

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У
ВОЄННИЙ ПЕРІОД ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ГРС 41
Мазурчук Павло Тимофійович

(підпис)

Керівник:
к.е.н., доцент
Сидорук Світлана Володимирівна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«19» травня 2023 р.
к.г.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Громик Оксана Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Мазурчука Павла Тимофійовича

1. Тема кваліфікаційної роботи *Тенденції розвитку ресторанного бізнесу у воєнний період в Волинській області*
Керівник роботи: *Сидорук Світлана Володимирівна, к.е.н., доцент*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р.
№ 966/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи . Вихідні дані до роботи *нормативні документи ГРК "Не Про Хліб", світові та національні стандарти гостинності, наукова література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані України.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
ВСТУП
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСА
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСА У ВОЄНИЙ ПЕРІОД
ВИСНОВКИ
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
1. Графічне відображення аналітичних розрахунків ведення бізнесу у ресторанній сфері у воєнний період

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	к.е.н., доцент, Сидорук С.В.		
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ	к.е.н., доцент, Сидорук С.В.		
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ У ВОЄНИЙ ПЕРІОД	к.е.н., доцент, Сидорук С.В.		
Висновки	к.е.н., доцент, Сидорук С.В.		

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 15.09.2022	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 27.12.2022	
3	Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ресторанного бізнесу в Україні	до 10.01.2022	
4	Розділ 2. Аналітичне дослідження ресторанного бізнесу	до 15.02.2023	
5	Розділ 3. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу у воєнний період	до 15.03.2023	
6	Висновки	до 22.04.2023	
7	Формування списку використаних джерел	до 29.04.2023	
8	Формування додатків	до 12.05.2023	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 15.05.2023	
10	Нормоконтроль	до 24.05.2023	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.05.2023	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023	

Здобувач вищої освіти

_____ (Мазурчук П.Т.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (Сидорук С.В.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Анотація

Мазурчук Павло Тимофійович Тенденції розвитку ресторанного бізнесу у воєнний період Волинської області

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків

У роботі розкривається проблема ведення бізнесу воєнний стан, демонстрація робочих ідей, проведено оцінку надання послуг рестораторами Волині та цілої України, створення концепції власного закладу у воєнний час.

Ключові слова: ресторан, послуга, війна, розвиток, бізнес, перспектива.

Abstract

Mazurchuk Pavlo Tymofiyovych Development trends of the restaurant business in the wartime period of the Volyn region

Bachelor's qualification work of OP "Hotel and restaurant business" specialty 241 "Hotel and restaurant business". Lutsk National Technical University, Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources, and appendices

The work reveals the problem of doing business in wartime, demonstrates working "cases", evaluates the provision of services by restaurateurs in Volyn and the whole of Ukraine, and creates the concept of one's own establishment in wartime.

Keywords: restaurants, services, war, development, business, prospects.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	10
1.1. Зміст та значення ресторанного бізнесу у сучасний (воєнний період)	10
1.2. Фактори впливу на розвиток ресторанного бізнесу у сучасний період	15
1.3. Міжнародний досвід ведення ресторанного бізнесу на прикладі Польщі	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСА	27
2.1. Аналіз ресторанного ринку в Україні: фокус на Волинь та Західну частину країни	27
2.2. Характеристика ведення ресторанного бізнесу на прикладі гастро-бару “ Не Про Хліб”	32
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	40
3.1. Опис та резюме проекту для закладу FitEats	40
3.2. Характеристика цільового ринку закладу FitEats	43
3.3. Опис процесу роботи та характеристика продукції у закладі FitEats	48
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	56

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми роботи. Розвиток ресторанного бізнесу у воєнний період є актуальною і важливою темою дослідження, з урахуванням сучасних геополітичних реалій та конфліктів. В умовах такої складної та нестабільної ситуації, економічна динаміка демонструє суттєві зміни, які негативно впливають на функціонування ресторанних закладів. Тому розуміння та аналіз ринку, має вирішальне значення для виявлення основних викликів та ризиків, з якими стикаються підприємства громадського харчування, а також для розробки ефективних стратегій та механізмів виходу з воєнної кризи

Бойові дії викликають зниження попиту на ресторанный послуги, зміни у споживчому поведінці та скорочення прибутковості підприємств. Підприємці в сфері ресторанного бізнесу зазнають складних викликів, включаючи зростання витрат на забезпечення безпеки, обмежений доступ до ресурсів, погіршення інфраструктури та зміни у попиті на продукцію та послуги. Крім того, ресторанный бізнес має важливу роль у стимулюванні економіки та соціальному розвитку країни. Він сприяє створенню нових робочих місць, розвитку туризму, культурному обміну та гастрономічної спадщині.

Дослідження ресторанного бізнесу у воєнний період є необхідним для виявлення можливостей та шляхів вирішення проблем, з якими стикаються ресторатори та підприємці в цій галузі. Результати даного дослідження можуть стати практичним посібником для підприємців та менеджерів ресторанного бізнесу, а також послужити основою для подальших наукових досліджень у даній сфері.

Стан вивчення проблеми. Дослідження проблеми пов'язаної з веденням ресторанного бізнесу у воєнний період є досить обмеженим і вимагає подальших досліджень та аналізу. Незважаючи на те, що існує значна кількість літературних джерел та статей, присвячених ресторанній справі та економічним аспектам у різних контекстах, обмежена кількість досліджень фокусується саме на впливі воєнних конфліктів на ресторанный бізнес.

Наявні дослідження в цій області зазвичай акцентують увагу на конкретних випадках або регіонах, де воєнний конфлікт відбувався, проте ці роботи не охоплюють весь спектр проблем, з якими стикаються ресторатори в умовах воєнного періоду. Окрім того, бракує систематичного аналізу ринку ресторанного бізнесу в контексті воєнного конфлікту, включаючи стратегічне планування, фінансові аспекти, маркетингові стратегії та управління ризиками.

Однак, можна відзначити деякі спроби дослідження даної проблематики. Наприклад, окремі студії зосереджуються на вивченні впливу воєнного конфлікту на туристичну галузь та гастрономічний туризм, але не зосереджуються конкретно на ресторанному бізнесі. Інші роботи акцентують увагу на викликах, з якими стикаються ресторани заклади під час воєнного періоду, але не пропонують конкретних стратегій або рекомендацій для вирішення цих проблем.

Мета дипломної роботи. Метою даної дипломної роботи є демонстрація ринку ресторанного бізнесу на Волині та усій Україні, його аналіз та створення дієвих механізмів для подолання викликів воєнного періоду. Додатково, робота спрямована на представлення конкретного кейсу ресторанного закладу, який має потенціал стати стабільним гравцем на ресторанному ринку.

Завдання дипломної роботи. Для досягнення поставленої мети, у дипломній роботі виконуються наступні завдання:

1. Демонстрація значення ресторанного бізнесу у воєнний період. Аналізуються фактори, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу в умовах конфлікту, а також розкривається роль ресторанів у збереженні соціально-економічного становища та робочих місць.

2. Вплив сучасного стану на ресторанну індустрію. Аналізуються тенденції та виклики, що виникають у ресторанній галузі під час воєнного періоду, а також висвітлюються стратегії та рішення, які можуть допомогти рестораторам впоратися з цими викликами.

3. Характеристика локального "гравця" ринку. Проводиться детальний аналіз одного конкретного ресторанного закладу на Волині, його концепції, успіхів та викликів, з метою визначення його потенціалу для стабільної роботи в умовах воєнного періоду.

4. Створення власного закладу харчування, його бренду та всіх дотичних елементів. Розробляється концепція та стратегія створення нового ресторанного закладу, включаючи визначення його бренду, меню, обслуговування та інших аспектів, що впливають на успіх закладу.

Об'єктом дослідження є гастро-бар "Не Про Хліб"

Предметом дослідження є ринок ресторанного бізнесу на Волині та в Західній Україні, а також розробка стратегій та механізмів для створення стабільного ресторанного закладу.

Методи дослідження. Метою досягнення поставлених завдань кваліфікаційній роботі бакалавра використовувались такі методи дослідження: узагальнення та систематизація (для визначення змісту та значення ресторанного бізнесу у воєнний період); аналіз та синтез (для вивчення досвіду міжнародних колег та його адаптації); аналітичні методи (для аналізу ринку ресторанного бізнесу та конкретного закладу на Волині); анкетування та інтерв'ювання (для збору первинної інформації від експертів та представників ресторанної галузі).

Джерела інформаційної бази дослідження. Наукові публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників та науковців, нормативно-правові акти та законодавчі матеріали, що регулюють діяльність суб'єктів ресторанного ринку в Україні, та інтернет-ресурси загального відкритого доступу та документація гастро-бару "Не Про Хліб".

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

1.1. Зміст та значення ресторанного бізнесу у сучасний (воєнний період)

Ресторанне господарство є сферою, що забезпечує послуги. Надання харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямованого на задоволення різноманітних біогенних і культурологічних запитів гостей.

Головна мета в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, яка ґрунтується на задоволенні найвибагливіших потреб споживача. Якщо гості не отримують задоволення від відвідання ресторану, то інші аспекти стають несуттєвими.

Підприємство ресторанного господарства є закладом, який є самостійним суб'єктом господарювання з правами юридичної особи та здійснює свою діяльність з метою отримання прибутку. Як організаційно-структурна статистична одиниця, воно виробляє, готує та продає кулінарну продукцію, булочки, борошняні кондитерські вироби та закупні товари.

Ресторанне господарство – це організація, яка забезпечує фізіологічні потреби споживачів у спеціально відведених приміщеннях з дотриманням санітарних та нормативних вимог. Підприємства цієї галузі працюють на отримання прибутку, як самостійні підприємства, так і як структурні підрозділи інших закладів, таких як готелі, торгові центри та засоби пересування. Надання послуг у сфері харчування передбачає не лише задоволення гастрономічних потреб, а й надання можливості відпочинку та розваг, що задовольняють соціокультурні потреби.[1]

Виконавцем послуг у сфері харчування може бути будь-яка організація, незалежно від її організаційно-правової форми, а також індивідуальний підприємець. Виконавець повинен дотримуватись встановлених державними стандартами, санітарними та протипожежними правилами, технічними документами та іншими нормативними вимогами до якості послуг та їх безпеки для життя, здоров'я та майна людей та оточуючого середовища.

Виконавець сам визначає перелік послуг, які він надає в галузі ресторанного господарства, та повинен мати асортиментну лінійку кулінарної продукції, яка відповідає вимогам нормативних документів.

Розвиток відповідних типів закладів харчування залежить від економічної ситуації регіону, але також керується соціальними, демографічними та культурологічними факторами. Умови економіки сприяють розвитку закладів із середнім рівнем цін на послуги, таких як кафе, кофейні, чайні, та системні гастрономічні підприємства. Другорядні фактори впливають на підприємства, які надають соціально-культурні послуги у сфері харчування. Серед таких підприємств є концептуальні ресторани, кафе з клубною музикою, ресторани-клуби, клуби з розважально-тематичними програмами, коктейль-бари, пивні бари, фітнес-бари, міні-бари, ресторани для ділових зустрічей та інші.

Таблиця 1.1.

Кількість закладів харчування в Україні

<i>Тип закладу</i>	<i>Кількість закладів, шт. (за даними за 2021 рік)</i>
Ресторани	23 000 - 30 000*
Кафе	40 000 - 50 000*
Бари	7 000 - 8 000*
Фаст-фуд	14 000 - 18 000**
Кондитерські магазини	10 000 - 12 000**
Кав'ярні	5 000 - 7 000**

Ресторани і бари можна класифікувати за типом, класом і місцем розміщення. Класифікація відбувається відповідно до державного стандарту ГОСТ 30389-95 "Ресторанного господарства. Класифікація підприємств". Відповідно до цього стандарту, ресторани і бари можуть бути розподілені на три класи: люкс, вищий і перший, залежно від ступеню комфорту, рівня обслуговування і обсягу надаваних послуг.

Тип підприємства ресторанного господарства визначається особливостями обслуговування, асортиментом кулінарної продукції і номенклатурою послуг, що надаються споживачам. Державні закони або інші

правові акти можуть передбачати надання пільг окремим категоріям споживачів, але умови надання послуг і вартість повинні бути єдиними для всіх.

Державним стандартом ДСТУ4281–2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" визначені наступні типи підприємств ресторанного господарства: ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна. Класифікація закладів ресторанного господарства відбувається за такими ознаками: за типом закладу, за класом закладу, за місцем розміщення, за видами економічної діяльності.

Класи підрозділяють тільки ресторани і бари. Люкс-клас характеризується вишуканістю інтер'єру, високим рівнем комфортності, широким вибором послуг, асортиментом оригінальних, вишуканих заказних і фірмових страв, виробів для ресторанів і широким вибором заказних і фірмових напоїв, коктейлів для барів. Вишуканий образ життя та високий рівень доходів споживачів є головними факторами, які визначають популярність класу люкс в готельно-ресторанному бізнесі.[2]

Крім ресторанів та барів, класифікація за рівнем комфорту та розкоші також застосовується до інших видів готельного бізнесу, наприклад, до готелів, курортів, спа-центрів тощо. У готелях клас люкс може включати номери з вишуканим дизайном та високоякісними матеріалами, власним басейном та сауною, приватними терасами з видом на море або гори, а також інші ексклюзивні послуги. Вибір класу готельно-ресторанного бізнесу залежить від особистих переваг та бюджету клієнта. Клас люкс зазвичай є дорожчим за інші класи, але він надає вищий рівень розкоші, комфорту та ексклюзивності.

Важливо зазначити, що сучасний стан ресторанного бізнесу характеризується повним хаосом на фінансових, енергетичних та продовольчих ринках, оскільки повномасштабне російське вторгнення на територію України сильно вразило галузь гостинності, а також призвела до нестримної інфляції у всьому світі. Починаючи з 2022 року у Центральній,

Східній та Південній Україні ресторанний бізнес частково або повністю зупинився. Соціально-культурні потреби стали неможливими через порушення безпеки, багато людей залишилися без житла та грошей. Єдиним винятком є Західна Україна, де галузь гостинності не зазнала значних збитків.[3]

Якщо під час карантину люди не могли або не хотіли відвідувати заклади через ризик зараження COVID-19, то з початком повномасштабної війни в Україні відвідування ресторанів зовсім зникло з порядку денного сотень тисяч українців. Постійні обстріли, відтік населення, падіння зарплат та відсутність роботи – усе це перешкоджає українцям повернутися до колишнього життя та звичок, у тому числі ходити до закладів. Ці проблеми ускладнюють заробіток для рестораторів та утримання старих та відкриття нових закладів.

У західних областях спостерігається позитивна динаміка. Кількість ресторанів та кафе в Львові та його області зросла на приблизно 30%, а в Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях – на 20%.

Найбільш інтенсивно розвивався ресторанний ринок у Львові, де з початку війни з'явилося понад 500 нових закладів. Львів є найбільш заповненим та космополітичним містом на Західній Україні. За дослідженнями за травень місяць, Закарпатська область має найкращі показники виручки, які досягають 152%. У західних областях, таких як Львів, Закарпаття, Чернівці та Івано-Франківськ, спостерігається зростання кількості ресторанів та кафе на 20-30%. На сході та півдні України, які знаходяться в епіцентрі бойових дій, показники виручки ресторанів є найнижчими. [4]

Щоб вижити під час війни, власники ресторанів використовують різні стратегії. Деякі можуть скоротити свої пропозиції в меню або перейти на більш доступні інгредієнти, щоб знизити витрати. Інші можуть зосередитися на послугах виносу та доставки, щоб обслуговувати клієнтів, які віддають перевагу харчуватися вдома. Крім того, деякі власники ресторанів можуть

співпрацювати з іншими підприємствами для спільного використання ресурсів і зниження витрат. Незважаючи на ці виклики, деякі ресторани здатні адаптуватися і навіть процвітати під час війни, демонструючи стійкість української бізнес-спільноти.

Ресторанний бізнес сучасного періоду характеризується декількома напрямками в кухні та меню. Оскільки попит на здорову та стійку їжу зріс, багато ресторанів перейшли на пропонування рослинних і місцевих продуктів меню. Крім того, дедалі популярнішою стає кухня ф'южн, яка поєднує елементи різних кулінарних традицій для створення унікальних і захоплюючих страв. Використання технологій у ресторанній індустрії також дозволило створити більш ефективні та спрощені системи замовлення та доставки меню. У воєнний час доступність певних інгредієнтів може бути обмежена, що призводить до переходу до більш простих і традиційних страв. Незважаючи на ці виклики, ресторанна індустрія продовжує розвиватися та адаптуватися до мінливих вимог споживачів.

Дизайн і атмосфера ресторану також є важливими складовими сучасного ресторанного бізнесу. Багато ресторанів прагнуть створити унікальні та незабутні враження від обіду за допомогою дизайну інтер'єру, освітлення та музики. Атмосфера ресторану може значною мірою вплинути на загальне враження від обіду, багато ресторанів прагнуть створити теплу та гостинну атмосферу для своїх гостей. У воєнний час дизайн і атмосферу ресторанів може знадобитися скоригувати відповідно до поточної ситуації, наприклад посилити заходи безпеки або створити більш приглушену атмосферу.[5]

Технологічний прогрес в останні роки значно вплинув на ресторанну індустрію. Програми для онлайн-замовлень, доставки та системи цифрових платежів полегшили клієнтам замовлення та оплату їжі, а також дозволили ресторанам оптимізувати свою роботу та скоротити час очікування. Використання соціальних медіа також стало ключовим аспектом ресторанного маркетингу, оскільки багато ресторанів використовують такі платформи, як Instagram і Facebook, щоб продемонструвати свої страви в

меню та створити сильну присутність в Інтернеті. У воєнний час використання технологій може бути ще більш важливим для ресторанів, щоб підтримувати свою діяльність і досягати клієнтів безпечним і ефективним способом. Загалом, ресторанний бізнес у сучасний період постійно розвивається та адаптується, щоб задовольнити мінливі потреби та вподобання споживачів, навіть за складних обставин

1.2. Фактори впливу на розвиток ресторанного бізнесу у сучасний період

Як ми вже визначили з попереднього розділу, розвиток ресторанного бізнесу є однією з важливих складових економічного розвитку країни. Ресторанний бізнес в Україні є не лише засобом задоволення гастрономічних потреб споживачів, але й джерелом створення робочих місць та збільшення валового внутрішнього продукту країни, (рис.1.1).

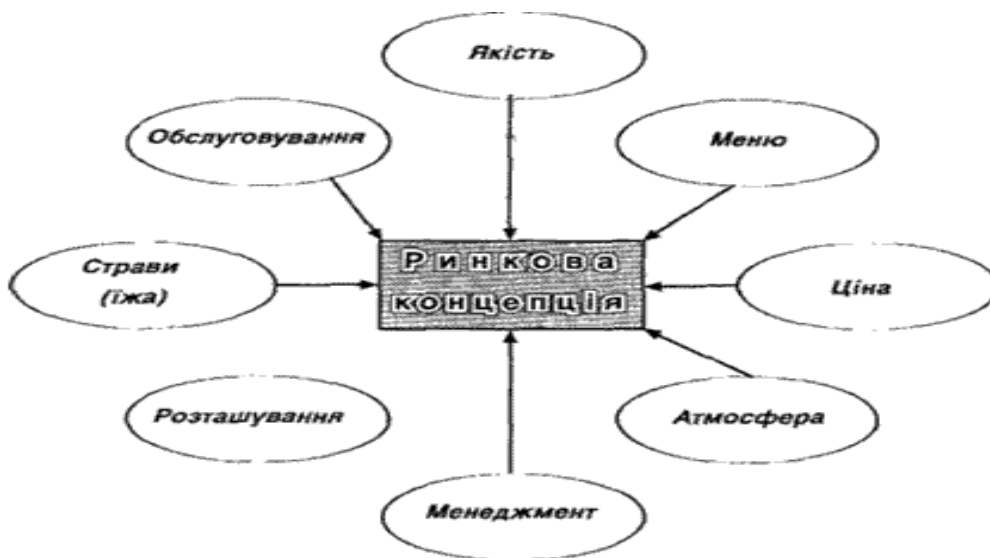


Рис. 1.1 Ринкова концепція

Незважаючи на виклики, з якими стикається ресторанний бізнес в Україні, все ще є можливості для зростання та розвитку. Індустрія продемонструвала стійкість перед лицем труднощів, а деякі ресторани адаптувалися до мінливого середовища, пропонуючи доставку та винос. Крім того, галузь має потенціал залучити іноземні інвестиції та стати значним

гравцем на світовому ресторанному ринку. Хоча нинішня ситуація є складною, важливо визнати, що ресторанний бізнес в Україні має потенціал для зростання та розвитку в майбутньому.

Одним із економічних факторів, який суттєво впливає на розвиток ресторанного бізнесу, є зміни споживчих звичок. У сучасну епоху спостерігаються зміни у способах споживання їжі, коли все більше людей обирають здорову та органічну їжу. У результаті ресторани повинні адаптуватися до цих змін у споживчих уподобаннях і пропонувати різноманітний асортимент страв, які відповідають різноманітним дієтичним вимогам. Крім того, на рівень витрат підприємства ресторанного господарства впливає зміна цін і тарифів, а також підвищення продуктивності праці. Тому для власників ресторанів вкрай важливо бути в курсі останніх тенденцій і відповідно коригувати свої пропозиції, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Вагомими факторами, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу, також є інфляція та вартість товарів. Вартість сировини, такої як м'ясо, овочі та зерно, може значно вплинути на прибутковість ресторану. Коли ціни зростають, власники ресторанів повинні або підвищувати ціни, або шукати альтернативних постачальників, що може бути складним завданням на конкурентному ринку. Тому для власників ресторанів важливо стежити за вартістю товарів і відповідно коригувати свої цінові стратегії, щоб залишатися прибутковими.

Економічна стабільність і зростання також є критичними факторами, які впливають на розвиток ресторанного бізнесу. У сучасну епоху ресторанна індустрія стає все більш конкурентоспроможною, і економічна стабільність і зростання є важливими для виживання та успіху ресторану. Воєнний стан в Україні у 2023 році суттєво вплинув на економіку країни, в тому числі на ресторанне господарство. Тому для власників ресторанів вкрай важливо стежити за економічними тенденціями та відповідно коригувати свої

стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішними на ринку.
[6]

Наступним фактором впливу є соціальні аспекти. Одним із соціальних чинників, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу, є демографія та демографічні тенденції. Змінний демографічний склад населення може суттєво вплинути на типи їжі та закладів харчування, які користуються попитом. Старіння населення, наприклад, може призвести до збільшення попиту на більш здорові варіанти меню, тоді як зростання міського населення може призвести до збільшення попиту на заклади швидкого харчування. Розуміння цих демографічних тенденцій може допомогти власникам і менеджерам ресторанів адаптувати свої пропозиції відповідно до мінливих потреб клієнтів.

Ще одним соціальним фактором, який може вплинути на розвиток ресторанного бізнесу, є зміни харчових звичок та уподобань. Оскільки люди стають більш уважними до свого здоров'я, зростає попит на більш здорові варіанти меню. Крім того, зростання веганства та вегетаріанства призвело до збільшення попиту на рослинні варіанти меню. Розуміння цих змін у харчових звичках і уподобаннях може допомогти власникам і менеджерам ресторанів залишатися на випередженні та пропонувати варіанти меню, які відповідають мінливим потребам їхніх клієнтів.

Оскільки споживачі стають більш уважними до свого здоров'я, зростає також попит на органічні та місцеві інгредієнти. Крім того, зростає тенденція до сталого розвитку та екологічної відповідальності, що призвело до збільшення попиту на екологічно чисту упаковку та методи.

Слідкуючи за цими тенденціями, власники та менеджери ресторанів можуть не лише задовольнити мінливі потреби своїх клієнтів, але й сприяти розвитку більш сталої та відповідальної харчової промисловості.

Реорганізація обслуговування у закладах м. Луцьк

Заклади	Реорганізація процесу обслуговування
Show Basilic	-створення програми лояльності -видача замовлень у форматі take-away -об'єднання закладів мережі - приєднання до сервісів доставки їжі GLOVO, RAKETA
Фелічита	-видача замовлень у форматі take-away -збільшення штату кур'єрів - акційні пропозиції -створення програми лояльності -доставка за низький прайс (20-30 грн)
Pur-Pur	-видача замовлень у форматі take-away -доставка за низький прайс (20-30 грн) -карантині меню
Gust	-видача замовлень у форматі take-away - приєднання до сервісів доставки їжі GLOVO, RAKETA

Орім попередніх факторів, технологічний прогрес в останні роки також значно вплинув на розвиток ресторанної індустрії. Концепція технології гостинності стала визначальним фактором успіху підприємств ресторанного господарства. Завдяки впровадженню нових технологій ресторани можуть підвищити свою ефективність, оптимізувати свою роботу та підвищити якість обслуговування клієнтів. Застосовуючи інноваційні технології, такі як автоматизація та штучний інтелект, ресторани можуть підвищити свою продуктивність і знизити витрати, що в кінцевому підсумку призведе до підвищення прибутковості.

Використання послуг онлайн-замовлення та доставки також стає все більш популярним у ресторанній індустрії. З розвитком онлайн-платформ, таких як Uber Eats і DoorDash, ресторани можуть розширити свою клієнтську базу та збільшити свої потоки доходу. Ця тенденція стала ще більш поширеною під час воєнного стану в Україні у 2023 році, оскільки люди частіше замовляють їжу на доставку, а не обідають у ресторанах. У результаті ресторани інвестують у онлайн-замовлення та можливості доставки, щоб задовольнити мінливі потреби своїх клієнтів.

Соціальні медіа та онлайн-присутність також стали вирішальними факторами успіху ресторанного бізнесу. У сучасну цифрову епоху ресторани повинні мати сильну присутність в Інтернеті, щоб залучати клієнтів і залишатися конкурентоспроможними. Використовуючи соціальні медіа-платформи, такі як Instagram і Facebook, ресторани можуть демонструвати свої пункти меню, взаємодіяти з клієнтами та просувати свій бренд. Крім того, наявність зручного та інформативного веб-сайту також може покращити клієнтський досвід і стимулювати розвиток бізнесу. Тому ресторани повинні інвестувати у свою присутність в Інтернеті, щоб залишатися актуальними та конкурентоспроможними в сучасний період.[7]

Однією з найактуальніших проблем, з якою стикається ресторанна галузь, є вплив державної політики та регулювання на функціонування ресторанів. Зміни в державній політиці можуть суттєво вплинути на прибутковість бізнесу, а також на його здатність залучати й утримувати клієнтів. Так, зміни до Податкового кодексу та інших законодавчих актів, а також Указ Президента України внесли корективи в правила оподаткування та ліцензування, що може суттєво вплинути на ресторанний бізнес. Тому власникам ресторанів важливо бути в курсі змін у нормах і політиках, щоб забезпечити безперебійну роботу свого бізнесу.

Ще одним фактором, який впливає на розвиток ресторанного бізнесу, є вимоги до оподаткування та ліцензування. Розробка закладів харчування повинна мати асортиментний перелік кулінарної продукції, яка буде виготовлятися відповідно до вимог нормативних документів. Процес отримання необхідних ліцензій і дозволів може бути тривалим і дорогим, що може стати суттєвою перешкодою для малого бізнесу. Тому для власників ресторанів вкрай важливо дотримуватися всіх вимог, щоб уникнути штрафів і штрафів, які можуть негативно вплинути на їх прибутковість.

Не менш впливовим на розвиток ресторанного бізнесу в сучасний час є фактори зовнішнього середовища, в тому числі потреба в стійкості та екологічності. Клієнти все більше стурбовані впливом свого вибору на

навколишнє середовище, і ресторани, які надають пріоритет екологічним практикам, швидше за все, залучають більше клієнтів. Крім того, ще одним важливим фактором, який впливає на розвиток ресторанного бізнесу, є наявність місцевих та сезонних продуктів. Клієнти все більше цікавляться місцевими та сезонними інгредієнтами, а ресторани, які пропонують такі продукти, мають більше шансів залучити клієнтів. Тому для ресторанів важливо враховувати вплив своєї діяльності на навколишнє середовище та віддавати перевагу використанню місцевих і сезонних продуктів.

Клімат і погодні умови регіону також відіграють значну роль у розвитку ресторанного бізнесу. Наприклад, регіони з теплим кліматом і сприятливими погодними умовами, швидше за все, приваблюють більше туристів, а ресторани в таких регіонах, ймовірно, відчуватимуть підвищений попит під час туристичних сезонів. Крім того, на формування сегменту ринку в ресторанному бізнесі також впливає економічна ситуація регіону та соціальні, демографічні та культурні фактори. Тому власникам ресторанів важливо враховувати фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на їхній бізнес, і відповідно адаптуватися до них.

Ресторанний бізнес в Україні має високу конкуренцію, а ринок насичений великою кількістю закладів. Це насичення призводить до гострої конкуренції серед ресторанів, що може ускладнити створення нових підприємств. Крім того, на формування сегментів ринку також впливають економічні, соціальні, демографічні та культурні фактори. Під впливом економічної ситуації перевагу на ринку мають установи з нижчими цінами і більш широким спектром послуг. Тому, щоб досягти успіху на цьому висококонкурентному ринку, підприємства ресторанного господарства повинні вміти відрізнитися від своїх конкурентів.

Одним із способів диференціації ресторанного бізнесу є створення впізнаваного бренду та репутації. Сильний бренд може допомогти залучити клієнтів і створити лояльність, тоді як хороша репутація може призвести до позитивного маркетингу з уст в уста. Розробка унікального та привабливого

меню також може допомогти виділити ресторан серед його конкурентів. Пропонуючи інноваційні та різноманітні варіанти меню, ресторан може залучити ширше коло клієнтів і виділитися на переповненому ринку.[8]

1.3. Міжнародний досвід ведення ресторанного бізнеса на прикладі Польщі

Ресторанна індустрія в Польщі останнім часом переживає значне зростання, що робить її привабливим ринком для інвесторів і підприємців. Ця індустрія перетворилася на важливу частину туристичної індустрії країни, оскільки багато ресторанів пропонують унікальні страви, які демонструють польську культуру та кухню.

Польська кухня різноманітна і на неї вплинули різні культури протягом історії. Деякі популярні кухні в Польщі включають традиційні польські страви, такі як п'єрогі, кілбаса та бігос, а також міжнародні кухні, такі як італійська, французька та азіатська. Крім того, в Польщі також є ресторани, які пропонують українську кухню, яка набула популярності як серед місцевих жителів, так і серед туристів. Ці різноманітні варіанти роблять Польщу привабливим напрямком для любителів їжі та дають можливість власникам ресторанів задовольнити широкий спектр смаків.

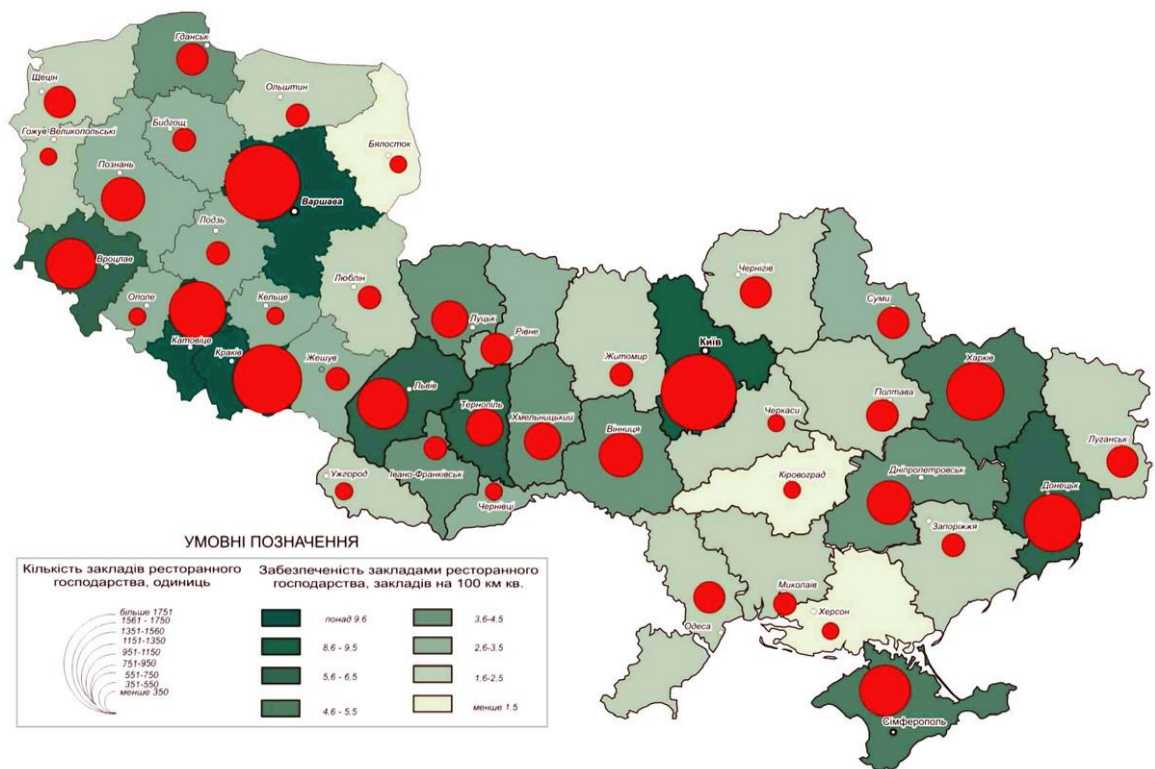


Рис. 1.2. Порівняння кількості закладів України та Польщі

У той час як польська ресторанна індустрія пропонує багато можливостей для зростання та успіху, власники ресторанів також мають вирішувати проблеми. Ці виклики включають зростання цін на продукти харчування, зростання конкуренції та зміну споживчих уподобань. Однак за допомогою правильних стратегій і ділової практики власники ресторанів можуть подолати ці виклики та процвітати в галузі. Наприклад, отримання ступеня гостинності та гастрономії в авторитетному закладі, такому як Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa у Гданську, може надати цінні знання та навички, необхідні для успішного управління рестораном. Загалом, ресторанна індустрія в Польщі пропонує динамічну та захоплюючу бізнес-можливість для тих, хто хоче вийти на ринок.

У Польщі є багато успішних міжнародних мереж ресторанів, які закріпили сильну присутність на ринку. Серед них такі популярні бренди, як McDonald's, KFC, Pizza Hut і Subway. Ці мережі змогли залучити велику клієнтську базу завдяки незмінній якості, доступним цінам і зручному

розташуванню. Популярність цих брендів є свідченням успіху міжнародного ресторанного бізнесу в Польщі.

Кілька факторів сприяли успіху цих міжнародних мереж ресторанів у Польщі. Одним із ключових факторів є їх здатність адаптуватися до місцевого ринку. Ці мережі змогли змінити своє меню та маркетингові стратегії, щоб задовольнити переваги польських споживачів. Крім того, вони інвестували в технології для покращення взаємодії з клієнтами, такі як онлайн-замовлення та послуги доставки. Іншим важливим фактором є їх здатність підтримувати постійну якість у всіх місцях, що допомогло створити лояльність до бренду.[9]

Ведення успішного ресторанного бізнесу в Україні вимагає адаптації до місцевих ринкових умов і культурних норм. Щоб досягти успіху, українським підприємцям варто взяти до уваги уроки польського досвіду. Одним із ключових факторів успішного ведення ресторанного бізнесу є ефективний маркетинг, зокрема на туристичному ринку. Українські підприємці можуть вчитися на польському досвіді, вивчаючи, як успішні ресторани в Польщі адаптували свої маркетингові стратегії, щоб привернути увагу місцевих клієнтів і туристів. Крім того, розуміння культурних норм і уподобань має вирішальне значення для розробки меню, яке відповідає місцевим смакам і уподобанням. Пристосовуючись до місцевих ринкових умов і культурних норм, українські підприємці можуть збільшити свої шанси на успіх у ресторанному господарстві.[10]

Виявлення можливостей для зростання та розширення є ще одним важливим уроком, який українські підприємці можуть винести з польського досвіду. Власники польських ресторанів успішно розширили свій бізнес, визначивши нові можливості для зростання, такі як послуги громадського харчування, варіанти доставки та партнерство з місцевими підприємствами. Вивчаючи нові шляхи зростання та розширення, українські підприємці можуть збільшити свої потоки доходу та охопити нових клієнтів.

Подолання викликів і навчання на помилках є ключовим аспектом успішного ведення ресторанного бізнесу. Польський досвід показав, що такі виклики, як зростання витрат, конкуренція та зміна споживчих уподобань, можна подолати шляхом інновацій та адаптації. Крім того, навчання на минулих помилках є важливою частиною розвитку та вдосконалення ресторанного бізнесу. Українські підприємці можуть отримати користь від вивчення того, як успішні польські ресторани подолали виклики та адаптувалися до мінливих умов ринку. Застосовуючи ці уроки до власного бізнесу, українські підприємці можуть підвищити свої шанси на успіх у конкурентній ресторанній індустрії.

Також я продемонструю декілька ресторанів Польщі, які вважаю найкращими у своєму сегменті. Вони є гарним прикладом на який потрібно рівнятися нашим рестораторам.

Ресторан Atelier Amaro

Atelier Amaro є одним із найпопулярніших ресторанів Польщі, відзначених зірками Мішлена. Засновник і шеф-кухар ресторану – Янек Венделл, відомий своїми кулінарними досягненнями та незвичайним підходом до приготування їжі.

Ресторан Atelier Amaro відчуває сильний вплив сучасної польської кухні, заснованої на старовинних рецептах і традиційних методах приготування. Головна ідея ресторану — продемонструвати, як звичайні інгредієнти можуть стати незвичайними стравами за допомогою раніше недоступних технік і процесів.[11]

Ресторан Atelier Amaro має три різних меню:

«Смак літа», «Смак осені», «Смак зими» — це ресторани, де круглий рік подають найсмачніші страви зі свіжих продуктів. Усі страви ретельно відібрані та створені експертами, щоб подарувати гостям незабутні враження.

Ресторан Atelier Amaro відомий своєю унікальною атмосферою та дизайном з увагою до деталей. Якщо ви хочете дізнатися, як працюють

найкращі ресторани Польщі та скуштувати найсмачніші страви сучасної польської кухні, вам обов'язково потрібно відвідати ресторан Atelier Amaro.

Ресторан Solec 44

Solec 44 – один із найпопулярніших ресторанів Варшави, відомий своєю польською та європейською кухнею. Ресторан знаходиться за адресою Солець 44, неподалік від центру міста. Він пропонує гостям унікальну кулінарну подорож, де вони можуть насолоджуватися спогляданням приготування їжі на відкритій кухні. Меню ресторану змінюється щодня в залежності від сезону та наявності інгредієнтів, тому гості завжди можуть знайти щось нове та цікаве.[12]

Шеф-кухар ресторану Йоанна Козак зайнята підбором інгредієнтів та складанням меню, щоб подавати клієнтам свіжі та смачні страви. Ресторан також пропонує широкий вибір вин для максимального задоволення від їжі. У Solec 44 ви можете відчути особливу атмосферу, де кожна деталь була продумана, щоб запропонувати гостям незабутні враження. Ресторан має невелику кількість місць, що надає йому особливої затишності та елегантності.

Якщо ви шукаєте ресторан зі свіжими стравами, вишуканим інтер'єром і неповторною атмосферою, Solec 44 саме для вас.

Tequilarnia

Tequilarnia – справжній мексиканський ресторан у Кракові. Ресторан пропонує гостям широкий вибір мексиканських страв і напоїв, включаючи різні види текіли.

У меню Tequilarnia багато класичних мексиканських страв, таких як науатлаче, гуакамолє, тако та фахітас. Також у нас великий вибір текіли з неповторним смаком і ароматом, виготовленої з мексиканської агави. Tequilania пропонує широкий вибір текіли з різними кольорами, термінами витримки та смаками. Ресторан оформлено в стилі мексиканської культури з елементами традиційного декору та мистецтва. Атмосфера в Tequilania дуже жива та доброзичлива, завдяки чому гості відчувають себе в самому серці

Мексика. Tequilarnia - ідеальне місце для вечірнього відпочинку з друзями або романтичної вечері. Якщо ви любите мексиканську кухню і хочете насолодитися неповторною атмосферою, Tequila Luna саме для вас. [13]

У меню Tequilarnia багато класичних мексиканських страв, таких як науатлаче, гуакамолє, тако та фахітас. Також у нас великий вибір текілі з неповторним смаком і ароматом, виготовленої з мексиканської агави. Tequilania пропонує широкий вибір текілі з різними кольорами, термінами витримки та смаками. Ресторан оформлено в стилі мексиканської культури з елементами традиційного декору та мистецтва. Атмосфера в Tequilania дуже жива та доброзичлива, завдяки чому гості відчують себе в самому серці Мексики. Tequilarnia - ідеальне місце для вечірнього відпочинку з друзями або романтичної вечері. Якщо ви любите мексиканську кухню і хочете насолодитися неповторною атмосферою, Tequila Luna саме для вас.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСА

2.1. Аналіз ресторанного ринку в Україні: фокус на Волинь та Західну частину країни

Ресторанний ринок Волині та Західної України демонструє позитивне зростання, незважаючи на триваючу війну в країні. За даними Work.ua, ринок праці в Україні активно відновлюється, що може сприяти зростанню ресторанної індустрії. Станом на лютий 2023 року позитивна динаміка спостерігається майже в усіх областях Західної та Центральної України, включно з Закарпатською. Індустрія гостинності, яка включає ресторанний сектор, є однією з найбільших галузей у світі.

З точки зору кількості та типів ресторанів у регіоні, доступна велика різноманітність. Компанія Pro-Consulting провела аналіз ринку громадського харчування в Україні, який виявив повну картину тенденцій і процесів у галузі. У регіоні є різні типи ресторанів, починаючи від фаст-фуду і закінчуючи вишуканою кухнею. Пропонована кухня також різноманітна, як традиційна українська, так і інтернаціональна кухня, така як італійська, китайська та японська.

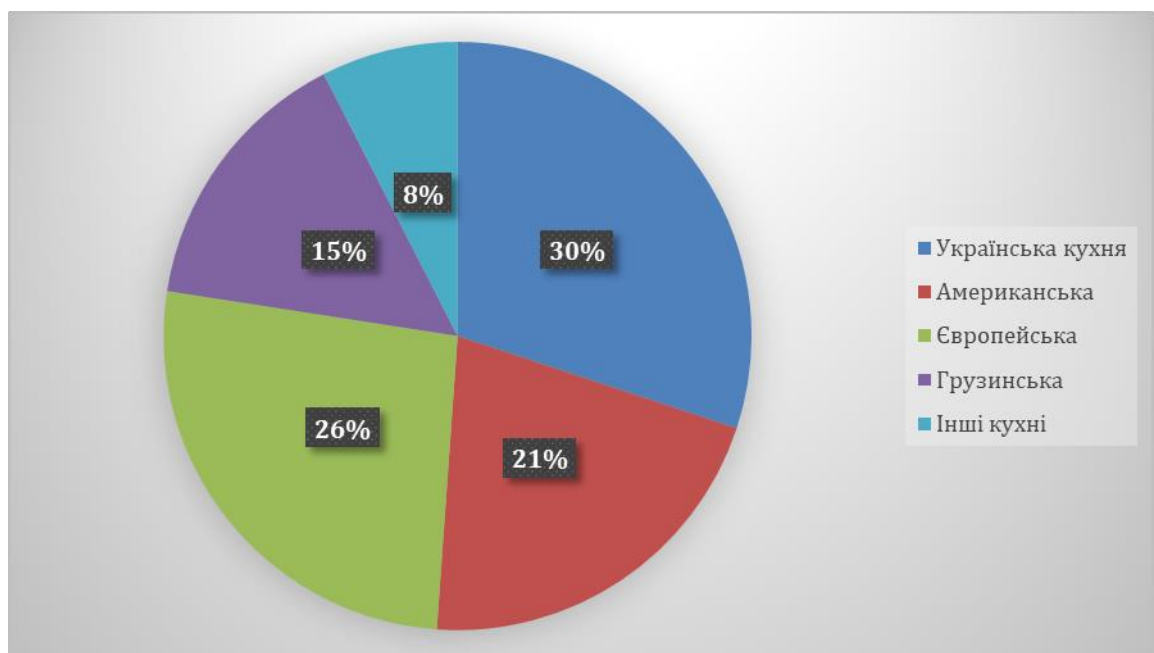


Рис.2.1 Розподіл популярних кухонь

Середні ціни в ресторанах регіону відрізняються в залежності від типу закладу та кухні, що пропонується. Аналіз ресторанного ринку України показує, що якщо країна продовжить розвиватися в напрямку досягнення європейського рівня життя, ресторанна індустрія продовжить розвиватися. Незважаючи на триваючу війну, попит на ресторани в регіоні залишається високим, і гості прагнуть невеликого відпочинку. Загалом ресторанний ринок Волині та Західної України продемонстрував стійкість і потенціал для зростання в майбутньому.

Таблиця 2.1

Топ закладів м. Луцьк

Назва	Загальна характеристика
4rest	Заклад "4rest" пропонує розкішну атмосферу та вишукану кухню, в якій поєднуються класичні та сучасні кулінарні техніки.
Базилік	Ресторан "Базилік" відомий своєю автентичною атмосферою та багатогранністю смаків вишуканих страв, приготованих з використанням свіжих інгредієнтів.
Skybar Family	Skybar Family відзначається своїм вражаючим панорамним видом на місто, ідеальним для вечірнього відпочинку та насолоди смачною їжею та коктейлями.
Не Про Хліб	Ресторан "Не Про Хліб" славиться своєю унікальною концепцією, де кожна страва має характерний гастрономічний підхід із використанням незвичайних інгредієнтів.

На ресторанний ринок України, зокрема Волині та Західного регіону, впливають різні фактори. Такі економічні чинники, як інфляція, коливання валют і рівень безробіття, мають значний вплив на ресторанну індустрію. Війна, що триває в Україні, також вплинула на економіку, що призвело до скорочення споживчих витрат і зменшення кількості туристів, які відвідують регіон. У результаті ресторанам у цьому районі довелося коригувати свої ціни та меню, щоб залишатися конкурентоспроможними та залучати клієнтів.

Соціальні чинники, такі як зміна споживчих уподобань і стилю життя, також впливають на ресторанний ринок України. Популярність певних кухонь і типів ресторанів може змінюватися з часом, і ресторани повинні

адаптуватися до мінливих вимог споживачів. Крім того, війна в Україні призвела до змін у споживчій поведінці, і багато людей вважають за краще залишатися вдома, а не обідати. Як наслідок, ресторонам довелося скоригувати свої маркетингові стратегії та меню, щоб звернути увагу на споживачів, які шукають більш доступні та зручні варіанти.



Рис. 2.2. Загальна кількість закладів харчування

На поведінку споживачів на ринку ресторанного господарства також впливають різні чинники, зокрема демографічні, економічні умови та культурні уподобання. У західному регіоні України демографічний профіль споживачів ресторанів різноманітний: молодь і старші, міські та сільські та різні рівні доходів. За даними аналізу ринку громадського харчування Pro-Consulting за 2020 рік, найбільша група споживачів ресторанів в Україні – це люди у віці від 25 до 44 років, дещо вищий відсоток жінок. Однак у період війни у 2023 році демографічний профіль споживачів ресторанного господарства може змінитися через зміни економічних умов та міграційних структур. Відновлення українського ринку праці також може вплинути на поведінку ресторанных споживачів.[15]

Фактори, що впливають на поведінку споживачів ресторанного господарства в Україні, включають ціну, якість, зручність та культурні уподобання. Згідно з тим же аналізом Pro-Consulting за 2020 рік,

найважливішими факторами для споживачів ресторанів в Україні є якість їжі та обслуговування, а потім ціна та місце розташування . Крім того, культурні уподобання відіграють значну роль на ресторанному ринку, де регіональна кухня та традиційні страви популярні серед споживачів. У Західному регіоні України, наприклад, такі страви, як борщ, вареники та голубці, поширені в ресторанах і користуються популярністю серед місцевих жителів.[16]

На вподобання споживачів ресторанного господарства Волині та Західного регіону України, як правило, впливає місцева культура та традиції. Наприклад, регіон має багату кулінарну спадщину з унікальними стравами, які відображають місцеву культуру та історію. Це створює можливість для ресторанів виділитися, пропонуючи традиційні страви, які не є широко доступними в інших місцях.

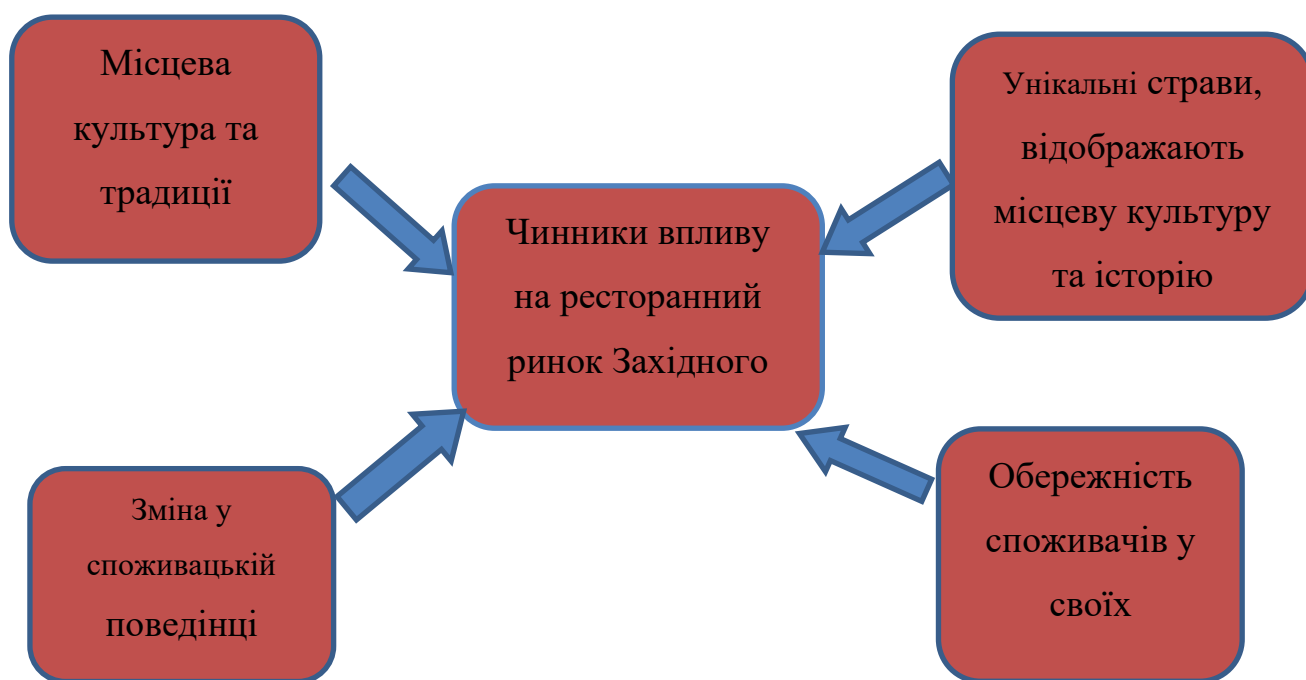


Рис. 2.4 Чинники впливу на ресторанний ринок Західного регіону України

Крім того, триваючий конфлікт в Україні може вплинути на ресторанний ринок, оскільки споживачі можуть бути більш обережними у своїх витратах і можуть віддавати перевагу обідати вдома, а не поза домом. Загалом, поведінка споживачів ресторанного господарства в Україні є

складною та багатогранною, і на неї впливає низка факторів, зокрема демографічні, економічні умови та культурні уподобання.

Попри війну, яка триває в Україні, ресторанний ринок Західного регіону країни, в тому числі й Волині, протягом останніх місяців демонструє позитивну динаміку. Згідно зі звітом T2, спостерігається зростання попиту на ресторанні послуги в різних регіонах України, в тому числі в Західній і Центральній Україні. Очікується, що ця тенденція збережеться, і за прогнозами ринок ресторанного господарства регіону зростатиме в найближчі роки. Однак ринок також стикається з такими викликами, як зростання цін на продукти харчування та брак кваліфікованої робочої сили.[17]

Щоб досягти успіху на цьому ринку, як існуючі, так і нові гравці повинні знати про можливості та виклики, з якими вони можуть зіткнутися. Наприклад, компанії повинні розглянути можливість адаптації до мінливих уподобань споживачів і пропонувати унікальні страви, щоб виділитися серед конкурентів. Крім того, компанії повинні зосередитися на створенні сильного бренду та репутації, а також на підтримці високих стандартів якості їжі та послуг. Уміння орієнтуватися в цих викликах і використовувати можливості буде вирішальним для успіху на ресторанному ринку Волині та Західного регіону України.

Підсумовуючи, ресторанний ринок України продемонстрував стійкість, незважаючи на триваючу війну та економічні виклики. Незважаючи на те, що ринок стикається з такими проблемами, як зростання цін на продукти харчування та брак кваліфікованої робочої сили, існують також можливості для зростання та успіху. Щоб досягти успіху на цьому ринку, компанії повинні зосередитися на адаптації до мінливих уподобань споживачів.

2.2. Характеристика ведення ресторанного бізнесу на прикладу гастро-бару “ Не Про Хліб”

Характеристика ведення ресторанного бізнесу є комплексним поняттям, що містить багато аспектів. Розпочнемо з основних термінів. **Ресторан** - це заклад громадського харчування, який спеціалізується на наданні послуг щодо прийому їжі та напоїв. Ресторани можуть пропонувати різні види кухні, включаючи національну, місцеву, авторську, екзотичну тощо. **Ресторанний бізнес** - підприємницька діяльність за рахунок власних або позикових засобів на свій ризик і під свою відповідальність, в області ресторанної справи.

Головною задачею ресторанного бізнесу є виробництво якісного продукту, надання високого рівня послуг, ефективне управління бізнес-процесами закладу харчування. Для успішного ведення ресторанного бізнесу необхідно враховувати багато факторів, таких як розташування закладу, конкурентність ринку, наявність затишної атмосфери, наявність кваліфікованого персоналу та ефективна організація роботи. Ми продемонструємо характеристику ведення ресторанного бізнесу на прикладі гастро-бару “Не Про Хліб”.

Концепція та дизайн

Концепція та дизайн ресторану є вирішальними елементами успішного управління ресторанним бізнесом. У гастро-барі "Не Про Хліб" концепція закладу спрямована на створення атмосфери затишку та комфорту для наших гостей. Кожна деталь була уважно продумана з метою створення теплої та родинної атмосфери. В рамках концепції особлива увага приділяється меню закладу, яке зосереджене на здоровому харчуванні, великому вибору рибних страв та легких закусок до вина. Наша алкогольна карта пропонує багатий вибір вин від українських крафтових виноробень.

Дизайн ресторану відіграє важливу роль у привабливості закладу. Ми використовуємо яскраві кольори та оригінальні деталі, що надають ресторану привітного та залучного вигляду для наших відвідувачів. Важливим аспектом дизайну є використання натуральних матеріалів, які створюють природну та

органічну естетику. Освітлення в ресторані змінюється протягом дня: вдень приміщення наповнюється світлом, що створює енергійну атмосферу, а ввечері ми створюємо затишок за допомогою м'якого освітлення свічок. Меблі виготовлені з дерева та гармонійно доповнюють один одного. Велика кількість квітів та рослин додає затишку та доповнює атмосферу закладу.

Наш посуд постачається від шведського виробника Ікеа, відомого своїм якісним та стильним інвентарем, що став улюбленим у багатьох сучасних рестораторів, які прагнуть поєднати якість з доступною ціною. Використання посуду від Ікеа додає нашому закладу сучасного та стильного штриху.

Торгова зала гастро-бару "Не Про Хліб" розрахований на приймання 35 гостей, а загальна площа закладу становить 55,5 квадратних метрів. Це обмежений простір, що сприяє інтимній атмосфері та особливому зверненню до кожного гостя.

Разом концепція та позиціювання гастро-бару "Не Про Хліб" створюють особливий ідентифікатор на ринку ресторанного бізнесу.

Якість продуктів та сервісу

Висока якість продуктів та обслуговування сприяють задоволенню гостей і підвищенню рівня лояльності до закладу, що безпосередньо впливає на прибутковість підприємства.

З метою забезпечення високої якості продуктів необхідно звертати увагу на їх походження, склад і якість використовуваних інгредієнтів для приготування страв. Важливо також використовувати свіжі продукти та дбати про їх належне зберігання. У окремих випадках може бути виправданим використання продуктів з незначними дефектами або з наближеним терміном придатності, проте ці обставини мають бути чітко відображені в меню і обов'язково повідомлені гостям.

Незалежно від важливості якості продуктів, обслуговування також відіграє вирішальну роль у успішному ресторанному бізнесі. З метою забезпечення високого рівня сервісу, слід звертати увагу на ставлення персоналу до гостей,

швидкість обслуговування та наявність необхідного обладнання та інфраструктури. Важливо, щоб персонал був ввічливим та професійним у спілкуванні з гостями, мав здатність швидко та якісно виконувати свої обов'язки та реагувати на запити гостей. Для покращення швидкості обслуговування можна використовувати різноманітні методики та технології, такі як самообслуговування, онлайн-замовлення та інші інноваційні підходи.[18]

Таблиця 2.2

Посадові обов'язки

<i>Посадові обов'язки офіціанта</i>	<i>Посадові обов'язки бармена</i>
Прийняття замовлень від гостей	Приймання замовлень від клієнтів
Рекомендація страв та напоїв	Підготовка та подача напоїв і страв на барі
Подача страв та напоїв на стіл	Контроль за запасами продуктів і алкоголю
Обслуговування гостей	Підтримання чистоти та порядку на барі
Збір замовлень та оплата	Виконання фінансових операцій з клієнтами (приймання платежів, видавання здачі)
Забезпечення чистоти та порядку на своєму робочому місці	Розвантаження посуду і прибирання за собою на кінцевому етапі робочої зміни
Знання меню та інформації про страви та напої	Дотримання вимог технології приготування напоїв і страв
Розуміння та дотримання правил безпеки та санітарних норм	Ведення касових операцій та звітності

Менеджмент та організація

Ефективне керівництво та організація роботи є критичними компонентами успішного функціонування ресторанного бізнесу. Статистика показує, що понад 60% ресторанів припиняють свою діяльність протягом першого року, і лише 20% з них виживають після п'яти років.

Одним з найважливіших аспектів ефективного менеджменту в ресторанному бізнесі є планування та контроль роботи персоналу. Дослідження показують, що ефективне планування графіків роботи персоналу може знизити витрати на зарплату на 5-7% і одночасно підвищити продуктивність та якість обслуговування гостей. Крім того, контроль якості продуктів та сервісу є критично важливим для успішності ресторанного бізнесу. Більш ніж 90%

гостей не повертаються до ресторану після негативного досвіду обслуговування, що може суттєво вплинути на прибутковість бізнесу.[19]

Ефективне управління запасами також може позитивно вплинути на продуктивність та ефективність ресторанного бізнесу. Оптимальний рівень запасів може зменшити витрати на зберігання продуктів на 20-30% і збільшити прибутковість на 5-10%.

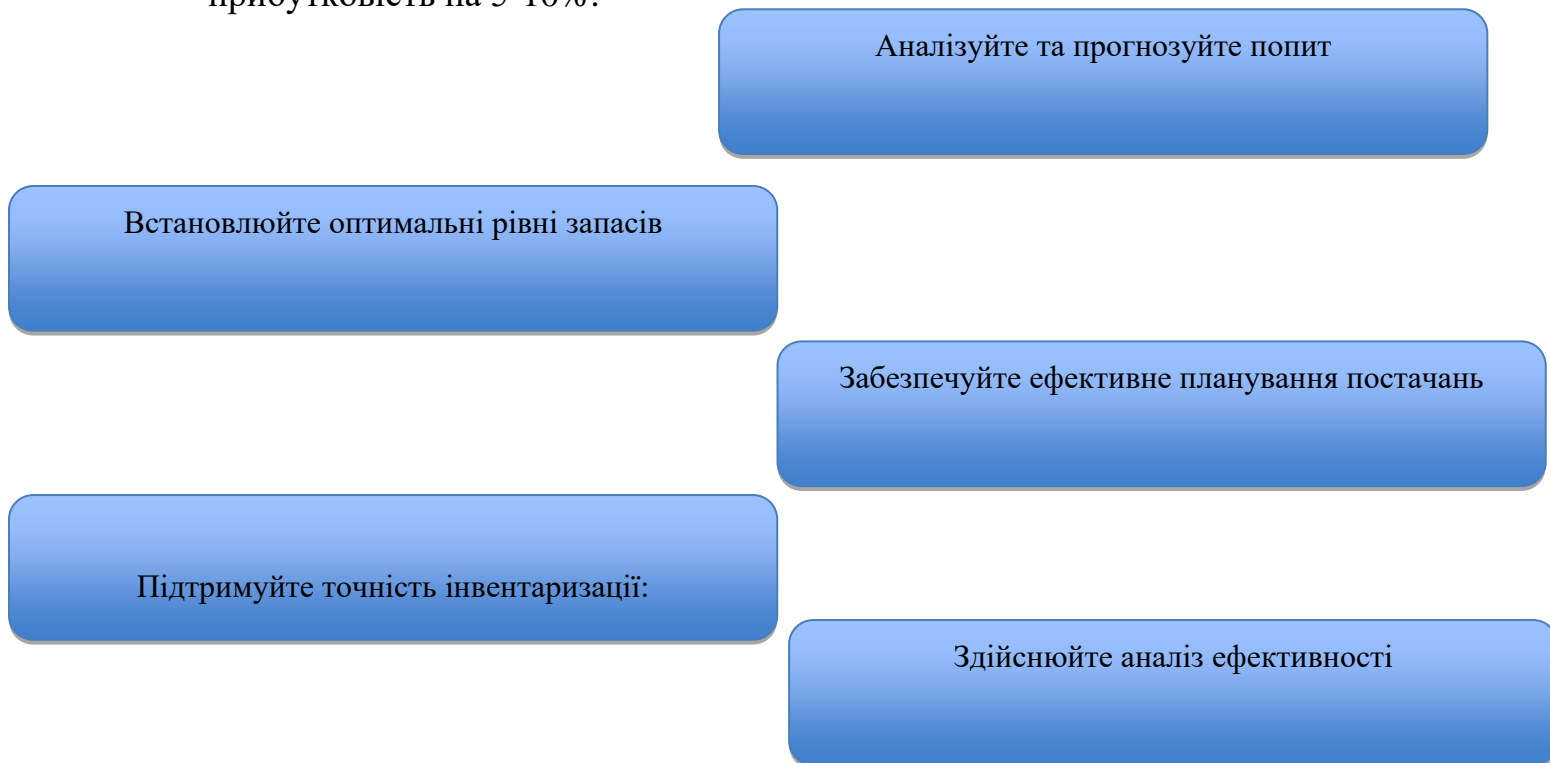


Рис. 2.8 Основні правила ефективного управління запасами

Бухгалтерський облік та контроль фінансів є ще одним важливим аспектом успішного функціонування ресторанного бізнесу. Висока конкурентність та значний обсяг бізнесу вимагають точного та своєчасного ведення обліку доходів та витрат для забезпечення стійкого зростання та максимальної прибутковості.

Маркетинг та просування

Ведення ресторанного бізнесу є складним завданням, яке вимагає від підприємця вміння орієнтуватися на ринку, залучати клієнтів та ефективно управляти фінансами. Один із важливих аспектів успішного ведення ресторанного бізнесу - це маркетинг та просування. Від правильної стратегії

маркетингу залежить не тільки кількість клієнтів, але й їх задоволеність та лояльність.



Рис. 2.9 Маркетинг у сфері ресторанного бізнесу

Найважливішим аспектом маркетингу є розуміння цільової аудиторії. Для ресторану цільова аудиторія може бути різною - від сімей з дітьми до молоді, яка шукає місце для проведення вечірок. Для ефективного залучення клієнтів, слід проводити дослідження ринку, вивчати потреби та бажання клієнтів та пропонувати їм відповідні послуги.

Одним із ефективних інструментів маркетингу є програма лояльності. Наприклад, ресторан може запровадити систему бонусів для постійних клієнтів, які будуть залежати від вартості замовлення або кількості відвідувань. Це дозволить залучити нових клієнтів, а також зберегти старих.

Крім того, ефективне просування ресторану в Інтернеті може принести значний прибуток. Для цього, слід вести активну рекламну кампанію в соціальних мережах, на сайтах з відгуками про ресторани, розміщувати оголошення на кулінарних форумах тощо.

Основним показником ефективності маркетингу є показник ROI (Return on Investment), який відображає співвідношення прибутку до інвестицій. Для ресторанного бізнесу ROI можна розрахувати як відношення прибутку від рекламної кампанії до витрат на неї.[20]

Наприклад, якщо ресторан витратив \$10 000 на рекламу, а прибуток від неї склав \$20 000, то ROI буде дорівнювати 100% ($\$20\,000/\$10\,000$).

Крім ROI, важливими показниками ефективності маркетингу є:

Конверсія – відсоток клієнтів, які здійснили покупку після перегляду реклами.

CPA (Cost per Acquisition) – вартість залучення одного нового клієнта.

CLV (Customer Lifetime Value) – прибуток, який один клієнт приносить ресторану за весь період співпраці.

Для ефективного просування ресторану слід використовувати комплексний підхід, який включає в себе:

Розробку унікальної бренд-ідентичності, яка дозволить виділитись на фоні конкурентів та побудувати позитивне сприйняття клієнтами.

Використання соціальних медіа для залучення нових клієнтів та збереження вірних фоловерів.

Проведення акцій та промо-кампаній для залучення нових клієнтів та збільшення частоти відвідування ресторану відомих клієнтів.

Співпраця з блогерами та іншими відомими персонами для залучення нових клієнтів.

Рекламування ресторану у місцевих ЗМІ та на туристичних сайтах.

Розсилання email-розсилок з інформацією про новинки меню та інші спеціальні пропозиції.

Використання програм лояльності для залучення нових клієнтів та збереження старих.

Важливо пам'ятати, що кожен з цих методів просування повинен бути розроблений та впроваджений з урахуванням конкретних потреб та характеристик місцевого ринку та цільової аудиторії. Крім того, їх ефективність повинна бути оцінювана регулярно з використанням аналітики та вимірюваних метрик, таких як конверсія, кількість замовлень, середній чек тощо.

Приклад просування закладу харчування

Рекламний канал	Витрати, USD	Кількість клієнтів	Витрати на одного клієнта, USD	Прибуток, USD	ROI
Радіореклама	1000	100	10	2000	1.0
Газетна реклама	1500	75	20	1800	0.2
Соціальні медіа	2000	150	13.33	4000	1.0
Телевізійна реклама	5000	300	16.67	6000	0.2

Наприклад, якщо ресторан бажає залучати нових клієнтів через соціальні медіа, слід розробити спеціальну стратегію для кожної платформи, зосереджуючись на контенті, який приверне увагу та зацікавить цільову аудиторію, відповідатиме бренду та створюватиме емоційний зв'язок. При цьому слід вимірювати кількість звернень, коментарів та репостів, що дозволить оцінити ефективність стратегії та внести корективи.

Таким чином, використання комплексного підходу та регулярне вимірювання ефективності маркетингу дозволить ресторану досягти успіху на місцевому ринку та зберегти лояльність клієнтів.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1 Опис та резюме проекту для закладу FitEats

Зважаючи на сучасні тенденції у сфері харчування та зростаючу свідомість про здоровий спосіб життя, проект закладу харчування FitEat виник з метою задоволення потреб суспільства у якісному та правильному харчуванні. FitEat - ексклюзивний заклад, який поєднує в собі кулінарне мистецтво та науковий підхід до харчування.

Наш заклад пропонує широкий вибір комплексних меню, розроблених з урахуванням рекомендацій дієтологів та найсучасніших досліджень у галузі харчування. Кожна страва в нашому меню - це результат поєднання вишуканого смаку, естетики та корисних властивостей продуктів. Ми ставимо своєю метою надати клієнтам насолоду від їжі.

FitEat - це не просто заклад харчування, але й спосіб покращити якість свого життя через свідомий вибір харчових продуктів. Наша команда експертів враховує індивідуальні потреби клієнтів, розробляючи меню, яке задовольняє смакові вподобання та дієтологічні потреби кожної особи.

Запрошуємо вас приєднатися до нас - у світ смачного та здорового харчування, де кожна страва - це маленький шедевр, що дарує радість і забезпечує нас енергією для досягнення мрій та досягнення максимального потенціалу. FitEat - це шлях до гармонії між смаком, здоров'ям та задоволенням.

Таблиця 3.1

Резюме проекту

Концепція проекту	Заклад FitEats буде працювати у форматі доставки їжі, з нахилом в здорове харчування. Доставку ми будемо робити по попередньому замовленню і скласти меню за бажанням клієнтів	
Місце знаходження	м. Луцьк, Волинська область	
Графік реалізації проекту	Розрахунковий період для проекту Початок проекту Початок продажів	1 рік Січень 2024 Березень 2024
Бюджет проекту	Вартість проекту Особисті кошти Інвестиції	Орієнтовно 100000 30000 70000
Прибутковість проекту	Валовий дохід Капіталізований чистий прибуток Сукупний грошовий потік	500000 200000 300000
Інвестиційна привабливість проекту	Ставка дисконту DPP (дисконтований період окупності), років NPV (чиста наведена вартість), ; IRR (внутрішня норма доходності), % PI (прибутковість вкладень), од.	10% 3 роки 150000 15% 1,5

Опис проекту

Цілью створення проекту є створення закладу харчування в Луцьку. Планується відкриття 1 торгівельної точки в зручній локації, для швидкої та якісної доставки нашої продукції до клієнтів. Заклад FitEat, розроблений з метою задоволення зростаючого попиту на здорову та смачну їжу, виступає передовим проектом в сфері гастрономії та ресторанного бізнесу. Його цільовим завданням є надання клієнтам можливості насолоджуватися смачними стравами, що сприяють здоровому способу життя. Наша команда професіоналів у галузі харчової технології та кулінарного мистецтва гарантує високу якість приготування страв, зберігаючи їх смак та поживні властивості.

Головним принципом FitEat є забезпечення здорових та збалансованих харчових раціонів, які враховують індивідуальні потреби клієнтів. Ми пропонуємо широкий вибір страв, розроблених на основі ретельного

дослідження сучасних тенденцій у харчуванні, а також враховуючи дієтологічні рекомендації. Наше меню включає різноманітні страви, що задовольняють смакові переваги різних клієнтів, зокрема вегетаріанців, веганів, спортсменів та людей з особливими харчовими потребами. Ми надаємо можливість замовляти страви заздалегідь, враховуючи особисті бажання та вимоги. Наша команда досвідчених кухарів та кур'єрів гарантує своєчасну доставку страв, зберігаючи їх свіжість та смакові якості.

Підприємницький потенціал FitEat полягає в розвиненні інноваційної системи доставки харчування, що забезпечує зручність та задоволення потреб клієнтів. Використання сучасних технологій у процесі замовлення та доставки їжі, таких як мобільний додаток або онлайн-платформа, підсилює конкурентоспроможність FitEat та забезпечує швидку та ефективну обробку замовлень.

Розраховуючи на зростаючий попит на здорову їжу та зручність її доставки, FitEat прогнозує стабільний та прибутковий розвиток на ресторанному ринку. Ми прагнемо стати передовим закладом в галузі доставки здорового харчування, привертаючи широке коло клієнтів, які цінують своє здоров'я та якість харчування.

За даними наукових досліджень, здорове харчування стає все більш популярним серед споживачів у всьому світі, включаючи Україну. За останні роки спостерігається зростання свідомості щодо впливу харчування на здоров'я та бажання забезпечити своєму організму корисні поживні речовини. FitEat відповідає даним тенденціям, пропонуючи різноманітні страви, розроблені з використанням натуральних інгредієнтів, багатих на вітаміни, мінерали та антиоксиданти.

Крім того, наш проект відповідає уявленням споживачів про зручність та швидкість обслуговування. Він сприяє зекономленню часу та зусиль клієнтів, оскільки можливість передзамовлення дозволяє їм отримувати готову, здорову їжу без необхідності готування або відвідування ресторану.



Рис. 3.1 Ціль створення закладу FitEats

3.2 Характеристика цільового ринку закладу FitEats

За статистикою, у перший рік роботи закривається близько 40% ресторанів та кафе. Це відбувається тоді, коли підприємець розпочинає вести бізнес без аналітики ринку, розуміння основних тенденцій і загального бачення ринку гастрономії. Серед основних причин також можна виділити:

1. Недостатнє дослідження ринку: Багато підприємців не проводять достатнього аналізу ринку перед відкриттям закладу. Вони можуть недооцінювати конкуренцію, неправильно оцінювати попит або не знаходити свою унікальну конкурентну перевагу.

2. Фінансові труднощі: Багато власників закладів можуть стикатися з фінансовими труднощами через неправильну оцінку витрат та доходів,

недостатній потік клієнтів або високі витрати на оренду, персонал та інші витрати.

3. Низька якість обслуговування та продукту: Якість обслуговування та продукту є ключовим фактором успіху в галузі харчування. Якщо заклад не забезпечує задоволення клієнтів через погану якість страв, некомпетентний персонал або погане обслуговування, це може призвести до втрати клієнтів і, нарешті, до закриття закладу.

4. Проблеми з управлінням: Недосвідчені власники або менеджери можуть мати проблеми з ефективним управлінням закладом. Недостатня організація, погане планування, недостатні навички управління персоналом або фінансами можуть спричинити негативні наслідки для бізнесу.

5. Зміни в економічних умовах: Зміни в економічних умовах, такі як зростання цін на продукти або послуги, зменшення купівельної спроможності клієнтів або економічна рецесія, можуть вплинути на фінансову стабільність закладу і призвести до його закриття.

У сучасному ринку громадського харчування спостерігається значна динаміка заміни учасників, деякі заклади закриваються, тоді як інші відкриваються. Перед тим, як ресторатори розпочинають свою діяльність, вони вивчають політику розвитку та створюють нові формати обслуговування, спрямовані на задоволення потреб середнього класу. Це пояснюється макроекономічною ситуацією в Україні, фінансовим становищем українських споживачів та модними тенденціями, що підкреслюють популярність закладів середнього цінового сегменту.[21]

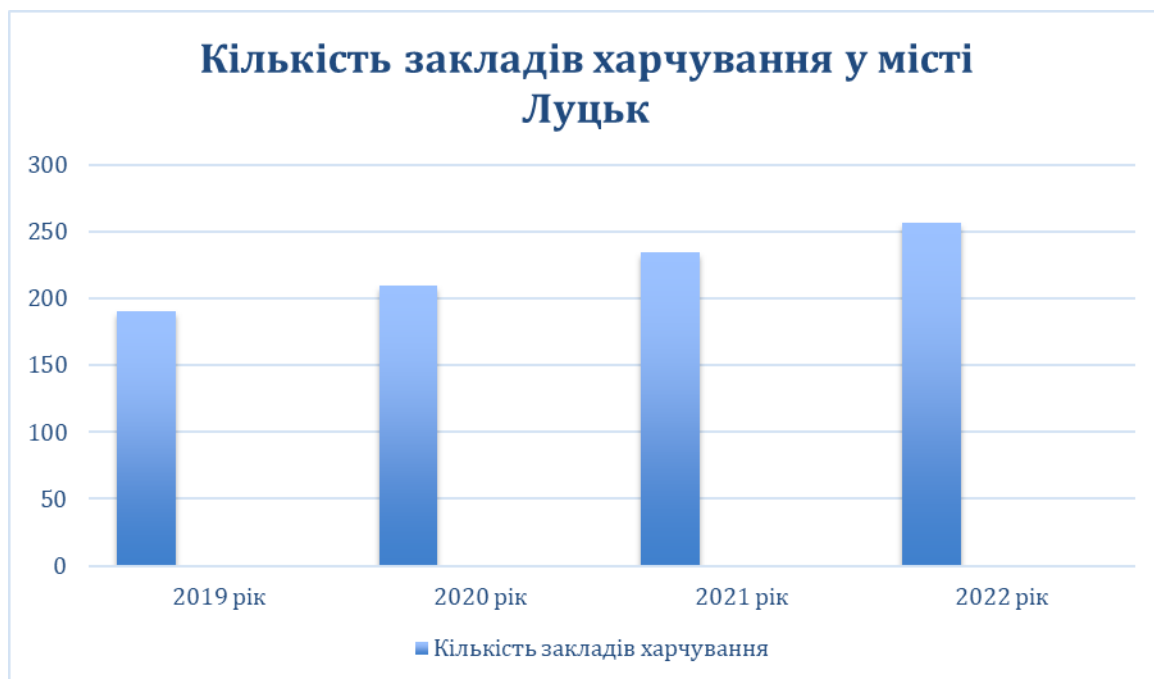


Рис 3.2. Кількість закладів харчування у місті Луцьк

Провівши дослідження ринку доставки їжі, ми розуміємо що початок активного розвитку і розширення даної підгрупи закладів припав на 2019 рік. Тоді через початок пандемії COVID-19 в Україні 12 тис. закладів були зачинені повністю або частково. Доставка їжі до дому стала єдиним методом зберегти робочі місця для працівників, а рестораторам не втратити свої підприємства. [21]



Рис. 3.3. Заклади харчування України на момент пандемії COVID-19

Ринок доставки їжі в Україні є динамічним і швидко зростаючим сегментом громадського харчування, який залучає все більше уваги серед споживачів. В останні роки спостерігається інтенсивний ріст попиту на послуги з доставки їжі до дому. Це явище стало неодмінною складовою сучасного способу життя українських споживачів, які активно користуються зручним і ефективним методом отримання харчових продуктів без необхідності готування або відвідування ресторанів і закладів громадського харчування.

Аналіз ринку доставки їжі в Україні підтверджує дивовижні темпи його зростання. Результати експертних оцінок свідчать про значне зростання популярності цього сегмента та збільшення попиту з боку споживачів. Це обумовлено комплексом факторів. По-перше, зміни в способі життя і ритму сучасних людей призводять до збільшення популярності доставки їжі, оскільки вона забезпечує збереження часу та зусиль. По-друге, доступність Інтернету та поширення смартфонів сприяють зручному замовленню їжі через онлайн-платформи та мобільні додатки.[23]

Дослідження показують, що ринок доставки їжі в Україні, щорічно зростає на рівень приблизно 30-40%. Останні роки ми були свідками збільшення кількості компаній, що надають послуги доставки їжі, а також розширення їх географічного охоплення. Багато ресторанів та кафе вдаються до ефективної стратегії "готуй та доставляй", що дозволяє залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажу.

Український ринок доставки їжі характеризується наявністю як місцевих, спеціалізованих платформ, які фокусуються на окремих містах або регіонах, так і національних платформ, які покривають більшу кількість населених пунктів. Конкуренція на ринку є високою, що змушує компанії постійно вдосконалювати свої послуги, пропонувати нові привабливі умови для клієнтів та розвивати технологічні рішення для спрощення процесу доставки.

Під час написання даної роботи (15.05.2023 року) пандемія COVID-19 закінчилась, а заклади формату доставки збільшують свою частку у ресторанному господарстві України.



Рис. 3.4 Кількість закладів доставки в Україні 2018-2022

Характеризуючи ринок послуг доставки, ми маємо проаналізувати цільову аудиторію нашого закладу. Для ефективного надання послуг доставки варто ретельно аналізувати та сформуванати образ цільової аудиторії нашого закладу. Серед цільових сегментів можна виділити особливо свідомих, які слідують здоровому способу життя та харчування індивідів. Ці клієнти дотримуються суворих дієт, що ставить їх у центр нашого фокусу. Зокрема, нашими основними клієнтами будуть зайняті особи, які ретельно планують свій день, розписуючи його похвилинно. Доставка обідів безпосередньо до їх робочих місць буде нашою великою перевагою. Серед них можна виділити працівників ІТ-сфери, державних службовців та офісних працівників.[24]

Також нашою цільовою аудиторією є студенти та молоді активні люди, які виявляють зацікавленість у здоровому способі життя та правильному харчуванні. Вони можуть бути студентами, що проживають у гуртожитках, або молодими працівниками, які мають обмежений час на готування їжі. Доставка

здорових страв до їхніх місць проживання або навчання може стати зручним та популярним варіантом для них.



Рис. 3.5 Сегментація цільової аудиторії

Необхідно також враховувати групу вегетаріанців та веганів, які відмовляються від споживання м'яса та інших продуктів тваринного походження. Ці клієнти активно пропагують здорове харчування на основі рослинної їжі. Доставка різноманітних вегетаріанських та веганських страв може задовольнити їхні потреби та пропонувати варіанти, що відповідають їхнім переконанням та дієтологічним обмеженням.

3.3 Опис процесу роботи та характеристика продукції у закладі FitEats

Концепція кафе- це доставка здорового харчування, з врахуванням усіх побажань клієнта. В меню закладу FitEats ми готуємо такі страви:

1. Зелений салат з авокадо та грейпфрутом: Зігріваючий салат з соковитим авокадо, свіжим грейпфрутом, зеленими листям та легким цитрусовою заправкою.

2. Грильована куряча грудка з рататуєм: Соковита куряча грудка, грильована до досконалості, подається з ароматним рататуєм зі свіжих овочів.
3. Лосось з печеними овочами: Імпортний лосось, запечений з приправами, супроводжується асортиментом запечених овочів, таких як морква, цукіні та перець.
4. Бургер з кіноа та чорною квасолею: Ситний і смачний бургер, приготований з кіноа, чорної квасолі та ароматних спецій, подається зі свіжими овочами та спеціальним соусом.
5. Індичка в горіховому соусі: Ніжна та соковита індичка, приготована в багатому горіховому соусі, супроводжується овочами на пару.
6. Боул з кіноа, темпе та кунжутним соусом: Запашний боул з кіноа, маринованого темпе, свіжих овочів та смачного кунжутного соусу.
7. Овочева рагу з сочевицею: Ароматне рагу з міксом свіжих овочів та ніжними чечевицею, подається з тимчасовим кокосовим рисом.
8. Шпинатний омлет з копченим лососем: Пухкий омлет зі свіжим шпинатом та кусочками копченого лосося, супроводжується кольоровими овочами.
9. Безглютеновий шоколадний торт з авокадо: Насолоджуйтеся солодким десертом - безглютеновим шоколадним тортом, приготованим з додаванням крему з авокадо для ніжності і смаку.

Закупівлю основної продукції ми будемо проводити у мережах магазинів Сільпо, Там-Там, та Metro. В даних постачальників є оптові продажі, які дають нам можливість закупати по вигідній ціні продукцію для виготовлення наших страв. В таблиці нижче ми продемонструємо порівняння цін у даних постачальників

Таблиця 3.3

Порівня цін у постачальників для закладу FitEats

Товар	Там Там (грн)	Сільпо (грн)	Метро (грн)
Кінуа	50	55	48
Авокадо	20	18	22
Спаржа	35	40	38
Лосось	120	115	118
Куряча грудка	40	42	38
Чорна фасоль	15	12	16
Шпинат	10	8	12
Мигдаль	45	50	43
Кокосове молоко	25	28	26
Мед	30	32	28

Обладнання є необхідним інструментом у створенні високоякісних страв у закладі харчування. Його вплив на якість продуктів величезний і відіграє значну роль у стимулюванні клієнтів стати постійними споживачами та приносити закладу прибуток. Вибір нового обладнання для закладу FitEats ґрунтується на переконанні, що воно здатне багатократно перевершити функціональність та тривалість роботи порівняно з вживаним обладнанням. Основні мотиви такого рішення наступні:

В першу чергу, нове обладнання гарантує високу якість та безпеку продуктів. Відомо, що старе обладнання втрачає свою функціональність, піддається зносу та стає менш надійним. Нове обладнання володіє передовими технологіями, які дозволяють забезпечити належну температуру, гігієну та безпеку приготування їжі. Це зменшує ризик захворювання та гарантує високу якість продуктів, що має велике значення для задоволення клієнтів та формування позитивного іміджу закладу.

По-друге, нове обладнання є більш продуктивним та ефективним. Воно може мати інноваційні функціональні можливості, які спрощують та прискорюють процеси приготування страв. Наприклад, нові плити, печі або фритюрниці можуть бути оснащені програмами автоматичного керування, точними регуляторами температури та часу, що сприяє економії часу та зусиль працівників.

Таблиця 3.3

Порівня цін у постачальників для закладу *FitEats*

Назва обладнання	Вартість (грн)
Професійна плита	50 000
Комбінована піч	80 000
Гриль	25 000
Фритюрниця	30 000
Пароварка	40 000
Швидкопіч	60 000
Професійний блендер	15 000
М'ясорубка	20 000
Кухонний процесор	25 000
Холодильна камера	100 000

Таблиця 3.5

Обладнання для доставлення

Назва обладнання	Вартість (грн)
Одноразовий посуд	5 000
Одноразові прибори	2 000
Столові серветки	1 000
Упаковочні матеріали	3 000
Термосумки для доставки	10 000
Термоконтейнери	8 000
Етикетки та пакувальні листи	2 500
Термомішки для напоїв	4 000
Підставки для страв	3 500
Термокружки	6 000

По-третє, нове обладнання зазвичай потребує меншої кількості обслуговування та ремонту. Вживане обладнання може вимагати постійного сервісу та витрат на ремонт. Заміна його на нове дозволяє знизити витрати на обслуговування та ремонт, а також забезпечує стабільну роботу закладу без непередбачених зупинок.

Крім того, нове обладнання може володіти інноваційними функціями, які полегшують роботу та покращують якість приготування страв. Наприклад, високоефективні системи очищення повітря витяжок, системи енергозбереження або технології, які дозволяють знизити витрати на електроенергію або воду. [25]

Отже, інвестиції у нове якісне обладнання для закладу харчування, такого як FitEats, є важливим кроком для досягнення успіху та стійкого розвитку. Воно допоможе забезпечити високу якість продуктів, покращити продуктивність та забезпечити ефективну роботу закладу, що принесе задоволення клієнтам і сприятиме залученню нових покупців.

ВИСНОВКИ

У даній кваліфікаційній роботі було проведено дослідження тенденцій розвитку ресторанного бізнесу у воєнний період на Волинській області. Аналізуючи теоретичні засади розвитку ресторанного бізнесу в Україні, було визначено його значення та розглянуто фактори, що впливають на його розвиток у сучасних умовах, зокрема під час воєнного періоду.

У другому розділі було проведено аналітичне дослідження ресторанного ринку на Волині з фокусом на гастро-бар "Не Про Хліб". Вивчаючи цей приклад, була проаналізована його характеристика та особливості ведення ресторанного бізнесу в умовах воєнного періоду.

Третій розділ роботи присвячено перспективам розвитку ресторанного бізнесу у воєнний період. На прикладі проекту закладу "FitEats" було надано опис та резюме проекту, а також характеристику цільового ринку та опис процесу роботи та продукції в закладі.

Загальні результати дослідження свідчать про важливість розвитку ресторанного бізнесу під час воєнного періоду на Волині. Враховуючи особливості цього періоду, підприємці мають можливість застосувати нові стратегії та підходи для успішного функціонування своїх закладів. Проект закладу "FitEats" відображає потенціал ресторанного бізнесу у воєнний період, зосереджуючись на здоровому харчуванні та наданні якісних послуг своїм клієнтам.

Рекомендації, надані у даному дослідженні, можуть бути використані підприємцями ресторанного бізнесу на Волині та в інших регіонах, щоб ефективно розвивати свої заклади під час воєнного періоду та задовольняти потреби клієнтів. Розуміння тенденцій та особливостей ресторанного бізнесу в цей період допоможе підприємцям пристосуватися до змін і досягти успіху навіть у складних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

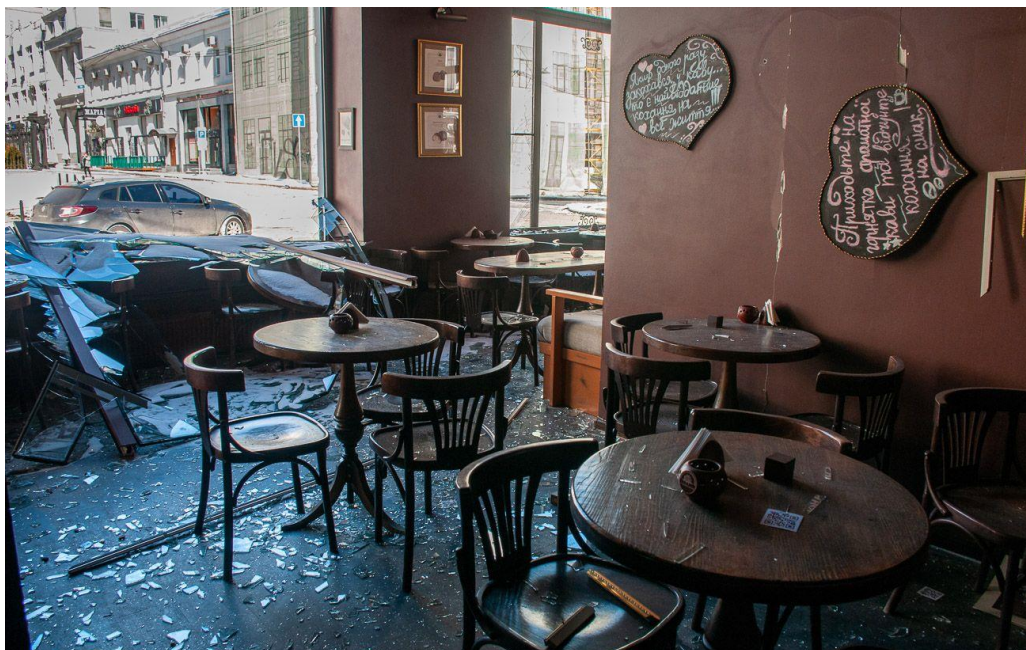
1. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1250> (дата звернення 15.04.2023)
2. Класифікація підприємств ресторанного господарства URL: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov2.htm (дата звернення 20.04.2023)
3. Ольга Насонова: Ресторани під час війни - КР.UA URL: <https://kr.ua/ua/economics/a658958-olha-nasonova-restorani-pid-chas-vijni-tse-psikholohichnij-pritulok> (дата звернення 22.04.2023)
4. Ринок HoReCa під час війни URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stand-ta-klyuchovi-tendentsiyi> (дата звернення 22.04.2023)
5. Ресторанний бізнес у воєнний час URL: <https://delo.ua/uk/business/restorannii-biznes-u-vojennii-cas-yaka-yiza-primishhenya-ta-v-yakix-mistax-koristuyutsya-popitom-398364/> (дата звернення 25.04.2023)
6. Стан та перспективи розвитку ресторанного бізнесу URL: https://tourlib.net/statti_ukr/grevceva.htm (дата звернення 26.04.2023)
7. Тенденції ресторанного бізнесу України в умовах війни URL: https://tourlib.net/statti_ukr/brytvenko.htm (дата звернення 26.04.2023)
8. Ресторанний бізнес у воєнний час URL: <https://delo.ua/uk/business/restorannii-biznes-u-vojennii-cas-yaka-yiza-primishhenya-ta-v-yakix-mistax-koristuyutsya-popitom-398364/> (дата звернення 29.04.2023)
9. Облік доходів: досвід України та Польщі - Agroexpert URL: <https://agroexpert.ua/oblik-dokhodiv-dosvid-ukrainy-ta-polshchi-2/> (дата звернення 05.05.2023)
10. Українські ресторани в Польщі - Наш вибір URL: <https://naszwybir.pl/ukrayinski-restorani-v-polshhi/> (дата звернення 08.05.2023)

11. Офіційний вебсайт ресторану Atelier Amaro URL: <http://atelieramaro.pl/> (дата звернення 11.05.2023)
12. Офіційний веб-сайт ресторану Solec 44 URL: solec44.pl (дата звернення 15.05.2023)
13. Офіційний веб-сайт ресторану URL: <https://tequilarnia.pl/> (дата звернення 16.05.2023)
14. Робота закладів західної частини України в умовах війни URL: <https://www.restorator.ua/post/west-ukrainian-restaurants-during-war> (дата звернення 16.05.2023)
15. Робота закладів західної частини України в умовах війни URL: <https://www.restorator.ua/post/west-ukrainian-restaurants-during-war> (дата звернення 17.05.2023)
16. Аналіз ринку громадського харчування URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs> (дата звернення 19.05.2023)
17. Ринок HoReCa під час війни URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stand-ta-klyuchovi-tendentsiyi> (дата звернення 20.05.2023)
18. Підвищення якості послуг підприємств Р.Г URL: https://tourlib.net/statti_ukr/naumenko.htm (дата звернення 22.05.2023)
19. Ефективність контролю обслуговування URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk72.htm (дата звернення 23.05.2023)
20. Що таке ROI, ROMI, ROAS? URL: <https://marketing.link/uk/yak-porahuvati-roi/> (дата звернення 24.05.2023)
21. Час для роботи: як відновлювався та адаптувався український бізнес за рік війни URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/chas-dlya-roboti-yak-vidnovlyuvavsya-ta-adaptuvavsya-ukrajinskiy-biznes-za-rik-viyni-12154170.html> (дата звернення 25.05.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

Зруйнована кав'ярня у центра міста Харків



Додаток Б
Шеф-кухар та засновник закладу Atelier Amaro
Янек Венделл



Головна зала та відкрита кухня ресторану Atelier Amaro



Додаток В
Інтер'єру гастро-бару "Не Про Хліб"



Складське приміщення ресторану



Додаток Г
Сезоне меню для закладу FitEats





СЕЗОННЕ МЕНЮ

DINNER VERSION

ЗАКУСКИ

Гуакамоле з цілнозерновими хлібцями
Курачі відбивні Баффало Капрезе
Тарілка сезонних овочів

ОСНОВНІ СТРАВИ

Лосось алла грілья з картоплею пюре
Покке-мисливець
Супиш овочів на тарілці

ДЕСЕРТ

Шоколадно-банановий смузі
«Дамські пальчики» з вершиками
Мініатюрні французькі фруктові тістечка

FitEatS

Фото обладнання для кухні

