

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

Кафедра дизайну середовища

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему :

**ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ ЛІТЕРАТУРНОГО КАФЕ В ТОРГІВЕЛЬНОМУ
КОМПЛЕКСІ «ЕТИКА»**

Виконала студентка IV курсу
Групи БДЗ-13-7
Спеціальності:
022 «Дизайн»

Безсонова Аліна Олександрівна

(ПІБ студента)

Керівник:

старший викладач,

(науковий ступінь керівника)

Креховецький Ігор Володимирович

(ПІБ керівника)

Рецензент:

доктор мистецтвознавець, професор

(науковий ступінь рецензента)

Пучков Андрій Олександрович

(ПІБ рецензента)

Допустити до захисту
Протокол засідання кафедри
від «26» травня 2021 р. № 8А
Завідувач кафедри Мазніченко О.В.

(_____)

(підпис) (ініціали, прізвище)

Київ-2021

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ

Інститут дизайну та реклами
Кафедра дизайну середовища
Освітній рівень «бакалавр»
Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітня програма дизайн інтер'єру

ЗАТВЕРДЖУЮ
В. о. зав. кафедри
Мазніченко О.В.
«5» жовтня 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
СТУДЕНТУ

Безсоновій Аліні Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи — Дизайн інтер'єру літературного кафе в торговельному комплексі «ЕТІКА»

Керівник роботи — Креховецький Ігор Володимирович

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

2. Строк подання студентом роботи — **28 травня 2021 р.**

3. Мета та завдання кваліфікаційної роботи

Мета проекту — виявлення особливостей проектування інтер'єру кафе з дотриманням певного стилю, а також розкриття значення комплексного методу формування харчового простору з урахуванням його функціональних та ергономічних особливостей.

Завдання проекту :

- 1) проаналізувати українські та зарубіжні аналоги ;
- 2) виявити тенденції дизайну в оформленні кафе;

3)дослідити особливості різних стилів інтер'єру;

4)уточнити основні стилі інтер'єру , форму закладу;

5)сформуванати рекомендації для проектування комфортного кафе;

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

Ситуаційний план, генеральний план, обмірні креслення, план з розміщенням меблів та обладнання, план з функціональним зонуванням, план освітлення, розгортки приміщень, візуалізації приміщень (5 зображень), креслення авторських меблів.

5. Консультанти розділів роботи (проекту).

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
I	Царенко С.О.		
II	Царенко С.О.		
III	Царенко С.О.		

6. Дата видачі завдання — 5 жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Видача завдання.	05.10.-06.10 2020 р.	
2	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	06.10-28.10 2020 р.	
3	Зібрати, проаналізувати і узагальнити матеріал щодо поняття «кавова культура» та «кавовий туризм», його структури, методики та чинників створення. Написати перший розділ роботи.	01.11-09.11 2020 р.	
4	Дослідити кавовий туризм за кордоном та визначити перспективи його розвитку.	11.11-23.11 2020 р.	
5	Проаналізувати сучасний стан кавової культури України.	24.11-05.12 2020 р.	

6	Спроекувати кафе, паралельно описуючи етапи його створення. Написати другий розділ роботи	06.12-18.12 2020 р.	
7	Розробити плани, розгортки.	18.12-28.12 2020 р.	
8	Узагальнити результати проекту, сформулювати висновки.	01.01-15.02 2021 р.	
9	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	16.02-29.03 2021 р.	
10	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	30.04-19.05 2021 р.	
11	Подання роботи на кафедру.	28.05 2021 р.	

Студент

(підпис)

Безсонова А.О.

**Керівник
проекту**

(підпис)

Креховецький І.В.

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	6
ВСТУП	8
РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ АНАЛОГІВ .	12
1.1 Сутність та історія формування закладів кафе	12
1.2 Історія створення кафе у зарубіжних країнах.....	13
1.2 Аналіз українських аналогів	16
1.4 Аналіз зарубіжних аналогів	24
РОЗДІЛ II. КЛАСИФІКАЦІЯ	29
2.1. Класифікація кафе та стилю оформлення.	29
2.2 ДБН В.2.2-25:2009 Підприємства харчування.	37
РОЗДІЛ III. ОПИС	44
3.1. Концепція.....	44
3.2. Розробка	44
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	52

АНОТАЦІЯ

У статті узагальнено світовий та український досвід у сфері кафе та його вплив на життя і буденність людини, а також розглянуто актуальність теми літературного кафе на сьогодні.

Люди приходять до кафе, щоб відпочити, поспілкуватись, провести ділову зустріч, відвідати тематичний захід, відірватися від проблем і добре провести час. Тому атмосфера в закладі повинна бути приємною, затишною і не банальною. Бажано, щоб дизайн кафе був зроблений в єдиному тематичному стилі, це одна з наймодніших тенденцій останніх років.

В Україні на даний час існує велика кількість підприємств громадського харчування в як за видами (ресторан, бар, кафе), за темами (сім'я, арт-кафе), так і за видами кухні (італійська, японська). Створення українського кафе потрібно для маркетингу української їжі, створення позитивних асоціацій з кожним регіоном України, розповсюдження власної культури та для розвитку міжрегіонального туризму.

Існує велике різноманіття сучасних видів та форматів надання послуг кафе та ресторанів: по видам національних кухонь (італійська, французька, українська, мексиканська), по видам продуктів (мясні, вегетаріанські, рибні), кафе зі стравами без цукру, вегетаріанські, кафе-пекарня, винний бар і шоурум.

«Найпопулярнішими, як правило, є кафе, дизайн яких відрізняється від інших. Людей завжди приваблюють стильні інтер'єри та незвичайні меблі. Цікавий вибір кольорів, оригінальність освітлення, правильно підібрані меблі допоможуть досягти бажаного ефекту (які повинні бути зручними і надійними). Зрештою, це може бути і бар, і кав'ярня, і фаст-фуд, і ресторан з національною кухнею, і піцерія та багато іншого. Кожен тип кафе (ресторану) має свої особливості дизайну, які необхідно враховувати. Але в той же час кожне кафе повинно виділятися серед собі подібних [4, ст 3]».

Місце, де воно розташоване, також суттєво впливає на дизайн приміщення. Художня концепція залежить від типу закладу, місця розташування (*genius loci*.-лат. **геній місця, дух місця**). Для кафе в центрі міста більше підходять одні форми дизайну, а для закладів на околицях, або передмістях - зовсім інші. Приміський бізнес вимагає особливого підходу. Архітектурні особливості будівлі, де знаходиться кафе, також відіграють важливу роль. Це означає, що кожен об'єкт індивідуальний.

«В сучасному дизайні інтер'єру втілено багато стилів: класика, сучасний інтернаціональний стиль, еко-біоморфний, і мінімалізм і хай-тек дуже популярні, коли загальна атмосфера визначається лише декількома головними елементами. Найголовніше - це досягти успіху в їх поєднанні[8, с 2]».

Слід також сказати кілька слів про дизайн літніх кафе. Для таких закладів велике значення має не тільки затишність та зв'язок з оточуючим середовищем, але і така особливість, як мобільність. Літній майданчик повинен бути легко трансформуватись: складатися, розкладатися і переноситися. І в цьому випадку допомога кваліфікованих фахівців буде дуже доречна.

Ключові слова: стиль інтер'єру, дизайн, поєднання, концепція кафе.

ВСТУП

Актуальність теми.

За даними «Restaurant Consulting», за останні шість років загальний обсяг ринку ресторанів та кафе в Україні збільшився з 12,3 млрд грн до 28,4 млрд грн. У той же час кількість підприємств в Україні поки недостатнє - на одне місце в ресторані(кафе) припадає 35 осіб. В Європі і США - 7-8 чол.

«В останні роки кількість кафе в Україні постійно зростала. Також, в цій галузі існують різні можливості та ризики(в т.ч.фурс мажорні обставини типу карантин). На українському ринку є близько 18000 закладів РГ.

Україна за рік карантину втратила 4 тисячі ресторанів, а ринок — 6 млрд грн. Кількість ресторанів за підсумками 2020 року зменшилася майже на 4 тис. закладів (20%). Так, на початку 2020 року в країні працювало 18,6 тис. ресторанів, кафе та барів, на початку ж 2021-го їхня кількість становила 14,7 тис., їх прибутковість у кризових умовах становить 14-16% [4, с 6]».

Що буде з ресторанним ринком у 2021 році: згідно з прогнозом, вплив локдауну, який діє зараз, буде мінімальним. «Закриються тільки ті, хто і планував закритися. «Велика частина вже виробила оптимальний формат роботи, та ресторанний ринок почне відроджуватися вже цього року, адже звільнилося багато цікавих локацій і на них знизилася орендна плата.

У найближчі 2-3 роки ринкова мережа кафе може збільшитися приблизно на 20-30%. Розуміння стану ринку та основних тенденцій, допомагає державі підтримувати розвиток цього бізнесу[9, с 2]».

Основним критерієм вибору кафе споживачами все частіше стає якість кухні, а тенденція «демократизації» привела до появи закладів з красивим інтер'єром, меблями та кухонним начинням, але за демократичними цінами. Найбільшою популярністю користуються заклади середньої та низького цінового сегмента, що пропонують українську кухню. Також активно розвиваються компанії з італійської (піцерії) та японською кухнею, які особливо популярні серед молоді, кавярні (зернова кава практично миттєво

витіснила розчинну), кондитерські, пекарні, паби (з власними мініпивоварнями), фаст-фуд та ін.

Тенденції.

Заклади з власним неповторним стилем і атмосферою приваблюють своєю незвичайністю, потоком нових вражень, який вони обрушують на клієнта, який зазирнув до них. Придумати і реалізувати вдалу концепцію - запорука паломництва туристів і місцевих жителів. В основі концептуального кафе може бути все що завгодно, саме, здавалося б, несподіване, і навіть не обов'язково дороге.

Наприклад, успіх ресторану Dans Le Noir в Лондоні надихнув багато закладів по всьому світу наслідувати його приклад. А концепт англійців найпростіший - тут відвідувачі вечеряють в повній темряві. Виявилося, що відключення одного з каналів прийому інформації, загострює чутливість інших, в тому числі смакового і нюхового, що добре відомо сліпим людям. Ось і приходять гурмани в темні ресторани, для того щоб повніше насолодитися смаком і ароматом пропонованих їм страв.

Серед найпоширеніших нововведень у кафе та ресторанах є такі:

- 1) Безкоштовний Wi-Fi в закладі.
- 2) Приготування спеціальної страви шеф-кухарем перед присутніми (камери можуть бути встановлені на кухні поряд з робочим місцем шеф-кухаря, і лише тим відвідувачам, яким цікаво побачити його дії на екрані на столі).
- 3) Інтерактивне електронне меню, яке позбавляє клієнта від великої кількості паперових сторінок та окремих винних та коктейльних карток. Інтернет-меню є каналом зв'язку між адміністрацією та відвідувачами і дозволяє рестораторам швидко редагувати меню та додавати нові страви. Клієнт може вибрати вино з винної карти закладу за ціною, регіоном, роком врожаю та букетом, розрахувати калорійність страв і відразу побачити остаточний контроль замовлення.

4) Використання QR-кодів. Їх можна розміщувати на всіх носіях - від касових чеків та меню до вивісок та столиків. Ви можете відсканувати QR-код за допомогою мобільного телефону або відеокамери вашого айфона та зберегти його в закладках гаджета. У QR-коді можна закодувати багато інформації - історію закладу, авторство унікальних деталей інтер'єру, меню з детальною інформацією про страви. За допомогою QR-кодів ресторан або кафе може сповіщати клієнтів про акції, реалізовувати програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування, отримувати відгуки, запросити їх приєднатися до груп у соціальних мережах та підписатися на розсилку новин. Використання QR-кодів відкриває нові необмежені можливості для онлайн-взаємодії між компаніями та споживачами.

5) Інтерактивний стіл - сучасне мультимедійне рішення, що дозволяє замовнику вибрати страву, прочитати про неї всю необхідну інформацію, зробити замовлення, яке негайно відправляється на кухню, включити онлайн-трансляцію кулінарії. Інтерактивні столи також є своєрідним посередником між відвідувачами - за сусідніми столами можна познайомитись, обмінятися цікавою інформацією, пограти в шахи з відвідувачами.

6) Інтерактивний бар - це інформаційно-розважальна система, яка вбудована в бар. По суті, це інтерактивний екран, що демонструє відео ефекти, характер та інтенсивність яких диктується наявністю предметів на стенді та поведінкою людини (скло, ключі, мобільний телефон - все, що залишає відвідувач на барі, влаштує світлове шоу). Призначення цієї технології - розважити клієнта і якомога довше тримати його біля бару.

«Сьогодні в Україні ефективне впровадження інновацій у кафе та ресторанному господарстві, стримується в основному, низькою фінансовою спроможністю підприємств, відсутністю матеріальної мотивації, недостатнім штатом кадрів для інновацій та упередженістю до інновацій з боку компаній. Такий бізнес найбільш активно розвивається у великих містах, а правила розвитку диктуються економічною ситуацією в місті, традиціями та менталітетом, волею окремих рестораторів та мереж. На думку розробників

проекту "100 найкращих ресторанів України", який за допомогою технології Mystery Guest щорічно визначає найкращі заклади країни за результатами реального тестування - 60% найкращих ресторанів розташовані в Києві[13, с 4]».

Мета проекту — виявлення особливостей проектування інтер'єру кафе з дотриманням певного стилю, а також розкриття значення комплексного методу формування харчового простору з урахуванням його функціональних та ергономічних особливостей. Розробка проектно-композиційного рішення дизайну інтер'єра кафе.

Для досягнення цієї мети слід виконати наступні **завдання**:

- проаналізувати українські та закордонні аналоги ;
- виявити тенденції дизайну в оформленні кафе;
- дослідити особливості різних стилів інтер'єру;
- уточнити основні стилі інтер'єру , форму закладу;
- сформувати рекомендації для проектування комфортного кафе;

Об'єктом дослідження є процес створення проектної документації для дизайну інтер'єра літературного кафе в комплексі «ЕТІКА» що розташований село Гнідин ,вулиця Центральна 45а, Бориспільського району Київської області.

Предмет дослідження — Проектна документація на створення дизайну інтер'єра суспільного кафе.

РОЗДІЛ І. АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ АНАЛОГІВ

1.1 Сутність та історія формування закладів кафе

Кава – один із різноманіття напоїв, що має витончений смак та аромат. Кавова культура – знання про створення кави, її походження, культуру споживання.

«За офіційними даними, історія появи кави починається в X столітті в Ефіопії. Завдяки властивостям зернової кави, ченці експериментували та шукали найкращі способи її використання. Спочатку кава використовувалася як лікарський засіб, зерно замочували у воді, а потім заварювали їх з рослинними та тваринними жирами. Крім того, відповідно до релігійних причин, що склалися в забороні алкоголю, цей напій замінив людям енергетик, ставши альтернативою для вина та інших різновидів напоїв. У XII столітті культура кави почала формуватися більш чітко, маючи більше сенсу та конкретики[22, с 5]».

Розуміючи важливість кави як експортного продукту, мусульмани створили монополію на експорт кавової ягоди. Напій з листя та зерен готували по всій Африці, і він почав поширюватися на Схід. Більш як три століття мусульмани контролювали вирощування та продаж кави, придбання якої було можливим лише на арабських ринках. Вперше зерно кави експортувалося до торговців з Ефіопії. Мешканці ісламських країн були першими, хто намагався пити каву за межами її походження. Деякий час, напій прирівнювали до вина, тому його було заборонено використовувати для справжніх віруючих та представникам ісламського духовенства. Роль масового розподілу кави до інших країн належить контрабандистам та паломникам. Вони є тими, хто експортує кавові зерна за межами країн у своїх компаніях. Таким чином, зерно з'явилося в Османській імперії (Туреччина), Стародавньому Єгипті та Сирії.

«Європейські мандрівники принесли історії про незвичайні темно-чорні напої на Близькому Сході. У 17 столітті кава була передана до Європи і стала популярною на континенті. Деякі люди відреагували з підозрою або страхом на цей новий напій, назвавши його "гіркий винахід сатани". Місцеве духовенство засудило каву, коли вона прибула до Венеції в 1615 році. Сварка була настільки великою, що Папа Клемент VIII вирішив спробувати випити сам, перед тим як прийняти рішення, випивши каву, пізніше він дав своє схвалення[18, с 2]».

Незважаючи на такі суперечки, кавові магазини швидко стали соціальними заходами та центрами зв'язку у великих містах Англії, Австрії, Франції, Німеччини та Нідерландів.

У середині 17 століття в Лондоні з'явилися понад 300 кавових магазинів, багато з яких відвідували меценати, включаючи торговців, навантажувачів, брокерів та художників. На той час кава почала змінювати стандартний сніданок, саме пиво та вино. Ті, хто пив каву замість алкоголю, у тих починався день не з напруги, а навпаки, люди стали більш енергійними, а їх якість роботи значно покращилася.

1.2 Історія створення кафе у зарубіжних країнах.

«В Англії кав'ярні (англ. coffeehouse) від самого початку їх розповсюдження перетворилися на місце зустрічі заклопотаних справами «ділових людей». «Coffeehouse», заснований Едвардом Ллойдом, зрештою перетворився на одну з перших і найвідоміших у світі страхових компаній. Змушені залишити Королівську біржу працівники облаштувалися в кав'ярні. Англійські кав'ярні частіше називали «університетами за пенні», розуміючи під цим те, що чашка кави коштувала одне пенні, а за дану ціну відвідувачі закладу мали змогу слухати відомих вчених, політиків або людей мистецтва. В 1671 році перша кав'ярня (фр. cafe) відкрилася в Парижі[5, с 6]». У французькій столиці кав'ярні були не стільки місцем ділових перемовин та

укладання угод, скільки закладами, де грали у шахи і обговорювали питання громадського життя. Кафе «**Rejans**» був улюбленим закладом французького письменника та засновника «Енциклопедії» Дені Дідро, а в «**Closerie des Lilas**» проводили час Оскар Уайльд та Ернест Хемінгуей. В 1673 році кав'ярня (нім. kaffeehaus) з'явилася в німецькому Бремені, 1678 - у Гамбурзі. Засновником першої віденської кав'ярні був українець Юрій Франц Кульчицький, який брав участь в Обороні Відня. Саме Кульчицький відкрив у 1686 році першу у Відні та п'яту у Європі кав'ярню під назвою «Будинок під блакитною пляшкою». Відповідно до легенди, під час облоги Відня у 1683 році, Юрій переодягнувся турком та пішов у розвідку через позиції османів, щоб дізнатися звідки у тих стільки енергії. Там він побачив, як османи вживають чорну рідину і стають бадьорішими, тому Кульчицький сам спробував напій і одразу відчув на собі його здатність пробуджувати енергію. Близько 1698 року кав'ярні (дан. kaffehuse) з'явилися у данському Копенгагені. У 1714 році буда заснована кав'ярня (угор. kávéház) «Balash» в угорському Пешті (хоча кафани тут існували і за османського панування), в 1721 - в Берліні. У 1724 році перша кав'ярня (пол. kawiarnia), що мала назву «За залізною брамою», відкрилася у Варшаві, проте згодом збанкрутіла, оскільки люди не виявляли бажання пити каву, і тільки в 1763 році вони почали звикати до гіркого напою і поступово у Польщі почали розвиватися та поширюватись нові заклади, які пропонували каву. У Стокгольмі в 1728 році існувало вже 15 кав'ярень.

В Україні поява закладів споживання кави датується 1829 роком, проте у 1802 році у книзі чеського вченого Йозефа Рорера «Спостереження під час подорожі від турецького кордону через Буковину, Східну і Західну Галичину, Сілезію та Моравію до Відня» згадується кав'ярня Якуба Левакоського, в якій Рорер сидів за столиком, пив каву і писав листа рідним, де відзначив, що у закладі пана Леваковського затишно, а персонал звертається німецькою. Хоча появу перших 15 кав'ярень «європейського» типу більш офіційно пов'язують із німцями - в 1829 році філософ Карл Гартман відкрив у Львові

«Віденську кав'ярню», збудувавши для неї спеціальну будівлю (назва обумовлюється тим, що на той час всі міста рівнялись на Відень, прагнули бути схожими), в 1840 році промисловець Готліб Фінке заснував під власним іменем першу кав'ярню в Києві. В середині XIX століття кав'ярні стрімко почали перетворюватись на центр світського життя. Таким чином, період їх становлення отримав назву «чудової доби». Відвідувачі закладів сиділи за столиками, займались своїми справами, спілкувались та спостерігали за життям, що вирувало довкола. Інтер'єр кожного закладу набував певної стилістики, прагнув відповідати смакам та побажанням. Так, наприклад, почали набувати популярності великі вікна схожі на вітрини, які займали майже всю стіну кав'ярні, а також все частіше з'являлися столики на вулицях, що тепер носить назву «тераса», відповідно для чого звичні масивні меблі змінювались на більш легкі та практичні.

Протягом XIX століття в Парижі налічувалось близько чотирьох тисяч кав'ярень, тоді як першість належала Відню – понад 15 тисяч. Віденський та паризький «бульварний» тип кав'ярень почав поширюватись і в інших містах Європи. Поруч із класичними з'являлись й нові заклади, в яких асортимент був більш різноманітним. Так, популярним став супутній продаж солодошів, а заклади почали перетворюватись у кав'ярні-кондитерські або цукерні, які користувались більшою популярністю серед жінок і частіше були розраховані саме на них.

«Паризьке кафе "Гранд-кафе" було заслужено бути першим кафе, де проводились кіносеанси, які відбулися вперше у 1895 році завдяки братам Люм'єр. Восени цього року 35 людей купили квитки за 1 Франк, щоб подивитися десять 30-50-секундних фільмів, а на наступний день всі французькі газети написали про цей кіносеанс, що дало світову кінематографію. Віденські кав'ярні давали можливість провести літературне читання та підтримували концерти з грою на фортепіано. Пізніше інші міста почали брати приклад різноманітності вечорів, ввівши концерти та виступи знаменитих людей[21, с 5]».

Вони стали соціальними, діловими та політичними центрами. Зі страхом перед прогресивних політичних течій, англійський король Карл II заборонив у 1675 році відкривати кафе. Однак суспільство було настільки проти, що заборона тривала тільки 11 днів. Пізніше британські студенти заснували Оксфордський кавовий клуб, який є зародком Королівського наукового товариства.

Кафе були не лише для того аби тільки їсти і пити. Перш за все, кафе завжди були клубом, де люди збиралися поговорити, іноді посперечатися та обмінятися новинами.

Кафе насправді була важливою роллю у духовному та політичному розвитку європейської спільноти.

Культура кави в Європі яскраво живе в повсякденному житті. Італійці п'ють капучино на сніданок, а шведи спеціально роблять невеличку перерву під час робочого часу задля кави.

1.2 Аналіз українських аналогів

Кафе - це місце, яке приваблює широке коло людей незалежно від віку, статі та роду занять. Люди шукають місце, яке буде поруч з домом чи роботою, де їжу подаватимуть швидко та ефективно та де їм буде комфортно та приємно. Для того, щоб кафе було саме тим місцем, де буде приємно проводити свій час, поїсти, необхідно зробити чітке і правильне концептуальне оформлення кафе. І от, незалежно від того, чи це місце зустрічі з друзями, чи місце роздумів та розслаблення, люди повертатимуться знову і знову.

На цей час існує велика конкуренція між кафе та ресторанами, і часто вирішальною точкою при виборі закладу є не відмінна їжа, а природа людини «подобається або не подобається». Не менш важливою роллю буде дизайн інтер'єру кафе, оскільки ми купуємось "на вигляд", і лише тоді ми дізнаємося, наскільки їжа смачна і наскільки добре працює персонал.

Особистий стиль кафе буде завжди візитною карткою та впізнаваною характеристикою певного закладу в умовах великої конкуренції. І добре виконаний дизайн-проект кафе дає закладу можливість розвиватися далі, адже клієнти часто прощають незначні помилки, якщо їх влаштує атмосфера кафе.

Читання ніколи не вийде з моди. Крім того, це стає все більш престижним та стильним хобі. Статистика свідчить, що попит на друковану книгу росте. 10-15 років тому прогнозували, що електронна книга витіснить паперову, але ці прогнози не виправдалися. Про це свідчить бум будівництва бібліотек-національних (національна бібліотека Катару м.Доха 2017р., Фінляндії, Китаю-2015р., регіональних (Штутгартська-2011р., бібліотека району Бінхай в Тяньцзині 2017р., Чикагська публічна-2015р, Сучжоу No2-2019 Bibliothèque Alexis de Tocqueville - публічна бібліотека для столичного регіону Кан-ла-Мер у Нормандії, Франція-2017р..) навчальних закладів (Абердинського університету Шотландія-2012р., Національної юридичної академії ім.Ярослава Мудрого м.Харків 2014р., Університету м.Відня-2013р.)

Попит на паперову книгу буде завжди, оскільки є цільова аудиторія, яка любить читати тільки паперові книжки. А дитяча книга або книга на подарунок апріорі паперова. Такий формат ніяким телефоном або рідером не замінити. Якщо опиратись на статистику продажів, то найбільше читають художню літературу, дитячу, бізнес-літературу й мотиваційну. Книжкові ринки 90-х, які буквально спустошили невеликі тематичні магазини, як показано у фільмі "Вам лист" з Томом Хенксом та Мег Райан у головних ролях, залишились поза увагою. У поле зору потрапляють літературні кафе на будь-який смак та тему. За чашкою кави, келихом вина любителі книг можуть поринути у вир історії чи новітні відкриття фізики, знайти в тематичному місці книги, що цікавлять їх спеціалізацію.

"Імбир" - це вегетаріанське літературне кафе. Ви знайдете тут незвичну східну їжу, приємний інтер'єр у кремових тонах та безліч книг для саморозвитку. Також можете ознайомитися з літературою за чашкою кави чи

за обідом, або придбати книгу для більш детального читання у вільний час. Вибір книг не великий, але теми досить широкі: це кулінарні роботи з вегетаріанської, веганської, національної та інших кухонь, а також роздуми на тему саморозвитку, духовного та фізичного, а також класичної художньої літератури і набагато більше.



Рисунок 1.1 Кафе "Імбир" у Києві

Маленька книгарня **"Довженко.Книги.Кава.Кіно"** з невеликою кав'ярнею - здається нічим примітним. Але це затишне та миле місце, назване на честь одного з найбільших українських режисерів, є представництвом харківського видавництва "Фоліо". Що стосується вибору книг, це художня література, дитячі публікації та наукові гуманітарні праці як видавців Folіo, так і багатьох інших українських видавництв. Це літературне кафе не лише продає книги, але й організовує показ фільмів Довженка та сучасних

українських фільмів. І звичайно, вони проводять відкриті читання, зустрічі з авторами та майстер-класи.



Рисунок 1.2 Кафе "Довженко.Книги.Кава.Кіно" у Києві

Кафе "Хармс" починався з маленької інтимної книгарні, де ви також могли випити кави та послухати вінілові платівки та пограти з милим котом Еліотом. «Зараз "Хармс" - це простір з такими ж ідеально підібраними "розумними" книгами, смачною кавою, а також повноцінною кухнею та великим місцем для різноманітних семінарів, лекцій та зустрічей. Колишня їдальня Будинку вчених перетворена на стильне місце для молоді, і орендодавці часто дозволяють використовувати актовий зал, коли на конкретні зустрічі приходить більше людей, ніж може вмістити кафе. У кафе "Хармс" ви можете насолодитися винами з різних куточків світу. Не дарма мистецтво сомельє високо цінується в сучасному суспільстві. Вміння правильно скуштувати цей напій часто дозволяє розкрити смаковий букет. І ще раз, нескладні закуски допоможуть підкреслити смак вина[7, с 2]».

Якщо ви хочете перекусити на відкритому повітрі, особливо в спекотний день, тут є зручна тераса. На літній період в закладі діє спеціальне меню, яке чудово оновлюється в жарку погоду. Літні кафе характеризуються швидким приготуванням страв, що скорочує час очікування замовлення.

Кухарі приготують європейські страви спеціально для вас. Тут ви також можете пограти в настільні ігри.



Рисунок 1.3 Кафе "Хармс" у Києві

Кнайпа-клуб "**Купідон**" позиціонує себе як останнє місце для української інтелігенції. Інтер'єр нагадує сцени фільму про стимпанк із мідними трубами над баром, безліч антикваріату в декорі та тьмяні лампи. Це одне з перших місць у Києві, де поєднуються література та їжа. Українські поети та письменники люблять відвідувати "Купідон", проводити відкриті читання та зустрічі з читачами. Кафе має досить гарну українську кухню,

цікаве коктейльне меню і, звичайно, чудовий вибір книг. Від вживаних книг до сучасної української літератури.



Рисунок 1.4 Кафе "Купідон" у Києві

Наступне літературне кафе(паб) це **"Крапка кома"**, у якому пропонується вибір м'ясних страв та смачного свіжого пива, а також цікава та корисна література для читання. Щовечора в закладі ви можете насолоджуватися живою музикою, дивитися футбол, якщо це трансляційний матч, та дивитися фільм. Цілком нестандартне та неформальне рішення для літературного кафе, адже прийнято насолоджуватися книгою за чашкою кави чи чаю, але ніяк не куштуючи пиво. У літературному пабі є низка книг які, на жаль, не продаються. Але буккросинг активно практикується. Літпаб

«"Крапка Кома" на площі Льва Толстого в м. Києві - чудовий душевний заклад у центрі української столиці. Паб ідеально підходить для веселого проведення часу з друзями та родиною. Тут часто святкують дні народження, в ідеалі як місце проведення корпоративних заходів та інших розважальних заходів[25, с 2]».



Рисунок 1.5 Кафе "Крапка Кома" у Києві



Рисунок 1.6 Кафе "Літературне кафе" у Чернівцях

"Літературне кафе" у Чернівцях .Основною"фішкою" цього закладу є цікавий інтер'єр. Він виглядає як музей, тут знаходяться антикварні предмети та розвішані старі фото на стінах, ажурні меблі з дерева, які так і передають дух старовини. Тут можна відчутти атмосферу інтелігенції та богеми. У кафе часто проводяться літературні вечори, творчі зустрічі та інші культурні події. Тому, за чашкою кави з десертом, ви також можете насолоджуватися поезією або приємною розмовою.

Формат бренду є одним із стабільних тенденцій у розвитку кафе і ресторанів в Україні. Зі зростанням конкуренції стало поняття концепції установи, де все підпорядковано загальній ідеї, яка проникає в усі сфери, що пов'язані з брендом. Це особливо помітно в мережевих проектах, де загальноприйняті стилі в розробці залів кафе, дизайн меню, корпоративний одяг персоналу дає відвідувач чіткий сигнал, який допомагає визначити проект. Однак можливість бути концептуальним кафетерієм - не просто привілей для мережевих проектів. Навіть окрема одиниця в цьому бізнесі може заслужити подібне звання, якщо він зможе чітко сформулювати і цілеспрямовано дотримуватися цілісності ідей і принести цю ідею своїм клієнтам.

«Конкуренція серед установ громадського харчування дуже велика. Маленькі кафе, бари та ресторани, які намагаються залучити клієнтів своїми дизайнами та смачною кухнею росте все більше з кожним роком. І я повинна сказати, що далеко не в усіх виходить побудувати вигідний бізнес. Якщо ви мрієте про розвиток у сфері громадського харчування, але боїтесь конкурентів, ви повинні думати, що має бути унікальна та цікава концепція закладу, наприклад, відкрити не звичайне, а літературне кафе[13, с. 4]».

Сутність проекту - регулярно організувати всі види творчих вечорів з формулюванням досконалої продуктивності, читати літературні роботи відомих письменників або ж сучасних, ще не відомих цьому світу,

початківців. Завдяки цьому Ваш заклад буде не схожим на інші та матиме свій шарм.

Звичайно, для літературного кафе потрібен тематичний інтер'єр, тому обов'язково потрібен дизайнер, який сформує концепцію реалізації проєкту. Створить невелику бібліотеку в інтер'єрі, книжковий магазин, куточок живопису або інші тематичні області.

Літературні кафе підлягають спеціальним вимогам. Воно повинно бути зручним і просторим. Бажано знайти місце ближче до центру міста, але в той самий час недалеко від паркової зони. Адже думати про мистецтво, читати та пити чашечку кави зручніше в оточенні природи.

Ключ до успіху цього бізнесу є не тільки блискуча рекламна кампанія, але також ідея, яку продумали до дрібниць. Якщо знання в галузі культури та літератури недостатньо, то необхідна допомога хорошого арт-директора, який, звичайно, знає, що є цікавим цільовій аудиторії, і зможе організувати незабутні вечори, які привертатимуть загальну увагу та інтерес.

1.4 Аналіз зарубіжних аналогів

Що може бути зручніше, ніж зручно сидіти з чашкою кави в руках і читати годину-другу книги? Слід визнати, що ще недавно любителі літератури мали таку можливість лише вдома. На щастя, сучасні ресторатори слідують модним тенденціям, а літературні кафе відкриваються по всьому світу. Тут можна не тільки смачно поїсти, але й витратити час на читання книг, яких вдосталь на полицях.

"**Les Editeurs**", як і переважна більшість паризьких закладів, не дуже великий, але наповнений багатьма книгами. До речі, вони представлені ресторану видатними видавцями, які часто куштують у ньому свій фірмовий цибульний суп та шоколадний флан на десерт.

«Тут ви можете знайти багато творів, але вони напевно будуть французькою, тож ви повинні або вдосконалити свої шкільні знання, або просто насолодитися літературною атмосферою та смачними стравами.

Ресторан розташований у 6-му окрузі Парижа, у центрі знаменитого Латинського кварталу - улюбленого району для французьких студентів та мандрівників з усього світу[18, с.3]».



Рисунок 2.2 "Les Editeurs" у Парижі

Ви любите французький стиль і хорошу літературу? Тоді вам неодмінно варто зайти до французько-в'єтнамського кафе "**Hugo**" в Дубаї. В закладі ви знайдете вражаючу колекцію творів авторів з різних країн, де є справді рідкісні екземпляри. Крім того, саме тут молоді автори мають можливість читати уривки зі своїх творів для публіки, оскільки власник кафе регулярно влаштовує вечори читання.

«Інтер'єр закладу виконаний у типовому французькому стилі і присвячений творчості Віктора Гюго: стіни прикрашені ілюстраціями для класиків, а в архіві власника можна знайти унікальні антикварні публікації та аудіовізуальні матеріали. Що стосується їжі, в кафе Hugo подають широкий асортимент страв інтернаціональної кухні, від традиційних в'єтнамських супів до смачної французької випічки[15, с.6]».



Рисунок 2.3 Кафе "Hugo" в Дубаї

Мабуть, одне з найкрасивіших закладів Москви знаходиться на Тверському бульварі, в центрі столиці. **"Кафе Пушкін"** було відкрито в 1991 році в старовинному особняку і донині радує москвичів та гостей міста смачними тістечками, свіжозвареною кавою та антикварними книгами.

Ресторан містить три зали, що називаються "Аптека", "Бібліотека" та "Антресоль", які були тут у позаминулому столітті. Окрім антикварних декоративних елементів та антикварних меблів, ви знайдете в книжковій кімнаті колекцію видань, яким може позаздрити будь-яка бібліотека: понад три тисячі книг з 18 до початку 20 століття. Окрім смачних десертів та зібраних творів, "Кафе Пушкін" запропонує вам багатий перелік страв, популярних серед знаті 19 століття.



Рисунок 2.4 Кафе "Пушкін" у Москві

Спочатку творці цього закладу сприймали заклад не як кафе, а як затишне місце, де близькі друзі та пари могли зустрітися за чашкою кави. Ну, схоже, вони це зробили.

Кафе "**du Livre**" розташоване в місті Марракеш (Марокко) прикрашено м'якими плюшевими кріслами та книжковими полицями і на перший погляд набагато більше схоже на бібліотеку, ніж на заклад громадського харчування.



Рисунок 2.5 Кафе "du Livre" у Марракеші

У кафе зібрано понад дві тисячі видань різними мовами, які за бажанням можна придбати в особистій колекції, адже власники кафе "du Livre" мають ліцензію на книжковий магазин. Окрім того, ви можете смачно повечеряти в кафе та побалувати себе келихом гарного вина або кухлем чаю. Це справжній рай для любителів теплої спілкування та літератури.

Затишне кафе "**Ми ж на Ти**" на вулиці Марата в Санкт-Петербурзі по праву вважається одним із наймодніших місць у місті. Окрім великої бібліотеки, де можна навіть загубитися, заклад має таємну кімнату, про яку знають лише віддані відвідувачі. Таємнича кімната благополучно захована за дверима, замаскованою під книжкову полицю, і навіть меню в ній принципово інше.



Рисунок 2.6 Кафе "Ми ж на ти" у Санкт-Петербурзі

Ребра нон-стоп є найпопулярнішими серед гостей "Ми ж на Ти" - їх приносять тобі, поки ти не попросиш офіціантку зупинитися. Правда поділити таку розкіш із сусідами за столом не можна. В кафе у вас є унікальна можливість

провести час у тиші серед читачів, переглянути ту чи іншу книгу та ситно повечеряти.

РОЗДІЛ II. КЛАСИФІКАЦІЯ

2.1. Класифікація кафе та стилю оформлення.

Кафетерії є однією з вигідних ділових областей, але разом з тим конкурентоспроможна.

«Дослідники вважають що на українському ринку є два основних формати кафе, які є найпопулярнішими:

- традиційне кафе, де в основному асортимент продукції це чай та десерти. У цих установах часто надають послуги самообслуговування. Ця послуга полягає в тому, що споживачі індивідуально підходять до бару, забирають свої замовлення та самі себе обслуговують після отримання замовлення.

- інший формат, де з точки зору продукції, крім кави та чаю, є також салати, другі страви та алкоголь. У таких закладах зазвичай ціни вищі, відповідно цей заклад буде приносити більше прибутку[17, с. 5]».

Кафе розвивається переважно у великих містах. Традиційний тип кафе можна знайти в основному на заході України. Тому, що на сході України споживачі більш сприйнятливі до традиції чаю, тому кафе розвиваються слабше. Крім цього, для досягнення успіху в цьому бізнесі, хороше розташування кафе має великий вплив. Успішні заклади розташовують частіше у житлових кварталах в центрі міста, у бізнес-центрах або недалеко від метро.

У сучасних умовах варто розширити теперішню класифікацію кав'ярень та розділити їх за ознаками. За форматом обслуговування:

- самообслуговування;
- обслуговування офіціантами.

За наявністю посадкових місць:

- «to go»;

– з можливістю розміщення всередині закладу.

За асортиментом:

- продаж тільки різноманітних видів кави;
- наявність додаткового меню напоїв;
- наявність розширеного меню страв.

За форматом розміщення закладу:

- класична кав'ярня;
- кав'ярня на колесах (кавомобіль);
- кав'ярня-острівець в торгівельному центрі.

За хвилею виникнення кав'ярні:

- першої хвилі; – другої хвилі; – третьої хвилі.

Отже, сьогодні кафе - це заклад ресторанного господарства, де людям пропонується вибір з широким асортиментом продуктів та різними методами приготування їжі, також повний аналіз та обізнаність про походження, рівень екологічності та свіжість сировини, а також тонкощі смаку кожного варіанту.

Кафе можна вважати важливим компонентом туристичної галузі та гастротуризму в Україні. Для того, ефективно конкурувати заклади харчування повинні вчасно звертати увагу на зміни ринку та адаптуватися до всіх подій, вчасно змінювати асортимент продуктів та послуг, вносити зміни до форми обслуговування. У конкурентній ситуації на ринку підприємства не повинні зосереджувати увагу на поточні труднощі, а розробляти довгострокові стратегії для подальшого розвитку. Одним з таких напрямків є тематичні кафе, в тому числі –літературні.

СТИЛЬ

Не тільки смачна кухня та свіжа їжа є запорукою успіху серед відвідувачів, але також потрібна й приємна атмосфера, тому унікальний інтер'єр кафе є важливим завданням для всіх власників закладу. Гості частіше залишаються там, де атмосфера підштовхує їх поїсти, де хочеться провести вечір з родиною, відпочити або просто посидіти в обідній час. Тому правильно вибраний дизайн є ключем до серця будь-якого навіть самого заядлого гурмана.

Форми, об'ємно-просторові рішення. «Досить просто поглянути на фотографії мандрівників - кожна країна має свої традиції харчування, багато з яких також запозичені компаніями громадського харчування. Незалежно від фасаду, інтер'єр залу можна виконати відповідно до фантазії автора. Використовуючи правильний дизайн, ви можете висловити основну тему та стиль закладу, його орієнтацію на конкретну цільову групу і навіть цінову політику[9, с. 2]». Перш ніж почати працювати над реалізацією задуманого кафе, ми повинні:

- Чітко спланувати розташування сидінь, шафу для одягу, технологічну зону та кухню. Тут особливе значення має не тільки незвичайний інтер'єр, а й його функціональність та зручність як для відвідувачів, так і для працівників.

- Звернути особливу увагу на меблі: вони повинні підтримувати загальний фон або бути в контрасті з ним. Тут також важливий комфорт та ергономіка обладнання. Правильно вибираєм штори, дзеркала, картини, які створять атмосферу затишку та підкреслять індивідуальність ресторану чи кафе. Не потрібно ігнорувати інші приміщення, адже крім залу відвідувачі заходять в туалети, а в багатьох кафе є ще й кальяни та інші приміщення, куди мають доступ клієнти.

- Правильно розташувати барну стійку, якщо вона є. Вона повинна виділятися і бути, наскільки це можливо, однаково доступною для гостей, які є як ближче до неї, так і на відстані.

Оформляючи зовнішній дизайн установи ми повинні звернути увагу на основні вимоги оформлення входу в заклад:

1. Зручний шлях для автомобіля та пішохідний доступ до входу.
2. Територія біля входу ввечері повинна бути добре освітлена.
3. Вивіска повинна бути оформлена відповідно до українських рекламних законів.

Освітлення, вивіска та вхідні двері повинні також бути гармонійно поєднані в єдине ціле з оточуючим середовищем, та відображати концепцію установи.

Кольори так само важливі, як меблі та освітлення. Колір незвично впливає на людину, тому можна вибирати такі відтінки, які не тільки подарують гостям настрій радості, щастя, гарного вдачі, але і апетит. Варто пам'ятати, що для маленького приміщення краще вибирати світлі кольори зі світлими акцентами, а ось дизайн кафе на великій площі можна вирішити різними кольорами, в тому числі і темними.

Стилі. Не варто поспішати з облаштуванням кафе, слід ретельно все продумати і створити інтер'єр, який відповідає типу їжі, що подається, або тематиці закладу. Це може бути інтер'єр у стилі прекрасної східної казки, сучасного, дитячого чи чогось іншого унікального у своєму роді, все обмежується лише фантазією творців.

«Стиль **контемпарарі** з'явився в другій половині ХХ століття як результат змішання мінімалізму, конструктивізму і простоти скандинавських інтер'єрів. Точного визначення, ніж цей стиль є, немає, строгих правил оформлення - теж. Контемпарарі, скоріше, являє собою підхід до організації простору. Головне, щоб поєднання елементів інтер'єру було гармонійним, а між задіяними стилями існував компроміс. Для обробки підлоги вибирайте ламінат, дошку для підлоги і керамічну плитку, для стін - нейтральні шпалери

і фарбу. Стеля, найчастіше, також виконується в традиціях мінімалізму - з гіпсокартону, в який вбудовуються освітлювальні елементи, але можливі й інші (більш складні, але далекі від мейнстріму) варіанти. Наприклад, використання таких матеріалів як пластик або дерево. Нейтральні холодні відтінки - основа кольорової палітри стилю - запозичені з мінімалізму і хай-тека. Фарбування стін у світлі тони - хороший хід, він дозволить доповнити інтер'єр контрастними акцентами. Зверніть увагу на вибір поєднань: глибокого чорного і білого, нейтрального і яскравого, насиченого[17, с. 4]».

Найкреативнішим можна вважати **стиль лофт**. «Часто можна побачити фото кафе, де головним елементом приміщення є цегляні стіни. Батьківщиною цього стилю є Нью-Йорк, але він виник, як не дивно, через банальну відсутність грошей на облаштування. У нашій країні цей стиль з'явився нещодавно, раніше цегляну стіну просто не сприймали і вважали недобудованою. Зараз він популярний у всьому світі і вважається незвичним і модним. Лофт - це перш за все простір. Простір колишніх фабрик і фабрик, які були забезпечені мінімальними приміщеннями та дешево здані в оренду богемній молоді. Результатом ставали великі приміщення без перегородок з максимальним рівнем природного освітлення[12, с. 5]».

Характерні риси: відсутність перегородок, обробка цеглою та бетоном, сучасне мистецтво як прикраса, наявність промислових елементів. Меблі можуть бути різними - від старовинних і знайдених на вулиці, або творчо перероблених, до простих, зручних речей у наш час, найголовніше, щоб вони були оригінальними та яскравими, щоб не загубитися на тлі величезної кімнати. У цьому випадку вікна повинні бути якомога більшими.

Версальський стиль в інтер'єрі названий на честь палацу, де гарно поєднано кілька класичних стилів - особливо класицизм та бароко. Сьогодні це джерело натхнення для багатьох архітекторів, дизайнерів та художників.

Характерні риси: першокласні, дорогі матеріали в декорі, яскраві кольори - фіолетовий, рубіновий, золотий, - вишукані меблі на та вигнуті ніжки з яскравими квітковими принтами. Багато декору: фрески, барельєфи,

квіткові малюнки, скульптурні композиції, мережива, драпірування, велика кількість дзеркал у позолочених різьблених рамах. Багато меблів: дивани, крісла, пуфи, туалетні столики, комоди та багато іншого.

Деконструктивізм - архітектурний стиль, який плавно перетікає в дизайн. Деякі жартують з приводу деконструктивізму в інтер'єрі, що це конструктивізм, вивернутий навиворіть. «Насправді у них є щось спільне: мінімалістичний інтер'єр без зайвих деталей, звичайні меблі, лаконічне освітлення. Але там, де подібність закінчується, починається спотворення: всі об'єкти асиметричні, з'являються нові форми, лінії пронизують простір[19, с.3]».

Американський кантрі виріс із ранніх фермерських будинків. Звідти цей стиль і має такі особливості: сільський колорит, екологічність, великі кімнати, відкрите планування, обов'язковий камін. Перевагу віддають натуральним матеріалам: глині, каменю, дереву. Дерево бере участь в обробці підлог, стін та стелі. Багато деталей ручної роботи: глиняний посуд, ковані вироби, плетені корзини та інше.

Меблі прості, міцні, цілісні, добре якщо вони залишились ще з бабусиних часів: старі комоди, пошарпані дивани, старовинні скрині. У приміщенні повно тканин різних кольорів та орнаментів - килимів, подушок, килимів, серветок, скатертин тощо - що робить кімнати дуже затишними та домашніми.

Пін-ап - це ретро-стиль, який бере свій початок в період Великої Американської депресії: веселі дівчата покликані розвеселити втомлене населення. Згодом принципи веселої кокетки знайшли своє застосування в дизайні: інтер'єр став яскравим та легким.

Для створення такої атмосфери достатньо небагато білого та безлічі яскравих кольорів : рожевого, жовтого, тіффані - додайте до них різний затишний текстиль та кілька веселих плакатів. Меблі трохи ретро – великі вінтажні дивани, затишні круглі крісла. Образ кімнати доповнять невагомні тканини з простими мотивами - крапками, клітками, смужками.

«**Романський стиль** викликає асоціації зі старим середньовічним замком або монастирем. Головний принцип - без надмірностей: простота дизайну, масштабна архітектура, невеликі вікна, потужні колони і темні кімнати. Мінімальний декор - головною прикрасою було лицарське спорядження, а також вітражі, підсвічники та килими. Важливим елементом у кожній кімнаті була піч або камін[4, с. 2]».

Груба обробка - кам'яні стіни та підлога, прості та великі дерев'яні меблі, бронзові світильники - все це матеріали, які використовувались у той час. Скрині використовували буквально для всього - і як шафу, і як лавку, іноді навіть як ліжко або стіл.

«Цікаві також дизайнерські проекти у східному стилі **фьюжн**(англ.fusion-злиття) -поєднання різних ідей. Тут можуть бути присутні як фольклорні мотиви, так і промислова простота у поєднанні з тематичними акцентами (текстиль, плитка, світильники). Освітлення тут відіграє одну з головних ролей - це не звичайні світильники, а креативні джерела світла в азіатському стилі. Ось так можна створити кафе, яке спеціалізується на кавказькій або східній кухні[16, с.3]».

Вибравши концепцію та дизайн кафе, потрібно звернути увагу на тип закладу. Наприклад, дизайн дитячого кафе може бути в яскравих тонах або в стилі мультфільму, а стиль лофт підходить для невеликого кафе або бару. Популярні стають ті заклади, в яких подається національна їжа певної країни. У таких кафе краще витримувати цілісний стиль і поєднати інтер'єр з меню.

Багато закладів намагаються створити певний емоційний зв'язок між простором та гостем. Коли кожна деталь так продумана, що залишається в пам'яті. Стати частиною життя вашого відвідувача, розвивати його різнобічно, паралельно розвиваючи та вдосконалюючи кафе.

Кожен проект передбачає наявність меблів, і вони повинні бути не тільки стильними ,зручними та ергономічними,вписуватись в інтер'єр, але і відповідати тематиці і функціональним особливостям закладу. Перш за все, це важливо для відвідувачів, щоб вони не мали бажання якомога швидше

закінчити трапезу і піти, а бажали залишитися довше. Меблі компаній виробників різноманітні, вибір залежить від теми ресторану чи кафе, а також цінового діапазону.

У невеликому закладі швидкого харчування недоцільно ставити дорогі елегантні меблі. Тут меблі повинні бути простими, а стільці, дивани та столи - звичайними, без розкішних поверхонь. Люди приїжджають сюди просто їсти, і це зазвичай займає близько 15 хвилин. Не потрібно забувати про комфорт відвідувачів при створенні індивідуального дизайну меблів у закладі. Крісло та столи повинні бути зручними та стійкими. Є певні рекомендації для їх висоти, ширини й глибини:

- Столик — ширина 60—90 см, висота 72—73 см.
- Стілець (крісло) — глибина 42—45 см, ширина 40—60 см.

Використовуючи ці параметри в меблях, гостям різної комплекції буде зручно сидіти за вашими столиками.

Окремі параметри для дитячих меблів:

- Столик — ширина 60—90 см, висота 72—73 см.
- Стілець (крісло) — глибина 42—45 см, ширина 40—60 см.

2.2 ДБН В.2.2-25:2009 Підприємства харчування.

3. Терміни та визначення понять

3.10 **Кафе** - заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами

Примітка. Розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо.

3.11 **Кав'ярня** - різновид кафе з різноманітним асортиментом кави).

3.12 **Кафе-бар** - різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою кафе або барна стойка розміщена в торговельній залі кафе .

3.13 **Кафе-пекарня** - різновид кафе, відмінною ознакою якого є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів .

3.14 **Кафетерій** - заклад РГ самообслуговування з асортиментом страв нескладного готування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі.

3.25 **Розрахунковий показник підприємства (потужність):**

місткість - кількість місць в обідній залі;

продуктивність - кількість страв, які виробляються у зміну.

4. Загальні положення

4.1.1 Підприємства харчування (заклади РГ) складаються з двох функціональних груп приміщень:

а) призначених для обслуговування відвідувачів;

б) призначених для виготовлення кулінарної продукції).

Відповідно до цього величина підприємств харчування (закладів РГ) характеризується місткістю (кількістю місць в обідній залі) і продуктивністю (кількістю страв, що випускаються в зміну). Місткість і продуктивність підприємств харчування (закладів РГ) визначаються завданням на проектування або проектом.

4.1.2 Оптимальні величини кількості місць в залі загальнодоступних підприємств харчування (закладів РГ) вказані в таблиці 1.

Таблиця 1

Типи підприємств харчування (закладів РГ)	Кількість місць в залі
Ресторан	50-200
Бар:	
винний, молочний, гриль тощо	25-50
пивний	25-100
Кафе:	
загального типу	50-200
спеціалізоване (молодіжне, дитяче, кондитерська, морозиво, молочне тощо)	25-100
Їдальня:	
загальнодоступна	50-200
дієтична	50-100
роздавальна	25-50
Закусочна:	
загального типу	25-50
спеціалізована (згідно з термінами 3.15)	25-50
Кафетерій	8-50
Магазин кулінарії (без виробництва) торговельною площею	40- 180 м ²
<p>Примітка 1. Кількість місць в ресторані, що розміщується на поверсі вище за умовну висоту 47 м, не повинна перевищувати 100 місць.</p> <p>Примітка 2. Місткість підприємств-автоматів (зокрема залів, зон) встановлюється завданням на проектування або проектом.</p> <p>Примітка 3. Допускаються інші місткості залу, встановлювані замовником (інвестором). Кількість залів в підприємствах харчування (зкладах РГ), а також поєднання типів залів в комплексному підприємстві харчування (зкладі РГ) встановлюється завданням на проектування або проектом.</p>	

2. 1.3 Склад приміщень підприємств харчування (закладів РГ) слід приймати залежно від типу закладів, форми обслуговування, а також, залежно від встановленої класності закладу. Перелік додаткових послуг, які потребують спеціальних приміщень або зон, наведені у додатку А.

2.1.5 За відсутності відомчих вимог і норм тип і місткість підприємств харчування (закладів РГ), вказаних в 4.1.4, слід приймати за додатком Б, таблиці Б.1 і Б.2.

2.1.7 Будинки підприємств харчування (закладів РГ) повинні відповідати експлуатаційним вимогам до території, приміщень приймання, зберігання, виробництва і реалізації продукції, а також до умов праці персоналу - за СП 42- 123-5777 незалежно від форм власності і організаційно-правових форм.

5. Вимоги до розміщення

5.1.2 Підприємства харчування (заклади РГ) повсякденного обслуговування місткістю, як правило, від 25 до 75 місць (кафе і закуочні спеціалізовані, бари, магазини кулінарії, їдальні загальнодоступні, дієтичні і роздавальні - зокрема для пенсіонерів, інвалідів і добродійні), а також домові кухні слід орієнтувати на наближене обслуговування і розміщувати на території житлових районів з урахуванням обслуговування працівників підприємств і установ (закладів), що розміщуються на цих територіях.

5.1.4 Загальнодоступні підприємства харчування (заклади РГ) допускається вбудовувати або прибудовувати до житлових, громадських або виробничих будинків при дотриманні необхідних санітарно-гігієнічних і протипожежних вимог до підприємств харчування (закладів РГ).

5.1.7 Розміщення загальнодоступного підприємства харчування (закладу РГ) в екологічно несприятливій зоні (з перевищенням ГДК і допустимих рівнів шкідливих впливів) без відповідних компенсаційних заходів не допускається.

6. Об'ємно-планувальні рішення

6.1.2 Для маломобільних відвідувачів слід передбачати пристрої і заходи для безперешкодного доступу і зручного користування приміщеннями цієї категорією відвідувачів: пандуси при входах в будинок; належні двері і тамбури.

6.1.2 Приміщення для відвідувачів поділяються на дві функціональні підгрупи: обідня зала з естрадою, аванзалом і тому подібне та допоміжні приміщення (вестибюль, гардероб, туалети, артистичні, приміщення

додакового обслуговування тощо).

6.1.11 Висота поверху підприємств харчування (закладів РГ) (від підлоги до підлоги), за винятком висоти технічного поверху, повинна бути не менше ніж 3,3 м.

6.1.15 Матеріали покриття підлоги повинні бути довговічними, безпилловими, нетоксичними, виключати травматизм і забезпечувати вологе прибирання і дезинфекцію.

Полімерні матеріали для покриття підлоги повинні відповідати вимогам СанПиН 6027.А.

Не допускаються перепади рівнів підлоги у складських, виробничих приміщеннях і в залах з самообслуговуванням.

6.2.2 Обідні зали

6.2.2.1 Площу обідньої зали (без роздавальної) слід приймати на 1 місце в залі, не менше, м²:

- в ресторанах1,8;
- у кафе, закусочних і пивних барах1,6;
- у кафе-автоматах, закладах швидкого обслуговування1,4.

- **Примітка 1.** Площа обідньої зали передбачається з урахуванням розміщення столів, стільців, улаштування проходів (у тому числі евакуаційних проходів) згідно з технологічними та протипожежними вимогами.

6.2.2.7.Ширину проходу в залах слід приймати не менше вказаної в таблиці 3.

Таблиця 3

Проходи у залі	Ширина в м (не менше)			
	Ресторан Бар	Кафе	їдальня	Закусочна
Основний	1,5	1,2	1,35	1,2 (1,6)*
Додаткові: для розподілу потоків відвідувачів	1,2	1,0	1,2	1,0 (1,1)*
для підходу до окремих місць	0,6	0,4	0,6	0,4 (0,8)*

^{*)} У дужках вказана ширина проходів між столами, для харчування стоячи

Примітка 1. Ширина проходу визначається між спинками стільців (при відстані від спинки стільця до краю столу 0,5 м), між вільними сторонами (кутами) столів.

6.2.3 Допоміжні приміщення

6.2.3.1 До складу допоміжних приміщень входять вестибюль з гардеробом, туалети, приміщення (місця) для відпочинку, кімнати для куріння тощо, а також приміщення з надання послуг відвідувачам, які встановлюються завданням на проектування.

6.3.3 Службово-побутові приміщення

Групу службових і побутових приміщень рекомендується проектувати в єдиній зоні (блоці), функціонально пов'язуючи її з групами інших виробничих приміщень коридорами. Склад і площі приміщень службово-побутової підгрупи приймаються відповідно до додатків К та Л.

6.1.2 Проектування побутових приміщень (гардеробні, душові, туалети, кімнати особистої гігієни жінок), а також розрахунок санітарних приладів слід проводити згідно із вимогами СНиП 2.09.04 і санітарними характеристиками виробничих процесів.

8. Санітарно-гігієнічні та екологічні вимоги

8.1 При проектуванні освітлення характеристики освітленості робочих зон і основних приміщень підприємств харчування (закладів РГ) слід приймати згідно з вимогами СП 42-123-5777 і ДБН В.2.5-28.

8.3 У підприємствах харчування (зкладах РГ) будівельні та опоряджувальні матеріали, а також матеріали, що використовуються для виготовлення вбудованих меблів, систем гарячого та холодного водопостачання, вентиляції повинні відповідати вимогам ДГН 6.6.1-6.5.001, ДБН В.1.4-1.01, ДБН В. 1.4-2.01 (рівні фонові радіоактивності, питома ефективна активність природних радіонуклідів (ПРН) у будівельних матеріалах і сировині). С. 50 ДБН В.2.2-25:2009.

В опорядженні інтер'єрів будинків слід застосовувати полімерні матеріали,

що відповідають вимогам державних стандартів, які діють в Україні, і мають документи, що засвідчують якість і безпеку матеріалів для споживача. Полімерні матеріали повинні бути дозволеними до використання у підприємствах харчування (закладах РГ), на підприємствах харчової промисловості, не виділяти в продукти харчування хімічних речовин вище нормативів... Полімерні матеріали у внутрішньому опорядженні слід використовувати згідно з переліком полімерних матеріалів та виробів, дозволених Міністерством охорони здоров'я України для використання в будівництві (СанПиН 6027.А). Опорядження приміщень повинно відповідати вимогам СП 42-123-5777 та бути стійким до дезінфекції. Використані матеріали, фурнітура, арматура, регульовальні пристрої, покриття підлоги повинні виключати можливість травматизму.

8.5 У виробничій зоні потрібно дотримуватись вимог щодо рівнів шуму (рівні звукового тиску, еквівалентні та максимальні рівні звуку) згідно з ДБН В.1.2-10, СН 3077 та вібрації від зовнішніх джерел згідно із вимогами СН 1304.

8.6 Звукоізоляція і віброізоляція будівельних конструкцій окремо розташованих підприємств харчування (закладів РГ) та вбудовано-прибудованих (прибудованих) або вбудованих у житлові будинки чи будинки іншого призначення повинні забезпечувати виконання гігієнічних норм СН 1304, СН 3077.»{4,с.15}

9 Пожежна безпека

9.1 За кількості місць у залах 50 та менше допускається один з евакуаційних виходів для відвідувачів суміщувати з евакуаційним виходом для обслуговуючого персоналу.

10. Вимоги до енергозбереження

10.2 Огороджувальні конструкції будинку, у тому числі світлопрозорі огороження, слід проектувати так, щоб розрахункові значення величин опору теплопередачі, визначені з урахуванням теплопровідних включень, були не менше нормативних значень, установлених ДБН В.2.6-31. Перевищення площ світлопрозорих огорожень понад значення, які визначаються вимогами

достатнього денного освітлення, мають бути обґрунтовані.

Додаток В (обов'язковий)

Вимоги доступності для інвалідів та інших маломобільних груп населення в підприємствах харчування(закладах РГ)

В.1 Для особистого транспорту інвалідів із загальної кількості місць на автостоянках при підприємствах харчування (закладах РГ) слід виділяти не менше 1 місця.

В.5 У підприємствах харчування (закладах РГ) з самообслуговуванням рекомендується відводити до 10 % місць, але не менш одного для осіб, що пересуваються на кріслах-колясках, і сліпих з площею не менше 3 м² на кожне місце.

В.9 Специфічні засоби інформації для маломобільних груп населення повинні вирішуватися у контексті з основною дизайнерською концепцією інтер'єру.

РОЗДІЛ III. ОПИС

3.1. Концепція

Літературне кафе – незвична та нова концепція на ринку ресторанного бізнесу. Про це свідчить кількість сміливців, готових до розвитку в даному напрямку і відсутність конкуренції в цій ніші. Ідейним задумом є безпосередньо кафе, яке поєднує бібліотеку із закладом харчування. В приміщенні знаходяться дві великі шафи з книжками та три менші за розміром, які служать також перегородкою між столиками. Тут представлені найрізноманітніші книги та твори як відомих письменників так і молодих початківців. Таке кафе розраховано для людей, які люблять мистецтво, літературу музику та каву. В цей заклад може прийти будь-яка людина, яка займається творчістю і знати, що тут його обов'язково підтримають нові друзі та приятелі.

Сутність проєкту - регулярно організувати всі види творчих вечорів з формулюванням досконалої продуктивності, читати літературні роботи відомих письменників або ж сучасних, ще не відомих цьому світу, початківців.

В кафе знаходиться великий екран, розміщений на стіні, на якому буде демонструватись презентація певного письменника або трансляція фільму про його життя і творчість, в ці моменти буде приглушуватись світло, заставляючи всю увагу переключити на екран. На столиках будуть горіти свічки, аби гості могли продовжувати пити каву. Також можна буде зачитувати певні твори, влаштовувати літературні вечори, ділитись думками між відвідувачами і обговорювати твори.

3.2. Розробка

Об'єктом для розробки дизайну інтер'єра є кафе в торговельному комплексі «ЕТИКА» за адресою : вулиця Центральна 45а, село Гнідин, Бориспільського району.

Кафе призначене для громадського харчування, проведення часу з друзями чи сім'єю за чашкою кави або читанням книги, також там можна проводити якісь невеликі заходи. Тут передбачено вестибюль з гардеробом для гостей, зал на 30 посадочних місць і додаткових 12 місць на терасі, приміщення складу, кухня для приготування гарячих і холодних страв з обладнанням, санвузли.

Інтер'єр кафе було спроектовано у стилі контемпорарі. Сучасний інтер'єр для комфортного життя - мабуть, саме це визначення точно передає зміст стилю контемпорарі. Цей стиль ще дуже молодий і продовжує динамічно розвиватися, вбираючи в себе всі останні тенденції в світі дизайну. Стиль контемпорарі не має чітких меж, що дозволяє комбінувати навіть непомітні на перший погляд оздоблювальні матеріали, меблі та декор. Важливо, щоб загальна картина виглядала гармонійно і дотримувалася ідея практичності, індивідуальності і одночасно простоти інтер'єру.

Привабливі риси цього стилю - легкість компонування, взаємозамінність предметів інтер'єру, можливість трансформацій і вписування меблів в уже існуючу планування.

Демократичний і стриманий, інтер'єр контемпорарі відрізняється як від багатих деталями історичних стилізацій, так і від епатажних ультрасучасних тенденцій. Іноді його називають стилем холостяків, але можна позначити його і як стиль здорового глузду, оскільки основні прикмети - це зручність, простота, функціональність.

Дане приміщення має прямокутну форму та площу 102 м². Висота приміщення 3 м. Присутні 4 панорамні вікна, які виходять на центральну вулицю села, всередині знаходяться 5 столиків, що розділяють книжкові полиці. Поряд з екраном-проектором стоять м'які диванчики та кавові столики для зручного читання книг. Поряд з диваном стоїть велика книжкова шафа, виконана з дерева темного кольору. Збоку від столиків знаходиться барна стійка, де відвідувачі можуть замовити собі кави, їжі, а також купити пару книг додому. Підлога виконана з керамогранітної плитки.

На вулиці заходиться невеличка тераса , там є три столики , якщо раптом відвідувачі захочуть провести час на відкритому повітрі. Вона облаштована з металевих деталей , які нагадують полиці з книгами , зверху тераса накрита склом. Для зовнішньої обробки стін використовувалась структурна штукатурка.

Співробітників для такого літературного кафе потрібно брати таких , які зможуть з легкістю порекомендувати прочитати цікаву книгу і підказати якісь новинки із бібліотеки закладу. Також в кафе є арт-адміністратор, який влаштовує різні шоу-програми та презентації в певні вечори.

ВИСНОВКИ

1. Під час науково-дослідницької роботи вивчено та систематизовано світові зразки подібних закладів, з'ясовано, що успішні кафе здебільшого мають вузьку спеціалізацію, не враховують вподобання всіх верств населення, а орієнтовані на певну цільову аудиторію, в тому числі цінову категорію.
2. Створення тематичних кафе може істотно розширити контингент відвідувачів закладів (РГ), та сприяти розвитку цієї галузі економіки.
3. Встановлено, що популярними об'єктами відвідування у світі є оригінальні споруди, які дивують людей своєю незвичністю, викликають безліч позитивних емоцій і креативних думок.
4. Враховано, що за даними статистики 75% «міленіалів» готові платити більше, якщо похід в кафе, вечеря буде передбачати новий унікальний досвід «вау-досвід». Йдеться не просто про смачну їжу, а виставу, яка може залучати різні органи чуття.
5. На даний момент в Україні обмаль таких кафе, тому розробка такого проекту є актуальною, цей проект сприятиме набуттю відвідувачами нових вражень та досвіду.
6. Літературні кафе можна рекомендувати для реалізації на територіях освітніх установ (школи, дитячі садки, науково - освітні центри для школярів та студентів), рекреаційних місцевостей (лісо-паркові зони).
7. Безпосередня участь в обговореннях та аналізі актуальних тем стає заняттям, що розширює горизонти уподобань, виховує, стимулює творчість та формує активну життєву позицію.
8. На основі вивчення науково-практичних джерел вітчизняних та зарубіжних фахівців у різних сферах проектування об'єктів що пов'язані, з створенням місць отримання та аналізу інформації (бібліотеки, медіатеки, книгарні, клуби) з врахуванням специфіки ментальності різних вікових категорій населення, були надані проектні пропозиції щодо створення

сценарію функціонування літературного кафе з можливістю мобільної зміни тематики.

9. Під час наукової-дослідницької роботи ми проаналізували аналоги використання сучасних технологій інформаційних систем у світовому досвіді на прикладах різних типів кафе. Зробивши висновки, що сучасні технології інформаційних систем позитивно впливають на інтерес відвідувачів, а також мають повчальний характер, було прийнято рішення використати їх, як доповнюючий елемент в проекті літературного кафе в двох функціональних зонах: обідньому залі у вигляді мультимедійних екранів та «LED show» на критій терасі.
10. Надані рекомендації щодо вибору матеріалів, із вказівкою на переваги та недоліки даних матеріалів та обладнання.
11. Розроблено відповідну документацію щодо проекту «літературного кафе», а також зразки візуалізації запропонованих рішень, їх загальний і детальний вигляд, призначення та оздоблення, декорування.
12. Розроблено вечірнє освітлення та підсвітка екстереру тераси, яка слугує символом та виступає в якості реклами а також має можливість створення особливих сценаріїв у вечірній час, змінювати колір залежно від тематики.
13. Для створення комфортного середовища усіх відвідувачів, проектом передбачено доповнення технологіями інформативного контенту.
14. Отже, сподіваємося, що у розробленому нами проекті ми віднайшли форми та методи за допомогою яких можна розвивати цей перспективний напрямок .

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисова А. О. Економіка підприємств різних типів : навч. посіб. / А. О. Аветисова, Т. С. Халімовська, Ю. Ю. Юрченко; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Краматор. технікум Донец. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Донецьк, 2009. – 162с.
2. Антонова В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием : монография / В. А. Антонова; Донец. нац. ун-т економіки и торговли им. М.Туган-Барановского. - Донецк, 2009. - 278 с.
3. Азарян Е. М. Рекламные стратегии предприятий ресторанного хозяйства : моногр. / Е. М. Азарян, О. В. Сушко; Донец. нац. ун-т економіки и торговли им. М.Туган-Барановского. - Донецк, 2007. - 152 с. - Библиогр.: с. 143-151.
4. Аронов В. Р. Теоретические концепции зарубежного дизайна. - М., 1992
5. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. / В. В. Архіпов, В. А. Русавська. - К. : Центр учб. лри, 2009. - 342 с.
6. Віталій Устін, Композиція в дизайні (методичні основи композиційно - художнього формообрання в дизайнерській творчості). Москва АСТ Астрель. ISBN 978-5-17-035856-4; 2006 р. 240 ст.
7. В Україні запускають перше онлайн-видання про каву [Електронний ресурс] <https://nachasi.com/2018/05/25/coffee-magazine/>
8. Даниленко В. Я. Академія класичної дизайнерсько-художньої освіти. //Технічна естетика і дизайн. - Київ, 2002.
9. Державні будівельні норми. Підприємства харчування
10. Дядін А. С. Інноваційний розвиток роздрібно-торговельної мережі та шляхи покращання обслуговування споживачів / А. С. Дядін // Бізнес Інформ. - 2014. - № 12. - С. 319-323.

11. Зиміна С. Стилі інтер'єру / Світлана Зиміна. – К: довіра, 2018. – 360 с.
12. Іжевський В. В. Інноваційний розвиток роздрібної торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Іжевський; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. комерц. акад. - Л., 2011. - 19 с
13. Інновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] <http://nippondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese>
14. Історія кави [Електронний ресурс] <https://gemini.ua/istoriya-kavy/>
16. Історія кафетерію [Електронний ресурс] https://studbooks.net/1130950/kulturologiya/istoriya_razvitiya_kafe
17. Кавова індустрія: 11 фактів [Електронний ресурс] <https://changeua.com/kavova-industriya-11-faktiv/>
18. Квіток О. Е. Стилі інтер'єра: від класики до авангарду видавництво Ніола-прес, 2010 р., 96 стор
19. Костецький С. Орендна плата на об'єкти нерухомості в 2016 році зросте [Електронний ресурс] <http://www.zagorodna.com/uk/statti/orendna-plata-na-obekti-neruhomosti-v-2016-roci-zroste.html>
20. Мазаракі А. А. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : Підруч. / А. А. Мазаракі, Н. П. Благополучна, І. І. Гайовий, О. М. Григоренко, Т. Є. Литвиненко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2005. - 631 с. - Бібліогр.: с. 618-62
21. Літературні кафе привертають до себе увагу інтелектуалів [Електронний ресурс] <https://www.dialogue.center/emilie/literaturni-kafe-italii/>
22. Михайлов С. М Історія дизайну: Підручник. М., 2000
23. О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. Основи дизайну інтер'єру: навч. посіб. К.: НАУ, 2011. 228 с. : іл.
24. О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру : підруч. Київ : НАУ, 2014. 348 с.

25. Створюємо дизайн кафе, який приверне відвідувачів [Електронний ресурс] <https://www.dizainfoto.ru/obshhestvennye-pomeshheniya/sozdaem-dizajn-kafe-kotoryj-privlechet-posetitelej.html>

26. Холмянський Л. М., Щипанов А. С. Дізайн: Книга для учнів. Москва.: Освіта, 1985.

27. Чидзиива Х. Гармонія кольору. - Москва., 2003 р

28. Шумега С. С. Технологія художніх виробів з деревини. - М.: Мир, 2001

29. Шумега С. С. Історія зародження і розвитку дизайну. Київ-2004.

ДОДАТКИ