

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 «МАГІСТР»

### ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконала: здобувач вищої освіти  
групи ГРСмз-21

\_\_\_\_\_ ПТАЧИК Анастасія Володимирівна  
(підпис)

Керівник:

\_\_\_\_\_ к.г.н., доцент Громик О.М.

Кваліфікаційну роботу  
допущено до захисту  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.  
Гарант освітньої програми

к.е.н., доц. Сидорук С.В.

\_\_\_\_\_ Луцьк – 2023 року

# ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти: магістр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
Л.Ю. МАТВІЙЧУК

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*Птачик Анастасії Володимирівни*

1. Тема кваліфікаційної роботи *Формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні*

Керівник роботи: *к.г.н., доц. Громик О.М.*

затверджені наказом вищого навчального закладу від 14 січня 2023 р. №39 / 01-02

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи.

3. Вихідні дані до роботи: Національний стандарт України, щодо закладів ресторанного господарства, Національний стандарт України, щодо готелів, Державні будівельні норми

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні аспекти формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні

Розділ 2. Аналітичне дослідження ринку ресторанних послуг у воєнний період

Розділ 3. Проектні підходи до удосконалення діяльності ринку ресторанних послуг у воєнний період

5. Перелік графічного матеріалу: Діаграма змін кількості закладів готельного та ресторанного господарства України, протягом 2018-2022 років; схема концептуальних підходів до управління готельно-ресторанним комплексом з економічної сторони.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доц. Сидорук С.В.		
Розділ 1. Теоретичні аспекти формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні	доц. Громик О.М.		
Розділ 2. Аналітичне дослідження ринку ресторанних послуг у воєнний період	доц. Громик О.М.		
Розділ 3. Проектні підходи до удосконалення діяльності ринку ресторанних послуг у воєнний період	доц. Громик О.М.		
Висновки	доц. Громик О.М.		
Нормо контроль	доц. Сидорук С.В.		

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи	01.11.2022 р.	
2.	Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи	01.02.2023 р.	
3.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.04.2023 р.	
4.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи	01.06.2023 р.	
5.	Написання проектної частини кваліфікаційної роботи	01.09.2023 р.	
6.	Висновки	01.10.2023 р.	
7.	Формування і організація списку використаних джерел	01.11.2023 р.	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи магістра	28.11.2023 р.	
9	Нормоконтроль	29.11.2023 р.	
10	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 7.12.2023 р.	
11	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	8.12.2023 р.	

Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_

Птачик А.В.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

Громик О.М.

## Анотація

Анотація Птачик А.В. Формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні. – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня, освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа», за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023. – 53 с., список джерел з 50 найменувань.

Сьогоднішня індустрія ресторанного господарства являє собою жваву та швидкоплинну галузь, в якій тактика ведення бізнесу та його спрямування постійно модернізується та змінюється. Інтеграція, переміни у вподобаннях споживачів і технічний прогрес трансформують дану галузь, визначаючи її перспективи та виклики.

Аналіз останніх років показав, що кількість закладів готельного господарства в Україні зменшилась, а кількість закладів ресторанного господарства навпаки зросла. Протягом 2018-2022 років галузь ресторанного бізнесу України порівняно з іншими видами бізнесу розвивалась інтенсивніше. Кількість закладів у 2018 році становила 50176, а в 2022 – 63329.

Теперішня ресторанна галузь може запропонувати відвідувачу набір послуг, окрім основної послуги з організації харчування, ЗРГ пропонують організацію різноманітного дозвілля. Від цього залежить фізичний і психологічний стан людей, їх настроїв та рівень задоволеності життям. Ресторанна індустрія також єднається з галуззю туризму, відіграючи основну роль з забезпечення якісного харчування туристів.

Заклади ресторанного господарства в туристичних осередках сприяють залученню грошових потоків в бюджети міст і разом з цим забезпечують економічний розвиток регіонів.

Ключові слова: ресторанне господарство, здорове харчування, новітні стратегії ведення бізнесу, детокс меню.

## Annotation

Abstract Ptachyk A.V. Formation of the market of restaurant services in Ukraine - On the rights of the manuscript. Qualification work of the second (master's) level, educational and professional program "Hotel and restaurant business", specialty 241 Hotel and restaurant business, field of knowledge 24 Service industry - Lutsk National Technical University, Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business - Lutsk, 2023. 53 p., list of sources of 50 titles.

Today's restaurant industry is a lively and fast-moving industry in which business tactics and direction are constantly being modernized and changed. Integration, changes in consumer preferences and technological progress are transforming this industry, defining its prospects and challenges.

Analysis of recent years has shown that the number of hotel establishments in Ukraine has decreased, while the number of restaurant establishments, on the contrary, has increased. During 2018-2022, the restaurant business industry of Ukraine developed more intensively compared to other types of business. The number of institutions in 2018 was 50,176, and in 2022 – 63,329.

The current restaurant industry can offer the visitor a set of services, in addition to the main service of catering, ZRG offers the organization of various leisure activities. The physical and psychological state of people, their mood and level of satisfaction with life depend on it. The restaurant industry is also connected to the tourism industry, playing a key role in providing quality food for tourists.

Restaurant establishments in tourist centers contribute to attracting cash flows to city budgets and, at the same time, ensure the economic development of regions.

Keywords: restaurant business, healthy food, the latest business strategies, detox menu.

## ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	10
1.1 Теоретичні основи формування і розвитку ринку послуг ресторанного господарства в умовах сьогодення	10
1.2 Методичні основи, принципи і механізми регулювання ринку послуг ресторанного бізнесу	12
1.3 Проблеми формування і розвитку ринку послуг ресторанного бізнесу	13
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	17
2.1. Аналітичне дослідження ринку ресторанних послуг у воєнний період	17
2.2. Аналіз впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на управління ринком ресторанних послуг	23
РОЗДІЛ 3 ПРОЕКТНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	29
3.1 Сучасні інструменти стратегічного управління ринком готельно- ресторанних послуг	29
3.2. Стратегія організації роботи ресторанів за принципом «healthy food»	35
3.3 Основні інноваційні напрями формування і розвитку ринку послуг ресторанного бізнесу в Україні	36
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	44
ДОДАТКИ	50

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Україна, як і багато інших країн, має динамічний ринок послуг ресторанного господарства. Сьогоднішня індустрія ресторанного господарства являє собою жваву та швидкоплинну галузь, в якій тактика ведення бізнесу та його спрямування постійно модернізується та змінюється. Інтеграція, переміни у вподобаннях споживачів і технічний прогрес трансформують дану галузь, визначаючи її перспективи та виклики. В даній ситуації аналізування ринку послуг ресторанної індустрії стає важливою задачею.

Дослідження цієї галузі потрібні для того, щоб допомогти закладам ресторанного господарства пристосуватися до оточення, що завжди змінюється. Вивчаючи вподобання споживачів, проводячи аналіз конкурентного середовища та оцінюючи вплив технічного прогресу, можна визначити основні можливі напрями для успішного ведення ресторанного бізнесу.

Формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні є складним процесом, воно визначається різноманіттям факторів, що включають економічні, соціокультурні, технологічні та інші аспекти. Дослідження яких може допомогти підприємцям та інвесторам краще зрозуміти динаміку ринку ресторанного господарства в Україні та адаптувати свої стратегії до змін в середовищі.

*Метаю роботи* – дослідити ринок послуг ресторанного бізнесу в Україні.

*Завдання:*

- окреслити теоретичні аспекти формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні;
- дослідити ринок послуг ресторанного господарства України під час війни;

- проаналізувати вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на управління ринком ресторанних послуг;
- запропонувати проектні підходи до удосконалення діяльності ринку ресторанних послуг у воєнний період.

*Предметом роботи є* – особливості формування механізму надання послуг ресторанної індустрії в Україні.

*Об'єктом* дослідження є готельно-ресторанний комплекс «Наше місто».

*Методи дослідження.* Методологічне підґрунтя цієї роботи містить загальні наукові дослідження та спеціальні методи, що започатковані на методах наукових ідей різних наук. У даній роботі було використано: теоретичний – при вивченні сутності ринку ресторанного господарства України; аналітичний – при дослідженні впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на управління ринком ресторанних послуг; економічний – при виявленні перспектив та тенденцій розвитку ресторанного бізнесу. Для того, щоб виявити сильні та слабкі сторони, можливості і загрози в роботі ресторанного господарства було використано SWOT – аналіз.

*Наукова новизна.* Базується на поглибленому вивченні теорії та аналізі, для того, щоб пришвидшити розвиток ресторанної індустрії на ринку інших сфер. Результатами наукової новизни є:

- проведено детальний аналіз ринку ресторанних послуг в Україні;
- запропоновано багато інноваційних удосконалень для пришвидшення розвитку ринку послуг ресторанного господарства України.

*Практичне значення отриманих результатів.* Воно є в практичному використанні запропонованих інноваційних рішень. Практична цінність даної роботи полягає в тому, що її висновки можуть використовуватись в розробці плану дій розвитку ринку послуг ресторанного господарства України. Практичне використання технологій та інновацій, що були

запропоновані, може позитивно вплинути на розвиток ресторанного бізнесу України.

*Апробація результатів дослідження:* основні результати та положення досліджень опубліковані на II Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» матеріали (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.).

*Структура роботи:* містить вступ, 1-ий розділ, 2-ий розділ, 3-ий розділ, висновки; включає 53 сторінки текстового матеріалу, 8 рисунків, 10 таблиць. Список використаних літературних джерел нараховує 50 назв. Додатки містять 6 рисунків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

### *1.1 Теоретичні основи формування і розвитку ринку послуг ресторанного господарства в умовах сьогодення*

У сьогоденнішніх реаліях заклади ресторанного господарства мають розуміти та вивчати потреби своїх відвідувачів, тому що саме відвідувачі є головною фігурою у процесі роботи всіх підприємств. Це вимагає пояснень щодо доцільності змін структури роботи підприємств ресторанного господарств і впровадження інноваційних рішень для привертання уваги споживачів.

Конкурентне середовище змушує підприємства вносити корективи та прилаштовуватися до змін уподобань та смаків відвідувачів. До популярних світових тенденцій, які можуть вплинути на розвиток ресторанного бізнесу в Україні, відносять (табл.1.1):

Таблиця 1.1

Світові тенденції, що мають вплив на розвиток ресторанного бізнесу в  
Україні

1. Автоматизацію та діджиталізацію для оптимального обслуговування.	4. Використання штрих-кодів для швидкого доступу до меню та послуг закладу ресторанного господарства.
2. Збільшення франшиз як вигідного способу розвитку підприємств в економічному плані.	5. Розвиток сервісів з доставки їжі з застосуванням додатків.
3. Популярність авторських страв та напоїв, а саме, використання місцевої продукції.	6. Популяризація страв національної кухні, зокрема у форматі кондитерських, кав'ярень, фастфудів і пабів.

Данні тенденції стають дуже популярними в Україні і мають великий вплив розвиток ресторанної індустрії.

Ресторанна галузь України також приймає до уваги такі особливості, як системи обліку, фіскалізація, доставка їжі додому, персоніфікація та програми лояльності через мобільні застосунки. Розвиток ресторанної

індустрії потребує постійного спостереження навколишнього середовища та прилаштувань до сучасних тенденцій для успішної роботи та репутації.

В Україні, в США та більшості країн ЄС, автоматизація ресторанного господарства має свої характерні риси. В Україні вона пов'язана з дотриманням законодавчих вимог, а саме відповідність РРО та надходження фіскальних рахунків в податкову службу.

1. В інших державах система фіскалізації менш сувора, в Україні вона вже стає обов'язковою, причиною цього є велике навантаження на підприємства та введення повного безготівкового розрахунку. Тут розширене використання систем управління чергою, сервісів доставки та бронювання столів спрямовується на пришвидшення обслуговування відвідувачів [31].

2. Системи обліку дуже розповсюджені, особливо в Америці, там більше 80% підприємців-рестораторів використовують системи-POS або касові апарати. Хоч в Україні цей показник не такий високий, але все ж використання будь-яких систем обліку стає все більшим. Туди входять мобільні планшетні системи-POS та стаціонарні варіанти, з якими можна оптимізувати процеси та скоротити витрати [31].

3. Послуга з доставки їжі також стала невід'ємною частинкою ресторанної індустрії України, тут користуються популярністю такі міжнародні служби, як Uber Eats і Glovo.

4. Стратегії маркетингу і програми лояльності для постійних відвідувачів активно розвиваються в мобільних застосунках. Кажуть, що лідери ресторанної галузі, такі як Starbucks і McDonald's, почали першими використовувати промо-акції у своїх додатках, а Burger King пішов ще далі, він прив'язав свій застосунок до геолокації людей [38].

Таким чином, галузь ресторанного господарства є досить динамічною, вона потребує постійного вивчення навколишнього оточення для формування модернізованих тенденцій та пошуку нових можливостей для свого розвитку.

## 1.2 Методичні основи, принципи і механізми регулювання ринку послуг ресторанного бізнесу

Економічне регулювання роботи ресторанної індустрії визначається певними методичними основами, принципами та механізмами, що спрямовані на ефективну та законну роботу даної галузі. Основні аспекти регулювання ринку послуг ресторанного господарства (табл.1.2):

Таблиця 1.2

### Аспекти регулювання ринку послуг ресторанного бізнесу

Нормативно-правове регулювання: базується на системі нормативно-правових актів, що зазначають права і обов'язки сторін ринку. Туди входять закони, положення, стандарти, які відповідають за безпеку харчових продуктів, санітарних та гігієнічних норм, прав і обов'язків споживачів, оподаткування, ліцензування, та інші чинники.
Стандартизація і сертифікація: впровадження перевірки якості та сертифікація за дотримання всіх стандартів дозволяє слідкувати за якістю продукції і послуг, що надають заклади ресторанного господарства. Так створюється довіра споживачів до підприємства та визначається репутація закладу.
Санітарно-гігієнічні норми: встановлення обов'язкових вимог у галузі санітарії та гігієни є одним з найважливіших елементів функціонування ресторанної галузі. Туди входять стандарти до умов приготування страв та напоїв, управління відходами, та інші чинники, які впливають на стан здоров'я відвідувачів.
Контроль та ліцензування: органи державного управління мають право вимагати ліцензії на роботу ресторанного закладу, для забезпечення відповідності нормам закону та стандартам індустрії. Постійний контроль та перевірки зможуть забезпечити дотримання встановлених вимог.
Регулювання конкуренції: справедлива конкуренція на ресторанному ринку є невід'ємним завданням регулюючих органів. Попередження монопольної практики та фіксація цін допомагає збереженню конкурентоспроможності.
Фінансове регулювання: оподаткування та фінансові стимули також впливають на ринкові відносини, а саме, можливість використання пільг чи оподаткування впливає на рішення рестораторів-підприємців у роботі їх сфери діяльності.
Інновації: розвиток інновацій у ресторанній сфері здійснюється завдяки фінансовій підтримці, навчанню та інших ініціатив, які допомагають покращити якість обслуговування та пришвидшити розвиток новітніх технологій [43].

Таким чином, регулювання ринку послуг ресторанної сфери діяльності ґрунтується на врівноваженні інтересів обох сторін,

забезпеченні безпеки та якості для споживачів послуг, створенні слушних умов для розвитку підприємств даної галузі.

### *1.3 Проблеми формування і розвитку ринку послуг ресторанного бізнесу*

Галузь ресторанного бізнесу – це сфера економіки, що включає роботу підприємств, яка спрямовується на задоволення потреб споживачів у харчуванні, з організацією дозвілля, або без нього. Це допомагає ефективніше використовувати суспільну працю та матеріальні ресурси, а також збільшити вільний час відвідувачів. Механізоване виробництво в закладах ресторанного господарства дуже економить час на приготування та споживання їжі, порівняно з кількістю витраченого часу на приготування страв вдома [46].

Теперішня ресторанна галузь може запропонувати відвідувачу набір послуг, окрім основної послуги з організації харчування, ЗРГ пропонують організацію різноманітного дозвілля. Від цього залежить фізичний і психологічний стан людей, їх настроїв та рівень задоволеності життям. Ресторанна індустрія також єднається з галуззю туризму, відіграючи основну роль з забезпечення якісного харчування туристів.

Заклади ресторанного господарства в туристичних осередках сприяють залученню грошових потоків в бюджети міст і разом з цим забезпечують економічний розвиток регіонів. Підприємства ресторанного бізнесу виконують провідну місію у досягненні соціальної мети туризму, сприяючи спілкуванню та взаєморозумінню між представниками різних держав та культур.

За останні шість років кількість закладів готельного господарства в Україні зменшилась, а кількість закладів ресторанного господарства навпаки зросла, це спричинено великим попитом відвідувачів на послуги, що надають підприємства харчування (рис.1.1).

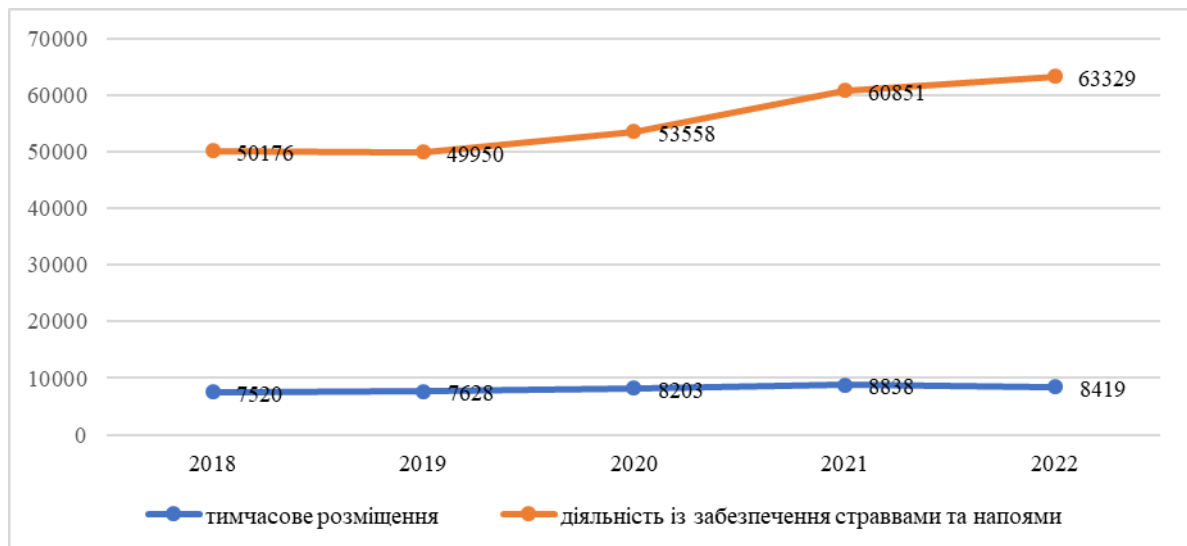


Рис. 1.1. Діаграма змін кількості закладів готельного та ресторанного господарства України, протягом 2018-2022 років [31]

Тобто в 2018-2022 роках в Україні кількість закладів із тимчасового розміщення збільшилася з 7520 до 8419. При цьому, найбільше закладів відкривалося саме в 2021 році. В проміжку 2018-2022 роках значних коливань зі зменшення чи збільшення кількості закладів не спостерігається, сформовано відносно стабільну мережу [31].

Протягом 2018-2022 років галузь ресторанного бізнесу України порівняно з іншими видами бізнесу розвивалась інтенсивніше. Кількість закладів у 2018 році становила 50176, а в 2022 – 63329. Заклади ресторанного господарства почали пропонувати різні послуги, наприклад, доставка їжі додому та організація святкових подій. В Україні набуває популярності тенденція до заміни приготування їжі вдома, покупкою готових страв. Це пов'язано з бажанням людей провести час подалі від домашніх рутин і поєднати прийом смачної їжі з цікавою розвагою.

З 2018 року в Україні почали відкриватись ресторани з великою кількістю посадкових місць.

У 2023 році, на превеликий жаль, прогнозується зниження кількості підприємств ресторанної галузі і разом з тим рівня задоволеності населення, що спричинено веденням російсько-української війни. Заклади

ресторанного господарства, які не вистояли під час економічної кризи, припинили свою діяльність ще в 2021 році.

Для того, щоб якимось функціонувати і не припиняти свій розвиток підприємствам ресторанного бізнесу слід користуватися інноваціями та замінювати старі технології на нові. Провідне місце в цьому може посісти фінансова підтримка зі сторони держави, податкові пільги та створення вигідних умов для кредитування підприємств.

Для розвитку закладів ресторанного господарства потрібно [3]:

1. запровадити інновації:

- заклади мають активно вносити інноваційні технології в сферу приготування страв та напоїв, в сферу обслуговування відвідувачів та управління;

- необхідно звернути увагу на переформатування бізнес-процесів, щоб підтримувати сучасні формати, наприклад, доставка їжі додому.

2. Оновити технології і внести цифрові трансформації:

- ЗРГ мають активно модернізувати технології та застосовувати цифрові рішення;

- слід використовувати мобільні застосунки для вибору страв та напоїв, їх замовлень та оплати.

3. Просити фінансової підтримки зі сторони держави:

- заклади ресторанного бізнесу можуть звертатися за фінансовою допомогою до держави;

- податкові пільги і створення вигідних умов для кредитування підприємств можуть сприяти їх роботі у складний час.

4. Просити адресної грошової підтримки:

- для того, щоб подолати труднощі на підприємстві ресторанного бізнесу можна вимагати адресної грошової підтримки з боку державного уряду.

Внесення даних порад допоможе закладам ресторанного бізнесу прилаштуватися до економічних змін і забезпечити своє витривале функціонування під час кризи.

Розвиток ресторанної індустрії залежить не тільки від смакових інтересів відвідувачів закладів ресторанного господарства, але й соціальних, культурних та економічних чинників. Вплив технічних інновацій, підвищення вимог споживачів щодо обслуговування, зміна їх смакових вподобань на страви та напої, а також переміни у маркетингових підходах щодо просування закладів індустрії гостинності відкривають нові перспективи для розвитку даної галузі.

Популярним трендом сьогодні є концепція «food-service». Заклад ресторанного господарства тепер є не тільки місцем, де можна поїсти, але й зоною для творчих кулінарних експериментів.

Всесвітня пандемія Covid-19 та воєнний стан в Україні внесли певні корективи в роботу ресторанного бізнесу. Під час пандемії тенденції розвитку набули онлайн замовлення та віддалені доставки.

Заклади ресторанного господарства почали розробляти і користуватись мобільними додатками, що допомагають відвідувачам зробити замовлення онлайн, відразу оплатити його і отримати доставку їжі додому.

У час війни стало важливо пристосуватись до нової дійсності, вдосконалюючи перш за все системи безпеки відвідувачів під час повітряної тривоги, не забуваючи при цьому і про стандарти обслуговування.

Отже, підвищення зацікавленості підприємців щодо розвитку та відповідального підходу до ведення ресторанного бізнесу відкриває нові можливості для закладів ресторанного господарства стати провідниками змін у цій сфері. Впровадження екоініціатив, використання локальної продукції та участь у громадських програмах можуть посприяти позитивній репутації та збільшенню кількості нових відвідувачів.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

### *2.1. Аналітичне дослідження ринку ресторанних послуг у воєнний період*

Готельно-ресторанний комплекс «Наше місто» - це невеличке підприємство галузі гостинності, яке оповите атмосферою домашнього затишку та невимушеності. Тут кожен відвідувач буде почувати себе зручно (рис.2.1).



Рис. 2.1. Зовнішній вигляд готельно-ресторанного комплексу «Наше місто»

[25]

Кафе-бар «Наше місто» чималого розміру, він розділений на дві банкетні та одну обідню залу. Посадкових місць в обідній залі близько 100. Більша банкетна зала вміщує до 30, а менша - до 15 осіб.

Готельно-ресторанний комплекс «Наше місто» - це будівля, яка має три поверхи, в складі приміщень якої розташовано готель, кафе-бар та невеликий розважальний комплекс (більярд, СПА-зона).

Готель має 27 номерів наступних категорій: двомісний стандарт (ціна за нічліг 1000 гривень), двомісний стандарт з двома односпальними

ліжками (ціна за нічліг 890 гривень), двомісний комфорт (ціна за нічліг 1280 гривень), сімейний комфорт (ціна за нічліг 1700 гривень) (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Характеристика закладу готельно-ресторанного господарства  
«Наше місто»

Характеристика	Показник
Готельно-ресторанний комплекс «Наше місто»	Назва закладу
м. Ковель, Волинська обл., вул. залізнична, 3 - 45000	Адреса пошти
093-095-09-95	Номер телефону
hotel.nashemisto@gmail.com, (03352) 53015	Електронна пошта, факс
Товариство з обмеженою відповідальністю	Організаційно-правова форма власності
Приватне підприємств	Форма власності
3 поверхи	Кількість поверхів
27.10.2017	Дата початку роботи
3*	Зірковість
68.20; 10.71; 10.85; 46.39; 47.25; 56.10; 56.21; 82.99	Види економічної діяльності за КВЕД – 2010 [25].

Готельно-ресторанний комплекс належить до такого виду економічної діяльності, як тимчасове розміщення; тимчасове розміщення з організацією харчування; діяльність із забезпечення стравами та напоями.

Співпраця бізнес-партнерів у ресторанній сфері діяльності також дуже важлива для успішної роботи закладів. До бізнес-партнерів кафе-бару «Наше місто» відносяться:

1. постачальники сировини

Кафе-бар «Наше місто» спеціалізується на виготовленні страв європейських та української кухонь і готує все з найкращих продуктів. Один з основних постачальників сировини для даного закладу є «Фреш Фрутс Перший», підприємство, що доставляє найсвіжіші овочі, фрукти та зелень. Туди постачаються свіжі томати, базилік, оливкова олія та інші продукти для страв та напоїв.

2. Винні постачальники

Вина також є важливою частиною карти напоїв кафе-бару «Наше місто». Підприємство тісно співпрацює з виробниками вин та їх постачальниками. Одним із дистриб'юторів є «Винні скарби», що забезпечують заклад різними сортами вина з Грузії, Франції, Італії, Португалії та інших країн.

### 3. Постачальники кави

Заклад також пропонує різноманітні кавові напої своїм відвідувачам. Тому співпрацює з локальною кав'ярнею «Арома еспресо». Ця кав'ярня забезпечує заклад натуральною кавою та проводить майстер класи для барист, аби кавові напої для гостей були смачними та якісними .

### 4. Сервісні компанії

Щоб забезпечити якісне обслуговування гостей закладу, кафе-бар «Наше місто» тісно працює з різними сервісними компаніями. Однією з таких є – «Професійне Сервісне Обладнання», воно забезпечує підприємство посудом, столовими та кухонними приборами, посудом для подачі страв та іншим інвентарем.

Середовище конкурентів представлено підприємствами ресторанного бізнесу, які розміщені в радіусі 5 кілометрів від закладу «Наше місто». Їх список і характеристика (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

#### Характеристика ринку конкурентів ресторанного бізнесу в місті Ковель

Працюючі заклади ресторанного бізнесу	Адреса	Кількість місць	Режим роботи	Метод обслуговування
Ресторан «М'ясо та фольклор»	Вул. Міцкевича,10	100	11-23.00	Офіціантами
Ресторан «Градус»	Вул. Театральна,11	40	11.00-21.00	Офіціантами
Ресторан «Сопрано»	Вул. Незалежності, 89	60	11.00-22.00	Офіціантами
Піцерія «Класік»	Бул.Лесі Українки , 29	90	09.00-23.00	Офіціантами
Піцерія «Отто»	Вул. Незалежності, 69	60	10.00-22.00	Офіціантами
Доставка їжі «Піzzато»	Вул. Незалежності, 117	20	10.00-22.00	Офіціантами, доставка додому

Середовище конкурентів закладу «Наше місто» має вплив на його роботу і розвиток. Є певні чинники бізнес-середовища, які впливають на індустрію ресторанного бізнесу, в якій функціонує кафе-бар «Наше місто» [16].

1. Споживацький попит: зміни у вподобаннях та смаках відвідувачів можуть вплинути на популярність закладу ресторанної індустрії. Наприклад, підвищення зацікавленості людей до здорового способу життя і разом з тим до правильного харчування, або ж популяризація страв екзотичних кухонь може позитивно вплинути на відвідуваність закладів, що пропонують дані послуги.

2. Ситуація в економіці: нестабільність та економічні кризи негативно впливають на активність споживачів, вони не дозволяють собі витратити багато грошей на послуги, що пропонуються закладами ресторанного господарства.

3. Законодавче регулювання: всі підприємства ресторанного бізнесу зобов'язані дотримуватися певних нормативів та правил, а саме, стандартів безпеки та гігієни, наявності ліцензій, дотримання законодавчих нормативів, що можуть з часом змінюватися.

4. Конкурентне середовище: зміни в середовищі підприємств-конкурентів, поява нових закладів ресторанного господарства можуть вплинути на ринковий попит кафе-бару «Наше місто».

5. Тенденції у гастрономії: сучасні харчові і кулінарні напрями можуть вимагати оновлення концепції та змін в меню кафе-бару.

6. Технологічні нововведення: використання новітніх технологій, наприклад, замовлення онлайн, мобільні застосунки, системи управління резервуванням, все це може вплинути на спосіб обслуговування відвідувачів та конкурентну позицію кафе-бару «Наше місто».

7. Зміни в репутації і маркетингових стратегіях: застосування дійових маркетингових ходів та збереження позитивної репутації може вплинути на кількість відвідувачів кафе.

8. Демографічні зміни: збільшення чи зменшення кількості населення, зміни складу та структури населення можуть також вплинути на попит закладу.

9. Обслуговування споживачів: гості стають все прискіпливішими до якості надання послуг, до атмосфери, смаку страв та напоїв.

10. Соціальні та культурні зміни: зміни в інтересах, вподобаннях, веденні способу життя також впливають на попит і концепцію кафе-бару.

Вид обслуговування споживачів в кафе-барі «Наше місто» - «A la carte», відвідувачі самі можуть обрати страви і напої за власними смаками. Оплата відбувається вже після їх споживання. Обслуговування гостей здійснюють офіціанти.

В кафе-барі часто проводяться банкети, але вони не мають офіційного характеру, зазвичай це святкування днів народжень, весіль, корпоративів та інших святкових подій.

Також в цьому закладі, окрім банкетів, замовляють ще й виїзне обслуговування, яке проходить на території замовника, це всім відомий кейтеринг.

Окрім обідньої та банкетних залів, в кафе ще є дві тераси, закрита (всесезонна) та відкрита, яка працює тільки в теплі пори року.

Час роботи кафе-бару: понеділок – неділя включно з 10:00 ранку до 22:00 вечора, адже заклад дотримуються правил комендантської години.

Концепція закладу полягає в поєднанні меню страв української та страв європейської кухонь. Має багато позицій закусок, перших страв, основних страв, напоїв алкогольних та безалкогольних.

Також заклад пропонує відвідувачам, окрім послуг харчування, ще й послуги з організації довілля. Там знаходиться невеличкий СПА-це з сауною, масажним кабінетом, джакузі, сольовою ванною та кабінет, в якому надаються косметичні процедури. На другому поверсі готелю розміщено більярдний стіл для гостей.

Меню закладу представлено нижче (рис.2.2-2.3).

Салати		3 Гривні		Гарніри		Свіновоїданий сік	
назва / опис	ціна / за порцію	назва / опис	ціна / за порцію	назва / опис	ціна / за порцію	назва / опис	ціна / за порцію
Салат «Гетьманський» (домашній салат з квасолі, картоплі, огірочка)	225 37,00	Лосось Стейк із савоїни (на вугі)	150 180,00	Палатка савоїни / картоплі (домашній салат з квасолі, картоплі)	700 81,00	Котлетка пшоняна	300 43,00
Салат із савоїни та гречки	250 52,00	Стейк карачі (на вугі)	100 49,00	Рис басматі з савоїни	100/142 21,00	Котлетка фаршова	300 43,00
Салат із савоїни та помідорів	200 35,00	Шашлик із свинини	100 42,00	Мака гарчична розсмажана	150 21,00	Супи з Фуршет	300 43,00
Салат з буряка, червонолюбу та горілки	170 35,00	Купальня курячі спанічки з медово-гречкосолом супів (на вугі)	150 74,00	Каша гречана розсмажана (шпурганка)	110 26,00	Паштет	200 45,00
Салат «Барбекю» (домашній салат з квасолі, картоплі, огірочка)	150 78,00	Рибка спанічки з медово-гречкосолом супів (на вугі)	100 34,00	Овочі гризвільні (домашній салат з квасолі, картоплі)	210 55,00	Паштет	200 45,00
Салат «Паризький» (домашній салат з квасолі, картоплі, огірочка)	185 92,00	Соче «Барбекю»	100 43,00	На десерт		Кієв	200 63,00
Салат з беконів та шинкою	195 53,00	Соче «Сиринка»	100 85,00	На десерт		Млинці	200 21,00
Салат «Цезар» (домашній салат з квасолі, картоплі, огірочка)	245 85,00	Хрін	100 19,00	На десерт		До шма	
Телячий салат з картоплі	185 49,00	Картопля спанічки з цибулькою	150/101 89,00	На десерт		Бістурто	100 100,00
Салат «Сорочинський» (домашній салат з квасолі, картоплі, огірочка)	250 69,00	Овочі запечені з вареною картоплею	200 75,00	На десерт		Колбаски паштетні	100 30,00
Салат із савоїни та телятиною	250 69,00	Рибка під савоїною цибулькою	100 89,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Холодні закуски		Рибка запечена з савоїною та картоплею	220 89,00	На десерт		Сирники	200 20,00
Закуска з помідор та сирів фета	180 42,00	Педальчик з беконів (свинина)	120/101 72,00	На десерт		Горішки	200 20,00
Свіні свачки	150 55,00	Рис супом з картоплею	150 50,00	На десерт		Віснички	100 105,00
Сирне плато	300 198,00	Ескалоп із грибною соусом	250 86,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Рибка Пасьянка	100 96,00	Свинина з цибулькою	100 56,00	На десерт		Горішки	200 20,00
Рибка Солога	100 163,00	Котлетка натуральна з савоїною та картоплею	100 43,00	На десерт		Віснички	100 105,00
Рибка Ладно	220 187,00	Котлетка натуральна з савоїною та картоплею	215 86,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
П'юльєр плато	190/175 72,00	Телятина з вареною картоплею	150 82,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Салат по-домашньому	100 25,00	Пелючка спанічки з цибулькою	150 59,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Салат з часником	30 8,00	Котлетка по-жидівськи	100 59,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Гарніри закуски		Відбивка «Жура-чубатирка»	150/150 81,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Яловичина	165 27,00	Деруни зі спанічками	205 33,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Потажка	80/29 19,00	Вареники з картоплею	200/115 49,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Сирні млинці	50 54,00	Пельмені	400 155,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Перші страви		Стрива від Солохи (на дві особи)	800 171,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Борщ український	300 30,00	Гарніри		На десерт		Чіпси	200 20,00
Супчик збирати м'ясо	300 48,00	Картопля по-домашньому	150 17,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Суп з фрикадельками	300/50 30,00	Картопля з картоплею	200 17,00	На десерт		Чіпси	200 20,00
Млинці	600 60,00			На десерт		Чіпси	200 20,00

Рис. 2.2. Меню кафе-бару «Наше місто» [51]

Для початку		Вино	
назва / опис	ціна / за порцію	назва / опис	ціна / за порцію
<b>Коньяк</b>		<b>Шатпанське «Grand France» 0,75 л</b>	
Шеруї (5 р.) 0,5 л	320,00 64,00	Шатпанське «Артотемська» 0,75 л	200,00
Шустов (5*) 0,5 л	320,00 64,00	Шатпанське «Фраголіно» 0,75 л	200,00
Заквартський (4*) 0,5 л	380,00 76,00	Шатпанське «Мартіні Асті» 0,75 л	750,00
Старий Хакетті (3 р.) 0,5 л	380,00 76,00	Шатпанське «Мартіні Просвіно» 0,75 л	750,00
Старий Хакетті (7 р.) 0,5 л	540,00 108,00	Вино «Інкерман» 0,75 л	195,00
Старий Хакетті (10 р.) 0,5 л	750,00 150,00	Вино «Савоїна» 0,75 л	200,00
<b>Лікер</b>		Вино «Тієрра Еден» 0,75 л	255,00
Кюрасо Блу 0,7 л	490,00 70,00	Вино «Лазанська долина» (біле, червоне) 0,75 л	270,00
Старий Таллін 0,5 л	550,00 110,00	Вино «Шанедалі» 0,75 л	270,00
Самбука 1 л	980,00 98,00	Вино Савоїна 0,75 л	270,00
Малибу 1 л	1100,00 110,00	Вино Кіндзмарецкі 0,75 л	435,00
<b>Віскі</b>		<b>Горілка</b>	
Віскі Джамісон 1 л	1700,00 170,00	Нетирів Делікат 0,5 л	200,00 40,00
Віскі Чивас Ріган (12 р.) 1 л	3000,00 300,00	Нетирів Особлива 0,5 л	200,00 40,00
Мартіні Біанко 1 л	600,00 65,00	Нетирів Медова з перцем 0,5 л	200,00 40,00
Абсент Вінсенс 1 л	860,00 86,00	Нетирів LEX 0,5 л	425,00 85,00
Бехерьовка 1 л	990,00 99,00		
Ром Гавана 1 л	1200,00 120,00		
Джин Біфтер 1 л	1400,00 140,00		
Текіла 1 л	1700,00 170,00		

Плануєте провести конференцію? Я можливо, ви хочете влаштувати банкет, весілля? Довірте цю справу нам! Якісне обслуговування від кафе «Наше місто» – це зручне та вигідне рішення. Ми допоможемо вам в будь-якій організації візного харчування на всі випадки життя.

Ви завжди можете зв'язатися з нами за телефонами: 093 095 09 95 – кафе; 096 257 71 71 – готель, свята, конференц-сервіс або написати на електронну пошту: nashemistocafe@ukr.net

Ми дамо відповіді на всі запитання швидко і доступно та зробимо все, щоб стати вашим надійним партнером та заощадити ваше врання та приємні спогади для Ваших гостей.

Рис. 2.3 Карта напоїв кафе-бару «Наше місто» [51]

Заклад ресторанного господарства приймає сировину у завантажувальній, далі все надходить до охолоджувальних та неохолоджувальних камер та комор. З приміщень складів сировина йде на

обробку і виготовлення напівфабрикатів у цехи, такі як м'ясо-рибний та овочевий. Дані цехи після обробки сировини, відправляють продукцію на подальшу обробку до холодних та гарячих цехів. Після теплової обробки готові страви реалізуються у обідніх залах підприємства [12].

Етапи приготування страв складаються з певних операцій, які вимагають спеціальної кваліфікації співробітників. Кожен співробітник має своє робоче місце, на якому відбуваються технологічні операції з кулінарної обробки продуктів і приготування страв. Кожне місце повинне облаштовуватись з врахуванням особливостей технологічних операцій, обсягу робіт, спеціалізації та ступеня кооперації праці.

Спеціалізація холодного цеху направлена на приготування, порціонування та презентації холодних страв та закусок. Що стосується овочевого цеху, то він займається первинною обробкою овочів та виготовлення овочевих напівфабрикатів. Гарячий цех це центральна виробнича ділянка, де проводяться всі види термічної обробки продуктів, приготування перших, других страв і гарячих напоїв [12].

Спеціалізація м'ясного цеху направлена на обробку м'яса, риби і птиці, а також приготування напівфабрикатів згідно меню закладу.

## *2.2. Аналіз впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на управління ринком ресторанних послуг*

Кафе-бар «Наше місто» має стратегічні позиції у галузі ресторанного господарства, для визначення рекомендацій щодо розвитку в майбутньому, для початку необхідно визначити основні стратегічні зони та напрямки. Перелік стратегічних зон для кафе-бару «Наше місто».

1. Пропонуємо звернути увагу на розширення меню та введення інноваційних страв з цікавим поєднанням продуктів. Для цього необхідним є:

- вивчення традиційних рецептів, що були давно забуті і можуть звернути увагу відвідувачів;

- врахування сезонності страв та попит відвідувачів, адаптація меню згідно цього критерію;

- «тримати руку на пульсі» трендів та впроваджувати нові ідеї в закладі по типу безглютенових страв, дієтичних тощо.

2. Покращення свого досвіду, щодо прийому нових гостей: Для цього необхідно:

- постійно навчати персонал, задля підвищення його кваліфікації;

- вивчати інновації в сфері бронювання столиків, обслуговуванні відвідувачів та впроваджувати це в кафе-барі «Наше місто».

3. Пропонуємо звернути уваги на маркетинг та репутацію закладу. Для цього необхідно:

- активно вести сторінки в соціальних мережах, купувати рекламу, впроваджувати промо-акції;

- підтримувати зворотній зв'язок з клієнтами.

4. Пропонуємо налагодити роботу з постачальниками, зміцнити з ними партнерські відносини для того, щоб:

- мати довгострокові партнерські відносини і отримувати кращу поставку продуктів;

- мати можливість отримувати знижки або вигідні пропозиції.

5. Адаптація кафе-бару до трендів харчування. Для цього необхідно:

- використовувати в приготуванні страв нові тренди кулінарії;

- вивчати та впроваджувати нові кулінарні та харчові тенденції;

- вивчати та впроваджувати нові харчові процеси виробництва.

Пропозиції щодо покращення стратегічних зон закладу можуть бути основою для кращої роботи кафе-бару «Наше місто». Ключовою є постійна адаптація до змін у галузі, споживчому попиті та конкурентному середовищі для забезпечення успішного розвитку підприємства.

Для оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища кафе-бару «Наше місто» та характеру ринку, на якому він працює, складаємо аналіз (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища кафе-бару «Наше місто»

<i>Зовнішнє середовище:</i>	<i>Внутрішнє середовище:</i>
Кафе-бар «Наше місто» знаходиться за адресою місто Ковель. Відвідувачами закладу є місцеві жителі та гості, що зупиняються в готелі	Унікальністю кафе-бару «Наше місто» є його меню, яке має багато позицій страв і напоїв;
Місто Ковель є достатньо розвиненим і має вигідне географічне та політичне положення, а отже кафе-бар «Наше місто» конкурує з багатьма закладами в даній місцевості.	Недоліком кафе-бару «Наше місто» є недостатнє використання соціальних медіа, для залучення нових гостей;
Демографічні характеристики регіону, такі як населення, вік, дохід та інші фактори, впливають на споживчий попит та можливість залучення нових відвідувачів.	Заклад намагається надавати високий стандарт обслуговування та створювати гарну атмосферу для відвідувачів.
	Кафе-бар «Наше місто» має постачальників з якими співпрацює досить давно, це дає можливість отримувати своєчасно якісну продукцію за вигідними цінами.

Згідно даного аналізу, можна сказати, що кафе-бар «Наше місто» функціонує на регіональному ринку ресторанної індустрії. Він має конкуренцію з іншими ЗРГ, а його успішність закладається в здатності залучати і утримувати жителів міста Ковель та гостей готелю. Демографічні та туристичні чинники та конкурентне середовище, відіграють центральну роль у визначенні обсягу ринку та можливостей для його росту і розвитку.

Пропозиції щодо розвитку можуть містити в собі подальше зосередження на залученні місцевих жителів та використання

маркетингових стратегій для привертання уваги туристів, а також постійне оновлення меню та вдосконалення обслуговування, щоб задовольнити потреби споживачів, що постійно змінюються.

SWOT-аналіз проводимо для оцінювання сильних та слабких сторін кафе-бару «Наше місто», а також для визначення можливостей та загроз, що можуть вплинути на його роботу (табл.2.4).

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз закладу ресторанного господарства «Наше місто»

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Заклад може вводити в меню нові страви, які є інноваційними або давно забутими.</li> <li>• Заклад може привернути увагу туристів за використання туристичних сезонів.</li> <li>• Розширення мережі: має можливість до відкриття нових закладів з однією концепцією.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вразливість до зміни у постачанні</li> <li>Конкуренція може повпливати на прибуток та ринкову позицію кафе-бару.</li> <li>• Зміни в уподобаннях споживачів можуть вплинути на попит страв, які пропонує кафе-бар.</li> <li>• Економічні кризи можуть вплинути на купівельну спроможність відвідувачів.</li> </ul>
Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Унікальністю кафе-бару «Наше місто» є його меню, з багатьма позиціями страв і напоїв.</li> <li>• Заклад намагається забезпечувати високий стандарт обслуговування та створювати гарну атмосферу для відвідувачів.</li> <li>• Кафе-бар «Наше місто» має постачальників з якими співпрацює досить давно, це дає можливість отримувати своєчасно якісну продукцію за вигідними цінами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Місто Ковель є достатньо розвиненим містом Волинської області, а отже кафе-бар «Наше місто» конкурує з багатьма закладами ресторанного господарства в даній місцевості.</li> <li>• Економічні зміни можуть вплинути на споживчий попит та доходи відвідувачів.</li> </ul>

Кафе-бар «Наше місто» має багато сильних сторін, які включають меню, високий стандарт обслуговування, вигідне географічне та політичне розміщення, багато постійних відвідувачів, саме це становить основу його конкурентних переваг

Слабкості закладу полягають в його залежності від постачальників та конкуренції з місцевими ЗРГ. Можливостями для розвитку закладу є розширення меню та збільшення кількості відвідувачів з залученням

туристів. Заклад має бути готовим до управління загрозами, такими як конкуренція та зміни в споживчому попиті.

Для обрання стратегії, що підходить саме кафе-бару «Наше місто» та домінуючих переваг над конкурентами, пропонуємо такі кроки [8] :

1. Інновації в меню та його розширення:

- дослідження попиту споживачів та сучасних трендів в гастрономії.
- експерименти зі смаковими якостями страв та напоїв.

2. Використання новітнього обладнання (рис.3.1-3.2).



Рис. 3.1. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу» [4]



Рис. 3.2. Новітнє обладнання ТМ6 [33]

Thermomix ТМ6 останнього покоління, здатний замінити цілий арсенал кухонного приладдя. Він може подрібнювати, нарізати, зважувати, гріти, гасити, варити, збивати, замішувати тісто і робити ще багато інших операцій.

Переваги даної моделі:

- економність;
- простота;
- креативність;
- швидкість роботи.

### 3. Утримання «старих» відвідувачів та залучення «нових»:

- впроваджувати програми для постійних гостей, надавати знижки, бонуси тощо.
- вдосконалювати процес обслуговування та забезпечувати якість обслуговування відвідувачів.

### 4. PR:

- використовувати соціальні медіа для привертання уваги нових відвідувачів;
- використовувати відгуки та рекомендації гостей для підвищення популярності кафе-бару «Наше місто».

### 5. Робота з постачальниками:

- мати стабільні відносини з постачальниками для отримання якісних інгредієнтів;
- мати можливість отримувати знижки, або вигідні пропозиції.

### 6. Якість роботи та управління закладом:

- впровадження системи управління, яка може контролювати і покращувати смакові якості приготовлених страв і якість обслуговування гостей.

### 7. Проводити регулярний моніторинг та аудити якості.

### 8. Розширення мережі:

- можливість відкриття нового закладу з однією концепцією.

Дана стратегія допоможе кафе-бару «Наше місто» позитивно позиціонувати себе на ринку ресторанної галузі та зберігати конкурентні переваги серед інших ЗРГ міста. Ці заходи спрямовані на поліпшення якості обслуговування гостей та смаку страв і напоїв; збільшення клієнтської бази та забезпечення безперервного розвитку бізнесу.

## РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

### 3.1 Сучасні інструменти стратегічного управління ринком готельно-ресторанних послуг

Програма управління готельно-ресторанним комплексом має стратегічні та тактичні кроки, щоб мати контроль над об'єктами системи та забезпечувати їх ефективне функціонування. Відповідно до даного підходу, який зображено на рис.3.1, система управління включає декілька ключових етапів.

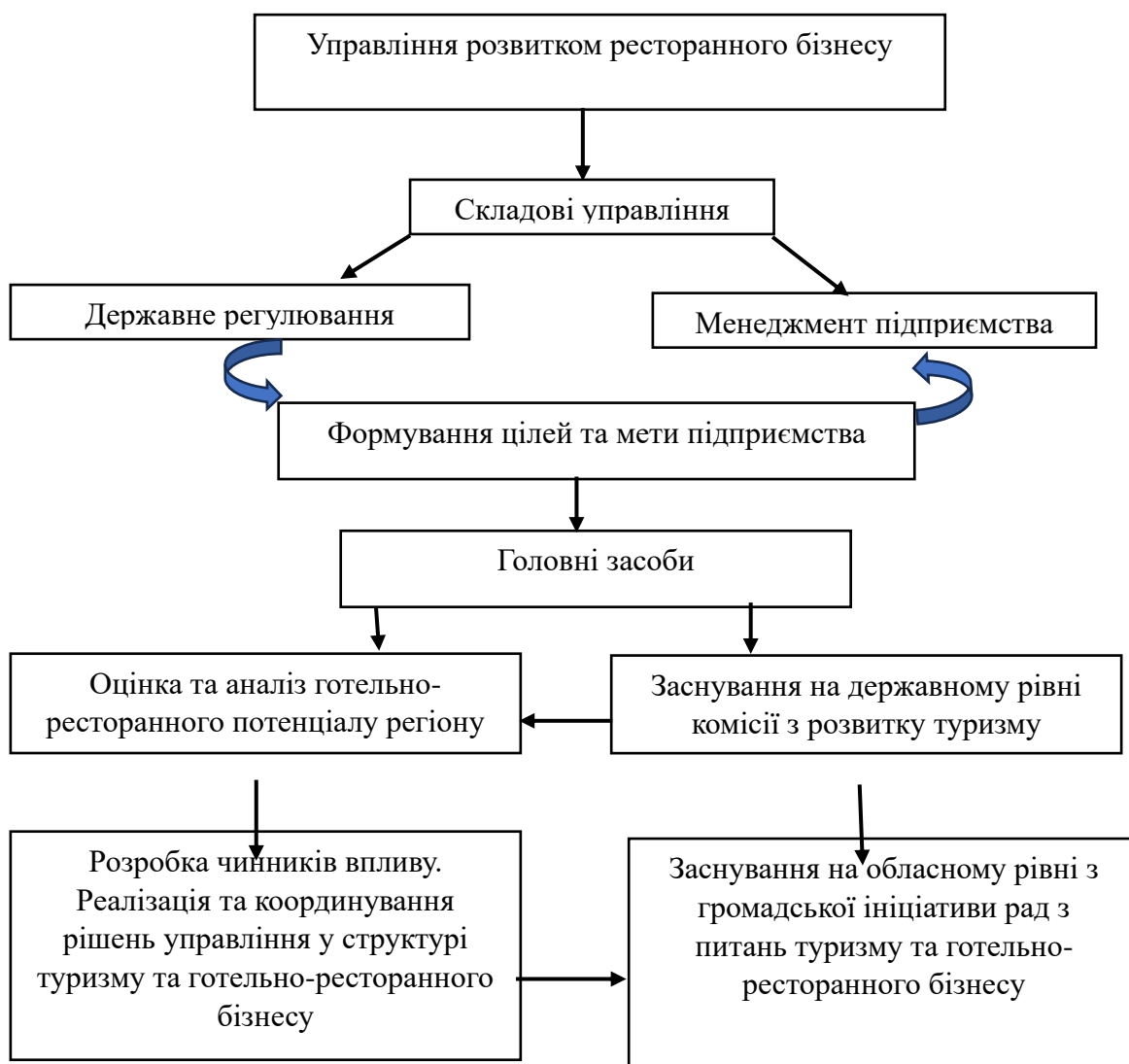


Рис.3.1. Концептуальні підходи до управління готельно-ресторанним комплексом з економічної сторони

На першому етапі визначаються стратегічні цілі та завдання готельно-ресторанного комплексу. Вони можуть включати плани розвитку, позиціонування на ринку індустрії, управління ресурсами та інші стратегічні питання.

В подальшому система переходить до етапу аналізу, де вивчаються різні аспекти функціонування готельно-ресторанного бізнесу. Даний етап включає аналіз ринку, конкурентоспроможність, ефективність внутрішніх процесів та інші чинники.

За підсумками аналізу визначається конкретна стратегія та тактика управління підприємством. Даний етап охоплює питання ціноутворення, маркетингу, оптимізації обслуговування відвідувачів, підвищення якості послуг тощо.

Заключний етап має на меті реалізацію управлінських рішень та контроль за їхнім впровадженням. Важливим є використання стратегії, спрямованої на досягнення цілей та вдосконалення ефективності системи управління готельно-ресторанним господарством.

Даний підхід систематизує та раціоналізує управління готельно-ресторанним господарством, сприяючи досягненню стратегічних та оперативних цілей. Для поліпшення позицій ресторанного бізнесу, необхідно мати адекватну систему управління, яку можна зобразити графічно і схематично, (рис.3.2).



Рис.3.2. Система стратегічного управління

Головними чинниками вищезазначеної системи управління є об'єкт управління, система оперативного управління, зовнішнє середовище та система поточного управління.

Ціллю стратегічного управління готельно-ресторанним підприємством є пошук шляхів для підвищення ефективності та якості роботи підприємства в сучасних ринкових умовах за рахунок застосування підходів менеджменту .

Завдання менеджменту полягають у наступному [19]:

- чітко зазначати основні функції та процеси управління готельно-ресторанним господарством;
- максимально використовувати інформацію у процесі прийняття управлінських рішень;
- використовувати методи моделювання та оптимізації управлінських рішень;
- виявляти та аналізувати фактори ризику, що супроводжують розробку та прийняття управлінських рішень у процесі управління готельно-ресторанним підприємством;
- приймати ефективні рішення у конфліктних ситуаціях; керувати комплектуванням кадрів для підприємств сфери гостинності на основі сучасних методів відбору та оцінки персоналу;
- розробляти та реалізовувати управлінські рішення на основі сучасних психологічних підходів.

Заклади ресторанного господарства в своїй діяльності мають ієрархію менеджменту, в якій всі займають визначене місце, спираючись на свій статус. У кінці ієрархічної системи розташовані люди, які зайняті роботою, до них відноситься виробничий персонал підприємства. Над ними є піраміда менеджерів, у якій є три рівня [41].

- Менеджери, що керують діяльністю окремих співробітників.
- Менеджери, які керують роботою інших менеджерів.

- Менеджери вищої ланки, що мають глобальні завдання, формування стратегії розвитку та внутрішніх цінностей підприємства.

Існує п'ять етапів у роботі менеджерів [41].

- Менеджер встановлює цілі, конкретні завдання в кожній ланці, робить їх ефективними через передоручення іншим співробітникам (готель, ресторан, туристична фірма), робота яких потрібна для досягнення мети.

- Менеджер виконує організаційну функцію, аналізуючи діяльність закладу та приймаючи рішення необхідні для досягнення його цілей.

- Менеджер виконує функцію аналізу оцінки та результатів роботи кожного працівника підприємства.

- Менеджер підтримує постійну комунікацію у колективі, не забуваючи про прийоми мотивації.

- Менеджер відповідає за зростання професіоналізму працівників, включаючи себе.

Підприємства повинні мати певну стратегію для переваги над конкурентами. Стратегія може включати маркетинг, витрати і ринкову нішу. Виділяють дві стратегії конкуренції: активні, де підприємство намагається передбачити майбутні дії своїх конкурентів і тенденції у зовнішньому середовищі, і стратегії реагування, у яких підприємство відповідає на важливі дії конкурентів.

Активні стратегії та стратегії реагування мають розподіл залежно від положення підприємств на ринку, оскільки вони залежать від того, чи є дане підприємство лідером на своєму ринку, чи взагалі претендує на цю роль, чи слід прагнути уникати конкуренції з більшими підприємствами.

У підприємства-лідера є великий вибір стратегій: розширення ринку, захист частки ринку та запобіжні дії.

Стратегію збільшення ринку лідер використовує для збільшення попиту на номенклатуру наданих послуг та товарів. Підприємства намагаються збільшити попит, демонструючи переваги своїх товарів чи

послуг на ринку. Їх мета полягає у залученні нових споживачів та спонуканні фактичних споживачів збільшити обсяг покупок, в даному випадку збільшити кількість замовлених страв та напоїв в кафе-барі.

Підприємство-лідер, який хоче розширити свій ринок, вдається до стратегії захисту частки ринку, тобто стратегії збереження наявної частки ринку. Лідери ринку захищають свою частку, перевершуючи конкурентів у витратах на рекламу та забезпеченні гостей широким спектром послуг. Така стратегія більше підходить для лідера ринку, оскільки він має більший прибуток, а, отже, має у своєму розпорядженні великі ресурси для переманювання споживачів від конкурентів [43].

Лідер ресторанної сфери може вдатися до запобіжних дій - стратегії, які можуть передбачити прихід конкурента на лідерські позиції ринку, або перешкоджають цьому.

Проте, підприємства-лідери можуть дотримуватися як активних стратегій, так і стратегій реагування, відповідаючи лише на дії конкурентів. Проблема у тому, що стратегії реагування становлять ініціативу конкурентам. Щоб не потрапити у безвихідь, потрібно мати додатковий план, який може передбачити майбутні кроки конкурента.

Виклик лідеру ринку передбачає використання конкурентами трьох активних стратегій: «лобова» конкуренція (пряма фронтальна атака на лідера), флангова стратегія, за якої претендент на лідерство шукає слабкі місця в позиції лідера, та стратегії оточення, коли одночасно виникає кілька загроз – фронтальних та флангових .

Розглянемо докладніше кожен з них, а також стратегію підприємницьких структур, які йдуть за лідером.

Фронтальна (лобова) конкуренція - це стратегія, коли конкурент безпосередньо кидає виклик лідеру ринку. Лобова атака позбавлена сенсу, якщо в претендента на лідерство відсутня така перевага, як товар або витрати [43].

За флангової стратегії лідеру ринку кидають виклик у областях, які на даний момент не є об'єктом конкуренції. Багато підприємств вдаються до цієї альтернативи, щоб зрозуміти слабкі місця лідера на його флангах, бо прямий виклик є ризикованим. Флангова стратегія передбачає виявлення потреб споживачів, яких лідер, можливо, не помітив, і випуск удосконалених товарів для задоволення потреб споживачів. Флангова стратегія не позбавлена ризику. Якщо лідер швидко завдає удару у відповідь, конкурент має занадто мало часу, щоб зайняти вигідні ринкові позиції. У претендента має бути достатньо ресурсів, щоб витримати атаку у відповідь [38].

Третій варіант – стратегія оточення – це виклик лідеру ринку на всіх фронтах відразу, або через короткі проміжки часу. Це агресивна форма поведінки, яка потребує наявності у атакуючого значних фінансових ресурсів.

Стратегія проходження за підприємством-лідером означає копіювання його дій. Слідування за лідером - це спосіб мінімізувати ризик удару у відповідь, що існує при прямому і непрямому виклику лідеру. Той, хто слідує за лідером, повинен забезпечити певну перевагу серед споживачів в обслуговуванні, розташуванні, зручності чи ціні [38].

Стратегію слідування за лідером у сфері ціноутворення часто використовують фірми, що випускають стандартизовану продукцію. Цінова конкуренція зазвичай є доцільною, оскільки зниження ціни буде скопійовано конкурентом і всі отримають від цього лише менше прибутку. Тому, типова стратегія ЗРГ полягає у слідуванні за лідером у галузі ціноутворення та прагнення до переваг у галузі обслуговування гостей та постачання якісної сировини.

Багато підприємств прагнуть отримати прибуток, уникаючи конкуренції. Вони шукають такі можливості, які дозволять їм достатній час попрацювати в ніші та отримати прибуток, доки не з'явиться конкурент.

Для закладів ресторанного господарства існує багато методів збільшення прибутку та підвищення попиту. Всі ці методи зорієнтовані на базу елементів «5P» - price (ціна), product (товар), place місце), promotion (просування), people (люди), від яких залежить, в першу чергу, прибуток ресторану.

### *3.2. Стратегія організації роботи ресторанів за принципом «healthy food»*

«Здорове харчування» є частиною сьогодення і його вплив проникає в багато сфер життя, включаючи ресторанний бізнес. На сьогоднішній день, споживачі орієнтуються на «здорові» та поживні страви заклади ресторанного господарства мають пристосовуватись до цих змін.

За словами Крістіана Ремезі, навколишнє середовище «провокує ожиріння». Невдовзі проблема ожиріння стане однією із найглобальніших на національному та світовому рівні через надмірне споживання цукру та жирів, і недостатньої фізичної активності. У США ожирінням страждають близько 35% населення віком від 15 років, у Європі – 20%, а в Україні близько 25%.

Ожиріння можна назвати першою в історії епідемією неінфекційного характеру. За даними ВООЗ, щороку в Європі від наслідків ожиріння помирає понад 320 000 людей, а в США, де 20% дітей страждають на ожиріння, ця цифра сягає 400 000 чоловік, в Україні цей показник менший.

Причинно-наслідковий зв'язок між ожирінням та виникненням діабету II типу (понад 90% випадків) науково доведено. Вся справа в малорухливому способі життя та великої кількості пропонованої шкідливої їжі. У 2020 р. у світі налічувалося 189 млн хворих на діабет. Передбачається, що у 2024 р. їх кількість досягне 221 млн осіб, а в 2025 р. - 324 млн, тобто 6,3% від населення світу.

«Правильна їжа» - це певна норма, що визначає, яким має бути нормальне харчування з погляду його змісту та соціальних аспектів. У соціологічній літературі правильна їжа зазвичай розглядається як подія,

структурована відповідно до соціальних і культурних правил (наприклад, гарячий обід). Зазвичай вона включає низку традиційних компонентів. Так, у британських дослідженнях правильний обід означає «приготовлений гарячий обід», який містить м'ясо, як основний компонент, картоплю та овочі, а також соус, що поєднує страву в одне ціле. Передбачається, що правильна їжа має бути приготована певним чином з натуральних (сирих) інгредієнтів, а не замінювати повноцінний прийом їжі на постійні перекуси та використання напівфабрикатів. Подальші дослідження, проведені в країнах Північної Європи також показують, що при описі правильної їжі перевагу мають традиційні страви.

Таким чином, поняття «правильна їжа» пов'язане зі структурою та формою трапези, а також з його соціальними аспектами. В цілому, правильна їжа співвідноситься з певними культурними нормами і може розглядатися у двох основних площинах: нормативної, що відноситься до правил, які визначають набір та можливі поєднання інгредієнтів; і відносної, що стосується спілкування та взаємодії людей при прийомі їжі. Обидва підходи створюють хорошу аналітичну основу вивчення різних соціальних контекстів.

### *3.3 Основні інноваційні напрями формування і розвитку ринку послуг ресторанного бізнесу в Україні*

Інноваційною діяльністю кафе-бару «Наше місто» є впровадження для своїх відвідувачів детокс меню.

Детокс-меню допомагає очистити організм, схуднути, покращити стан шкіри і волосся, зменшити відкладання жирів, зміцнити загальний стан фізичний стан.

Детокс програма має як позитивні, так і негативні сторони, вона виводить також і корисні речовини з організму. Тому програми для очищення можна проводити лише 2 рази на рік [21].

Детокс харчування розподіляє продукти на 4 групи, а саме (табл. 3.1-3.2) [22]:

Таблиця 3.1


### Продукти для детокс харчування

1. Продукти, що засмічують організм, а саме ті, що містять жири і синтетичні складові.
2. Продукти, що були занадто термічно оброблені.
3. Продукти, що мають гарний вплив на клітини організму, а саме сирі овочі і фрукти, горіхи, кисломолочні продукти.
4. Продукти, що концентрують життєву енергію і заряджають організм силою, а саме насіння рослин, пророщені злаки.

Під час детокс терапії необхідно з раціону харчування прибирати продукти 1-ї і 2-ї груп [23].

Таблиця 3.2

### Найкращі продукти харчування для детокс меню

Назва	Характеристика	Зображення
Кавун	Має мало калорій та вуглеводів. Наповнює організм водою. Має вітаміни А та В, а також володіє протизапальними складовими. Кавун включає багато лікопіну, який є сильним антиоксидантом. Також він має багато калію та магнію.	
Огірок	Має змогу виводити вільні радикали та знижувати запалення в організмі. Він містить поліфенол, який знижує оксидативний стрес в організмі. Огірок має сечогінні речовини та сприяє покращенню роботи печінки.	
Лимон	Має аскорбінову кислоту, що позитивно впливає на травлення та надає шкірі блиск. Вітамін С стимулює вироблення білих кров'яних тілець, які зміцнюють імунітет.	
Лайм	Лайм забезпечує де організм вітаміном С та антиоксиданти. Стимулює активність ферменту в печінці. Також має флаваноїди, які позитивно впливають на травну систему та збільшують виділення жовчі та кислот.	
Грейпфрут	Пригнічує апетит та покращує метаболізм. Фермент, що знаходиться в грейпфруті, допомагає організму перероблювати цукор, що в свою чергу допомагає знизити вагу. Грейпфрут покращує імунну систему, тому що він багатий вітаміном С.	

Полуниця	<p>Має протизапальні антиоксиданти. Містить антивікові флаваноїди, які знижують ризик хронічних захворювань, включаючи онко та серцево-судинні захворювання.</p> <p>Додавання полуниці до детокс напоїв також уповільнює процес старіння, захищає шкіру, забезпечує вітамінами А та С, сприяє виведенню токсинів</p>	
М'ята	<p>Ідеально підходить для детоксу, так як бадьорить та знижує розлад шлунку. М'ята стимулює виробленню жовчі та прискорює травлення.</p>	
Імбир	<p>Лікувальні властивості імбиру містяться в корінні. Він сприяє травленню та є натуральним засобом від нудоти. Знижує здуття шлунку та запобігає проблемам з шлунково-кишковим трактом.</p>	
Розмарин	<p>Посилює виділення жовчі, яка необхідна для хорошого травлення та переробки жирів. Приводять до нормалізації мікрофлори та покращення всмоктування корисних речовин в кишечник.</p>	
Кульбаба	<p>Природний сечогінний засіб. Кульбаба допомагає травленню, підтримує правильний потік жовчі та очищає печінку. Вона є багатим джерелом вітаміну С. Кульбаби також можуть використовуватись для зменшення апетиту.</p>	
Яблучний оцет	<p>Прискорює втрату ваги та метаболізм. Він також підтримує травлення ферментами та пробіотиками, бореться з печією.</p>	
М'якоть алое	<p>Має послаблюючі та протизапальні дії, які нормалізують травлення, врівноважують баланс рН та допомагають мікрофлорі кишківника. Ферменти, які містяться в алое, допомагають переробляти білки.</p>	
Морська капуста	<p>Її слід включити в раціон хоча б раз на добу. В морській капусті є багато альгінату - особлива форма рослинних волокон, яка ефективно захищає організм від солей і важких металів, і радіоактивних елементів</p>	

Тиждень детоксикації по днях представлено (табл. 3.3). Приходить час, коли «генеральне» прибирання потрібне всьому організму.

Таблиця 3.3

7 днів детоксикації [30]

День 1 - Підготовка організму до очистки. З раціону виключається м'ясо, каші, хліб, як правило їх замінюють фруктами та овочами. Водний режим потрібно підтримувати, пити 1,5 – 2 л води на день.
День 2 - На другий день з раціону виключаються всі молочні продукти, кондитерські вироби, збільшується споживання фруктів, овочів. Водний режим потрібно підтримувати, пити 1,5 – 2 л води на день.
День 3 - На третій день виключається вся їжа окрім овочів та фруктів. Водний режим потрібно підтримувати, пити 1,5 – 2 л води на день.
День 4,5,6 і 7 - Останні дні зменшується кількість споживання фруктів та овочів, організм переходить на смузі та напої.

Саме детокс меню є стандартним способом очищення організму від токсинів та зміни харчової поведінки. На сьогодні популярними детокс програмами є вживання фрешів та смузі.

Детокс програми дозволяють не завантажувати травний тракт звичайною «важкою» їжею і не стимулювати жувальними рухами вироблення травних соків. Дані програми мають прийнятні умови для травної системи і не викликають надмірного апетиту. В той же час організм отримує велику кількість клітковини, пектину, фруктози, вітамінів і мікроелементів. Завдяки цьому, всього за один-два тижні відновлюються сили, зміцнюється імунітет, повертається молодість шкірі і волоссю [39].

Ефект детокс програм полягає в оновленні клітин організму, зниженні ваги, покращенні стану шкіри, зниження алергічних реакцій, омолодженні організму, покращенні тонуусу організму, нормалізації роботи кишково-шлункового тракту.

Детокс це програма, що попереджає виникнення багатьох хвороб, а саме ожиріння, цукрового діабету, проблем з травленням, гастриту і так далі.

Таким чином, вплив від прийому детокс меню очевидний, тому ми пропонуємо триденне та семиденне меню для кафе-бару «Наше місто» (табл.3.4).

Таблиця 3.4

## Триденне детокс меню

Назва страви	Вихід страви, мл	Енергетична цінність, кКал
Перший день		
Перший сніданок		
Детокс коктейль (малина, вишня, банан, кокосове молоко)	500	271
Другий сніданок		
Детокс коктейль (ананас, яблуко, груша, м'ята)	250	100
Обід		
Детокс коктейль (морква, яблуко, банан, селера)	500	300
Полуденок		
Детокс коктейль (вівсянка з мигдалем, медом та грецьким йогуртом)	250	200
Вечеря		
Детокс коктейль (ананас, яблук, смородина, банан, шпинат)	500	107
Другий день		
Перший сніданок		
Детокс коктейль (чорниця, фініки, банан, грецький горіх)	500	350
Другий сніданок		
Детокс коктейль (апельсин, лайм, м'ята, мед)	250	99
Обід		
Детокс коктейль (ананас, щавель, селера, апельсин, банан, м'ята)	500	330
Полуденок		
Детокс коктейль (кокосове молоко, банан, журавлина, м'ята, мед)	250	230
Вечеря		
Детокс коктейль (манго, банан, лайм, апельсин, шпинат)	500	179
Третій день		
Сніданок		
Детокс коктейль (абрикос, мигдаль, вівсяне молоко, гарбузове насіння, банан)	500	201
Другий сніданок		
Детокс коктейль (апельсин, грейпфрут, лайм, банан, м'ята, зелений чай)	250	100
Обід		
Детокс коктейль (банан, ківі, малина, фундук)	500	272
Полуденок		
Детокс коктейль (яблуко, селера, шпинат, ананас, лайм)	250	170
Вечеря		
Детокс коктейль (ківі, авокадо, щавель, шпинат, огірок, йогурт, мед, лимон, банан)	500	261

Триденний детокс може викликати слабкість та збільшувати втому. Саме тому рекомендовано проводити його з п'ятниці до понеділка, щоб на цей період випало два дні вихідних. При експрес-детоксі можна виконувати вправи на розтяжку та займатися вправами з йоги [38].

П'ятиденний детокс допомагає очиститися від токсинів і «перезавантажити» роботу всіх систем організму. Даний спосіб підходить людям, які вже проходили оздоровчу програму детоксу і знають особливості їх організму. Детокс програму на 5 та 7 днів загалом містять страви, що не піддавались тепловій обробці.

Чим більше продовжується детоксикація, тим більше буде позитивних змін в роботі всього організму. Якщо триденні детокс програми мають в основному лише очищувальну дію, то після п'яти днів запускається програма самовідновлення організму, а за сім днів можна наочно побачити результати покращення стану здоров'я [24].

Отже, детоксикація, або детокс, є процесом позбавлення організму від токсинів, шлаків та інших шкідливих речовин. Цей термін широко використовується в контексті методик і програм, спрямованих на очищення організму від шкідливих речовин, що накопичилися в ньому, часто пов'язаних з їжею, навколишнім середовищем або способом життя.

Основна мета детоксу полягає в усуненні або зниженні навантаження на органи детоксикації, такі як печінка та нирки, та допомоги їм у видаленні токсинів з організму.

Одні вважають детокс просто захопленням, запал на який через певний час мине. Однак, якщо загальний стан здоров'я не забороняє, а серйозних протипоказань в людини немає, то навіть невелика триденна програма детоксу, допоможе їй відчути себе енергійніше, легше та бадьоріше.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Сучасний ринок індустрії ресторанного бізнесу — це місце викликів і можливостей, в якому успіх залежить від здатності підприємств прилаштуватися до швидкоплинних умов, творчо підходити до всіх процесів бізнесу та розуміти потреби своїх відвідувачів.

В ході роботи, було окреслено теоретичні аспекти формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні та досліджено ринок послуг ресторанного господарства України під час війни.

Було виявлено, що за останні шість років кількість закладів готельного господарства в Україні зменшилась, а кількість закладів ресторанного господарства навпаки зросла, це спричинено великим попитом відвідувачів на послуги, що надають підприємства харчування.

Протягом 2018-2022 років галузь ресторанного бізнесу України порівняно з іншими видами бізнесу розвивалась інтенсивніше. Кількість закладів у 2018 році становила 50176, а в 2022 – 63329. Заклади ресторанного господарства почали пропонувати різні послуги, наприклад, доставка їжі додому та організація святкових подій. В Україні набувала популярності тенденція до заміни приготування їжі вдома, покупкою готових страв. Це пов'язано з бажанням людей провести час подалі від домашніх рутин і поєднати прийом смачної їжі з цікавою розвагою.

Також в роботі було проаналізовано вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на управління ринком ресторанних послуг. На основі цього, виявлено, що конкурентне середовище змушує підприємства вносити корективи та прилаштовуватися до змін уподобань та смаків споживачів. До рекомендації, які можуть вплинути на позитивний розвиток ресторанного бізнесу в Україні відносимо:

- автоматизацію та діджиталізацію для оптимального обслуговування;
- використання штрих-кодів для швидкого доступу до меню та послуг закладу ресторанного господарства;

- збільшення франшиз, як вигідного способу розвитку підприємств в економічному плані;
- розвиток сервісів з доставки їжі з застосуванням додатків;
- популярність авторських страв та напоїв, а саме, використання крафтової продукції;
- популяризація страв національної кухні, зокрема у форматі кондитерських, кав'ярень, фастфудів і пабів;
- використання штучного інтелекту у закладах ресторанного господарства та впровадження автоматизованих технологій;

Розвиток ресторанної індустрії потребує постійного спостереження навколишнього середовища та прилаштувань до сучасних тенденцій для успішної роботи та репутації.

Для дослідження було обрано кафе-бар «Наше місто». Інноваційною діяльністю даного закладу є впровадження для своїх відвідувачів детокс меню.

В останньому розділі роботи було запропоновано проєктні підходи до удосконалення діяльності ринку ресторанних послуг у воєнний період.

Детокс програма має як позитивні, так і негативні сторони, вона виводить корисні речовини з організму. Тому програми для очищення можна проводити 2 рази на рік.

З позитивних чинників детокс може допомогти людям очистити організм, схуднути, поліпшити стан шкіри і волосся, зменшити відкладання жирів, зміцнити стан здоров'я і цим самим покращити демографічний стан країни. В цілому в Україні, окрім санаторіїв та оздоровчих закладів, ще немає закладів харчування, які пропонують подібну програму, тому це може позитивно вплинути на відвідуваність та популярність.

Отже, для того, щоб ринок послуг ресторанного господарства постійно розвивався підприємствам потрібно весь час слідкувати за тенденціями в їх галузі і пропонувати своїм відвідувачам різноманітні послуги з якісним обслуговуванням.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адаменко О.А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств: наукові праці НУХТ. Київ: 2018. № 35. 10 с.
2. Везомська І.Г. Впровадження технологічних змін в готелях під час пандемії COVID-19. Економіка та сучасний менеджмент: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ: К.ГО «Київський економічний науковий центр», 2020. 48 с.
3. Гірняк Л.І. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства в період кризи. Львів: Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. 2020. Вип.61. 93-98 с.
4. Гребенюк Г.М., Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Пікуліна О.В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. Наук. стаття. Дніпро: ДКС-центр, 2021. 62 с.
5. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 4. 130–134 с.
6. Держспоживстандарт України: Заклади ресторанного господарства Класифікація. Київ: 2004. 16 с.
7. Капліна Т. В., Красномовець В. А. Інновації в системі розвитку підприємств готельного господарства. Наук. журнал Підприємництво та інновації: 2021. № 16. 63–66 с.
8. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : Монографія. Київ, 2001. 580 с.
9. Лисенко А. Ю. Застосування сучасних інформаційних технологій майбутнє ресторанного бізнесу. Наук. журнал Молодий вчений, 2018, № 1(2). 920 с.
10. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують

конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Наук. журнал Ефективна економіка, 2018, № 9. 5 с.

11. Обозна А. О. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг та ефективність їх застосування на підприємстві. Наук. журнал Інвестиції: практика та досвід, 2019, № 13. 23 с.

12. Островська Г.Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу : навч. посібник. Тернопіль: Підручники і посібники, 2018. 256 с.

13. Птачик А.В., Громик О.М. Особливості формування ринку послуг ресторанного господарства в Україні. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференція*, м. Запоріжжя 10 листопада 2023 р.

14. Сидорук С.В., Матвійчук Л.Ю. Кваліфікаційна робота магістра : методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань. Луцьк: Луцький НТУ, 2023.

15. Чаркіна Т. Ю. Маркетингові дослідження інноваційних напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні. Наук. журнал Агросвіт, 2023. № 16. 39-47 с.

16. Активізація природного очищення. [URL:https://ua.coral.club/upload/iblock/3c2/gud14zrqmxe92zbyurrj0k3u68dw6iw6.pdf](https://ua.coral.club/upload/iblock/3c2/gud14zrqmxe92zbyurrj0k3u68dw6iw6.pdf) (дата звернення: 22.11.2023).

17. Аналіз ринку, фінансовий консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analizrynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhepitanie-na-azs> (дата звернення: 25.11.2023).

18. Аналіз ринку ресторанного бізнесу України. URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy> (дата звернення: 25.11.2023).

19. Вереньова Д. Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади. Наук. публікація, 2022. URL: [https://24tv.ua/business/restoranniy\\_biznes\\_pidchas\\_viyni\\_vidkrittuya\\_restoraniv\\_ukrayini\\_n2151721](https://24tv.ua/business/restoranniy_biznes_pidchas_viyni_vidkrittuya_restoraniv_ukrayini_n2151721) (дата звернення: 25.11.2023).

20. Вінтоняк С. М. Розроблення інформаційної системи для управління ресторанним бізнесом. Репозиторій Львівського національного політехнічного інституту. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29919/1/38\\_395-409.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29919/1/38_395-409.pdf) (дата звернення: 30.11.2023).

21. Благий О.С., Данільченко К. Вплив харчування на детоксикацію організму URL: <http://repo.uipa.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7234/1/%2B%D0%A2%D0%9E%D0%9C%20.%20%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BA%D0%B0%20%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A4%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%A6%D0%86%D0%87-21-22.pdf> (дата звернення: 30.11.2023).

22. Офіційний сайт засобу розміщення «Наше місто». URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/33644260/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33644260/).

23. Офіційний сайт засобу розміщення «Наше місто». URL: <https://nashe-misto-guest-house-kovel.hotelmix.com.ua/>.

24. Державний інфо-сервіс Start Business Challenge. URL: <http://sbc.regulation.gov.ua> (дата звернення 01.12.2023).

25. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 01.12.2023).

26. Інституційний репозитарій Національного університету харчових технологій. Детокс тури – новий метод оздоровлення туристів в Україні. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3de13b79-20f6-48b5-882e-f9d88d8da3af/content> (дата звернення 01.11. 2023).

27. Детокс програми та їх значення для ресторанних підприємств. URL:

[https://files.tpg.ua/%D0%9B%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0\\_DETOX\\_1.pdf](https://files.tpg.ua/%D0%9B%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0_DETOX_1.pdf).

28. Звіти Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 01.12.2023).

29. Звіти Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

30. Іванік О. Л. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу України. URL: [http://www.rusnauka.com/14\\_APSN\\_2008/Economics/32215.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm) (дата звернення: 14.12.2023).

31. Використання інноваційного обладнання в роботі закладів ресторанного господарства. URL: [https://www.thermomixclub.kiev.ua/?utm\\_source=googleads&utm\\_medium=ga\\_trade\\_29.04.2022&utm\\_campaign=ga\\_trade\\_29.04.2022&gad\\_source=1&gclid=C5j9oUhG7DXASiJ02MURQBoCv2UQAvD\\_BwE](https://www.thermomixclub.kiev.ua/?utm_source=googleads&utm_medium=ga_trade_29.04.2022&utm_campaign=ga_trade_29.04.2022&gad_source=1&gclid=C5j9oUhG7DXASiJ02MURQBoCv2UQAvD_BwE).

32. Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у Horeca. Sunone. 2023. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomubiznesi-vprovadzhennya-tehnologij-u-horeca>.

33. Конкуренція в ресторанному бізнесі. URL: <http://grandmenu.org/restorannyj-biznes-v-rossii/konkurencija-v-restorannom-bizneserossii.html>.

34. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного бізнесу, як основа забезпечення його конкурентоспроможності на ринку URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7321/1/20170330\\_Cluster\\_P147-152.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7321/1/20170330_Cluster_P147-152.pdf).

35. Особливості просування закладів ресторанного господарства на ринку галузі. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5479>.

36. Перспективи розвитку закладів здорового харчування на ринку надання ресторанних послуг. URL: <file:///C:/Users/Downloads/15571->

Article%20Text-30961-1-10-20200504%20(1).pdf.

37. Програми детокс харчування в закладах ресторанного господарства. URL:

<https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a0bd5ee0-cc07-428a-806e-62775f7f29de/content>.

38. Програма харчування «Detox Basic». URL:  
<http://www.businessinsider.com/future-restaurants-robot-automation>.

39. Конкуренція на ринку послуг ресторанного господарства. URL:  
<http://www.businessinsider.com/future-restaurants-robot-automation>.

40. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: навч. посібник. Київ: Кондор, 2005. 408 с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/roglev122.htm](https://tourlib.net/books_ukr/roglev122.htm).

41. Державна служба статистики України. Статистичний щорічник України. Житомир: ТОВ «Бук-друк», 2019. 482 с.

42. Тенденції розвитку ринку ресторанних послуг в Україні. URL:  
<http://c4actie.at.ua/publ/2-1-0-1>.

43. Технології та інновації, які змінять ресторанний бізнес. Sfii. 2020. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologiita-innovacii-yaki-zminjuyut-restorannij-biznes/>

44. Кризовий менеджмент на ринку ресторанних послуг. URL:  
[bezpeka.isu.net.ua/news/511532khtotakiykrizoviy\\_menedzher\\_ichimvinzaumaetsya](http://bezpeka.isu.net.ua/news/511532khtotakiykrizoviy_menedzher_ichimvinzaumaetsya) .

45. Mulford Hoyos M., Vergara Castro L., Plata de Plata D. Tienda virtual: social market Colombia. Multiciencias. 2018. Vol.14. №3. P. 275.

46. Mulford Hoyos M., Vergara Castro L., Plata de Plata D. Tienda virtual: social market Colombia. Multiciencias. 2014. Vol.14. №3. P. 268–275.

47. RetailSales: Restaurants and Other Eating Places. Archival EconomicData. 2023. URL: <https://alfred.stlouisfed.org/series?seid=MRTSSM7225USN> (дата звернення: 25.11.2023).

48. Chris Weller / Here's what it'll be like to eat at restaurants of the future  
URL: <http://www.businessinsider.com/author/chris-weller>.

49. Celentano D. Three Basic Casual Restaurant Formats. URL:  
<https://www.thebalancesmb.com/types-of-restaurant-formats-132613>.

50. Kim T.-H., Almanza B. A. Three nutrition labeling formats for restaurant menus. Journal of nutrition in recipe & menu development. 2001. Vol. 3, no. 2. P. 45–57. URL: [https://doi.org/10.1300/j071v03n02\\_05](https://doi.org/10.1300/j071v03n02_05).

# ДОДАТКИ



Рис. А.1. Інтер'єр кафе-бару «Наше місто»



Рис. А.2. Інтер'єр кафе-бару «Наше місто»



Рис. Б.1. Меню закладу



Рис. Б.2. Рецепція готелю «Наше місто»



Рис. В.1. Номери готелю «Наше місто»



Рис. В.2. Номери готелю «Наше місто»