

Кубишина Н.С.

канд. економ. наук, доцент
ORCID ID: 0000-0002-0563-14

Гребньов Г.М.

ORCID ID: 0000-0001-6836-2129

Граділь А.А.

ORCID ID: 0000-0002-1115-7244

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського»

РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ НОВОЇ ПОСЛУГИ АРТ –КАФЕ

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ НОВОЙ УСЛУГИ АРТ-КАФЕ

THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF A NEW SERVICE ART CAFE

У статті було розглянуто ринок громадського харчування України та досліджено його основні тенденції. Ґрунтуючись на результатах дослідження та аналізу було доведено потребу в розвитку на ринку громадського харчування закладів категорії арт-кафе, що відповідають поточним тенденціям ринку, а також існуючим та прогнозованим потребам споживачів. Було розроблено та описано концепцію нового арт-кафе «INDIE», що включає ідеологію, філософію закладу, опис послуг та основних напрямів діяльності, слоган, логотип, опис екстер'єру та інтер'єру Авторами, було виведено своєрідну формулу концепції арт-кафе, слідуючи якій, такий заклад буде успішно та прибутково функціонувати. ідею арт-кафе можна описати так: «Ми створимо звичайне кафе у незвичайному столітті», яка пояснює відмову від віртуального життя. Ідея арт-кафе «INDIE» і полягає в тому, щоб об'єднати сучасну молодь 21 століття у живому спілкуванні, «втягнути» з соціальних мереж та Інтернет павутиння, позбавитись звички фабінгу. Саме в ідеології та форматі полягає інноваційність даної концепції. Діяльністю арт-кафе, також буде просуватися в маси, різні напрями мистецтва шляхом організації музичних, літературних, творчих вечорів, виставок тощо. Освітній напрям арт-кафе «INDIE» полягатиме в організації майстер-класів, тренінгів, лекцій різної тематики (від уроків ліпки глиною до вивчення мов програмування). Запропоновано комплекс маркетингової комунікаційної політики з метою виведення та просування закладу в ринкових умовах

Ключові слова: послуга, ринок громадського харчування, концепція, арт-кафе, комунікаційна політика.

В статье были рассмотрены рынок общественного питания Украины и исследованы его основные тенденции. Основываясь на результатах исследования и анализа было доказано потребность в развитии на рынке общественного питания заведений категории арт-кафе, соответствующие текущим тенденциям рынка, а также существующим и прогнозируемым потребностям потребителей. Была разработана и описана концепция нового арт-кафе «INDIE», включающая идеологию, философию заведения, описание услуг и основных направлений деятельности, слоган, логотип, описание экстерьера и интерьера Авторами было выведено своеобразную формулу концепции арт-кафе, следуя которой, такое учреждение будет успешно и прибыльно работать. идею арт-кафе можно описать так: «Мы создадим обычное кафе в необычном веке», которая объясняет отказ от виртуальной жизни. Идея арт-кафе «INDIE» и заключается в том, чтобы объединить современную молодежь 21 века в живом общении, «втянуть» из социальных сетей и Интернет сеть, избавиться привычки фабингу. Именно в идеологии и формате заключается инновационность данной концепции. Деятельностью арт-кафе, также будет

продвигаться в массы, различные направления искусства путем организации музыкальных, литературных, творческих вечеров, выставок и тому подобное. Образовательное направление арт-кафе «INDIE» будет заключаться в организации мастер-классов, тренингов, лекций различной тематики (от уроков лепки глиной к изучению языков программирования). Предложен комплекс маркетинговой коммуникационной политики с целью выведения и продвижения заведения в рыночных условиях

Ключевые слова: услуга, рынок общественного питания, концепция, арт-кафе, коммуникационная политика.

In this article, the public catering market in Ukraine was examined and its main trends were investigated. Based on the results of the research and analysis, the need to develop catering establishments in the category of art cafe, corresponding to the current market trends, as well as the existing and forecasted needs of consumers, was proved on the market of catering. The concept of the new art-cafe "INDIE" was developed and described, including ideology, institution philosophy, description of services and main activities, slogan, logo, description of the exterior and interior. The authors derived a unique formula for the concept of an art cafe, following which such an institution would Successfully and profitably work. The idea of an art cafe can be described as follows: "We will create an ordinary cafe in an unusual century," which explains the abandonment of virtual life. The idea of the art cafe "INDIE" is to unite the modern youth of the 21st century in live communication, to "pull" out of social networks and the Internet the network, to get rid of the habit of fabing. It is in ideology and format that this concept is innovative. The activity of the art cafe will also move to the masses, various areas of art through the organization of musical, literary, creative evenings, exhibitions and the like. The educational direction of the art cafe "INDIE" will consist in the organization of master classes, trainings, lectures of various subjects (from clay lessons to learning programming languages). A set of marketing communication policies is proposed with the aim of promoting and promoting the institution in market conditions.

Keywords: services, the Public Marketplace POWER, concept, art cafe, communication policy.

Вступ. Ринок громадського харчування України характеризується нестабільністю та динамічністю через значну залежність від макроекономічних факторів [1]. У зв'язку з політичною, економічною, соціальною ситуацією в Україні протягом 2015-2016 року значна кількість ресторанів та закладів громадського харчування були вимушені припинити свою діяльність через відсутність попиту та нерентабельність діяльності. Таким чином, свого розвитку набувають невеликі за масштабами заклади громадського харчування: кав'ярні, бургерні, заклади напряму healthy fast-food, млинцеві та кафе різного типу [2]. Відповідно до проведених досліджень, сьогодні український споживач тяжіє до невеликих, затишних закладів із сімейною атмосферою та середньою ціновою політикою. Саме тому, перспективним напрямом діяльності на ринку громадського харчування України виявились заклади арт-кафе. Дана стаття присвячена розробленню нової концепції арт-кафе з унікальною ідеологією та філософією на ринку України.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз ринку громадського харчування України, виявлення його основних тенденцій та розроблення концепції нової послуги арт-кафе й обґрунтування вибору інструментів маркетингової комунікаційної політики.

Методологія. Теоретичною та методологічною основою для проведення даного дослідження послуговували системно-структурний аналіз, методи

порівняльного аналізу та синтезу, логічного та теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу. Інформаційним ресурсом стали матеріали періодичних видань, Інтернет-ресурси, результати маркетингового дослідження.

Результати дослідження. Ринок громадського харчування України протягом останніх 5 років був одним із динамічних та нестабільних. Економічна криза 2014-2015 років поставила під загрозу діяльність багатьох підприємств і цілих мереж даного спрямування. За цей період кількість закладів харчування, яким довелось закритись становила близько 1500 по всій території України. На даний момент (2016 рік) ситуація нормалізувалась, хоча показники швидкого прогресу поки відсутні [3].

У ході аналізу ринку громадського харчування було виявлено такі тенденції [4]:

- розвиток закладів даної сфери низького та середнього цінових сегментів;
- поява на ринку нових форматів закладів громадського харчування з орієнтацією на конкретну групу споживачів, ідеологію чи культуру;
- перехід від масової кухні до нішевої та специфічності;
- затребуваність закладів сімейних форматів з демократичними цінами та європейським меню, замість дизайнерських ресторанів;
- акцент на використанні натуральних, екологічно чистих продуктах у процесі виробництва;
- популярність авторської кухні;
- перспективність розвитку напрямів «ресторан однієї вулиці», закладів певної спрямованості, кейтерінгу та доставки їжі.

Отже, можна зробити висновок, що заклади категорії арт-кафе – немасштабні, нішеві, тематичні є перспективним напрямом діяльності на ринку громадсько харчування України. Історично, арт-кафе – це клуб за інтересами, в якому збираються люди зі схожими поглядами в музиці, живописі та інших видах мистецтва [5]. Особлива увага приділяється тому, як відвідувачі проводять там свій час – перегляд кінофільмів, виставки, інтелектуальні ігри, концерти тощо.

Розглянемо запропоновану концепцію startup проекту арт-кафе «INDIE». Назва даного закладу «INDIE» походить від англійського слова «independence», що в перекладі означає «незалежність». У даному разі, назва арт-кафе «INDIE» символізує незалежність у різних проявах даного поняття: незалежність від соціуму, незалежність від нав'язаних стереотипів, відмова залежності від страхів, негативних звичок і т.д. Особливого значення, на сьогоднішній день, набуває саме незалежність сучасної людини від віртуально життя. Проблема 21 століття, вирішення якої ставиться за одну з цілей діяльності арт-кафе – повернути людей до реального життя, «живого» спілкування [6].

Коротко ідею арт-кафе можна описати так: «Ми створимо звичайне кафе у незвичайному столітті», яка пояснює відмову від віртуального життя. Одна з основних цілей діяльності закладу – об'єднати сучасну молодь 21 століття у живому спілкуванні, «витягнути» з соціальних мереж та Інтернет павутиння, позбавитись звички фабінгу (соціальне явище, що характеризується зловживанням гаджетами у процесі комунікації з іншими людьми). Саме в

ідеології арт-кафе: пропагуванні «живого» спілкування, здорового способу життя тощо й полягає унікальність та інноваційність даної ідеї. Аналогів такого закладу не має, на даний момент, і в європейських країнах. З метою підтримки такої ідеї, на вході в арт-кафе «INDIE» відвідувачі будуть здавати в спеціально обладнані шухляди свої електронні пристрої, а також WI-FI мережа буде вмикатись лише за необхідності для проведення певних заходів, замість цього зал зі зручними та комфортними зонами відпочинку, настільні ігри, шафа з книгами, які можна безкоштовно брати, заходи різної тематики (кіноперегляди, творчі вечори тощо), а також смачне та «здорове» меню. Звісно, таке арт-кафе також буде просувати в маси різні напрями мистецтва шляхом організації музичних, літературних, творчих вечорів, виставок.

Діяльність арт-кафе «INDIE» базуватиметься на ідеї здорового способу життя: заходи спортивного характеру (велопробіги, забіги тощо), здорове харчування, саморозвиток та самопізнання. Окрема увага приділятиметься не лише напряму арт-кафе як закладу харчування, комфортної зони відпочинку, виставкового залу, а й освітньому напряму (тренінги, лекції, майстер-класи і т.д.), який не є характерним для арт-кафе (про те є затребуваним серед ЦА). Авторами, було запропоновано своєрідну формулу концепції арт-кафе, слідує якої, такий заклад буде успішно та прибутково функціонувати. Дана формула (1) має наступний вигляд :

$$\text{Арт-кафе} = I + M + AC + Mn(1)$$

(Арт-кафе = оригінальна ідея + місце розташування + арт-складова + меню)

Розшифруємо складові формули:

Оригінальна ідея (I) включає в себе: назву та логотип, слоган; філософія та ідея закладу; формат закладу т.д.

Місце розташування (M): безпосередньо місце, де знаходиться заклад (підвал, дах, вантажний кузов і т.д.); екстер'єр та інтер'єр (загальна атмосфера, яку створює дизайн).

Арт-складова (AC) може включати: галереї, виставки, спеціалізація на ручній роботі, музика, література тощо. (До арт-складової може входити як один із напрямів, так і декілька, головне ефективно їх поєднання та потреба цих елементів у споживачів послуги (має бути гнучким фактором).

Меню (Mn): може бути з широким або мінімальним асортиментом їжі та напоїв: тематичним, їжею певної субкультури (сироїдіння, здорова їжа) або з традиційною кухнею певної країни тощо.

Розрахунок даних пропонується наступним чином: кожному елементу даної формули можна дати значення за шкалою від 1 до 5, яке означитиме оцінку рівня того чи іншого елементу (1 – дуже погано, 2 – погано, 3 – задовільно, 4 – добре, 5 – дуже добре)

Таким чином, максимально можливо можна набрати 20 балів і відповідно чим вищий бал, тим краще.

Для того, щоб отримане максимально точне значення за формулою необхідно провести опитування серед існуючих клієнтів арт-кафе за всіма

елементами формули із завданням виставити бал від 1 до 5, таким чином отримавши середні оцінки.

Розглянемо арт-кафе «INDIE» згідно запропонованим складовим даної формули.

Оригінальна ідея. Назва даного закладу «INDIE» походить від англійського слова «independence», що в перекладі означає «незалежність». У даному разі, назва арт-кафе «INDIE» символізує незалежність у різних проявах даного поняття: незалежність від соціуму, незалежність від нав'язаних стереотипів, відмова залежності від страхів, негативних звичок і т.д. Особливого значення, на сьогоднішній день, набуває саме незалежність сучасної людини від віртуально життя. Проблема 21 століття, вирішення якої ставиться за одну з цілей діяльності арт-кафе – повернути людей до реального життя, «живого» спілкування. Загалом, одним реченням ідею арт-кафе можна описати так: «Ми створимо звичайне кафе у незвичайному столітті», яка пояснює відмову від віртуального життя. Основна ідея арт-кафе «INDIE» і полягає в тому, щоб об'єднати сучасну молодь 21 століття у живому спілкуванні, «витягнути» з соціальних мереж та Інтернет павутиння, позбавитись звички фабінгу (соціальне явище, що характеризується зловживанням гаджетами у процесі комунікації з іншими людьми). У цьому і полягає унікальність та інноваційність даної ідеї, аналогів такого закладу не має, на даний момент, і в європейських країнах. Звісно, дане арт-кафе, також буде просувати в маси різні напрями мистецтва шляхом організації музичних, літературних, творчих вечорів, виставок. Освітній напрям арт-кафе «INDIE» полягатиме в організації майстер-класів, тренінгів, лекцій різної тематики (від уроків ліпки глиною до вивчення мов програмування). З метою підтримки такої ідеї, на вході в арт-кафе «INDIE» відвідувачі будуть здавати у спеціально обладнані шухляди свої електронні пристрої, а також відсутність у закладі WI-FI (буде вмикатись лише за необхідності для проведення певних заходів), замість цього зал зі зручними та комфортними зонами відпочинку, настільні ігри, шафа з книгами, які можна безкоштовно брати (так само як і приносити свої), заходи різної тематики (кіноперегляди, творчі вечори тощо), а також смачне меню.

Діяльність арт-кафе «INDIE», також, базуватиметься на ідеї здорового способу життя: заходи спортивного характеру (велопробіги, забіги тощо), здорове харчування (меню складатиме і здорова їжа), саморозвиток та самопізнання. Окрема увага приділятиметься не лише напряму арт-кафе як закладу харчування, комфортної зони відпочинку, виставкового залу, а й освітньому напряму (тренінги, лекції і т.д.), який не є характерним для арт-кафе (про те є затребуваним серед ЦА).

Одним із елементів організаційної структури арт-кафе є штат волонтерів. Бажаючих та зацікавлених осіб буде запрошено до штату волонтерів з метою допомоги в різному роді діяльності закладу (інтерес для арт-кафе) та набуття досвіду у бізнесі даного спрямування та зарахування до команди «INDIE» (інтерес для волонтерів).

Діяльність даного арт-кафе опиратиметься на якість послуг, що виявлятиметься у дружності та, навіть, сімейності атмосфери, ввічливості, культурі, взаємодопомоги і т.д., а також гнучка та чуттєва до існуючого попиту. Таким чином, ряд послуг, що надаватиме заклад – буде постійно корегуватись відповідно до того, у чому зацікавлена цільова аудиторія, тим самим, уникаючи неперспективних напрямів діяльності [7].

Отже, загалом дана унікальна ідея арт-кафе «INDIE» komponує декілька складових, у результаті поєднання яких і буде функціонувати такий інноваційний бізнес: відмова від віртуального життя, здоровий спосіб життя, дружність атмосфери (застосування маркетингу 3.0), освітній напрям діяльності, штат волонтерів, широкий ряд послуг, що постійно оновлюється відповідно до потреб споживачів.

Філософія закладу дещо пов'язана з інді-культурою [8], що поступово стає мейнстрімом у сучасному світі. Одна з ідей інді-культури свідчить: «заплати стільки можеш, або не плати взагалі». Даний принцип буде застосовано і в концепції арт-кафе «INDIE». Це буде проявлятися у цінній політиці закладу: наприклад, вхід на заходи буде, в більшій мірі, безкоштовним або за символічну плату; дні безкоштовного чаю тощо.

Слоган закладу такий: «На сніданок – свобода. На вечерю творчість. INDIE». Логотип арт-кафе «INDIE» має вигляд, наведений на рисунку.



Рисунок. Логотип арт-кафе «INDIE»

Даний логотип, у вигляді тримірного різнокольорового куба, згідно проведеному опитуванню, нагадує ускладнений кубик Рубика й асоціюється з настільними чи розумовими іграми. Така асоціація є доцільною, так як арт-кафе просуває освітні заходи. Наявність у логотипі багатьох кольорів асоціюється з багатогранністю та неповторністю кожної людини, а також з творчістю (певний кольоровий хаос). Даний логотип можна пов'язати, також, з тим, що кожен вільний у своєму виборі (різні кольори – різні люди), кожен з нас сам обирає яким бути, кожен з нас – незалежна особистість. Під графічним зображенням логотипу шрифтом – напис назви арт-кафе.

Елементами стилізації є трикутники, забарвлені у відтінки корпоративних кольорів, що утворюють ромби, які нагадують логотип арт-кафе. Така стилізація буде застосовуватись на декорованій паперовій продукції та в рекламі.

Конкретного напрямку в дизайні залів не буде задано, так як поєднуються елементи з багатьох культур та країн. Одна із центральних стін буде білою, замість екрану для проектору. Екстер'єр арт-кафе також буде оригінальним. Вхід в арт-кафе через телефонну будку, в середині якої будуть тематично оформлені вхідні двері в сам заклад. Ціллю постає створення унікальної творчої та одночасно домашньої атмосфери, в якій споживачі будуть відчувати себе комфортно та зручно. За мету поставлено, створити заклад, який стане в певному роді туристичною точкою міста, відомою своєю оригінальністю, діяльністю та атмосферою.

У рамках арт-кафе «INDIE» буде функціонувати арт-крамниця, що представлятиме собою невеликий прилавок з виробами ручної роботи.

Отже, арт-кафе «INDIE» – креативний простір, концепцію якого формують такі елементи як: унікальна ідея, потужна арт-складова, оригінальні екстер'єр та інтер'єр, нестандартне меню для кафе [9].

Характерна конкурентна стратегія для проекту арт-кафе – експлерентна (піонерська), так як проект пов'язаний зі значними ризиками, загрозами, про те у разі успіху – арт-кафе рентабельний бізнес, який швидко себе окупить та буде розвиватись. Випереджаюча поведінка даного бізнесу передбачає постійний контроль та моніторинг дій конкурентів.

Конкурентна поведінка для даного проекту ефективна за стратегією «виклику». Дане арт-кафе не займає лідируючих позицій і при виході на ринок буде знаходитись у категорії аутсайдери (малий бізнес, проте перспективний та такий, що швидко розвивається). Про те, орієнтир даного підприємства – зайняти лідируючі позиції. Цілями застосування такої стратегії є: завоювання частки ринку та її постійне розширення; моніторинг потреб споживачів та їх задоволення краще ніж у конкурентів; завоювання позиції лідера на ринку серед родових торгових марок за 6 місяців діяльності закладу.

Стратегією охоплення ринку пропонується стратегія диференційованого маркетингу. Застосовуючи стратегію диференційованого маркетингу компанія прагне охопити чималу кількість сегментів ринку зі спеціально для них розробленими товарами (з поліпшеною якістю, специфічними сировинними матеріалами, особливими функціональними властивостями, оригінальним зовнішнім оформленням – дизайном, упаковкою тощо) і специфічною маркетинговою політикою.

Стратегія позиціонування даного бізнесу, рекомендовано, має базуватись на таких параметрах як широкий спектр напрямів діяльності закладу та широкий спектр можливостей для самовираження споживачів [9].

До основних запропонованих інструментів маркетингової комунікаційної політики можна віднести: стимулювання збуту, рекламу та зв'язки з громадськістю [10].

Реалізація рекламної стратегії передбачає застосування таких видів реклами як: зовнішня реклама (біл-борди, брендмауер, вивіска), друковані рекламні матеріали (рекламні листівки-афіші, постери та плакати), реклама в Інтернеті (розсилка через E-mail, реклама та висвітлення новин у соціальних мережах, офіційний канал арт-кафе на Youtube, відеореклама в соц. мережах),

сувенірна реклама, інші види реклами (графіті на асфальті та стінах у різних районах міста).

Зв'язки з громадськістю будуть формуватись шляхом освітлення основних подій арт-закладу на місцевих каналах, офіційних новинних ресурсах в мережі Інтернет, організації та проведення соціальних подій та спільних проєктів з місцевими органами управління та ВНЗ.

До інструментів стимулювання збуту слід віднести цінове та товарне стимулювання, а також BTL заходи (конкурси, розіграші тощо). Застосовувати заходи стимулювання збуту слід по відношенню до клієнтів, персоналу, партнерів, спонсорів та інвесторів.

Висновки. Отже, до основних тенденцій ринку громадського харчування України, слід віднести: розвиток закладів даної сфери низького та середнього цінових сегментів; перехід від масової кухні до нішевої та специфічності; акцент на використанні натуральних, екологічно чистих продуктах у процесі виробництва; популярність авторської кухні; перспективність розвитку напрямів «ресторан однієї вулиці», закладів певної спрямованості, кейтерінгу та доставки їжі тощо.

Категорія кафе, згідно тенденціям, є перспективним напрямом бізнес діяльності. Запропоновано концепцію нового закладу, що визначає основну місію та задум майбутнього арт-кафе, описує всі складові діяльності: оригінальність ідеї, меню, екстер'єр та інтер'єр закладу, місцерозташування та арт-складові. Загальна ідея арт-кафе «INDIE» полягає у популяризації живого спілкування серед молоді натомість віртуального, а також саморозвиток, здоровий спосіб життя та пізнання мистецтва у різних його проявах.

Маркетингову комунікаційну політику даного startup проєкту арт-кафе складає: реклама, стимулювання збуту та PR.

Саме через те, що якісний та кількісний рівень вимог і запитів сучасного споживача постійно зростає в умовах світової глобалізації, НТП та інших впливових факторів – люди, згідно останніх тенденцій, тяжіють до чогось звичного, стабільного та традиційного. Даний стартап-проєкт – як раз та зона комфорту, якої давно потребує високотехнологічний світ.

Наукова новизна полягає виведено формулу концепції успішного арт-кафе: $I + M + AC + Mn$, що містить такі елементи: оригінальна ідея + місце розташування + арт-складова + меню. Наведена формула, в ході розрахунку, допомагає збалансувати кожен із елементів таким чином, щоб діяльність арт-закладу була рентабельною та успішною. Також удосконалено підхід до поетапності виведення на споживчий ринок нової послуги, який на відміну від існуючих містить етап розроблення бренду нової послуги.

Література:

1. Поточні підсумки діяльності ресторанного бізнесу в Україні за 2016 рік [Електронний ресурс] // Ресторанный консалтинг. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.recon.com.ua/articles/>.
2. Громадське харчування України сьогодні [Електронний ресурс] // Franchising.ua. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://franchising.ua/stattya/2579/gromadske-harchuvannya-ukraini-sogodni/>.

3. Украинский общепит активно захватывает киевские ТРЦ [Електронний ресурс] // Народный корреспондент. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://nk.org.ua/ekonomika/ukrainskiy-obschepit-aktivno-zahvatyiuaet-kievskie-trts-50060>.
4. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу України [Електронний ресурс] // Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm.
5. The Arts Cafe [Електронний ресурс] // The Kelly Writers House. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://writing.upenn.edu/wh/about/artscafe.php>.
6. Граділь А. Теоретичні та практичні аспекти розроблення слогану в стратегії позиціонування [Електронний ресурс] / А. Граділь, Т. Діброва // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу НТУУ «КПІ» «Актуальні проблеми економіки та управління». – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/73398>.
7. Robert Michael Poole. Top Art Cafes in London [Електронний ресурс] / Robert Michael Poole // Blou in art info – Режим доступу до ресурсу: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/1438024/top-5-art-cafes-in-london>.
8. What Is Indie Culture? [Електронний ресурс] // Blogspot. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://youprobablyhavetheardofthisblog.blogspot.com/p/what-is-indie-culture.html>.
9. Кубишина Н.С. Концепція виведення нового товару на ринок/ Н.С. Кубишина//Актуальні проблеми економіки та управління. Збірник молодих вчених.— К: 2011. — № 5. —С. 13—16.
10. Граділь А. Міжнародний та вітчизняний досвід розвитку формату «арт-кафе»: особливості, тенденції, фактори успіху. [Електронний ресурс] / А. Граділь, Н. Язвінська // Економічний вісник Національного Технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут». – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://ev.fmm.kpi.ua/rt/printerFriendly/82511/0>.
11. Зозульов О.В., Мартинова К.Л. Особливості ринкового репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті. //Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2014. - №11. – С. 409-414