

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»
(назва освітньої програми)

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЦІНОУТВОРЕННЯ У КАВ'ЯРНЯХ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АРОМА КАВА»)»**

Виконавець

студент 4 курсу 41М групи ФМЕ

Власов Віктор Дмитрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

К.Е.Н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: Кав'ярня є більш стабільним та швидкозмінним видом малого бізнесу, який набуває більшої популярності на території України серед інших закладів готельного та ресторанного господарства. Так, наприклад, у 2023 році Forbes Ukraine оголосив 30 франшиз, що стали найперспективнішим видом підприємницької діяльності, серед яких в групі середньої вартості (до \$20 000) потрапила франшиза кав'ярень ТОВ «Арома Кава». Ця мережа кав'ярень поширювалася по всій території України з 2014 року і зараз налічує понад 320 об'єктів у своєму портфоліо. Для відкриття кав'ярні цієї мережі потрібно мати інвестиції розміром в 18-22 тис. доларів, а період окупності прогнозується через 6-15 місяців. ТОВ «Арома Кава» стало настільки швидкозростаючою франшизою, що сьогодні можна побачити декілька кав'ярень на відстані 10 м одна від одного. Завдяки успішній бізнес-моделі цієї мережі кав'ярень, власники мають змогу просувати франшизу і за межами України, як, наприклад, відкриття перших об'єктів на території Польщі. Однак, треба не забувати, що для функціонування такого виду малого бізнесу теж необхідні значні зусилля та професійні навички, тому що в сучасному конкурентному середовищі дуже легко неправильно розпочати кав'ярний бізнес та стати банкрутом. Через зростання конкуренції та нестабільну зміну економічних умов країни підприємцю майбутньої кав'ярні треба оволодіти аспектами управління малим бізнесом, серед з яких головним постає питання створення та удосконалення політики ціноутворення. Знання в ціноутворенні дозволяє правильно визначити ціни на продукцію, особливо коли настає подорожчання кави через зростання ціни на робусту по всьому світі, інфляцію, зростання цін на логістику та інші. Здатність регулювати політикою ціноутворення до оптимального рівню дозволяє підприємцям стабілізувати рівень прибутку, привертати існуючих та потенційних споживачів та інвесторів, розробити правильний бізнес-план для розвитку бізнесу гостинності.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження основних напрямів удосконалення політики ціноутворення у кав'ярні ТОВ «Арома Кава».

У зв'язку з поставленою метою основні **завдання дослідження:**

- розкрити основні поняття та основну сутність механізму ціноутворення;
- розглянути класифікацію методів ціноутворення та їх характеристику;
- визначити особливості механізму ціноутворення в кав'ярнях;
- надати загальну характеристику ТОВ «Арома Кава»;
- оцінити господарсько-економічну діяльність ТОВ «Арома Кава»;
- оцінити рівень конкурентоспроможності ТОВ «Арома Кава»;
- проаналізувати політику ціноутворення ТОВ «Арома Кава»;
- розробити алгоритм встановлення цін на продукцію ТОВ «Арома Кава»;

- обґрунтувати запропоновані економічні заходи.

Об'єктом дослідження є процес ціноутворення в кав'ярнях.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів удосконалення політики ціноутворення в кав'ярнях ТОВ «Арома Кава»

Методи дослідження. Кваліфікаційна робота виконана на основі фактичного матеріалу та літературних джерел, направлені на діяльність готельно-ресторанних підприємств, а також вузькоспрямовані джерела діяльності підприємств кав'ярень. Використані методи дослідження: логічні та емпіричні методи; факторний та системно-структурні методи; табличні та графічні методи, класифікації; маркетингові методи.

Інформаційна база дослідження. Нормативно-законодавчі акти України; наукові публікації українських та зарубіжних учених; основні наукові та аналітичні праці українських та іноземних вчених; матеріали фактичних досліджень, звіти та аналітичні матеріали державних органів; дані звітності ТОВ «Арома Кава»; наукові дослідження щодо удосконалення політики ціноутворення у кав'ярень у працях наукових керівників; інформація з офіційного веб-сайту ТОВ «Арома Кава»; матеріали теоретичних та науково-практичних видань і мережі Інтернет.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (32 найменування) та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 112 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 97 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 17 рисунків.

Окремі результати кваліфікаційної роботи містяться в матеріалах наукової публікації здобувача вищої освіти:

Власов В.Д. Алгоритм формування цін в кав'ярнях. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2024. С. 44-48.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти ціноутворення в кав'ярнях**» автор аналізує поняття та сутність механізму ціноутворення, описує класифікацію методів ціноутворення та розкриває специфічні особливості механізму ціноутворення в кав'ярнях.

У другому розділі «**Аналіз цінової політики ТОВ «Арома Кава»**» було докладно охарактеризовано діяльність кав'ярні «Арома Кава» на вул.

Рішельєвська, 48, була досліджена господарсько-економічна діяльність закладу, оцінений рівень конкурентоспроможності та проаналізована загальна цінова політика підприємства.

У третьому розділі **«Розробка рекомендацій щодо удосконалення ціноутворення для ТОВ «Арома Кава»»** розроблений алгоритм встановлення цін на продукцію кав'ярні «Арома Кава», а також були запропоновані рекомендаційні заходи удосконалення процесу ціноутворення.

ВИСНОВКИ

1. Основним елементом механізму ціноутворення постає ціна як виражений еквівалент вартості продукції в грошовій одиниці. Задля розуміння сутності механізму ціноутворення потрібно розуміти поняття ціни, його складу, структури та вплив ціни на економічне середовище. На початку ціноутворення головним є розуміння формування вихідної ціни за практичною методологією. Головну роль у розрахунку ціни також грають наявність в ній цінових елементів, які різняться своєю специфікою застосування в механізмі ціноутворення, будь-то торгівельна надбавка, акцизний збір, непрямі податки, або це все разом. Поняття ціни та ціноутворення зазначено в Законі України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012, №19-20, ст. 190, а також регулюються іншими нормативно-правовими документами. При визначенні політики ціноутворення треба брати до уваги розмір підприємства, її продукцію, ринкове становище, державне регулювання та вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на процес ціноутворення. Керівники повинні обрати ефективні підходи до встановлення ціни, знати принципи ціноутворення, керуватися загальними вимогами до державного регулювання ціни, розрахувати рівноважну ціну на кривій попиту та кривій пропозиції задля досягнення оптимальної роботи цінового апарату.

2. Для досягнення максимально ефективної політики ціноутворення треба знати, які методи більш всього підходять в тих чи інших об'єктах господарювання. Механізм ціноутворення змушує підприємців вміти застосувати найбільш ефективні методи формування цін із загальної класифікації. Кожний метод та його види мають свої особливі підходи, елементи в складі ціни, структуру застосування та інші базові вимоги. Знання цих методів та навички їх застосування на ринку призводить до позитивного результату від визначення найоптимальнішої вихідної ціни.

3. Кав'ярня зазначена в Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 26.10.2023, №19, ст.98, який ідентифікує її як заклад громадського харчування на рівні з рестораном, але з вузькою спрямованістю продажу кавових напоїв та нескладних страв. Ціноутворення відбувається шляхом обов'язкового обліку продукції в калькуляційних картах, де ведеться документація щодо рецептури страв власного виробництва, ціни собівартості кожного інгредієнту, розмір торгівельної націнки та інші додаткові цінові елементи, що лежать в основі

формування цінової політики кав'ярні. Для таких об'єктів притаманно впровадження програм лояльності, знижок та святкових акцій з метою підвищення кількості споживачів та росту продажів своєї продукції. Ще однією особливістю роботи механізму в кав'ярень є залежність від вартості обсмаженої зернової та меленої кави, націнки від постачальників кави та різноманітними можливостями реалізації кавової продукції на своїх об'єктах, що робить процес ціноутворення у кав'ярнях більш унікальним ніж в інших закладах харчування. Підприємцям треба розуміти специфіку ціноутворення в кав'ярнях задля визначення ефективнішої цінової стратегії та отримання максимального прибутку шляхом удосконалення політики ціноутворення.

4. Кав'ярня «Аroma Kava» на вул. Рішельєвська, м. Одеса – спеціалізований заклад харчування з приватною формою власності, головним видом діяльності якого є надання послуг мобільного харчування, а саме готових кавових напоїв та іншої сукупної продукції. Об'єкт господарювання представляє собою одноповерхове приміщення в будівлі з головним входом з вулиці, має посадочні місця всередині і зовні, побудований та оснащений технологічним обладнанням за стандартами керівників франчайзингу та за характеристикою формату кав'ярень категорії М. Організаційно-правова форма таких закладів – товариство з обмеженою відповідальністю, фізична особа підприємець. Кав'ярня тривалий час не працювала через кризові ситуації в Україні, проте з січня 2023 року вона функціонує по цей день та не збирається припиняти свою діяльність завдяки невисокому розміру орендної плати за приміщення та зручному місцю для складу основної продукції. Заклад пропонує широкий асортимент меню, в особливості кавових напоїв, чаїв, сезонних та авторських напоїв, десертів, випічки та іншої номенклатури. Мережа «Аroma Kava» пропонує унікальні продукти, приготування яких практикується на впроваджених тренінг-програмах та перевіряються призначеним супервайзером на основі технологічних стандартів франчайзингу.

5. Проаналізувавши помісячний рівень завантаження у кав'ярні «Аroma Kava» за 2023 рік було виявлено циклічність тенденції збільшення завантаження у період «високого сезону» (з квітня по липень), а також зменшення завантаження з у «низькому сезоні» (з серпня по жовтень). Причиною таких коливань є впровадження сезонного та новітнього меню напоїв, акційних пропозицій та розширення номенклатури кавової продукції. Більша частка споживачів, які відвідують кав'ярню, спостерігається по буднях з 11:00 до 14:00 у «високому сезоні», у той час коли найнижчий рівень завантаження притаманний у вечірній годині в обох сезонах, що свідчить про недостатню привабливість кав'ярні увечері та наявність найнижчого потоку відвідувачів через своє місце розташування. За аналізом динаміки помісячної виручки було виявлено падіння обсягу продаж з січня по березень та його неспішне відновлення у 2022 році через військове становище України. Також, у кав'ярні «Аroma Kava», розташованій на вул. Рішельєвська, 48, було проаналізовано структуру щомісячних витрат за 2023 рік, з якої можна

підкреслити той факт, що найбільшу частку витрат складають оплата праці бариста (15%) та відрахування на соціальні заходи (29%). Для детальнішого дослідження господарсько-економічної діяльності кав'ярні «Аroma Kava» було проаналізована структура собівартості по елементах операційних витрат за 2022-2023 роки, з якою було виявлено зростання загальних витрат на 114 тис. грн. Кав'ярні «Аroma Kava» рекомендується провести постатейний аналіз витрат, виявити причини їх зростання та розробити шляхи щодо оптимізації витрат без втрати якості продукції або послуг. Разом з цим були проаналізовані впливи матеріаломісткості та трудомісткості кав'ярні, висновки яких засвідчили про не ефективне використання підприємством матеріальних та трудових ресурсів. Закладу рекомендується зробити зменшення (резерв) собівартості за рахунок більш ефективного використання матеріальних ресурсів та знайти шляхи зменшення собівартості за рахунок доведення трудомісткості до рівня 2022 року.

6. Мережа кав'ярень «Аroma Kava» оперує на ринку громадського харчування з 2014 року та на сьогоднішній день налічує у своєму портфоліо близько 350 об'єктів господарювання на території України та за кордоном. Пропорційно росту попиту на кавову продукцію та розвитку кавової культури компанія «Аroma Kava» змогла збільшити пропозицію на ринку напоїв, отримуючи значну виручку з продажів завдяки своїм стандартам гостинності та успішній бізнес-моделі, що дозволило цій мережі досягти піку продаж з 2015 по 2020 роки. На сьогоднішній період кав'ярні адаптуються під нинішнє кризове становище, додатково організуючи благодійні акції задля відновлення соціального становища споживачів. Дослідження показало, що найближчими конкурентами кав'ярні «Аroma Kava» є «Перша пекарня твого міста», «Merry Berry», «Bricks», «Львівські круасани». Оцінивши рівень конкурентоспроможності мережі кав'ярень «Аroma Kava» слід зазначити, що досліджуваному підприємству необхідно зосередитись на поліпшенні своєї діяльності за показниками асортименту, якості, інтер'єру, обслуговуванні з метою досягнення лідируючої позиції на ринку кав'ярень. Для поліпшення підприємницької діяльності доцільно адаптувати та удосконалити механізм ціноутворення у кав'ярнях «Аroma Kava» з подальшим розширенням своїх сильних сторін та уникненням слабких, а також виявленням усіх можливостей покращення бізнесу та уникненням господарських загроз.

7. Для кав'ярні «Аroma Kava» притаманне використання такої політики ціноутворення як: метод на основі співвідношення «ціна-якість», метод «прибуток плюс витрати», метод «середні витрати + прибуток», метод завищених цін. Іноді встановлення цін на напої розробляється з урахуванням тенденцій ринку. Так, з 2023 по 2024 роки було виявлено збільшення ціни на усю продукцію кав'ярні «Аroma Kava», що свідчить про значне подорожчання собівартості на кавові зерна та на сукупні інгредієнти. Це обумовлено залежністю цінового апарату від змін на ринку кави, будь-то подорожчання постачання продукції, кризове становище в країнах експортерів, військові дії на території України та інші чинники, які впливають на механізм

ціноутворення в кав'ярнях. Незважаючи на ці причини, Україна не знаходиться в критичній кавовій позиції. На даний момент кав'ярня «Арома Кава» формує свої ціни, спираючись на собівартість продукції та загальний обсяг витрат. На кожну одиницю товару прикріплюється оптимальна торгова націнка, яка не лише окупить витрати підприємства з подальшим ростом виручки, а також підійде конкретному сегменту споживачів. Додатковим інструментом ціноутворення є встановлення ціни на основі цільової рентабельності, тобто з урахуванням того відсотку прибутку, який керівники кав'ярні бажають отримати від продажу свого продукту. Кожен ціноутворюючий інструмент повинен підходити під різні економічні ситуації з метою уникання скорочення обсягу продажів, а кожне корегування ціни повинно розраховуватися та гарантувати незмінність обсягу продажів задля ефективної діяльності кав'ярні «Арома Кава».

8. Для удосконалення механізму ціноутворення в кав'ярні «Арома Кава» був розроблений алгоритм поетапного встановлювання ціни, який охоплює поставлення основних цілей ціноутворюючого механізму, аналіз споживчого попиту та цін конкурентів, умови вибору потрібної методики та стратегії ціноутворення, встановлення вихідної ціни. Використовуючи цей алгоритм власники кав'ярень мають змогу визначити, які види витрат переважають в їх підприємстві, які цінові інструменти використовують заклади-конкуренти, які витратні та конкурентні методи ціноутворення доцільно використовувати і коли, а також як визначити найоптимальнішу цінову стратегію для кав'ярні. На основі цієї інформації була побудована детальна схема алгоритму встановлення цін, яку власники кав'ярень «Арома Кава» можуть використовувати як інструкцію ведення цінових заходів.

9. Задля успішної модернізації цінової політики кав'ярні були запропоновані додаткові інструменти зменшення витрат виробництва, що безпосередньо впливають на собівартість готових кавових напоїв. При успішному застосуванні ф'ючерсів, ребрендингу, заміни матеріалів, відновленні вигіднішого ланцюга постачання та зміни інгредієнтів на дешеву альтернативу власникам кав'ярень отримують можливість вдосконалити цінову політику закладу з подальшою модернізацією та адаптуванню до ринкових змін.

АНОТАЦІЯ

Власова В. Д. «Удосконалення процесу ціноутворення у кав'ярнях (на прикладі ТОВ «Арома Кава»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес ціноутворення в кав'ярнях.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів удосконалення політики ціноутворення в кав'ярнях ТОВ «Арома Кава».

Метою роботи є дослідження основних напрямів удосконалення політики ціноутворення у кав'ярні ТОВ «Арома Кава».

У роботі проаналізовано господарсько-економічну діяльність кав'ярні «Арома Кава», надано загальну організаційно-економічну характеристику кав'ярні, оцінено рівень конкурентоспроможності та проаналізовано політику ціноутворення у кав'ярні «Арома Кава».

За результатами дослідження обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення ціноутворення для ТОВ «Арома Кава», запропоновано розробку алгоритму встановлення цін на продукцію кав'ярні, розраховано впровадження ф'ючерсів, ребрендингу, товарів-замінників задля удосконалення механізму ціноутворення в кав'ярнях «Арома Кава».

Ключові слова: кав'ярня, ціноутворення, алгоритм, ф'ючерси, ребрендинг, товари-замінники.

ANNOTATION.

Vlasov V. D. “Improving the pricing process in coffee shops (on the example of «Aroma Kava» LLC)”

Qualification work on obtaining bachelor's degree in the specialty 241 “Hotel and restaurant business” for the educational program “Economics and organization of hotel and restaurant business” - Odessa National Economics University - Odessa, 2024.

The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used.

The object of the research is the process of pricing in coffee shops.

The subject of the research is a set of theoretical and practical aspects of improving the pricing policy in coffee shops of Aroma Kava LLC.

The purpose of the study is to investigate the main directions of improving the pricing policy in the coffee shop of “Aroma Kava” LLC.

The work analyzes the economic activities of the coffee shop “Aroma Kava”, provides the general organizational and economic characteristics of the coffee shop, assesses the level of competitiveness and analyzes the pricing policy in the coffee shop “Aroma Kava”.

Based on the results of the study, proposals for improving the pricing for “Aroma Kava” LLC were substantiated, the development of an algorithm for setting prices for coffee shop products was proposed, the introduction of futures, rebranding, substitute goods were calculated to improve the pricing mechanism in “Aroma Kava” coffee shops.

Keywords: coffee shop, pricing, algorithm, futures, rebranding, substitute goods.