціальності 241  
«Готельно–ресторанна справа»  
Маслова М.Г.

Керівник:  
д.е.н., професор Юдіна О.І.

Дніпро – 2025

## АНОТАЦІЯ

*Маслова М.Г.* Формування унікальної атмосфери закладу харчування як інструмент залучення клієнтів. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Мета роботи: визначення теоретичних і практичних засад формування унікальної атмосфери закладу харчування як інструменту залучення клієнтів та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Об'єкт дослідження: процес формування атмосфери у закладах громадського харчування.

Предмет дослідження: атмосфера як інструмент залучення та утримання клієнтів, її складові та вплив на споживчу поведінку на прикладі кафе «47 Атмосфер».

Методи дослідження: системного аналізу та синтезу, економіко-статистичні та методи порівняння, графічні методи (побудова схем, графіків, діаграм).

У роботі досліджується поняття атмосфери як важливого елемента продукту підприємства громадського харчування та її вплив на формування лояльності клієнтів. Розглядаються основні складові атмосфери в закладі харчування, що створюють унікальний клієнтський досвід. На прикладі кафе «47 Атмосфер» проведено загальну характеристику закладу та його концепції, а також детальний аналіз складових атмосфери. Дослідження сприйняття атмосфери базується на аналізі відгуків відвідувачів, що дозволяє виявити ключові фактори, які впливають на задоволеність клієнтів. У третій частині запропоновано стратегії покращення атмосфери — розширення літньої тераси, покращення освітлення та акустики для підвищення комфорту. Визначено напрями вдосконалення з урахуванням економічної ефективності. Реалізація заходів сприятиме зростанню доходів і зниженню витрат, що забезпечить економічний ефект і швидку окупність інвестицій.

Запропоновані заходи можуть бути безпосередньо впроваджені для підвищення рівня задоволеності клієнтів, формування та зміцнення їхньої лояльності, а також підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 52 сторінках, містить: 10 таблиць, 12 рисунків. Список використаних джерел містить 31 найменування.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** УНІКАЛЬНА АТМОСФЕРА, ЗАКЛАД ХАРЧУВАННЯ, ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ, ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ, ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ, КЛІЄНТСЬКА ЛОЯЛЬНІСТЬ

## ABSTRACT

*Maslova M.G.* Formation of a unique atmosphere of a catering establishment as a tool for attracting customers. Qualification work for obtaining a higher education degree "bachelor" in specialty 241 Hotel and restaurant business. – University of Customs and Finance, Dnipro.

Purpose of the work: to determine the theoretical and practical principles of forming a unique atmosphere of a catering establishment as a tool for attracting customers and to develop recommendations for its improvement.

Object of research: the process of forming an atmosphere in public catering establishments.

Subject of research: atmosphere as a tool for attracting and retaining customers, its components and impact on consumer behavior using the example of the cafe "47 Atmosphere".

Research methods: systems analysis and synthesis, economic-statistical and comparison methods, graphic methods (construction of schemes, graphs, diagrams).

The work explores the concept of atmosphere as an important element of a catering company's product and its impact on the formation of customer loyalty. The main components of the atmosphere in a catering establishment that create a unique customer experience are considered. Using the example of the cafe "47 Atmosphere", a general description of the establishment and its concept, as well as a detailed analysis of the components of the atmosphere, are carried out. The study of the perception of the atmosphere is based on the analysis of visitor feedback, which allows identifying key factors that affect customer satisfaction. In the third part, strategies for improving the atmosphere are proposed - expanding the summer terrace, improving lighting and acoustics to increase comfort. Areas of improvement are identified taking into account economic efficiency. The implementation of measures will contribute to increasing income and reducing costs, which will ensure economic effect and rapid return on investment.

The proposed measures can be directly implemented to increase customer satisfaction, build and strengthen their loyalty, and increase the competitiveness of the enterprise in the market.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of sources used. The work is presented on 52 pages, contains: 11 tables, 12 figures. The list of sources used contains 31 items.

KEYWORDS: UNIQUE ATMOSPHERE, CATERING ESTABLISHMENT, CUSTOMER ENGAGEMENT, IMAGE FORMATION, INTERIOR DESIGN, CUSTOMER LOYALTY

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АТМОСФЕРИ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ.....	7
1.1 Атмосфера як елемент продукту підприємства громадського харчування .	7
1.2 Основні складові атмосфери в закладі харчування.....	11
1.3 Вплив атмосфери закладу харчування на формування лояльності клієнтів .....	15
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 .....	21
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ АТМОСФЕРНОГО СЕРЕДОВИЩА У ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ .....	22
2.1 Загальна характеристика кафе «47 Атмосфер» та його концепція.....	22
2.2 Аналіз складових елементів атмосфери кафе .....	27
2.3 Дослідження сприйняття атмосфери закладу харчування через відгуки відвідувачів .....	33
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	39
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АТМОСФЕРИ У ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ .....	41
3.1 Стратегії покращення атмосфери кафе «47 Атмосфер» .....	41
3.2 Напрями вдосконалення атмосфери кафе та оцінка економічної ефективності .....	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....	49
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	56



## ВСТУП

Актуальність обраної теми полягає в тому, що в умовах стрімкого розвитку індустрії гостинності та посилення конкуренції між закладами громадського харчування особливого значення набуває здатність закладу не лише задовольнити базові потреби клієнта, але й створити емоційно привабливе середовище. Сьогодні споживач обирає не лише за критерієм смаку чи ціни, а й за тим, які враження та емоції викликає у нього перебування в закладі. Унікальна атмосфера стає важливим елементом позиціонування, що здатен виділити заклад серед конкурентів, посилити лояльність постійних клієнтів і привабити нових. Вона охоплює все – від інтер'єру та музики до стилю обслуговування і навіть аромату в приміщенні. Завдяки правильно сформованій атмосфері, клієнт не просто отримує послугу, а занурюється в особливий досвід, що стимулює повторні візити й позитивні відгуки, зокрема в соціальних мережах. Унікальна атмосфера дозволяє створити емоційний зв'язок між клієнтом і брендом, сприяє лояльності та повторним візитам.

Дослідження процесів формування унікальної атмосфери в закладах харчування представлені у працях таких науковців: І. Власенко, О. Головня, О. Камушков, О.В. Ілляшенко, О.В. Жегус, С.І. Павлова, А. Орлов, А.А. Савчук, С.С. Рибаківа, В. Ткач, М.О. Шалль, В. Язіна та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення теоретичних і практичних засад формування унікальної атмосфери закладу харчування як інструменту залучення клієнтів та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Задачі, які необхідно вирішити для досягнення зазначеної мети:

- розкрити сутність атмосфери як складової частини продукту підприємства громадського харчування;
- визначити основні елементи, що формують атмосферу у закладі харчування;
- дослідити вплив атмосферного середовища на формування лояльності споживачів;

- надати загальну характеристику кафе «47 Атмосфер», розкрити його концепцію та специфіку діяльності;
- проаналізувати складові атмосфери кафе «47 Атмосфер» з урахуванням реальних умов функціонування;
- дослідити сприйняття атмосфери закладу харчування на основі аналізу відгуків відвідувачів;
- розробити стратегії покращення атмосфери в кафе «47 Атмосфер»;
- запропонувати напрями вдосконалення атмосфери закладу з оцінкою їхньої економічної доцільності.

Об'єктом дослідження є процес формування атмосфери у закладах громадського харчування.

Предметом дослідження є атмосфера як інструмент залучення та утримання клієнтів, її складові та вплив на споживчу поведінку на прикладі кафе «47 Атмосфер».

Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі використано сучасні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: системного аналізу та синтезу; економіко-статистичні та методи порівняння; графічні методи (побудова схем, графіків, діаграм).

Інформаційною базою написання кваліфікаційної роботи стали довідково-аналітичні ресурси Інтернету, фінансова звітність досліджуваного підприємства, надана безпосередньо суб'єктами господарювання, вітчизняні й зарубіжні наукові публікації, результати власних аналітичних досліджень.

Практична значущість роботи полягає в тому, що запропоновані заходи можуть бути безпосередньо впроваджені для підвищення рівня задоволеності клієнтів, формування та зміцнення їхньої лояльності, а також підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 52 сторінках, містить: 10 таблиць, 12 рисунків. Список використаних джерел містить 31 найменування.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АТМОСФЕРИ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ

#### 1.1. Атмосфера як елемент продукту підприємства громадського харчування

Виробничі процеси у закладах харчування мають специфічний характер. Вони виконуються набір певних операцій, що призводять до створення відповідного продукту, який пов'язаний з корисністю для споживача відповідно до його специфічних вимог і мотивацій. Зазначена корисність – це мета реалізації продукції закладу харчування, що досягається поєднанням певних компонентів, притаманних кожному виду цієї діяльності. Тому реалізація продуктів закладів харчування залежить від їхньої еластичності та пристосовуваності, що зумовлює необхідність управління їхньою структурою та комплексністю [29].

Науковець Френсіс Батла зазначає, що продукти закладу харчування є набором можливостей для задоволення або незадоволення попиту на послуги готельного та ресторанного господарства в наступних напрямках: фізіологічному, економічному, соціальному, психологічному [28].

Продукти закладу харчування є невід'ємною частиною загального сприйняття клієнта, оскільки вони не існують ізольовано, а формують комплексний досвід взаємодії із закладом.

Продукт закладу харчування існує у двох основних формах:

1. Як комплексний, частина готельного.
2. Як індивідуальний, який виробляється самостійними підприємствами ресторанного обслуговування [4].

Незалежно від комплексності, кулінарний продукт вважається першим основним елементом закладу харчування, який є реальним візуальним результатом роботи підприємства харчування. Кожна концепція закладу ґрунтується на певному асортименті продуктів та напоїв, призначених для задоволення потреб людини. Виробничі та складські приміщення підприємства

громадського харчування, а також машини, обладнання та праця персоналу кухні беруть участь у створенні кулінарної продукції. Вони поєднуються за певною схемою задля досягнення кінцевого результату [31].

Після виготовлення кулінарний продукт має бути реалізований і спожитий, що відбувається у певному матеріальному середовищі, зокрема, у торговому залі, з елементами якого (дизайн, конфігурація посадкових місць, колірне рішення, освітлення, музичний супровід тощо), клієнт безпосередньо взаємодіє. Без цього не може продаватися навіть найдосконаліший кулінарний шедевр, оскільки він служить центром, ядром усіх операцій на підприємстві ресторанного обслуговування, створює матеріальне середовище і впливає на сприйняття клієнта, що відчутне і невловиме. Тому другим елементом продукту ресторану є торговий зал – матеріальне середовище, в якому здійснюється реалізація ресторанного продукту за безпосереднього зв'язку з клієнтом.

Наявність кулінарного продукту та матеріального середовища недостатньо для реалізації послуги закладу харчування. Страви та напої мають бути обрані, а потім «доведені» до споживача, тобто повинен мати місце процес обслуговування. Він включає у собі персонал у торговому залі, і навіть операції, виконувані їм у певної послідовності відповідно до заздалегідь обраної схеми чи, тобто технологією обслуговування. Надання та споживання кулінарного продукту здійснюється шляхом обслуговування, а задоволення нематеріальних потреб клієнтів досягається шляхом надання додаткових послуг [30].

Отже, наступною основною послугою в закладі харчування є обслуговування клієнтів у разі споживання кулінарного продукту, а додатковими – різноманітні інші послуги, які можуть бути класифіковані відповідно до різних ознак. Тобто третім елементом продукту закладу харчування є персонал. Його кількість, структура, кваліфікація та якість обслуговування формують людське середовище закладу. Взаємодія між персоналом і матеріальним середовищем, а також клієнтами є важливим аспектом успішного функціонування закладу харчування. Поведінка і

професійні навички персоналу багато в чому визначають імідж ресторану та впливають на загальний досвід споживачів [31].

Продукт має бути підпорядкований загальній концепції та стилю закладу харчування, а отже:

- кулінарний продукт має відповідну консистенцію, смак, запах, температуру, оригінальність;
- матеріальне середовище має створювати найкращі умови для реалізації та доставки страв, напоїв та додаткових послуг.
- для комфорту споживачів повинні бути правильно підібрані параметри персоналу для того, щоб відповідати двом іншим елементам продукту і характеру попиту.

Всі окреслені вище елементи створюють четвертий складник продукту закладу харчування – атмосферу.

Науковці Павлова С.І та Шалль М. О. вважають, що атмосфера закладу харчування є комплексним явищем, що охоплює стиль, інтер'єр, екстер'єр, концепцію, музичне оформлення, освітлення, температуру в приміщенні, якість обслуговування та інші чинники. Її головна мета – створення комфортного та затишного середовища для споживачів, сприяючи їхньому психологічному розвантаженню та позитивному досвіду від відвідування [17].

Дослідниця С. Хмирова зазначає, що атмосфера є комплексним поняттям, яке визначає загальне емоційне сприйняття закладу. Вона включає дизайн інтер'єру, музику, освітлення, поведінку відвідувачів та навіть посуд [14].

Дослідники Ботштейн Б.Б. та Гринченко О.О. визначають атмосферу закладу харчування як фактор, що підсилює загальне враження від трапези. Вона охоплює декор, меблі, освітлення, музику та презентацію страв. Наприклад, колірне оформлення ресторану має викликати позитивні емоції, а правильно підібрана музика – сприяти приємному спілкуванню. Поєднання цих факторів формує привабливий досвід для клієнтів [2].

Дослідивши думки науковців, можна зазначити, що атмосфера закладу харчування – це сукупність емоційних і сенсорних вражень, які формуються у

відвідувачів під час їхнього перебування у кафе, ресторані чи іншому закладі громадського харчування. Вона складається з багатьох елементів, що впливають на сприйняття простору, включаючи дизайн, освітлення, музику, запахи, поведінку персоналу та загальну концепцію.

Отже, для створення повноцінного продукту закладу харчування необхідно враховувати такі ключові елементи, які представлено на рис. 1.1.

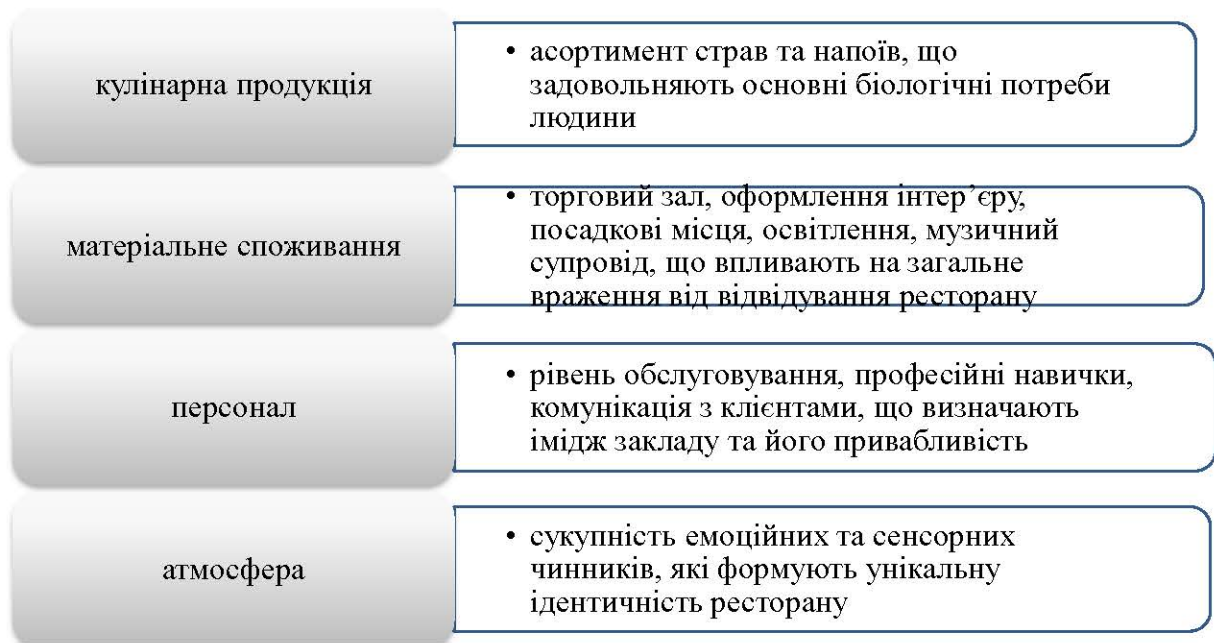


Рисунок 1.1 – Складові елементи продукту закладу харчування  
Джерело: складено автором

Атмосфера закладу харчування повинна бути багатофункціональною, щоб задовольняти потреби різних груп відвідувачів, враховуючи їхні переваги та цілі перебування. Наприклад, для тих, хто прагне швидкого перекусу або бізнес-зустрічі, важливими факторами є швидкість обслуговування, зручне розташування столиків і можливість швидкого отримання замовлення. З іншого боку, для гостей, які шукають місце для тривалого відпочинку чи зустрічі з друзями, головною є атмосфера затишку, спокою та комфорту, де можна провести кілька годин у комфортних умовах.

Тобто, управління атмосферою в закладі харчування передбачає гармонізацію всіх елементів, що впливають на сприйняття простору, відповідно



до концепції закладу. Це включає не тільки декор та освітлення, але й деталі, як – от музика, аромати, кольори та текстури в інтер'єрі. Кожен з цих аспектів має бути узгоджений і працювати разом, щоб створити бажану атмосферу для гостей. Така гармонія допомагає посилити загальний досвід відвідувачів, роблячи їх перебування в закладі комфортним і незабутнім. Так, створення окремих зон з різним рівнем шуму або інтенсивністю обслуговування може допомогти розподілити потік клієнтів і забезпечити максимальний комфорт. Для швидких відвідувачів може бути передбачено самотійне обслуговування, тоді як для довготривалих гостей – можливість насолоджуватися спокійною атмосферою з приємним декором, комфортними місцями для сидіння, м'яким освітленням і тихою музикою. Такий підхід дозволяє не тільки задовольнити широкий спектр клієнтів, але й зробити атмосферу кафе унікальною та привабливою для різних типів відвідувачів [27].

Отже, атмосфера є важливим елементом продукту закладу харчування. Вона формує загальне враження від відвідування закладу, впливаючи на задоволення клієнтів і їхню лояльність. Для успішного функціонування закладу харчування важливо адаптувати атмосферу відповідно до потреб різних груп відвідувачів, враховуючи їхні цілі та вподобання. Управління атмосферою передбачає гармонізацію всіх елементів простору, таких як декор, освітлення, музика і запахи, щоб створити комфортне середовище. Така атмосфера допомагає зробити перебування гостей у закладі незабутнім і привабливим.

## 1.2 Основні складові атмосфери в закладі харчування

Ресторани є не лише місцем для прийому їжі, а й простором для отримання естетичного та емоційного задоволення. Атмосфера закладу відіграє ключову роль у формуванні вражень гостей, оскільки поєднання оформлення інтер'єру, якісного обслуговування, музичного супроводу та смакових характеристик страв створює унікальний досвід. Гармонійне поєднання цих елементів сприяє позитивному настрою відвідувачів і спонукає їх повертатися знову. Саме тому ресторани прагнуть не лише забезпечити якісну кухню, а й



створити особливу атмосферу, що відповідає очікуванням різних груп клієнтів. Важливо, щоб кожен ресторан розробляв власну стратегію, яка враховує потреби та очікування різних груп клієнтів. Тільки комплексний підхід до створення атмосфери здатен забезпечити конкурентну перевагу та довгостроковий успіх закладу [1].

Перший крок до створення правильної атмосфери – визначення та розуміння бренду ресторану. Це може бути італійський ресторан з домашньою атмосферою, концептуальний лаунж-бар або кафе з етнічними мотивами. В Україні популярними є концепції, що акцентують на локальних традиціях, а також міжнародні стилі – такі як мінімалістичні японські кафе чи модні американські бістро. Для визначення концепції варто врахувати кілька аспектів:

- цінова категорія закладу: атмосферу бюджетного кафе та ресторану преміум-класу створюють по-різному;
- стиль кухні та подачі страв: ресторан італійської кухні потребуватиме більше елементів середземноморського стилю, тоді як українська кухня гармонійно поєднується з елементами народного декору;
- тип обслуговування: атмосфера самообслуговувальних кафе та закладів з офіціантами відрізняється за рахунок інтер'єрних рішень та особливостей планування [27].

В табл. 1.1 представлено приклади концепції та підходів до створення атмосфери у закладі харчування.

Таблиця 1.1 – Приклади концепцій та підходів

Концепція	Цільова аудиторія	Характерні риси
Італійська трагторія	Молодь, родини	Затишний інтер'єр, тепле освітлення, натуральні матеріали, спокійна музика
Лаунж-бар	Молодь, корпоративні клієнти	Темний інтер'єр, підвічування столів, динамічна музика, великі дивани
Українське кафе	Родини, туристи	Традиційні мотиви в дизайні, натуральні тканини, елементи народного стилю

Джерело: складено автором

Для побудови ідеальної атмосфери важливо знати, на кого вона орієнтована. Наприклад, кафе з дитячою зоною та тихою музикою буде

приваблювати молоді сім'ї, тоді як бари зі спортивними трансляціями та гучною музикою залучать молодь та корпоративних клієнтів.

Щоб створити ідеальний образ закладу харчування, потрібно синхронізувати інтер'єр та атмосферу з концепцією закладу. Для цього:

- необхідно використовувати кольори та текстури відповідно до концепції. Наприклад, дерев'яні та керамічні елементи підійдуть для ресторанів української кухні, тоді як скло та метал – для сучасних бістро;

- декор має відповідати стилю кухні та концепції. У тематичних закладах використовуйте декоративні елементи, що підкреслюють культуру, пов'язану з кухнею (наприклад, етнічний декор в азійських ресторанах);

- технічні елементи: правильний вибір освітлення та звуку створює необхідний емоційний настрій. Підсвічування столів, фонові звуки та музика створюють потрібний акцент на основних елементах інтер'єру [26].

Таким чином, продумана концепція, дизайн і обслуговування дозволяють створити комфортний і привабливий простір, що залишить у гостей приємні враження та спонукатиме їх повертатися знову. Створення правильної атмосфери у закладі харчування – це мистецтво, яке потребує продуманого підходу, уваги до кожної деталі та є важливою складовою успіху.

До основних складових формування неповторної атмосфери закладу харчування можна віднести комфортну температуру, що сприяє приємному перебуванню гостей, освітлення, яке впливає на настрій та загальне сприйняття простору, музичний супровід, що створює відповідну емоційну атмосферу, дизайн інтер'єру, який формує візуальну привабливість, продумане розташування столиків, запахи, що стимулюють апетит, а також форму подачі страв, яка робить трапезу естетичною частиною загального досвіду [19]. Окреслені складові атмосфери закладу харчування представлено на рис. 1.2.

Окрім базових складових атмосфери, існують додаткові фактори, що можуть суттєво впливати на сприйняття закладу гостями. Вони допомагають зробити досвід відвідування більш комфортним, запам'ятовуваним і відповідним до очікувань клієнтів. Окреслимо додаткові фактори впливу на атмосферу.

температура	комфортний мікроклімат у закладі важливий для приємного проведення часу гостей. Оптимальна температура сприяє розслабленню та задоволенню від перебування
освітлення	впливає на настрій гостей і загальне сприйняття простору
музичний супровід	створює відповідну емоційну атмосферу та підкреслює концепцію закладу
дизайн інтер'єру	включаючи колірну гаму, меблі та декоративні елементи, які формують візуальну привабливість
розташування столиків	забезпечує комфортне перебування гостей, створюючи баланс між приватністю та соціальною взаємодією
запахи	аромати можуть стимулювати апетит і формувати у відвідувачів приємні асоціації із закладом
форма подачі страв	візуальне оформлення їжі підсилює враження від трапези та робить її частиною загального досвіду

Рисунок 1.2 – Складові елементи атмосфери закладу харчування

Джерело: складено автором [2]

1. Психологічний вплив атмосфери. Важливу роль відіграє кольорова гама інтер'єру: теплі відтінки сприяють створенню затишку, тоді як холодні додають елегантності та формальності. Варто враховувати рівень шуму, адже надто гучна музика або розташування поруч із відкритою кухнею можуть зменшити комфортність перебування гостей.

2. Сезонність та адаптація атмосфери. Заклад може змінювати елементи оформлення відповідно до пори року. Наприклад, узимку використовуються теплі кольори, м'яке освітлення та аромати спецій, а влітку – легкі тканини, свіжа зелень і більш яскраві акценти.

3. Технологічні рішення. Використання інновацій, таких як інтерактивні меню, проєкційне оформлення або системи розумного освітлення, допомагає покращити досвід гостей. Також популярною тенденцією є автоматизація процесу обслуговування, наприклад, електронні офіціанти або планшети для замовлення.

4. Соціальні зони та взаємодія відвідувачів. Деякі заклади створюють інтерактивні простори: відкриті кухні, де гості можуть спостерігати за

приготуванням страв, або зони для майстер-класів і дегустацій. Це сприяє залученню клієнтів та створенню унікального досвіду.

5. Екологічний аспект. Все більше ресторанів впроваджують екологічні ініціативи: використання натуральних та перероблених матеріалів у дизайні, біорозкладного посуду, а також концепції «нульових відходів», що включає мінімізацію залишків їжі та сортування сміття.

Отже, формування атмосфери включає кілька основних складових: комфортну температуру, освітлення, музичний супровід, дизайн інтер'єру, розташування столиків, запахи та форму подачі страв, які повинні бути гармонійно поєднані та відповідати концепції закладу. Також на сприйняття атмосфери закладу суттєво впливають додаткові фактори, Правильний підбір і взаємодія всіх складових дозволяє створити привабливу та комфортну атмосферу, що позитивно впливає на досвід гостей і сприяє успіху закладу харчування.

### 1.3 Вплив атмосфери закладу харчування на формування лояльності клієнтів

Практика показує, що ступінь задоволеності клієнта послугами закладу харчування – зокрема подачею страв і напоїв, рівнем сервісу та загальною атмосферою – безпосередньо впливає на його бажання повертатися до закладу та рекомендувати його іншим. Споживачі, як правило, оцінюють отримані послуги через призму власних очікувань. Якщо властивості продукції та рівень обслуговування не відповідають очікуванням, виникає незадоволення, що значно знижує ймовірність повторного візиту. У разі відповідності – формується позитивне враження, а клієнт стає прихильним до закладу. Якщо ж атмосфера, сервіс і загальне враження перевищують очікування, споживач отримує емоційне задоволення, що істотно підвищує ймовірність його перетворення на постійного відвідувача.

Атмосфера закладу харчування – як сукупність елементів інтер'єру, освітлення, музичного супроводу, чистоти, комфорту, запахів і загального

емоційного тла – є ключовим нематеріальним чинником, що формує перше враження про заклад і впливає на подальшу поведінку клієнта. Вона не лише підсилює сприйняття якості продукту й обслуговування, а й відіграє вирішальну роль у формуванні лояльності споживачів, яка є запорукою стабільного функціонування та конкурентоспроможності кафе в умовах ринку [5].

У зв'язку з цим важливо глибше розглянути поняття лояльності клієнтів, її ознаки та значення для стабільного функціонування і розвитку сучасних закладів харчування.

На думку дослідників А.І. Запісоцького та І.П. Ксьонженко, лояльність є результатом ефективної взаємодії з основними клієнтами. Її суть полягає в тому, щоб забезпечити їхнє щастя і задоволення від послуг, оскільки саме клієнти є найціннішим активом для будь-якого підприємства. Лояльні клієнти не тільки повертаються до закладу знову, але й стають його промоутерами, рекомендують послуги іншим, що сприяє розвитку бізнесу. Таким чином, лояльність є результатом не просто комерційних угод, а глибокого розуміння потреб і бажань клієнтів, що дозволяє побудувати стабільні та довготривалі відносини з ними [9].

Науковці Кузьмін Д. В. та Весперіс С. З. під лояльністю клієнтів розуміють їх позитивний емоційний зв'язок з брендом, який спонукає їх знову обирати його послуги та рекомендувати їх іншим. Вони вважають лояльність ціннісним ресурсом, який можливо отримати лише за умови довготривалої та детальної співпраці з кінцевими споживачами. Така лояльність дозволяє не лише зміцнити взаємини з клієнтами, але й масштабувати ці відносини в довгостроковій перспективі, що є джерелом для поступового збільшення доходу підприємства. Це означає, що лояльні клієнти стають важливою складовою стратегії розвитку бізнесу, оскільки вони можуть забезпечити стабільний попит і сприяти зростанню фінансових показників через повторні покупки та рекомендації [13].

Савчук А. А. та Рибаківа С. С. вважають, що лояльність виражається в готовності постійно користуватися товарами і послугами певної компанії. В



контексті закладів харчування лояльність клієнтів проявляється у стабільному попиті на їхні послуги, що свідчить про високий рівень задоволеності та довіри до закладу. Така лояльність не тільки забезпечує регулярні відвідування, а й сприяє формуванню сталих взаємин між клієнтом і закладом, що в свою чергу позитивно впливає на довгострокову успішність та стабільність бізнесу. Постійний попит є важливим показником, який дозволяє бізнесу прогнозувати обсяг роботи і адаптувати стратегії маркетингу та обслуговування, що сприяє ще більшому зміцненню лояльності [20].

Група науковців Н. П. Скригун, М.Є. Москвіна, І. А. Бойко стверджують, що лояльність клієнтів є основою стабільного успіху бізнесу, його прибутковості, зростання та репутації бренду. Лояльність споживачів не обмежується лише економічними угодами, а виявляється у глибокій прихильності до певного бренду чи підприємства. Ця вірність виходить за межі простих транзакцій і є результатом формування відносин, побудованих на довірі, задоволенні та спільних цінностях [21].

Такий тип лояльності передбачає, що клієнти не просто задоволені якістю послуг чи продуктів, а й сприймають бренд як частину своєї життєвої філософії та цінностей. Вони готові повторно повертатися до цього бренду, рекомендувати його іншим і навіть прощати певні недоліки, якщо загальне враження від взаємодії з брендом залишається позитивним. Це створює міцний фундамент для довгострокових відносин, що сприяють стабільному розвитку підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності.

Дослідники В.А. Гросул та К.В. Каленік визначають лояльність споживача як емоцію, яку викликає отримана послуга в закладі ресторанного господарства. Лояльний клієнт регулярно відвідує підприємство, бо він упевнений у стабільній якості послуг, які надаються. Важливим аспектом є те, що чим вищий рівень лояльності споживача до закладу, тим менше на нього впливає тиск конкурентного середовища, адже лояльні клієнти здатні забезпечити стабільний потік відвідувань і сприяють зміцненню конкурентної позиції підприємства на ринку ресторанних послуг [5].

Цей підхід підтверджує важливість створення позитивних емоційних вражень у клієнтів, оскільки емоційний зв'язок між споживачем і закладом громадського харчування стає основою для формування довгострокових взаємин, які здатні витримувати будь-які економічні чи конкурентні труднощі..

На підставі проведеного дослідження, лояльність клієнтів закладу харчування можна визначити як їхню глибоку прихильність до закладу, що виявляється у регулярних повторних відвідуваннях, позитивних відгуках та рекомендаціях серед друзів та знайомих.

Якщо розглядати лояльність клієнтів закладу громадського харчування в контексті атмосфери, можна визначити її як результат емоційного зв'язку, що формується завдяки загальному враженню від простору, дизайну, комфортності, обслуговування та інших аспектів середовища закладу. Атмосфера закладу харчування суттєво впливає на відчуття клієнта під час перебування в ньому, створюючи умови для формування позитивних асоціацій з брендом, що в свою чергу підвищує емоційну прив'язаність. Це дозволяє не лише стимулювати повторні відвідування, а й сприяє рекомендаціям закладу з боку клієнтів, що забезпечує зростання лояльності та стабільний розвиток бізнесу, зміцнюючи його конкурентоспроможність на ринку.

На рис. 1.3 представлено ознаки лояльності клієнтів в контексті атмосфери закладу харчування, які дозволяють оцінити ступінь лояльності клієнтів і визначити, як атмосфера закладу впливає на їхні відносини з брендом.

Однією з основних ознак є повторні відвідування: лояльні клієнти, задоволені атмосферою, регулярно повертаються до цього закладу, адже приємне оточення, комфорт і затишок стають для них важливими факторами вибору. Крім того, позитивні емоції під час перебування в закладі є значущим індикатором лояльності — клієнти, які відчувають емоційне задоволення від атмосфери (наприклад, від унікального дизайну, музики, аромату, обслуговування), частіше стають постійними відвідувачами.

Іншою важливою ознакою є рекомендації та поширення позитивних відгуків через «сарафанне радіо» — лояльні клієнти часто рекомендують заклад своїм друзям і знайомим, що є свідченням їх глибокого емоційного зв'язку з



брендом. Це підтверджується й позитивними відгуками на різних платформах для відгуків або в соціальних мережах, де клієнти висловлюють свої враження від атмосфери закладу. Лояльні клієнти також часто ігнорують конкурентів, навіть якщо на ринку є інші заклади з подібною пропозицією, оскільки атмосферу цього закладу вони вважають унікальною і приємною для себе.

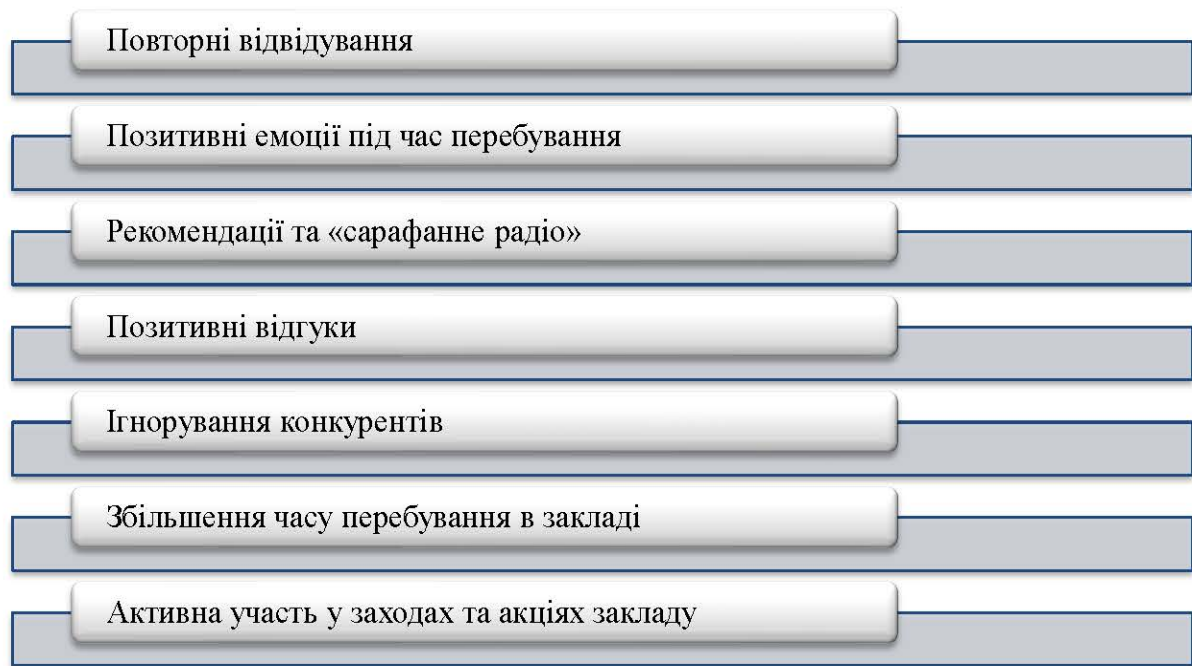


Рисунок 1.3 – Ознаки лояльності клієнтів в контексті атмосфери закладу харчування

Джерело: складено автором на основі [11]

З іншого боку, збільшення часу перебування в закладі також є характерною ознакою лояльності: коли клієнти проводять більше часу в закладі через комфортну атмосферу, це свідчить про їхнє задоволення від досвіду. Наявність лояльних клієнтів може проявлятися й через активну участь у заходах або акціях, які організовує заклад, що ще раз підтверджує їхню прихильність до бренду та бажання підтримувати заклад через участь у спільних подіях. Ці всі ознаки дозволяють оцінити, наскільки ефективно атмосфера закладу впливає на лояльність клієнтів та їхню готовність знову повертатися і взаємодіяти з брендом.

Лояльність клієнтів закладу харчування є основою не лише для короткострокового, а й для довгострокового успіху закладу громадського харчування, оскільки забезпечує стабільність фінансових потоків, знижує витрати, покращує репутацію та сприяє росту бізнесу.

По-перше, лояльні клієнти забезпечують стабільний попит, що дозволяє ефективно планувати ресурси та маркетингові стратегії, зменшуючи витрати. По-друге, лояльні клієнти виступають як амбасадори бренду, рекомендують заклад друзям, знижуючи витрати на маркетинг. Також постійні клієнти формують вищий рівень доходу, оскільки готові повертатися, навіть коли є конкуренти з подібною пропозицією. Лояльність допомагає утримувати конкурентоспроможність, оскільки клієнти залишаються відданими бренду, навіть за зміни цін чи послуг. Крім того, лояльні клієнти формують позитивну репутацію, що залучає нових споживачів через відгуки в соціальних мережах. Нарешті, зворотний зв'язок від лояльних клієнтів дозволяє вчасно адаптуватися до їх потреб і підвищувати конкурентоспроможність.

Отже, атмосфера закладу харчування значною мірою впливає на формування лояльності клієнтів, оскільки створює емоційний зв'язок між відвідувачем і брендом. Задоволення від атмосфери, комфорт і позитивні емоції підвищують ймовірність повторних візитів і рекомендацій закладу. Лояльні клієнти не лише повертаються, але й сприяють розвитку бізнесу через позитивні відгуки та рекомендації, що зміцнює конкурентоспроможність закладу. Таким чином, атмосфера є важливим чинником для забезпечення стабільного попиту та довгострокового успіху.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами першого розділу отримано наступні висновки.

1. З'ясовано, що атмосфера є важливим елементом продукту закладу харчування. Вона формує загальне враження від відвідування закладу, впливаючи на задоволення клієнтів і їхню лояльність. Для успішного функціонування закладу харчування важливо адаптувати атмосферу відповідно

до потреб різних груп відвідувачів, враховуючи їхні цілі та вподобання. Управління атмосферою передбачає гармонізацію всіх елементів простору, таких як декор, освітлення, музика і запахи, щоб створити комфортне середовище. Така атмосфера допомагає зробити перебування гостей у закладі незабутнім і привабливим.

2. Встановлено, що формування атмосфери включає кілька основних складових: комфортну температуру, освітлення, музичний супровід, дизайн інтер'єру, розташування столиків, запахи та форму подачі страв, які повинні бути гармонійно поєднані та відповідати концепції закладу. Також на сприйняття атмосфери закладу суттєво впливають додаткові фактори. Правильний підбір і взаємодія всіх складових дозволяє створити привабливу та комфортну атмосферу, що позитивно впливає на досвід гостей і сприяє успіху закладу харчування.

3. Доведено, що атмосфера закладу харчування значною мірою впливає на формування лояльності клієнтів, оскільки створює емоційний зв'язок між відвідувачем і брендом. Задоволення від атмосфери, комфорт і позитивні емоції підвищують ймовірність повторних візитів і рекомендацій закладу. Лояльні клієнти не лише повертаються, але й сприяють розвитку бізнесу через позитивні відгуки та рекомендації, що зміцнює конкурентоспроможність закладу. Таким чином, атмосфера є важливим чинником для забезпечення стабільного попиту та довгострокового успіху.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ АТМОСФЕРНОГО СЕРЕДОВИЩА У ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ

#### 2.1 Загальна характеристика кафе «47 Атмосфер» та його концепція

Кафе «47 Атмосфер» – це стильний і затишний заклад в центрі міста на вул. Чернишевського, який пропонує гостям атмосферу для відпочинку, роботи та зустрічей. Воно поєднує сучасний дизайн з елементами мінімалізму та теплими акцентами, створюючи комфортне середовище. Кожна зона кафе має унікальну атмосферу, що змінюється залежно від часу доби, музики або компанії. Назва «47 Атмосфер» відображає різноманіття емоцій, які можна відчувати під час перебування в закладі. Це місце, яке надихає на розслаблення та творчість, даючи можливість кожному знайти свою атмосферу.

Основною концепцією кафе «47 Атмосфер» є створення унікального простору, де сучасний дизайн, якісне обслуговування та здорове харчування органічно поєднуються, забезпечуючи неперевершений досвід для кожного відвідувача. Кожен елемент закладу, від інтер'єру до меню, ретельно продуманий для того, щоб створити атмосферу, яка відповідає різним настроям і моментам дня.

Місія кафе «47 Атмосфер» – створювати унікальний простір, де поєднуються комфорт, здорове харчування та змінювана атмосфера для кожного моменту дня та дарувати гостям емоційний досвід, де кожен візит стає особливим, а кожна деталь – від страв до обслуговування – відповідає їхнім потребам та настрою.

Цілі та завдання кафе «47 Атмосфер» представлено на рис. 2.1.

Слоган кафе: «47 Атмосфер» – твоя атмосфера для кожного моменту.

Основною перевагою закладу є його розділення на три незалежні зали, кожен з яких має унікальне наповнення та атмосферу, що відповідає різним смакам та потребам відвідувачів. Попри індивідуальність кожного залу, у всіх зберігається єдина концепція – створення затишного простору для якісного

дозвілля, що дозволяє гостям вибрати атмосферу, яка найкраще відповідає їх настрою та меті візиту.

Створення унікальної атмосфери	забезпечення комфортного простору для різних типів відвідувачів через змінювану атмосферу залежно від часу доби та настрою гостей.
Забезпечення якісного обслуговування	надання висококласного сервісу, що базується на індивідуальному підході до кожного відвідувача.
Пропаганда здорового харчування	включення в меню страв, що відповідають принципам здорового способу життя, з акцентом на органічні та локальні продукти.
Інновації в гастрономії	пропонування авторських страв і напоїв, які створюють нові смакові враження та підкреслюють унікальність закладу.
Підтримка культурних ініціатив	проведення регулярних культурних заходів (концертів, лекцій, майстер-класів), які сприяють розвитку креативності та створенню спільноти.
Розширення аудиторії	залучення різних груп відвідувачів, від молоді до сімей, за допомогою різноманітних акцій та пропозицій для кожної цільової групи.

Рисунок 2.1 – Цілі та завдання кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

Графік роботи кафе «47 Атмосфер» дозволяє відвідувачам насолоджуватися улюбленими стравами та напоями в комфортній атмосфері на протязі всього тижня. Час роботи кафе: кожного дня з 9:00 – 23:00 (кухня до 22:00).

Основними відвідувачами кафе є молоді люди віком від 18 до 35 років, а також сім'ї з дітьми (рис. 2.2). Частота відвідування гостей варіюється в залежності від часу доби, дня тижня та місяця (табл. 2.1). Пікові години для відвідування кафе припадають на обідній час з 12:00 до 14:00, коли кафе відвідує 40% клієнтів. Ранкові сніданки та зустрічі зберігають популярність з 8:00 до 11:00, складаючи 25% від усіх відвідувань. Вечірній час з 18:00 до 21:00 також залучає значну кількість людей (30%), в той час як пізні вечірні зустрічі між 21:00 та 23:00 складають лише 5%.

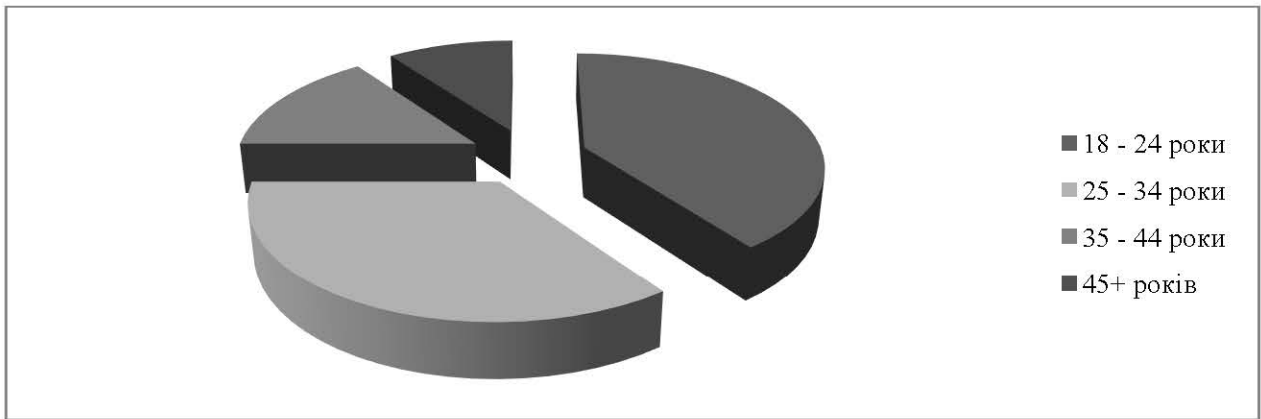


Рисунок 2.2 – Відвідувачі кафе «47 Атмосфер» у розрізі вікової категорії протягом 2024 року, %

Джерело: складено автором

Таблиця 2.1 – Частота відвідування кафе «47 Атмосфер»

Час / день тижня / місяць	Мета відвідування	Частка відвідувачів
за годинами		
8:00 – 11:00	Сніданки та ранкові зустрічі	25%
12:00 – 14:00	Піковий час для обідів, бізнес-зустрічі	40%
18:00 – 21:00	Вечеря та післяробочий час	30%
21:00 – 23:00	Вечірні зустрічі та тематичні заходи	5%
за тижнями		
Понеділок – середа	Дні з меншою активністю відвідувачів	20%
Четвер – п'ятниця	Збільшення відвідувань через корпоративи та зустрічі	50%
Субота – неділя	Пік відвідуваності, сім'ї та групи друзів	30%
за місяцями		
Січень – березень	Зниження відвідуваності через холоди та канікули	60% від середнього рівня
Квітень – червень	Збільшення відвідувань завдяки весняним святкам	120% від середнього рівня
Липень – серпень	Зменшення відвідуваності через відпустки	80% від середнього рівня
Вересень – грудень	Повернення до активного відвідування, святкові періоди	130% від середнього рівня

Джерело: складено автором

За тижнями, найбільша відвідуваність припадає на четвер і п'ятницю (50%), коли проводяться корпоративи та зустрічі.

Влітку спостерігається зниження відвідуваності через відпустки, а у святковий період з вересня по грудень, навпаки, спостерігається значне збільшення відвідувань, яке перевищує середній рівень на 30–40%.

Меню закладу розроблене з урахуванням різноманітних уподобань відвідувачів та часу доби та орієнтується на європейську кухню та зосереджене на здоровому харчуванні, з акцентом на органічні продукти та страви, що поєднують смак, користь і естетику. Від ранкових сніданків до вечірніх страв, воно пропонує широкий вибір, який задовольнить як тих, хто шукає швидкий перекус, так і тих, хто бажає насолодитися ситною їжею. Кожна страва підібрана так, щоб підходити для будь-якої пори дня та створювати неповторну атмосферу для гостей.

У кафе є зручності для відвідувачів, які дозволяють створити універсальне середовище, де кожен може знайти щось для себе, чи то для відпочинку, чи для роботи:

- безкоштовний Wi-Fi для роботи або навчання, що дозволяє залишатися на зв'язку або працювати навіть поза офісом;
- зарядні станції для мобільних пристроїв, щоб відвідувачі могли завжди підтримувати свої гаджети зарядженими під час відпочинку чи роботи;
- просторі зали для великих компаній та зручні місця для індивідуальних відвідувачів, що дозволяють комфортно проводити час у будь-якому форматі – від дружніх зустрічей до тихих обідів або вечерь;
- зручності для сімей з дітьми, такі як високі стільці та спеціальне дитяче меню, що забезпечує комфорт для батьків і дітей;
- підключення до сучасних систем для проведення презентацій, відеоконференцій або ділових зустрічей в спеціально обладнаному бізнес-залі, що робить кафе ідеальним місцем для професіоналів.

Кафе «47 Атмосфер» активно організовує різноманітні культурні події (майстер-класи, виставки, тематичні обіди та вечері тощо), що допомагають створити в кафе неповторну атмосферу, де кожен може знайти щось для себе – від музики до мистецтва та гастрономії. В табл. 2.2 наведено перелік найяскравіших подій, що відбулися в кафе «47 Атмосфер» протягом останнього року.



Таблиця 2.2 – Перелік заходів кафе «47 Атмосфер» протягом 2024 року

Назва заходу	Опис заходу	Місяць
Джазовий вечір з живою музикою	Створення незабутньої атмосфери для любителів джазу за допомогою живих виступів музикантів.	Січень
Святкування Дня Святого Валентина	романтична вечірка з спеціальним меню, музикою та атмосферою для закоханих пар.	Лютий
Культурна виставка «Життя в кольорах»	Виставка картин місцевих художників, що демонструє творчість у різних жанрах та стилях.	Березень
Вечір органічного вина з дегустацією	Дегустація органічного вина з можливістю зустрітися з виноробами та дізнатися більше про виробництво.	Квітень
Майстер-клас з приготування італійської паст	Навчання приготуванню традиційних італійських паст, що дозволяє освоїти кулінарні секрети цієї страви.	Травень
Майстер-клас з арт-терапії	Заняття арт-терапією для розслаблення та вираження себе через творчість.	Червень
Весілля	Організація святкових банкетів та вечерь для пар, що святкують важливі життєві моменти з індивідуальним підходом.	Липень
Святкування Нового року	Тематична вечірка з музикою, смачними стравами та святковою атмосферою для зустрічі Нового року.	Грудень
Різдвяне святкування	Спеціальні страви, подарунки та святковий настрій для святкування Різдва з близькими.	Грудень

Джерело: складено автором

В табл. 2.3 представлено фінансові показники закладу, які дозволяють оцінити ефективність роботи кафе та його економічне становище впродовж останніх років.

Таблиця 2.3 – Фінансові показники кафе «47 Атмосфер», тис грн

Показник	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Відхилення	
							+,-	%
Середній місячний дохід	125	100	120	110	150	160	35	6,67
Річний дохід	1500	1200	1440	1320	1800	1920	420	6,67
Чистий прибуток	150	100	120	130	200	233	83	16,67

Джерело: складено автором

За результатами розрахунків фінансових показників кафе «47 Атмосфер» за 2019 – 2024 роки спостерігається стабільне покращення показників у 2024 році порівняно з попереднім роком. Річний дохід зростає в середньому на 6.67%, досягнувши 1920000 грн. Чистий прибуток також зростає на

16.67%, що свідчить про підвищення ефективності роботи кафе. Витрати у 2024 році зросли на 4.67%, але темп зростання доходу перевищує витрати, що дозволяє кафе зберігати позитивну фінансову динаміку.

Для комунікації з відвідувачами кафе «47 Атмосфер» має сторінку в Instagram, де публікуються анонси заходів, новини про спеціальні пропозиції та актуальні акції. Це також зручний канал для зворотного зв'язку, де гості можуть залишати відгуки, задавати питання та отримувати оперативну інформацію про діяльність кафе. Активна взаємодія через Instagram допомагає підтримувати зв'язок з клієнтами та залучати нових гостей.

Отже, кафе «47 Атмосфер» є сучасним закладом, що пропонує гостям унікальний досвід завдяки комфортному дизайну, здоровому харчуванню та змінній атмосфері, яка відповідає різним настроям і моментам дня. Заклад спеціалізується на європейській кухні з акцентом на органічні продукти, пропонуючи різноманітні страви від сніданків до вечірніх меню. Важливою особливістю кафе є його розділення на три зони з різною атмосферою, що дозволяє відвідувачам вибирати ідеальне місце для зустрічей, роботи або відпочинку. Попри труднощі, спричинені пандемією COVID-19 і війною, кафе продовжує демонструвати позитивну фінансову динаміку, зокрема у 2024 році, коли річний дохід і чистий прибуток зросли на 6,67% і 16,67% відповідно. Важливими елементами є також культурні події та активна взаємодія з клієнтами через соціальні мережі, що сприяють утриманню та залученню нових відвідувачів.

## 2.2 Аналіз складових елементів атмосфери кафе

Атмосфера кафе є важливою складовою загального враження від закладу, адже саме вона впливає на емоційний стан відвідувачів і створює комфортне середовище для відпочинку чи роботи. Ключовими елементами атмосфери є освітлення, музика, оформлення інтер'єру, розташування столиків, запахи та форма подачі страв, які взаємодіють між собою, формуючи єдиний

гастрономічний досвід. Всі ці фактори мають важливе значення для популярності закладу в різні години доби.

У кафе «47 Атмосфер» освітлення відіграє особливу роль, адже воно допомагає створити відповідний настрій, який варіюється залежно від часу доби. Вранці використовують яскраве світло, щоб зарядити енергією для сніданків і ділових зустрічей, а ввечері переважає м'яке, приглушене освітлення, яке надає приміщенню затишку (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Освітлення залежно від часу доби та атмосфери

Час	Інтенсивність освітлення
8:00–11:00 (ранок)	освітлення яскраве, щоб створити енергійну атмосферу для сніданків та ранкових зустрічей
12:00–14:00 (обідній час)	освітлення середнє, комфортне для роботи та обіду
18:00–21:00 (вечірній час)	м'яке приглушене освітлення для створення затишної атмосфери на вечірні зустрічі
21:00–23:00 (пізній вечір)	інтенсивність освітлення зменшується ще більше, щоб підкреслити інтимність для пізніх зустрічей або тематичних заходів

Джерело: складено автором

Правильне зонування освітленням дозволяє створити комфортну атмосферу для різних моментів дня, адаптуючи інтер'єр під потреби відвідувачів. У кафе «47 Атмосфер» кожен зал має свої особливості, що потребують індивідуального підходу до освітлення.

У залі, що знаходиться на першому поверсі та призначений для сніданків і ранкових зустрічей, освітлення яскраве і енергійне. Природне світло через вікна забезпечує достатнє освітлення вдень, але в осінньо-зимовий період чи похмурі дні необхідне додаткове освітлення. Для цього використовуються теплі світлодіодні лампи (3000K), що встановлені на стелі або стінах, а також настільні лампи для акцентів.

Другий зал кафе «47 Атмосфер», який розташований на першому поверсі в глибині приміщення, не має природного освітлення. Тому для створення комфортної атмосфери використовуються світлодіодні лампи (4000K-5000K), які створюють чітке, яскраве освітлення, що підходить для обіду та роботи. Для

підсвітки окремих елементів інтер'єру застосовуються точкові світильники та настінні бра, що дозволяють створити акценти і зробити простір більш затишним.

Третій зал, розташований на другому поверсі, має вікна, що забезпечують природне освітлення протягом дня, а ввечері для створення атмосфери використовуються теплі світлодіодні лампи (3000К). Основне освітлення – це вінтажні люстри або підвісні світильники, які додають елегантності простору. Для підсвітки архітектурних елементів, таких як сходи, використовуються спеціальні акцентні світильники. Крім того, можна використовувати диммери для регулювання інтенсивності світла залежно від події.

Музика в кафе також адаптується до різних моментів дня. Вранці це спокійні джазові чи акустичні композиції, що налаштовують на продуктивний початок дня, а ввечері – більш м'які і інтимні стилі, такі як соул чи блюз, що додають атмосфері романтики. Однак важливо зазначити, що, незважаючи на індивідуальність музичного вибору для кожного залу, рівень гучності регулюється в залежності від часу доби та потоку відвідувачів. Вечірні зони можуть використовувати тихіші та більш інтимні мелодії, щоб не заглушити розмови, а в обідній час – більш нейтральні та динамічні композиції для підтримки працездатного фону.

Оформлення інтер'єру кафе «47 Атмосфер» створює затишну атмосферу, яка відповідає різним потребам відвідувачів, незалежно від часу доби. Кожен зал має свою унікальну атмосферу, що сприяє комфортному відпочинку, продуктивній роботі або приємним зустрічам. Використання натуральних матеріалів, стильних меблів, продуманих кольорових рішень і освітлення дозволяє створити гармонійний простір, де гості можуть відчувати себе на своєму місці. Завдяки цим елементам інтер'єр кафе «47 Атмосфер» підкреслює індивідуальність закладу, роблячи кожен момент перебування особливим.

Так, інтер'єр першого залу виконаний у світлих тонах, з використанням натуральних матеріалів, таких як дерево і камінь. Великі вікна дозволяють природному світлу наповнювати приміщення, створюючи атмосферу легкості та свіжості. Меблі в цьому залі – прості та елегантні, з м'якими сидіннями, що

забезпечують комфорт під час довгих розмов. Акценти в оформленні зроблені на зелених рослинах, які підкреслюють природність і легкість простору.

Так як другий зал знаходиться глибше в приміщенні і не має природного освітлення, то для цього залу вибрані більш насичені кольори і текстури, щоб компенсувати відсутність сонячного світла. Тут використано стильний інтер'єр з чорними і темно-сірими елементами, з поєднанням металу, скла та дерева. Меблі у цьому залі – сучасні, мінімалістичні, що дозволяє забезпечити достатньо місця для обідів та ділових зустрічей. Спеціальне акцентне освітлення допомагає створити більш інтимну атмосферу, доповнюючи загальний стиль.

В третьому залі зберігається ретро-стиль з елементами вінтажного дизайну, що підкреслюється старовинними меблями, вишуканими тканинами та декоративними деталями, такими як ковані люстри або великий барний стіл з дерева. Великі вікна дозволяють природному світлу заповнювати зал, додаючи тепла та енергії. Вибір кольорів у цьому залі варіюється від теплих відтінків дерева до м'яких пастельних кольорів стін. Вінтажна сходи з металевими елементами, що веде до цього залу, також є частиною загальної концепції, що додає атмосферності та індивідуальності цьому простору.

Таблиця 2.5 – Розташування столиків у кафе «47 Атмосфер»

Зал	Місце розташування столиків	Кількість столиків	Тип столиків	Призначення
Перший зал	біля вікна та стін	4	для 2 осіб	Столики для невеликих компаній або пар, хороше природне освітлення.
	по центру	2	для 4 осіб	Для зустрічей або спільних обідів, досить простору для чотирьох.
Другий зал	під стінкою	2	для 2 осіб	Інтимні місця для двох гостей, більше приватності.
	під стінкою	2	для 4 осіб	Простір для зустрічей або спільних обідів.
Третій зал	біля вікна	4	для 2 осіб	Природне світло, комфортні місця для двох, затишна атмосфера.
	під стіною	4	для 2 осіб	Тиха зона для індивідуальних відпочинків або розмов.
	по центру	4	для 4 осіб	Великі столики для групових зустрічей.

Джерело: складено автором

У кафе «47 Атмосфер» розташування столиків організовано таким чином, щоб задовольнити потреби різних груп відвідувачів. Простір поділений на три зали, кожен з яких має своє унікальне оформлення та атмосферу. У табл. 2.5 відображено розташування столиків у кожному з них.

Запахи є одним з найпотужніших елементів атмосферного досвіду, які можуть змінюватись протягом дня, підкреслюючи атмосферу кожного моменту. Вранці аромат свіжозвареної кави наповнює простір, налаштовуючи на енергійний і приємний початок дня, в обідній час та ввечері легкий запах спецій створює атмосферу тепла та затишку, підкреслюючи смачність страв без перевантаження повітря. Легкий запах спецій сприяє підсиленню загальної концепції здорового харчування та якості продуктів. Щоб забезпечити комфорт і зберегти чистоту атмосфери, в кафе встановлені потужні витяжки, які ефективно відводять запахи приготування їжі, не дозволяючи їм поширюватися на зали. Вони оснащені спеціальними фільтрами для запахів або використовуються додаткові системи вентиляції, які дозволяють ще ефективніше підтримувати чистоту повітря без перенасичення запахами приготування їжі.

Форма подачі страв у кафе «47 Атмосфер» є важливою складовою атмосферного досвіду, оскільки вона підкреслює концепцію здорового харчування та доповнює атмосферу закладу. Кожна деталь – від посуду до способу подачі – сприяє створенню унікального досвіду для гостей, поєднуючи смак, стиль і атмосферу затишку.

У табл. 2.6 представлено концептуальні напрямки в оформленні страв, які впливають на атмосферу закладу, стиль інтер'єру та сприйняття страв. Мінімалістичний підхід, прозорі елементи та елегантна подача напоїв підкреслюють натуральність, легкість і свіжість, сприяючи загальному гастрономічному досвіду.

Таблиця 2.6 – Концептуальні напрямки в оформленні та подачі страв

Вплив на атмосферу	Вплив на сприйняття страв	Приклад подачі
Сучасний мінімалізм		
Створює чисту, спокійну атмосферу з акцентом на страві та її інгредієнтах. Мінімум деталей для чіткого виокремлення кожного елемента.	Нейтральні кольори (білий, сірий, пастельні) підкреслюють естетичність страви, акцентують на натуральності інгредієнтів, підкреслюючи свіжість і чистоту смаків.	Страви на нейтральних тарілках (наприклад, салат на білому фоні, що підкреслює кольори зелені та овочів).
Скляні та прозорі елементи		
Додає легкості та елегантності, підсилюючи «повітряність» і дозволяючи насолоджуватись виглядом страв до їх споживання. Підвищує інтерактивність процесу.	Прозорі посудини підкреслюють легкість і чистоту страви, що важливо для десертів та салатів. Це створює відчуття здорової їжі.	Десерти в скляних банках або чашках, щоб відвідувачі могли спостерігати за шарами інгредієнтів (фрукти, йогурт, горіхи, шоколад).
Подача напоїв		
Напої в стильних посудинах додають елегантності, підкреслюючи завершеність гастрономічного досвіду. Подача може бути як розкішною, так і простою.	Спеціальні посудини підкреслюють унікальність напою. Скляні пляшки створюють атмосферу свіжості, а керамічні чашки додають затишку.	Фреші в прозорих пляшках з фруктовими декораціями (м'ята, цитрусові), гарячі напої в керамічних чашках з декоративними елементами (візерунки, гравірування).

Джерело: складено автором

Дослідивши елементи атмосфери кафе «47 Атмосфер», можна дійти висновку, що вона ретельно продумана та дозволяє створити комфортне середовище для відвідувачів. Проте для досягнення максимального комфорту важливо врахувати не лише позитивні аспекти, а й можливі недоліки.

#### 1. Розміщення столиків:

- обмежений простір для великих груп: більшість столиків призначені для двох або чотирьох осіб, що створює дефіцит місця для великих компаній;
- обмежена гнучкість у перестановці столиків для організації великих заходів чи корпоративних вечірок;
- столики біля вікон можуть створювати дискомфорт через надмірне освітлення в літні місяці або відволікання від зовнішніх факторів.

#### 2. Зручність для різних категорій клієнтів:



- відсутність інклюзивних рішень для клієнтів з обмеженими фізичними можливостями (відсутність пандусів, спеціальних місць для інвалідних візків);

- недоступність певних ділянок кафе для відвідувачів з дитячими візочками через вузькі проходи або нерівні підлоги.

Оптимізація окреслених елементів дозволить ще більше покращити досвід відвідувачів і зробити атмосферу кафе більш привабливою та комфортною.

Таким чином, атмосфера кафе «47 Атмосфер» ретельно продумана, з урахуванням різних аспектів, що сприяють створенню комфортного середовища для відвідувачів. Освітлення, музика, інтер'єр, запахи та подача страв формують гармонійну атмосферу, яка адаптується до різних моментів дня. Однак, є кілька недоліків, які можуть вплинути на комфортність відвідувачів. Зокрема, обмежений простір для великих груп і необхідність більшої гнучкості у розміщенні столиків для великих заходів. Також відсутність інклюзивних рішень для клієнтів з обмеженими фізичними можливостями і проблеми з доступністю деяких ділянок кафе для людей з дитячими візочками можуть обмежувати комфорт для певних категорій клієнтів. Оптимізація цих елементів підвищить загальний комфорт і привабливість закладу.

### 2.3 Дослідження сприйняття атмосфери закладу харчування через відгуки відвідувачів

Проведемо дослідження атмосфери кафе «47 Атмосфер» на основі спостережень і відгуків відвідувачів, зібраних за допомогою анкетування. Це дозволить отримати детальні та об'єктивні дані про їхні враження від атмосфери закладу, включаючи оцінку освітлення, музичного супроводу, інтер'єру, аромату та подачі страв. Результати дослідження допоможуть визначити сильні сторони кафе та можливі напрями для покращення, що сприятиме підвищенню комфорту та задоволеності гостей.

Анкетування відвідувачів кафе «47 Атмосфер» (додаток А) проводилося під час переддипломної практики у травні. Дослідження дозволило отримати об'єктивну та різнопланову оцінку атмосфери закладу.

Метою анкетування було оцінити вплив атмосфери кафе (освітлення, музика, інтер'єр, запахи, подача страв) на комфорт і задоволеність відвідувачів, а також зібрати відгуки для його вдосконалення.

Цілі анкетування:

- оцінка загального враження від атмосфери кафе – визначити, наскільки комфортним є заклад для відвідувачів;
- аналіз окремих елементів атмосфери – дослідити сприйняття освітлення, музики, інтер'єру, запахів та подачі страв;
- виявлення факторів, що впливають на бажання повернутися – зрозуміти, які аспекти атмосфери найбільше впливають на лояльність клієнтів;
- дослідження маркетингових аспектів – з'ясувати, як відвідувачі дізнаються про кафе та як часто його відвідують;
- визначення цільової аудиторії – отримати інформацію про вік, стать і сферу діяльності гостей кафе;
- збір пропозицій щодо покращення – отримати відгуки та ідеї щодо можливих змін для підвищення комфорту та задоволеності клієнтів.

Результати проведеного анкетування представлено в додатку Б. В опитування прийняло участь 75 респондентів у вікових категоріях 18 – 24 роки (33,33%) та 25 – 34 роки (20%), з переважанням чоловічої статі (53,33%). Найбільше респондентів зазначили, що вони є студентами (26,67%), а також працівниками сфери обслуговування (20%). Таке поєднання може свідчити про те, що цільова аудиторія складається з молодих людей та осіб, які активно працюють або навчаються, а також мають більше часу для відвідування кафе.

Переважає більшість респондентів відвідує кафе в день (33,33%), 26,67% увечері та 20% вранці. Це свідчить про те, що більшість відвідувань припадає на денний час, що може вказувати на популярність кафе для сніданків або

обідів. Однак кафе також привертає відвідувачів і ввечері. 15 осіб (20%) зазначили, що відвідують кафе протягом усього дня, що може свідчити про гнучкий графік роботи кафе або його популярність у будь-який час доби.

Найбільша частка респондентів (40%) відвідує кафе раз на тиждень і частіше, що показує, що кафе користується стабільним попитом серед своїх клієнтів. 26,67% респондентів відвідують кафе раз на місяць, а 20% — раз на кілька місяців, що вказує на певну лояльність до закладу, але також можливі потенційні можливості для залучення нових відвідувачів. 13,33% респондентів відвідали кафе вперше, що є свідченням того, що кафе приваблює нових клієнтів.

Найбільше респондентів дізналися про кафе через друзів або родичів (33,33%), що підтверджує ефективність рекомендаційного маркетингу. Соціальні мережі, а саме Instagram, також є важливим джерелом інформації для 26,67% респондентів, що підтверджує ефективність онлайн-присутності кафе. Реклама в інтернеті (13,33%) та відгуки в Google (13,33%) є значущими, але менш популярними джерелами інформації, що може свідчити про необхідність додаткових зусиль у цьому напрямку. 5 респондентів (6,67%) зазначили, що дізналися про кафе випадково, що вказує на важливість видимості кафе для пішоходів та перехожих.

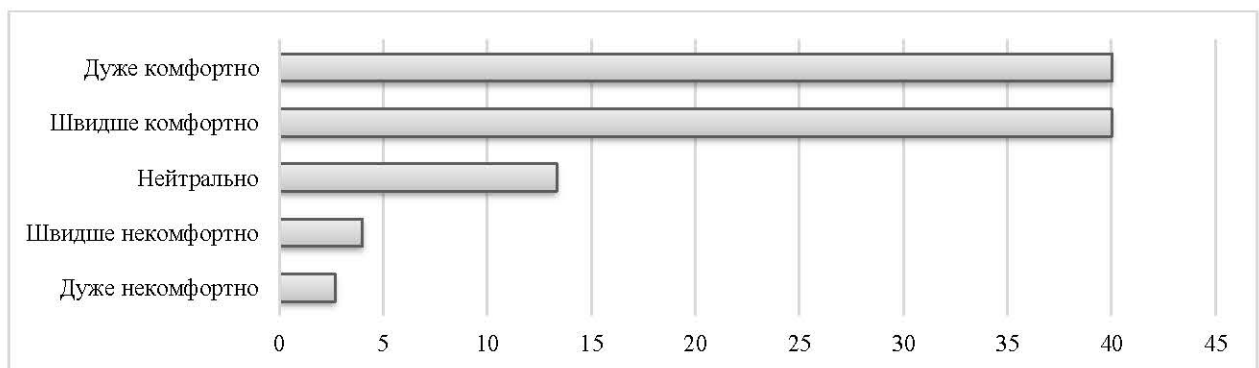


Рисунок 2.3 – Загальний комфорт перебування в кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

Розглядаючи відповіді стосовно загального враження від атмосфери кафе «47 Атмосфер», можна відмітити, що більшість респондентів (80%) оцінили

комфорт перебування в кафе як «швидше комфортно» або «дуже комфортно» (40% і 40% відповідно) і лише 2,67% респондентів відчули себе дуже некомфортно, що є дуже низьким показником (рис. 2.3).

Для 82,67% респондентів атмосфера кафе позитивно впливає на бажання повернутися для: 40% респондентів зазначили, що атмосферу оцінюють дуже позитивно, ще 40% – скоріше позитивно і лише 4% вказали, що атмосфера кафе впливає на них негативно (рис. 2.4).

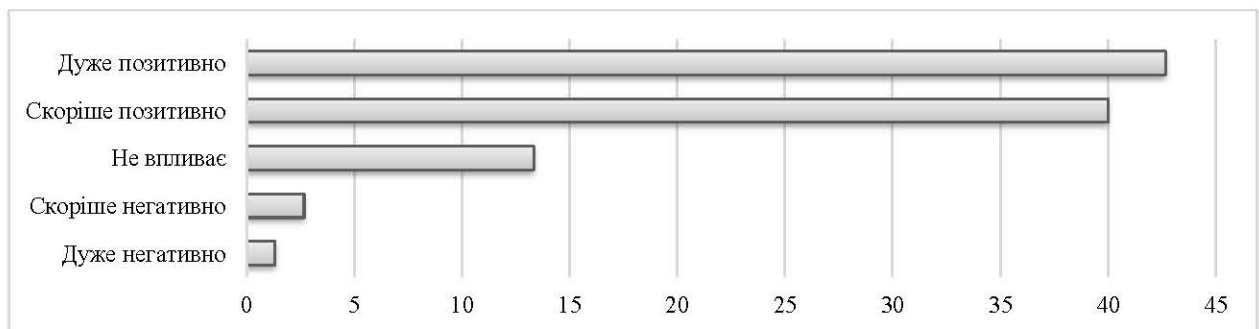


Рисунок 2.3 – Вплив атмосфери кафе на бажання повернутися

Джерело: складено автором

66,67% респондентів готові рекомендувати кафе знайомим, що є відмінним показником для закладу. Тільки 6,67% респондентів не рекомендували б кафе.

Розподіл оцінок за 5-бальною шкалою для кожного елемента атмосфери кафе «47 Атмосфер» за результатами анкетування представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Розподіл оцінок за 5-бальною шкалою для кожного елемента атмосфери кафе, %\*

Елемент атмосфери	1	2	3	4	5
Освітлення	2,67	4,0	13,33	40,0	40,0
Музика та звуковий фон	34,0	5,33	13,33	33,33	44,0
Інтер'єр (дизайн, меблі, колірна гама)	2,67	4,0	13,33	37,33	42,67
Аромати в закладі	5,33	4,0	9,33	40,0	41,33
Подача страв (вигляд, оформлення)	2,67	4,0	16,0	40,0	37,33

\*1 – зовсім не подобається, 5 – дуже подобається

Джерело: складено автором

За інформацією табл. 2.7 можна зробити наступний висновок.

1. Більшість респондентів оцінили освітлення кафе позитивно, зокрема 40% поставили найвищу оцінку «5», а 40% – оцінку «4». Лише 2,67% респондентів висловили незадоволеність цим елементом.

2. Музика та звуковий фон – це один із найбільш позитивно оцінених елементів, де 44% поставили оцінку «5», а 33,33% оцінку «4». Однак є 4% респондентів, які залишилися незадоволені музичним супроводом.

3. Оцінка інтер'єру також є в основному позитивною, з 42,67% респондентів, які поставили найвищу оцінку «5». Лише 2,67% оцінили інтер'єр негативно.

4. Позитивну оцінку аромати отримали в 41,33% випадків. Тільки 5,33% респондентів зазначили незадоволеність цим елементом.

5. Подача страв отримала найменшу кількість найвищих оцінок (37,33% поставили «5»), але все ж таки значна частина відвідувачів залишилася задоволена. Оцінка «1» та «2» для цього елемента – 6,67%.

На питання «Що найбільше сподобалося в атмосфері кафе?» відкриті відповіді містили наступні позитивні коментарі:

- багато респондентів відзначають стильний дизайн, комфортні меблі та загальний вигляд кафе;
- більшість відзначає, що музика створює приємну атмосферу для розслаблення;
- кілька відвідувачів підкреслюють приємний аромат кави та свіжої випічки, що додає затишку;
- деякі респонденти відзначили чистоту в закладі як важливий позитивний фактор.

На питання «Що, на вашу думку, слід покращити?» відповіді містили рекомендації щодо:

- освітлення: деякі респонденти вказують на потребу в м'якшому освітленні, щоб створити більш затишну атмосферу;

- рівень музики: кілька респондентів зазначили, що музика інколи занадто гучна або недостатньо підходить до настрою;
- дизайн інтер'єру: пошук кращих варіантів меблів чи декору для створення ще більш комфортної атмосфери;
- обслуговування: декілька респондентів вказали на час очікування замовлення або бажання більш швидкого обслуговування.

Розподіл оцінок респондентів за атмосферу у кафе «47 Атмосфер» за 10-бальною шкалою представлено на рис. 2.4. Загальний аналіз відповідей свідчить, що більшість респондентів позитивно оцінюють атмосферу закладу – понад 60% поставили оцінку вище 7 балів, що вказує на високий рівень задоволеності відвідувачів. Це свідчить про те, що кафе створює приємну та комфортну атмосферу, яка відповідає очікуванням більшості гостей.

Водночас, аналіз відповідей вказує на певні аспекти, які можна вдосконалити для ще більшого покращення сприйняття кафе. Деякі респонденти зазначили, що хотіли б бачити зміни у рівні музики, освітленні та дизайні інтер'єру. Оптимізація цих елементів може сприяти створенню ще більш комфортної та затишної атмосфери, що, у свою чергу, підвищить лояльність постійних клієнтів та привабить нових відвідувачів.

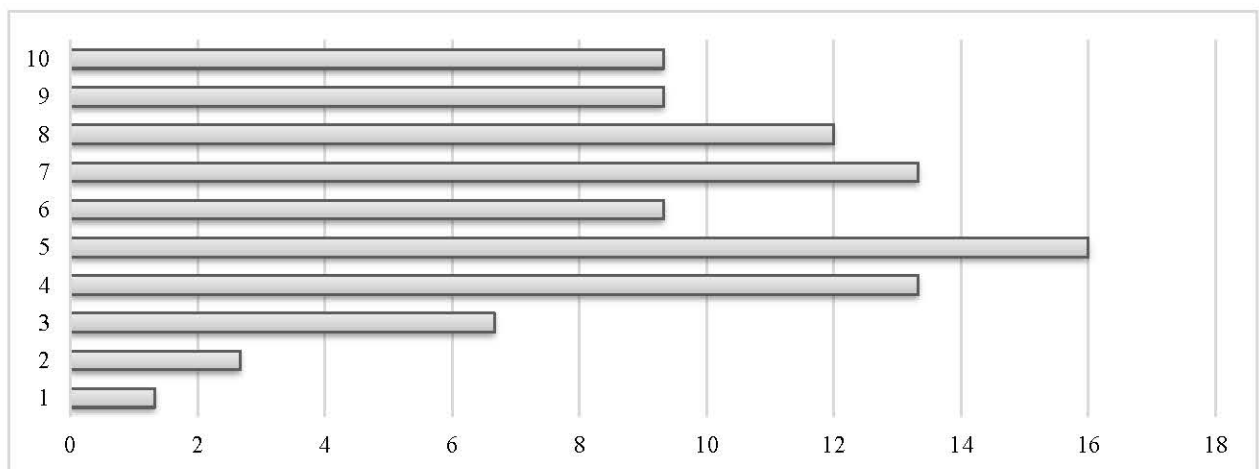


Рисунок 2.4 – Розподіл оцінок респондентів за атмосферу у кафе «47 Атмосфер» за 10-бальною шкалою, %

Джерело: складено автором



Отже, дослідження атмосфери кафе «47 Атмосфер» показало, що більшість респондентів (понад 60%) позитивно оцінюють заклад, ставлячи оцінку вище 7 балів за 10-бальною шкалою. Основними перевагами були відзначені стильний інтер'єр, комфортні меблі, приємний музичний супровід, аромати кави та загальна чистота приміщення. Водночас, деякі респонденти вказали на необхідність покращення освітлення, рівня гучності музики та певних елементів дизайну інтер'єру. Також окремі відвідувачі висловили побажання щодо оптимізації обслуговування, зокрема зменшення часу очікування замовлення. Загалом, кафе отримало позитивні відгуки, а врахування зауважень клієнтів може сприяти подальшому підвищенню рівня задоволеності та лояльності гостей.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

За результатами другого розділу отримано наступні висновки.

1. Виявлено, що кафе «47 Атмосфер» є сучасним закладом, що пропонує гостям унікальний досвід завдяки комфортному дизайну, здоровому харчуванню та змінній атмосфері, яка відповідає різним настроям і моментам дня. Заклад спеціалізується на європейській кухні з акцентом на органічні продукти, пропонуючи різноманітні страви від сніданків до вечірніх меню. Важливою особливістю кафе є його розділення на три зони з різною атмосферою, що дозволяє відвідувачам вибирати ідеальне місце для зустрічей, роботи або відпочинку. Попри труднощі, спричинені пандемією COVID-19 і війною, кафе продовжує демонструвати позитивну фінансову динаміку, зокрема у 2024 році, коли річний дохід і чистий прибуток зросли на 6,67% і 16,67% відповідно. Важливими елементами є також культурні події та активна взаємодія з клієнтами через соціальні мережі, що сприяють утриманню та залученню нових відвідувачів.

2. Отримані результати свідчать про те, що атмосфера кафе «47 Атмосфер» ретельно продумана, з урахуванням різних аспектів, що сприяють створенню комфортного середовища для відвідувачів. Освітлення, музика,

інтер'єр, запахи та подача страв формують гармонійну атмосферу, яка адаптується до різних моментів дня. Однак, є кілька недоліків, які можуть вплинути на комфортність відвідувачів. Зокрема, обмежений простір для великих груп і необхідність більшої гнучкості у розміщенні столиків для великих заходів. Також відсутність інклюзивних рішень для клієнтів з обмеженими фізичними можливостями і проблеми з доступністю деяких ділянок кафе для людей з дитячими візочками можуть обмежувати комфорт для певних категорій клієнтів. Оптимізація цих елементів підвищить загальний комфорт і привабливість закладу.

3. Дослідження атмосфери кафе «47 Атмосфер» показало, що більшість респондентів (понад 60%) позитивно оцінюють заклад, ставлячи оцінку вище 7 балів за 10-бальною шкалою. Основними перевагами були відзначені стильний інтер'єр, комфортні меблі, приємний музичний супровід, аромати кави та загальна чистота приміщення. Водночас, деякі респонденти вказали на необхідність покращення освітлення, рівня гучності музики та певних елементів дизайну інтер'єру. Також окремі відвідувачі висловили побажання щодо оптимізації обслуговування, зокрема зменшення часу очікування замовлення. Загалом, кафе отримало позитивні відгуки, а врахування зауважень клієнтів може сприяти подальшому підвищенню рівня задоволеності та лояльності гостей.

## РОЗДІЛ 3

## НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АТМОСФЕРИ У ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ

## 3.1 Стратегії покращення атмосфери кафе «47 Атмосфер»

Перед тим, як розглянути конкретні стратегії для покращення атмосфери кафе «47 Атмосфер», важливо проаналізувати сильні та слабкі сторони, а також можливості й загрози, які визначають поточний стан закладу. Це дозволяє зрозуміти, які аспекти потребують покращення, а які можуть бути використані як основа для подальшого розвитку. SWOT-аналіз допомагає виявити ключові фактори, що впливають на атмосферу кафе, а також можливі шляхи оптимізації для забезпечення комфортного та привабливого середовища для відвідувачів.

На основі отриманих даних про складові атмосфери закладу та результатів відгуків відвідувачів в табл. 3.1 представлено SWOT-аналіз атмосфери кафе, який дозволив детально виділити основні сильні та слабкі сторони атмосфери кафе, а також визначити можливості для подальшого розвитку та загрози, які можуть негативно вплинути на атмосферу закладу.

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз щодо атмосфери у кафе «47 Атмосфер»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<p>Унікальна концепція з трьома незалежними залами, кожен з яких має свою атмосферу, що дозволяє задовольнити різні вподобання відвідувачів.</p> <p>Високий рівень обслуговування, комфортні зручності (Wi-Fi, зарядні станції, бізнес-зал), що створюють приємне середовище для відпочинку та роботи.</p> <p>Організація культурних заходів, таких як майстер-класи, дегустації та тематичні вечори, що підвищують лояльність клієнтів і створюють атмосферу залучення.</p> <p>Відповідність атмосфери здоровому харчуванню, що підсилює загальний досвід відвідувачів і підтримує здоровий стиль життя.</p> <p>Стабільне фінансове зростання, що дозволяє інвестувати у покращення атмосфери закладу.</p>	<p>Обмежена кількість місць для великих компаній, що може обмежити різноманітність відвідувачів і негативно вплинути на атмосферу для груп.</p> <p>Недостатня гнучкість у перестановці столів, що ускладнює адаптацію простору до потреб різних типів заходів або змін у кількості гостей.</p> <p>Відсутність повноцінних інклюзивних рішень (наприклад, пандуси та спеціальні місця для осіб з обмеженими можливостями), що може обмежити доступність атмосфери для всіх відвідувачів.</p> <p>Сезонні коливання в відвідуваності, особливо спад у літні місяці, коли відвідувачі можуть бути менш активними через відпустки або зовнішні фактори.</p> <p>Час очікування замовлень може бути довшим, що впливає на комфорт та атмосферу закладу.</p>

Продовження табл. 3.1

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<p>Розширення літньої тераси для створення додаткових комфортних умов та зменшення впливу сезонних коливань на атмосферу.</p> <p>Вдосконалення освітлення та акустики для покращення комфорту і створення більш приємної атмосфери для гостей.</p> <p>Підвищення інклюзивності через створення спеціальних умов для всіх відвідувачів, зокрема для людей з обмеженими можливостями.</p> <p>Розвиток корпоративного напрямку, що дозволить організовувати заходи для бізнес-клієнтів, адаптуючи атмосферу під потреби професійних зустрічей.</p> <p>Збільшення активності в соцмережах для підтримки та розвитку бренду атмосфери закладу через конкурси, акції та взаємодію з аудиторією.</p>	<p>Зростаюча конкуренція в сегменті кафе та ресторанів, що може вплинути на унікальність атмосфери та привабливість кафе для відвідувачів.</p> <p>Зміна споживчих уподобань на користь доставки їжі або швидкого харчування, що може знизити відвідуваність кафе та вплинути на атмосферу закладу.</p> <p>Вплив сезонних коливань на відвідуваність, що може змусити кафе адаптувати атмосферу до змін у кількості гостей, змінюючи концепції або пропозиції.</p> <p>Інфляція та зростання витрат на ресурси, які можуть негативно вплинути на можливість підтримувати атмосферу на високому рівні.</p> <p>Можливі зміни в законодавстві, що можуть ввести нові вимоги до безпеки чи інклюзивності, що потребуватиме адаптації атмосфери закладу.</p>

Джерело: складено автором

Заклад має кілька сильних сторін, які позитивно впливають на його атмосферу. Унікальна концепція з трьома залами різної атмосфери дозволяє задовольняти різні вподобання відвідувачів, а високий рівень обслуговування та комфортні умови (Wi-Fi, зарядні станції, бізнес-зал) створюють приємну атмосферу для відпочинку та роботи. Крім того, організація культурних заходів підвищує лояльність клієнтів та створює особливу атмосферу залучення.

Однак існують і деякі слабкі сторони, такі як обмежена кількість місць для великих компаній, відсутність інклюзивних рішень та сезонні коливання в відвідуваності, що можуть впливати на стабільність атмосфери закладу.

Завдяки можливостям, які відкриваються через розширення літньої тераси, вдосконалення освітлення та акустики, а також розвиток корпоративного напрямку, кафе може покращити атмосферу для різних груп відвідувачів. Проте заклад має стикатися із загрозами, такими як зростаюча конкуренція та зміна споживчих уподобань на користь доставки їжі чи швидкого харчування. Для підтримки атмосфери на високому рівні важливо активно адаптуватися до цих змін і забезпечувати комфорт для всіх

відвідувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями, що в свою чергу дозволить закладу утримати свою конкурентоспроможність.

Розглянувши сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, можна зробити висновок, що для підтримки конкурентоспроможності та забезпечення сталого зростання необхідно впроваджувати відповідні стратегії, що дозволить максимально ефективно використовувати наявні сильні сторони та мінімізувати існуючі слабкості.

Стратегії, спрямовані на посилення унікальної концепції, організацію культурних заходів, розвиток онлайн-присутності та інклюзивність, допоможуть підвищити лояльність клієнтів і створити комфортні умови для різних категорій відвідувачів. Стратегія використання сильних сторін представлена на рис. 3.1.

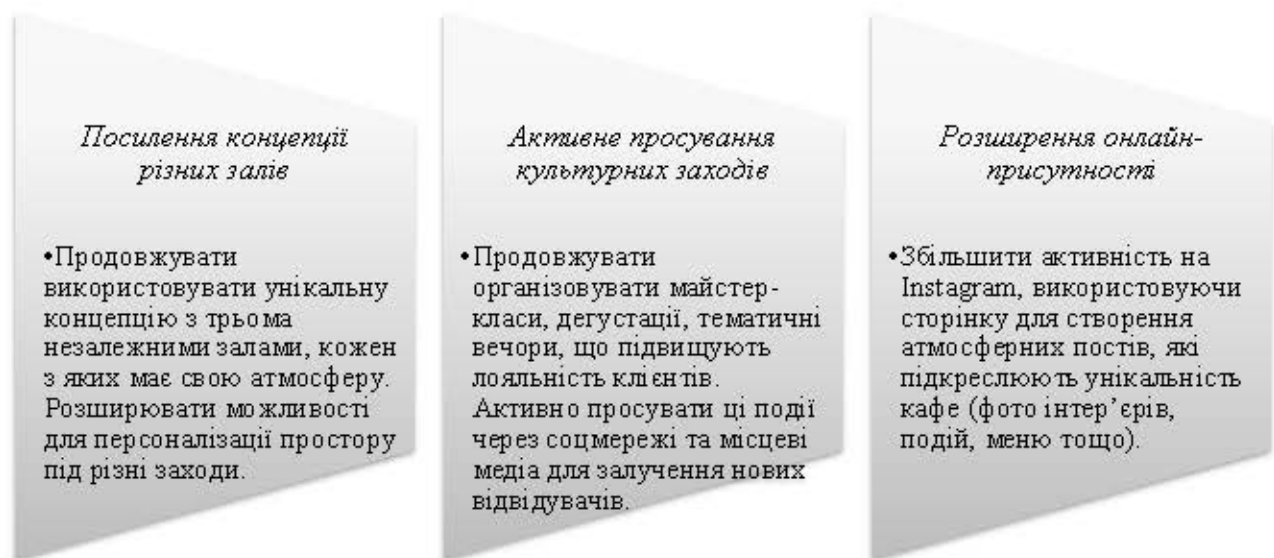


Рисунок 3.1 – Стратегія використання сильних сторін кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

Важливим напрямком є вдосконалення простору та оптимізація обслуговування для зменшення часу очікування, а також розширення можливостей для організації бізнес-зустрічей та культурних подій. Впровадження цих стратегій сприятиме підтримці позитивного іміджу закладу, залученню нових клієнтів і підвищенню рівня задоволеності існуючих. На рис.

3.2 представлено стратегію використання слабких сторін кафе «47 Атмосфер» , а на рис. 3.3 стратегія використання можливостей.

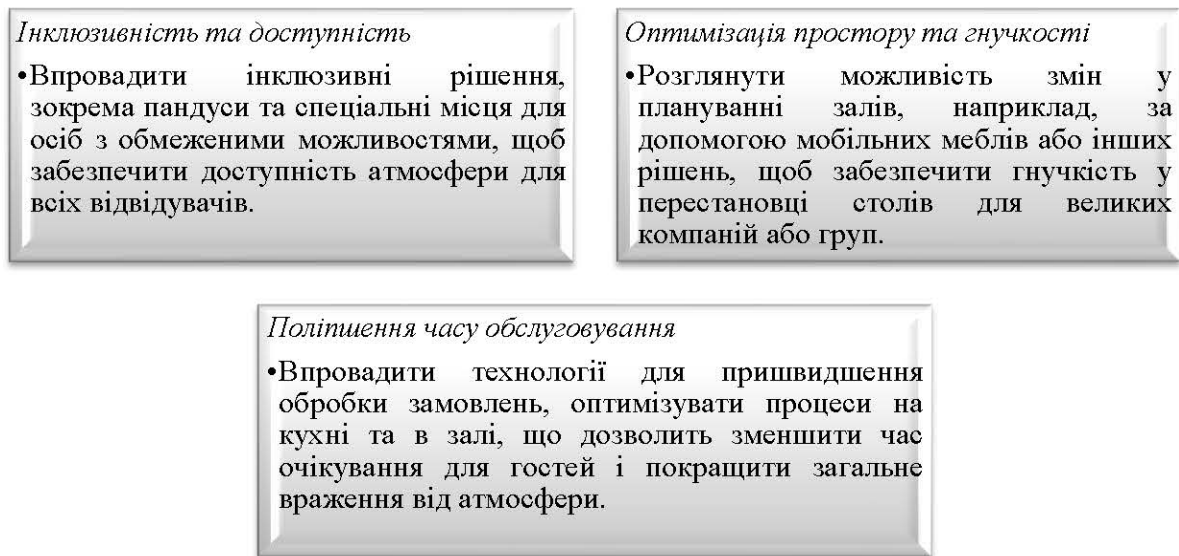


Рисунок 3.2 – Стратегія використання слабких сторін кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

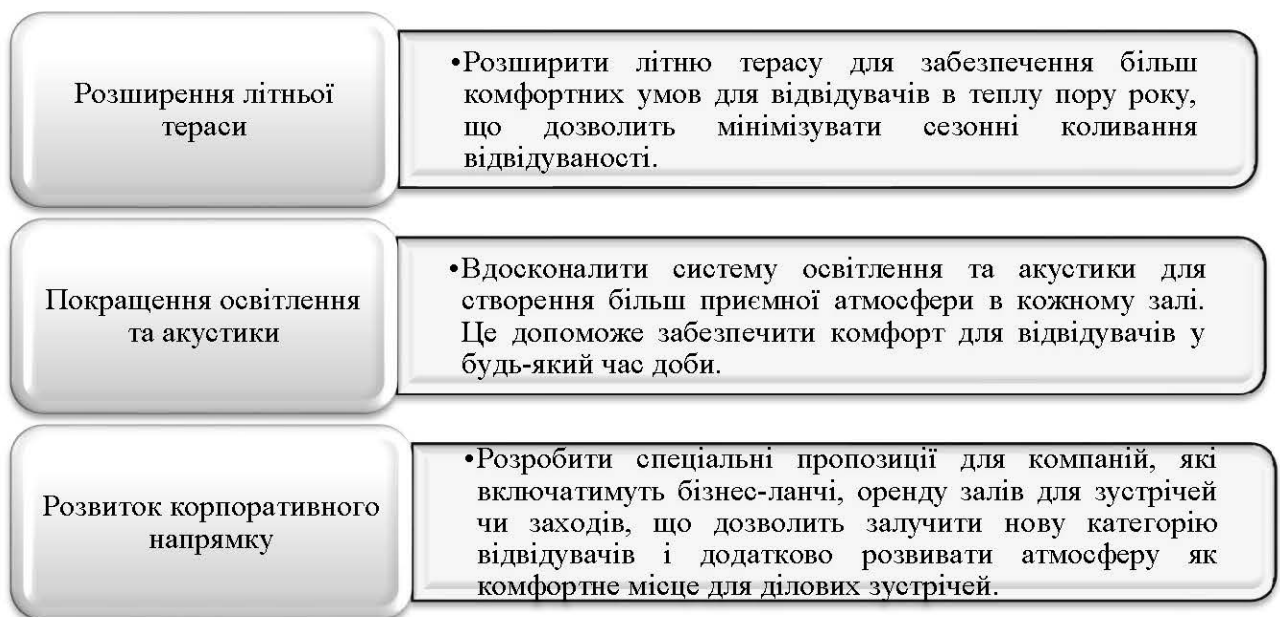


Рисунок 3.3 – Стратегія використання можливостей кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

На рис. 3.4 представлено стратегію використання загроз кафе «47 Атмосфер».





Рисунок 3.4 – Стратегія використання загроз кафе «47 Атмосфер»

Джерело: складено автором

Впровадження розглянутих стратегій дозволить не лише підвищити рівень обслуговування, а й створити більш комфортні умови для відвідувачів, що сприятиме залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності існуючих.

Отже, для сталого розвитку та конкурентоспроможності закладу необхідно впроваджувати стратегії, які максимально використовують сильні сторони, зокрема унікальну концепцію, високу якість обслуговування та культурні заходи, а також мінімізують слабкості, такі як обмежена кількість місць для великих компаній та відсутність інклюзивних рішень. Стратегічний розвиток можливостей, зокрема розширення літньої тераси та вдосконалення освітлення і акустики, дозволить покращити комфорт для відвідувачів. Водночас важливо адаптувати атмосферу до зростаючої конкуренції та змін у споживчих уподобаннях. Впровадження цих стратегій підвищить рівень обслуговування, створить комфортні умови для відвідувачів і сприятиме залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності існуючих, забезпечуючи стабільне зростання.

### 3.2 Напрями вдосконалення атмосфери кафе та оцінка економічної ефективності

Враховуючи визначені стратегії для покращення атмосфери кафе «47 Атмосфер», окреслимо основні напрями вдосконалення. У табл. 3.2 наведено детальний опис кожного недоліку та запропоновані заходи для їх усунення.

Таблиця 3.2 – Недоліки атмосфери кафе «47 Атмосфер» та шляхи їх усунення

Недолік	Шляхи усунення	Очікуваний ефект
Обмежена кількість місць для великих компаній	Розглянути можливість перепланування приміщення або використання мобільних меблів для адаптації простору до потреб великих груп.	Збільшення відвідуваності великих компаній, що дозволить залучити більше клієнтів для проведення корпоративних заходів, підвищення доходів.
Відсутність інклюзивних рішень для осіб з обмеженими можливостями	Встановлення пандусів, спеціальних місць для людей з обмеженими можливостями, а також забезпечення доступу до туалетів для осіб з інвалідністю.	Розширення клієнтської бази за рахунок людей з обмеженими можливостями, підвищення лояльності клієнтів та соціальна відповідальність закладу. Збільшення відвідуваності.
Недосконала акустика або вибір музичного супроводу	Вдосконалення акустики в залах і створення плейлистів, що відповідатимуть атмосфері різних зон кафе (спокійна музика для робочих зон, енергійні треки для зон відпочинку).	Поліпшення атмосфери кафе, що збільшить лояльність клієнтів, зменшить час перебування клієнтів без замовлення, можливе підвищення середнього чеку.
Сезонні коливання відвідуваності	Розширення літньої тераси та організація спеціальних акцій і заходів для підтримки відвідуваності в низький сезон.	Зменшення впливу сезонних коливань, підтримка стабільної відвідуваності та доходу протягом року, збільшення відвідуваності в низький сезон.
Обмежена гнучкість у перестановці столів	Використання мобільних меблів та можливість швидкої адаптації простору для різних типів заходів і кількості гостей.	Підвищення гнучкості для проведення різних заходів (бенкетів, корпоративів), що дозволить збільшити доходи від подібних подій.
Час очікування замовлень	Впровадження технологій для пришвидшення обробки замовлень і оптимізація процесів на кухні для зменшення часу очікування.	Підвищення швидкості обслуговування, що зменшить відтік клієнтів через тривале очікування, можливе збільшення кількості обслуговуваних клієнтів.

Джерело: складено автором

Кожен з запропонованих заходів сприятиме як покращенню атмосфери кафе, так і підвищенню його економічної ефективності. У результаті, завдяки

покращенню інклюзивності, адаптації простору та зменшенню часу очікування, кафе зможе залучити нових клієнтів, збільшити кількість відвідувань і підвищити рівень лояльності постійних клієнтів.

Для забезпечення успішної реалізації заходів з вдосконалення атмосфери кафе «47 Атмосфер», важливо правильно оцінити витрати, пов'язані з кожним із них. В додатку В представлено калькуляцію витрат на покращення атмосфери кафе, що охоплює різні аспекти, від перепланування простору до покращення музичного супроводу та інклюзивності.

Отже, загальна сума витрат на вдосконалення атмосфери кафе: 192000 грн (одноразово) + 1000 грн/місяць (музичний супровід). Ці витрати дозволять кафе «47 Атмосфер» значно покращити атмосферу та зробити його більш привабливим для клієнтів, що в свою чергу сприятиме залученню нових відвідувачів та підвищенню лояльності існуючих.

Для того, щоб оцінити економічний ефект від заходів щодо вдосконалення атмосфери, можна розрахувати, як ці зміни вплинуть на збільшення доходів та зниження витрат. Для цього потрібно врахувати кілька факторів, таких як підвищення відвідуваності, збільшення середнього чеку, можливе збільшення лояльності клієнтів, а також зниження операційних витрат.

Завдяки покращенню атмосфери, створенню комфортних умов для різних груп відвідувачів, вдосконаленню акустики, літній терасі та новим сезонним акціям, ймовірно зросте кількість клієнтів. Припустимо, що відвідуваність збільшиться на 10%.

Початкова кількість відвідувачів на місяць: 2000 осіб

Збільшення відвідуваності: 10%

Додаткові відвідувачі на місяць:  $2000 \times 10\% = 200$  осіб

Покращення атмосфери може сприяти підвищенню середнього чеку, адже клієнти можуть замовляти більше послуг. Оцінемо збільшення середнього чеку на 5%.

Середній чек до вдосконалення: 160 грн

Збільшення середнього чеку: 5%

Новий середній чек:  $160 \times 1,05 = 168$  грн

Впровадження нових послуг, таких як організація корпоративних заходів, сезонні акції, а також покращення музичного супроводу може призвести до додаткових доходів.

Припустимо, що додатковий дохід від нових послуг складе 10000 грн на місяць.

Завдяки впровадженню технологічних змін (мобільні додатки, автоматизація процесів) та покращенню інфраструктури (зменшення часу очікування замовлень, оптимізація простору), ймовірно, знизяться операційні витрати. Оцінюємо зниження витрат на 5%.

Місячні операційні витрати до вдосконалення: 50000 грн.

Знижені витрати:  $50000 \times 0,05 = 2500$  грн на місяць.

Розрахуємо економічний ефект.

Додаткові доходи:

- збільшення відвідуваності:  $200 \text{ осіб} \times 168 \text{ грн} = 33600$  грн на місяць;
- додаткові доходи від нових послуг: 10000 грн на місяць.

Загальний дохід від покращення атмосфери:

$33600 \text{ грн} + 10000 \text{ грн} = 43600$  грн на місяць

Загальний економічний ефект на місяць:

$43600 \text{ грн} + 2500 \text{ грн} = 46100$  грн

Отже, реалізація запропонованих заходів для вдосконалення атмосфери кафе «47 Атмосфер» має значний потенціал для підвищення економічної ефективності закладу. Згідно з розрахунками, покращення атмосфери призведе до додаткових доходів у розмірі 43600 грн на місяць, а також дозволить знизити витрати на 2500 грн. Загальний економічний ефект складе 46100 грн на місяць, що забезпечить швидку окупність початкових витрат на впровадження змін (192 000 грн).

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами третього розділу отримано наступні висновки.

1. З'ясовано, що для сталого розвитку та конкурентоспроможності закладу необхідно впроваджувати стратегії, які максимально використовують сильні сторони, зокрема унікальну концепцію, високу якість обслуговування та культурні заходи, а також мінімізують слабкості, такі як обмежена кількість місць для великих компаній та відсутність інклюзивних рішень. Стратегічний розвиток можливостей, зокрема розширення літньої тераси та вдосконалення освітлення і акустики, дозволить покращити комфорт для відвідувачів. Водночас важливо адаптувати атмосферу до зростаючої конкуренції та змін у споживчих уподобаннях. Впровадження цих стратегій підвищить рівень обслуговування, створить комфортні умови для відвідувачів і сприятиме залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності існуючих, забезпечуючи стабільне зростання.

2. Отримані дані вказують на те, що реалізація запропонованих заходів для вдосконалення атмосфери кафе «47 Атмосфер» має значний потенціал для підвищення економічної ефективності закладу. Згідно з розрахунками, покращення атмосфери призведе до додаткових доходів у розмірі 43600 грн на місяць, а також дозволить знизити витрати на 2500 грн. Загальний економічний ефект складе 46100 грн на місяць, що забезпечить швидку окупність початкових витрат на впровадження змін (192 000 грн).

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи бакалавра вирішено всі поставлені завдання та досягнуто встановленої мети. Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та узагальнення.

1. З'ясовано, що атмосфера є важливим елементом продукту закладу харчування. Вона формує загальне враження від відвідування закладу, впливаючи на задоволення клієнтів і їхню лояльність. Для успішного функціонування закладу харчування важливо адаптувати атмосферу відповідно до потреб різних груп відвідувачів, враховуючи їхні цілі та вподобання. Управління атмосферою передбачає гармонізацію всіх елементів простору, таких як декор, освітлення, музика і запахи, щоб створити комфортне середовище. Така атмосфера допомагає зробити перебування гостей у закладі незабутнім і привабливим.

2. Встановлено, що формування атмосфери включає кілька основних складових: комфортну температуру, освітлення, музичний супровід, дизайн інтер'єру, розташування столиків, запахи та форму подачі страв, які повинні бути гармонійно поєднані та відповідати концепції закладу. Також на сприйняття атмосфери закладу суттєво впливають додаткові фактори. Правильний підбір і взаємодія всіх складових дозволяє створити привабливу та комфортну атмосферу, що позитивно впливає на досвід гостей і сприяє успіху закладу харчування.

3. Доведено, що атмосфера закладу харчування значною мірою впливає на формування лояльності клієнтів, оскільки створює емоційний зв'язок між відвідувачем і брендом. Задоволення від атмосфери, комфорт і позитивні емоції підвищують ймовірність повторних візитів і рекомендацій закладу. Лояльні клієнти не лише повертаються, але й сприяють розвитку бізнесу через позитивні відгуки та рекомендації, що зміцнює конкурентоспроможність закладу. Таким чином, атмосфера є важливим чинником для забезпечення стабільного попиту та довгострокового успіху.



4. Виявлено, що кафе «47 Атмосфер» є сучасним закладом, що пропонує гостям унікальний досвід завдяки комфортному дизайну, здоровому харчуванню та змінній атмосфері, яка відповідає різним настроям і моментам дня. Заклад спеціалізується на європейській кухні з акцентом на органічні продукти, пропонуючи різноманітні страви від сніданків до вечірніх меню. Важливою особливістю кафе є його розділення на три зони з різною атмосферою, що дозволяє відвідувачам вибирати ідеальне місце для зустрічей, роботи або відпочинку. Попри труднощі, спричинені пандемією COVID-19 і війною, кафе продовжує демонструвати позитивну фінансову динаміку, зокрема у 2024 році, коли річний дохід і чистий прибуток зросли на 6,67% і 16,67% відповідно. Важливими елементами є також культурні події та активна взаємодія з клієнтами через соціальні мережі, що сприяють утриманню та залученню нових відвідувачів.

5. Отримані результати свідчать про те, що атмосфера кафе «47 Атмосфер» ретельно продумана, з урахуванням різних аспектів, що сприяють створенню комфортного середовища для відвідувачів. Освітлення, музика, інтер'єр, запахи та подача страв формують гармонійну атмосферу, яка адаптується до різних моментів дня. Однак, є кілька недоліків, які можуть вплинути на комфортність відвідувачів. Зокрема, обмежений простір для великих груп і необхідність більшої гнучкості у розміщенні столиків для великих заходів. Також відсутність інклюзивних рішень для клієнтів з обмеженими фізичними можливостями і проблеми з доступністю деяких ділянок кафе для людей з дитячими візочками можуть обмежувати комфорт для певних категорій клієнтів. Оптимізація цих елементів підвищить загальний комфорт і привабливість закладу.

6. Дослідження атмосфери кафе «47 Атмосфер» показало, що більшість респондентів (понад 60%) позитивно оцінюють заклад, ставлячи оцінку вище 7 балів за 10-бальною шкалою. Основними перевагами були відзначені стильний інтер'єр, комфортні меблі, приємний музичний супровід, аромати кави та загальна чистота приміщення. Водночас, деякі респонденти вказали на необхідність покращення освітлення, рівня гучності музики та певних

елементів дизайну інтер'єру. Також окремі відвідувачі висловили побажання щодо оптимізації обслуговування, зокрема зменшення часу очікування замовлення. Загалом, кафе отримало позитивні відгуки, а врахування зауважень клієнтів може сприяти подальшому підвищенню рівня задоволеності та лояльності гостей.

7. З'ясовано, що для сталого розвитку та конкурентоспроможності закладу необхідно впроваджувати стратегії, які максимально використовують сильні сторони, зокрема унікальну концепцію, високу якість обслуговування та культурні заходи, а також мінімізують слабкості, такі як обмежена кількість місць для великих компаній та відсутність інклюзивних рішень. Стратегічний розвиток можливостей, зокрема розширення літньої тераси та вдосконалення освітлення і акустики, дозволить покращити комфорт для відвідувачів. Водночас важливо адаптувати атмосферу до зростаючої конкуренції та змін у споживчих уподобаннях. Впровадження цих стратегій підвищить рівень обслуговування, створить комфортні умови для відвідувачів і сприятиме залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності існуючих, забезпечуючи стабільне зростання.

8. Отримані дані вказують на те, що реалізація запропонованих заходів для вдосконалення атмосфери кафе «47 Атмосфер» має значний потенціал для підвищення економічної ефективності закладу. Згідно з розрахунками, покращення атмосфери призведе до додаткових доходів у розмірі 43600 грн на місяць, а також дозволить знизити витрати на 2500 грн. Загальний економічний ефект складе 46100 грн на місяць, що забезпечить швидку окупність початкових витрат на впровадження змін (192 000 грн).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атмосфера ресторану: що це та як створити URL: <https://restoplace.cc/blog/atmosfera-restorana>
2. Ботштейн Б.Б., Гринченко О.О. Як відкрити ресторан. Харків : ХДУХТ, 2017. 217 с.
3. Головня О. М. Сучасні тенденції дизайну інтер'єру закладів ресторанного бізнесу. *Бізнес Інформ*. № 1. 2024. С. 194 – 200 URL: <https://surl.li/uicdfa>
4. Готельно-ресторанний бізнес: навчальний посібник. / О. А. Ніколайчук, Н. С. Приймак, О. А. Сімакова, А. В. Слащева, Ю. А. Горайнова, Ю. М. Коренець, О. А. Боднарук, О. А. Пусікова, Є. Г. Клевцов; ред. О. А. Ніколайчук. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с. URL: <https://surl.li/hlbslm>
5. Гросул В.А., Каленік К.В. Лояльність споживачів як основний критерій формування конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства. *Економіка і суспільство*. Випуск 15. 2018. С. 272 – 277 URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/15\\_ukr/42.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/42.pdf)
6. Декор для HoReCa: Як створити незабутню атмосферу у ресторані чи кафе URL: <https://surl.li/epeddu>
7. Жалюзі для ресторанів і кафе: створюємо атмосферу URL: <https://surl.li/dnlrho>
8. Жегус О. В., Ілляшенко О. В. Управління лояльністю клієнтів у закладах готельно-ресторанного господарства в умовах нових викликів. *Проблеми економіки*. 2020. №3. С. 118 – 125. URL: <https://surl.li/nidses>
9. Запісоцький А.І., Ксьонженко І.П.. Шляхи і методи підвищення лояльності для підприємств сфери індустрії гостинності в період війни. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*. 2024. С. 32–34. URL: <https://surli.cc/hkernh>
10. Камушков О., Ткач В., Язіна В. Економіка вражень у готельно-ресторанному господарстві. *Таврійський науковий вісник*. № 7. 2021. С. 34 – 42 URL: <https://surl.li/dejmjt>

11. Коваленко Л. Г., Нагернюк Д. В. Потенціал закладів ресторанного господарства у формуванні споживчої лояльності. *Інфраструктура ринку*. Вип. 60. 2021. С. 95 – 98. URL: <https://surl.li/invnvi>

12. Корнєєв М.В., Кучер М.М., Погребняк А.В., Юдіна О.І., Стеблюк Н.Ф., Сабіров О.В. Методичні рекомендації щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи здобувачами ступеня вищої освіти «бакалавр» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Дніпро. Університет митної справи та фінансів. 2024. 28 с.

13. Кузьмін Д. В., Весперіс С. З. Роль email-маркетингу у підвищенні лояльності клієнтів у туристичному бізнесі // Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали 2-ї Міжнародної науково-практичної конференції (26 – 27 листопада, м. Харків). 2024. С. 221 – 225 URL: <https://surl.li/cugaay>

14. Орлов А., Власенко І. Особливості формування іміджу в закладах ресторанного господарства. Збірник наукових праць ЛОГОС, 2020. С. 24 – 27. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/7254/7238>

15. Особливості дизайну інтер'єру кафе і ресторанів URL: <https://designprof.com.ua/osoblyvosti-dyzajnu-interyeru-kafe-i-restoraniv/>

16. Рябенька М.О., Мазуркевич І.О. Управління лояльністю споживачів у сфері ресторанного бізнесу. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. № 12(26). С. 305-314.

17. Павлова С.І., Шалль М. О. Створення атмосфери ресторану: сутність та роль URL: <https://surl.li/qbimqg>

18. Панаско О. А., Микитенко Н. В. Програми лояльності покупців на підприємстві торгівлі: теоретичний та практичний ракурси. *Молодий вчений*. 2022. №1 (101). С. 233 – 241. URL: <https://surl.li/xatzqs>

19. Польовик В. В., Матюшенко Р. В. Технології мерчендайзингу в ресторанній галузі. *Таврійський науковий вісник*. № 1. 2024. С. 166 – 176

20. Савчук А. А., Рibaкова С. С. Удосконалення обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Розвиток готельного і*

ресторанного бізнесу: виклики часу : тези доповідей наукової конференції здобувачів вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа (м. Полтава, 18 квітня 2024 року). С. 132 – 134 URL: [http://www.grks.puet.edu.ua/files/zb\\_cnf180524.pdf](http://www.grks.puet.edu.ua/files/zb_cnf180524.pdf)

21. Скригун Н. П., Москвіна М.Є., Бойко І. А. Програма лояльності: сутність та етапи розроблення. *Економіка та суспільство*. Випуск № 67. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4747/4688>

22. Створюємо атмосферу: Мистецтво вибору правильного освітлення для ресторану URL: <https://surl.li/zsgttt>

23. Як відкрити кафе: поєднання дизайну, атмосфери та якісних продуктів (на правах реклами) URL: <https://surl.li/vysknz>

24. Як створити атмосферу в кав'ярні URL: <https://surl.lu/tteirr>

25. Як створити атмосферу у вашому кафе за допомогою правильного вибору столів URL: <https://surl.li/xyzvzh>

26. Як створити атмосферу успіху за допомогою дизайну ресторану URL: <https://surl.li/cbbbrm>

27. Як створити унікальну атмосферу для вашого ресторану URL: <https://surl.li/nzskms>

28. Battle Fr. Loading and food service marketing. London : Cassel, 2003. P. 325.

29. Ngah, H. C., Rosli, N. F. M., Lotpi, M. H. M., Samsudin, A., & Anuar, J. A Review on the Elements of Restaurant Physical Environment towards Customer Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. № 12 (11). 2022. 818 – 828.

30. Soubelet I. L'atmosphère. Néorestauration. Vol. 426, 2006. P. 336.

31. Shamsudin M. F., Zubair F. (2021). Impact of Covid-19 on Tourism and Hospitality Industry of Malaysia. *Journal of Postgraduate Current Business Research*, № 6 (1), 1 – 6. URL: <https://surli.cc/qginnq>

## ДОДАТОК А

**АНКЕТА ДЛЯ ВІДВІДУВАЧІВ КАФЕ «47 Атмосфер»**

Шановний гостю!

Нам важливо дізнатися вашу думку про атмосферу в нашому закладі. Будь ласка, дайте відповіді на запитання, щоб ми могли зробити ваше перебування ще приємнішим.

**1. Загальна інформація**

Ваш вік:

- До 18 років
- 18-24 роки
- 25-34 роки
- 35-44 роки
- 45-54 роки
- 55 років і більше

Ваша стать:

- Чоловіча
- Жіноча
- Інше / Відмова відповідати

Ваша сфера діяльності:

- Студент
- Офісний працівник
- Підприємець
- Працівник сфери обслуговування
- Державний службовець
- Пенсіонер
- Інше (вказіть) \_\_\_\_\_

**2. Відвідування кафе**

Час, коли ви відвідували кафе:

- Ранок
- День
- Вечір
- Протягом усього дня

Як часто ви відвідуєте наше кафе?

- Вперше тут
- Раз на кілька місяців
- Раз на місяць
- Раз на тиждень і частіше

Як ви дізналися про наше кафе?

(можна обрати кілька варіантів)

- Друзі / родичі
- Соціальні мережі (Instagram, Facebook, Telegram)
- Реклама в інтернеті
- Випадково проходив(-ла) повз
- Відгуки в Google
- Інше (вказіть) \_\_\_\_\_

**3. Загальне враження від атмосфери кафе**



Як ви оцінюєте загальний комфорт перебування в кафе?

- Дуже некомфортно  
 Швидше некомфортно  
 Нейтрально  
 Швидше комфортно  
 Дуже комфортно

Як впливає атмосфера кафе на ваше бажання повернутися?

- Дуже негативно  
 Скоріше негативно  
 Не впливає  
 Скоріше позитивно  
 Дуже позитивно

Чи рекомендували б ви наше кафе знайомим?

- Так  
 Можливо  
 Ні

#### 4. Оцінка окремих елементів атмосфери

Будь ласка, оцініть за 5-бальною шкалою (1 – зовсім не подобається, 5 – дуже подобається):

• Освітлення

- 1  2  3  4  5

• Музика та звуковий фон

- 1  2  3  4  5

• Інтер'єр (дизайн, меблі, колірна гама)

- 1  2  3  4  5

• Аромати в закладі

- 1  2  3  4  5

• Подача страв (вигляд, оформлення)

- 1  2  3  4  5

#### 5. Детальніше про враження

Що вам найбільше сподобалося в атмосфері кафе?

(відкрите питання, наприклад, інтер'єр, музика, запахи тощо)

Що, на вашу думку, слід покращити?

(відкрите питання, наприклад, освітлення, рівень музики, дизайн тощо)

Яку оцінку ви б поставили нашому кафе за атмосферу за 10-бальною шкалою?

- 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

Дякуємо за ваші відповіді! Ваш відгук допоможе нам стати кращими.

## ДОДАТОК Б

Таблиця Б1 – Аналіз результатів опитування

Категорія	Результат, %
Загальна інформація	
Вік	
До 18 років	13,33
18-24 роки	33,33
25-34 роки	20,0
35-44 роки	20,0
45-54 роки	6,67
55 років і більше	6,67
Стать	
Чоловіча	53,33
Жіноча	40,0
Інше / Відмова відповідати	6,67
Сфера діяльності	
Студент	26,67
Офісний працівник	20,0
Підприємець	13,33
Працівник сфери обслуговування	20,0
Державний службовець	6,67
Пенсіонер	6,67
Інше	6,67
Відвідування кафе	
<i>Час відвідування кафе</i>	
Ранок	20,0
День	40,0
Вечір	30,0
Протягом усього дня	10,0
<i>Частота відвідування</i>	
Вперше тут	15,0
Раз на кілька місяців	30,0
Раз на місяць	35,0
Раз на тиждень і частіше	20,0
<i>Джерела інформації про кафе</i>	
Друзі / родичі	40,0
Соціальні мережі	25,0
Реклама в інтернеті	10,0
Випадково проходив(-ла) повз	15,0
Відгуки в Google	5,0
Інше	5,0
Загальне враження від атмосфери кафе	
<i>Комфорт перебування</i>	
Дуже некомфортно	2,67
Скоріше некомфортно	6,67
Нейтрально	16,0
Скоріше комфортно	38,67

Дуже комфортно	36,0
<i>Вплив атмосфери на бажання повернутися</i>	
Дуже негативно	1,33
Скоріше негативно	4,0
Не впливає	14,67
Скоріше позитивно	42,67
Дуже позитивно	37,33
<i>Чи рекомендували б кафе знайомим?</i>	
Так	60,0
Можливо	30,0
Ні	10,0
Оцінка окремих елементів атмосфери	
Освітлення	4,2
Музика та звуковий фон	4,0
Інтер'єр (дизайн, меблі, колірна гама)	4,3
Аромати в закладі	4,1
Подача страв (вигляд, оформлення)	4,4
Детальніше про враження	
Що найбільше сподобалося в атмосфері кафе?	Інтер'єр, зручні меблі, гарний дизайн. Приємна музика, створює затишок. Запах свіжої кави та випічки. Загальна чистота та порядок.
Що слід покращити?	Освітлення: зробити більш м'яким у вечірній час. Музика: іноді надто гучна, варто регулювати гучність. Дизайн: додати більше зелені, декоративних елементів. Обслуговування: скоротити час очікування замовлення.
Загальна оцінка атмосфери кафе за 10-бальною шкалою	1 – 1,33% 2 – 2,67% 3 – 6,67% 4 – 13,33% 5 – 16,0% 6 – 9,33% 7 – 13,33% 8 – 12,0% 9 – 9,33% 10 – 9,33%

Джерело: складено автором

## ДОДАТОК В

Таблиця В1 – Калькуляція витрат на вдосконалення атмосфери кафе «47 Атмосфер»

Заходи з вдосконалення атмосфери	Витрати (грн)
<i>Перепланування простору та придбання меблів для великих компаній</i>	
Перепланування простору	10 000
Придбання мобільних столів (5 шт.)	15 000
Придбання стільців (20 шт.)	10 000
Інші витрати (монтаж меблів)	3 000
Загальні витрати	43 000
<i>Встановлення інклюзивних рішень</i>	
Виготовлення пандусів	7 000
Спеціальні стільці (5 шт.)	5 000
Спеціальні столи (2 шт.)	4 000
Модифікація туалетів для осіб з обмеженими можливостями	6 000
Загальні витрати	22 000
<i>Покращення акустики та музичного супроводу</i>	
Акустичні панелі для стін (10 шт.)	8 000
Акустичні панелі для стелі (4 шт.)	6 000
Система аудіо (колонки, підсилювач)	10 000
Музичний супровід (підписка на музичні платформи)	1 000/місяць
Загальні витрати	25 000 (одноразово) + 1 000 грн/місяць (музичний супровід)
<i>Створення літньої тераси та сезонні акції</i>	
Будівництво літньої тераси та облаштування	20 000
Обладнання для затінення (шатри, тенти)	7 000
Реклама сезонних акцій	5 000
Знижки для клієнтів	2 000
Загальні витрати	34 000
<i>Придбання мобільних меблів</i>	
Мобільні столи (5 шт.)	10 000
Мобільні стільці (20 шт.)	8 000
Механізм для адаптації меблів	3 000
Загальні витрати	21 000
<i>Впровадження технологій для прискорення обслуговування</i>	
Мобільний додаток для прийому замовлень	12 000
Касові системи для автоматизації обслуговування	15 000
Обладнання для кухні (нові пічки, міксери)	20 000
Загальні витрати	47 000

Джерело: складено автором