

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»

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ В
МІСТІ ЛУЦЬК

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРСс-31
Будько Дмитро Ростиславович

(підпис)

Керівник:
д.е.н., професор
Турський Ігор Володимирович

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023р.
Гарант освітньої програми:
к.г.н., доцент ГРОМИК О.М.

(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

_____ Л. Матвійчук

«__» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Будька Дмитра Ростиславовича

1. Тема кваліфікаційної роботи «Особливості надання послуг вуличної їжі в місті Луцьк»

Керівник роботи: Турський Ігор Володимирович, д.е.н., професор
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 *нормативні документи України, науково-практична література з основної проблематики роботи, спеціалізовані періодичні видання, окремі Інтернет-ресурси.*

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

Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку вуличної їжі.

Розділ 2. Аналіз та оцінка ринку вуличної їжі в місті Луцьк.

Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку ринку вуличної їжі.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним значенням обов'язкових креслень):

1. *Графічне відображення аналітичних розрахунків ведення бізнесу у ресторанный сфері у теперішній час.*

6. Консультанти розділів роботи

Розділи	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
<i>Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку вуличної їжі</i>	професор Турський І.В.		
<i>Розділ 2. Аналіз та оцінка ринку вуличної їжі в місті Луцьк</i>	професор Турський І.В.		
<i>Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку ринку вуличної їжі</i>	професор Турський І.В.		
<i>Висновки</i>	професор Турський І.В.		

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 28.09.2022	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 31.10.2022	
3	Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку вуличної їжі	до 28.12.2022	
4	Розділ 2. Аналіз та оцінка ринку вуличної їжі в місті Луцьк	до 14.03.2023	
5	Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку ринку вуличної їжі	до 16.05.2023	
6	Висновки та рекомендації	до 18.05.2023	
7	Формування списку використаних джерел	до 18.05.2023	
8	Формування додатків	до 18.05.2023	
9	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	до 19.05.2023	
10	Нормоконтроль	до 25.05.2023	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 28.05.2023	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023	

Здобувач вищої освіти _____ (Будько Д.Р.)

Керівник кваліфікаційної роботи _____ (Турський І.В.)

АНОТАЦІЯ

Будько Д. Р. Особливості надання послуг вуличної їжі в місті Луцьк. Рукопис.

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.

У роботі досліджено теоретичні засади розвитку вуличної їжі в місті Луцьк, аналіз та оцінка ринку та напрями для підвищення рівня розвитку.

Об'єктом є організації надання послуг вуличної їжі міста Луцьк.

Предмет дослідження – є теоретичні та методичні аспекти розвитку послуг у готельно-ресторанному бізнесі, особливості та його проблеми.

Ключові слова: ресторанне господарство, ресторанний бізнес, заклад вуличної їжі, розвиток туризму, ринок вуличної їжі, аналіз розвитку, безпека обслуговування, якість послуг, підвищення розвитку вуличної їжі, ресторанне обслуговування.

ANNOTATION

Budko D.R. Peculiarities of providing street food services in the city of Lutsk. Manuscript.

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, and a list of used sources.

The theoretical foundations of the development of street food in the city of Lutsk, market analysis and evaluation, and directions for increasing the level of development are explored in the work.

The object is an organization providing street food services in the city of Lutsk.

The subject of the research is the theoretical and methodical aspects of the development of services in the hotel and restaurant business, its features and problems.

Keywords: restaurant business, street food establishment, tourism development, street food market, development analysis, service safety, service quality, improvement of street food development, restaurant service.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ	9
1.1. Зміст та значення вуличної їжі в розвитку туризму міста	9
1.2. Інституційні особливості функціонування ринку вуличної їжі	12
1.3. Міжнародний досвід надання послуг вуличної їжі	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ В МІСТІ ЛУЦЬК	20
2.1. Методичні підходи дослідження рівня розвитку вуличної їжі	20
2.2. Аналіз рівня розвитку вуличної їжі в місті Луцьк	24
2.3. Оцінка рівня якості послуг вуличної їжі міста Луцьк	26
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ	29
3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності бізнесу	29
3.2. Покращення якості та безпеки харчових продуктів	32
3.3. Концепція вуличної їжі: "Бутерброд у Дім"	34
ВИСНОВКИ	38

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми роботи. Ресторанний бізнес – це найбільш динамічно розвинутий і високоприбутковий, тому є доволі перспективним для інвестицій і привабливий для підприємців сегмент українського ринку послуг. У європейських країнах ресторанний бізнес є важливою частиною продовольчого комплексу, яка значною частиною визначає продовольчу ситуацію. В Україні, як частина національного продовольчого ринку, ресторанний бізнес не розглядають, хоча він зростає зі споживанням продовольчої сировини вітчизняного виробництва та підвищення рівня імпортозаміщення.

Дані фактори ринку, поставили перед ресторанним бізнесом ряд нових завдань, таких, як необхідність підвищення ефективності виробництва, зміцнення конкурентної позиції, що пов'язано з впровадженням в повсякденну практику ведення бізнесу сучасних досягнень менеджменту та маркетингу.

Найбільшим фактором зміни на сучасному ринку ресторанного господарства є значне збільшення доходів у населення, що призводить до глобальних змін структури споживання, на збільшення витрат на культуру та відпочинок. Такі умови зміни концепції організації харчування на користь перенесення даного процесу у сферу готельно-ресторанного бізнесу. Усе це зумовлює на подальші наукові дослідження впливу збільшених доходів населення на ринок ресторанного бізнесу.

Науково-теоретичні та прикладні дослідження були проведені на основі ринку ресторанного бізнесу сучасними зарубіжними та вітчизняними вченими, таким, як: О. В. Арпуль, Н. П. Бондар, О. П. Бутенко, В. А. Гросул, О. О. Дуткіна, О. А. Круглова, О. Д. Рачкован, Д. О. Стрельченко та інші.

Мета дипломної роботи. Мета даної дипломної роботи є показ ринку вуличної їжі, її аналіз та вивчення особливостей надання послуг в місті

Луцьк, Україні та світі. Окрім цього, робота спрямована на подальший розвиток та закріпленні на ринку ресторанного господарства.

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

- значення вуличної їжі в розвитку туризму в місті;
- особливості функціонування ринку вуличної їжі;
- дослідження міжнародного досвіду;
- дослідження рівня розвитку вуличної їжі в місті Луцьк;
- оцінка рівня якості послуг у місті;
- підвищення рівня розвитку вуличної їжі в місті Луцьк.

Об'єктом дослідження є заклади надання послуг вуличної їжі міста Луцьк.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти розвитку послуг у готельно-ресторанному бізнесі, особливості та його проблеми.

Метод дослідження. Теоретична і методологічна основа ґрунтується на початкових положеннях економічної теорії з вивчення сторін стратегії розвитку ринку продукції, опитування населення та складання графіків, інтерв'ювання кандидатів економічних наук, осіб, як обслуговують населення в ресторанному господарстві.

Дипломна робота полягає у досконалому вивченні розвитку ринку вуличної їжі в місті Луцьк та Україні, аналізі факторів та прогнозування перспектив його розвитку.

Інформаційною базою дипломної роботи є дослідження і наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, менеджерів з продажу та маркетингів; аналітичні доповіді, електронні ресурси світової мережі Internet.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖІ

1.1. Зміст та значення вуличної їжі в розвитку туризму міста

Перш за все, ринок вуличної їжі є живим і динамічним середовищем, яке відображає зміни в смаках та уподобаннях споживачів. Цей ринок надає широку гаму кулінарних вражень, поєднуючи традиційні та сучасні гастрономічні напрямки. Важливо зазначити, що вулична їжа стає не тільки засобом задоволення голоду, але й важливим аспектом культурної ідентичності та виразом творчості шеф-кухарів.

Вулична їжа виявляється незаперечною складовою частиною культурного, соціального та гастрономічного досвіду для туристів, які відвідують наше місто.

Зміст вуличної їжі відображає багатогранність культурної спадщини та гастрономічної традиції нашого міста. Вона стає простором, де зустрічаються різноманітні кулінарні впливи, місцеві рецепти та сучасні інновації. Таке розмаїття кулінарних пропозицій приваблює туристів, які прагнуть познайомитися з місцевою культурою через їжу.

Значення вуличної їжі у розвитку туризму міста набуває великого вагомості. Вона створює неповторний туристичний продукт, привертаючи увагу іноземних та внутрішніх відвідувачів. Вулична їжа дає можливість туристам насолодитися аутентичними стравами, відчувати атмосферу наших вуличних ринків та фестивалів, а також взаємодіяти з місцевими жителями. Вона стимулює економіку міста, сприяючи розвитку підприємництва, туристичної інфраструктури та культурного обміну.

Вулична їжа стає своєрідною "кулінарною візитною карткою" міста, яка здатна привернути увагу та задовольнити найвибагливіші смакові пристрасті.

Зміст вуличної їжі нашого міста відображає його культурну спадщину, багатогранність гастрономічних традицій та кулінарні здібності наших

майстрів кулінарії. Вуличні страви втілюють собою поєднання традиційних рецептів з сучасними кулінарними тенденціями, надаючи їм особливий шарм і смак. Це дає можливість туристам не лише насолодитися чудовими стравами, але й поглибити своє розуміння місцевої культури та традицій через кулінарні враження.

Значення вуличної їжі для розвитку туризму міста полягає в тому, що вона створює унікальний туристичний продукт, який привертає увагу та залучає нових відвідувачів. Вулична їжа дозволяє туристам не лише насолоджуватися стравами, але й погрузитися у місцеву атмосферу, взаємодіяти з місцевими жителями та відчувати себе часткою місцевої спільноти. Крім того, вона сприяє економічному розвитку міста, створюючи нові робочі місця, підтримуючи місцевих постачальників та підприємців, а також сприяє залученню інвестицій та розвитку інфраструктури [6].



Рисунок 1.1. Фактори становлення вуличної їжі

Вулична їжа виявляється неабияким рушієм розвитку туризму міста. Вона об'єднує культурну спадщину, кулінарні традиції та смаки нашого міста, надаючи йому унікальний характер та привабливість для туристів.

Наша дослідницька робота показує, що розвиток вуличної їжі є одним із пріоритетних напрямків розвитку туризму міста, який варто враховувати при розробці стратегій та програм розвитку [2].

Багато вчених та дослідників вітчизняного та зарубіжного походження займаються дослідженнями вуличної їжі та її впливу на суспільство, включаючи вплив на культуру, туризм, розвиток громадського харчування та здоров'я. Їхні дослідження та висловлені думки допомагають зрозуміти значення та вплив на сучасне суспільство.

Таблиця 1.1.

Дослідження вченими значення вуличної їжі на ринку

Доктор К. Майерс Брукс	Доктор Ш. Браун	Доктор К. Мерфі	Доктор І. Вербицька	Доктор О. Лищенко
<i>Спеціалізація гастротуризм та вулична їжа.</i>	<i>Гастрономічний антрополог, автор книги про вуличної їжі</i>	<i>Гастротуризм та громадське харчування</i>	<i>Етнолог та культуролог, українська кулінарія та традиції харчування</i>	<i>Гастроантрополог та дослідник культурних практик харчування</i>
Вулична їжа стає символом культурного розмаїття та соціальної інтеграції. Вона відображає смаки, запахи та традиції різних країн, допомагаючи людям спілкуватися, насолоджувати ся і досліджувати нові кулінарні враження	Вулична їжа є важливою частиною сучасної гастрономічної сцени. Вона відкриває можливості для кулінарних інновацій, сприяє підтримці малого бізнесу та стимулює туризм, привертаючи людей до унікальних кулінарних досвідів.	Вулична їжа може мати позитивний вплив на здоров'я та ставати простором для інноваційних харчових тенденцій. Вона сприяє доступності свіжих і натуральних продуктів, а також розвитку альтернативних дієт, відповідаючи потребам різних груп людей	Вулична їжа в Україні має значний культурний та соціальний вплив. Вона не тільки задовольняє фізіологічні потреби, але також втілює традиції, смаки та специфіку української кухні.	Вулична їжа є важливою складовою української гастрономічної сцени. Вона збагачує кулінарну картину міст та пропонує нові варіації традиційних страв, відкриваючи нові смаки та досвіди для жителів та туристів.

Звичайно, дослідження вчених щодо вуличної їжі можуть різнитись у своїх поглядах та підходах. Декотрі вчені можуть зосереджуватись на культурних та соціальних аспектах вуличної їжі, досліджуючи її роль у

формуванні ідентичності та спільнот. Їхні дослідження можуть розкривати, як вулична їжа відображає культурні традиції, історію та спосіб життя певного народу.

Інші вчені можуть зосереджуватись на аспектах харчової безпеки та якості вуличної їжі. Вони можуть проводити дослідження щодо гігієнічних стандартів, контролю якості і правил приготування вуличної їжі, щоб забезпечити безпечне харчування для споживачів.

Деякі вчені можуть фокусуватись на економічних аспектах вуличної їжі, вивчаючи її вплив на місцеву економіку та підприємництво. Вони можуть аналізувати прибутковість вуличного бізнесу, його вплив на зайнятість та розвиток малого бізнесу.

Крім того, деякі вчені можуть брати до уваги аспекти сталого розвитку та екологічного впливу вуличної їжі. Вони можуть досліджувати, як вулична їжа впливає на використання ресурсів, управління відходами та екологічну нішу.

Ці приклади демонструють різноманітність підходів до дослідження вуличної їжі від різних вчених. Кожен з них має власні цілі, питання та перспективи, які сприяють розумінню та розвитку цього питання з різних сторін.

1.2. Інституційні особливості функціонування ринку вуличної їжі

В контексті дослідження інституційних особливостей функціонування ринку вуличної їжі, ми виявили кілька важливих аспектів, які варто зазначити. Перш за все, вулична їжа має свої унікальні особливості, які відрізняють її від інших сегментів гастрономічного ринку. Вона характеризується незалежністю та гнучкістю, а також високою швидкістю обслуговування, що дозволяє задовольнити потреби споживачів, особливо тих, хто шукає швидку та смачну альтернативу традиційним ресторанам [7].

Інституційні умови, такі як ліцензування, регулювання здоров'я та безпеки, відповідність санітарним та гігієнічним нормам, також впливають на функціонування ринку вуличної їжі. Ці умови мають на меті забезпечити якість та безпеку продукції, а також захистити права споживачів. Правильне регулювання та нагляд з боку відповідних органів допомагають зберегти довіру споживачів до вуличної їжі та створюють сприятливі умови для розвитку цього сегменту.

Варто зауважити, що в закладах громадського харчування впроваджується так званий «горизонтальний» підхід до дослідження НАССР, коли аналізують етапи процесу безвідносно до продукції, на відміну від промислових виробництв, де дослідження здійснюють, як правило, за групами продукції. Іншими словами, у закладах громадського харчування аналізують небезпечні фактори на кожному процесі з урахуванням усіх можливих видів продукції, а тому немає потреби створювати окремі НАССР дослідження для груп продуктів [12].

Система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) є однією з ключових систем управління безпекою харчових продуктів, яка застосовується в установах громадського харчування. НАССР є превентивною системою, спрямованою на ідентифікацію, оцінку та контроль потенційних ризиків, пов'язаних з безпечністю харчових продуктів на всіх етапах виробництва, обробки та постачання.

Система НАССР базується на сімох принципах (рис. 1.2.):

1. Визначення потенційних небезпек (хімічних, фізичних та біологічних), які можуть виникнути в процесі виробництва та обробки харчових продуктів.

2. Визначення критичних контрольних точок, де можуть бути застосовані контрольні заходи для управління ризиками та запобігання небезпекам.

3. Встановлення критеріїв, що вказують на прийнятні рівні безпеки для кожної критичної контрольної точки.

4. Розробка та встановлення моніторингових процедур для визначення та контролю параметрів на критичних контрольних точках.
5. Розробка планів дій для випадків відхилення від прийнятих критеріїв безпеки та вжиття корекційних заходів.
6. Встановлення процедур верифікації для перевірки ефективності системи НАССР.
7. Ведення документації та зберігання записів про всі аспекти системи НАССР [12].



Рисунок 1.2. Принципи системи НАССР

Застосування системи НАССР в установах громадського харчування дозволяє забезпечити високий рівень безпеки харчових продуктів шляхом ідентифікації потенційних ризиків, контролю за критичними контрольними точками та вжиття необхідних заходів для запобігання небезпекам. Це допомагає забезпечити якість та безпеку харчових продуктів, що подаються в громадських закладах і забезпечує довіру споживачів до таких закладів.

Вимоги до харчових продуктів, які є в обігу на території України, в тому числі надходять до закладів освіти, регламентовано Законом

України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»

Відповідно до закону забороняється:

1. Обіг харчових продуктів на потужностях, що не відповідають вимогам санітарних заходів,
2. Обіг харчових продуктів, вироблених на потужностях, повідомлення про реєстрацію яких не було зроблено оператором ринку;
3. Обіг харчових продуктів, які містять генетично модифіковані організми або отримані з їх використанням, до проведення їх державної реєстрації;
4. Обіг неперероблених харчових продуктів зі свинини для споживання людиною без відповідних ветеринарних документів у разі підтвердження спалаху хвороб, що є небезпечними для здоров'я людей або тварин, за рішенням Мінекономіки як центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпечності та окремих показників якості харчових продуктів.

Слід зазначити, що санітарний або фітосанітарний захід - це будь-який захід, що проводиться з метою:

- захисту життя або здоров'я тварин чи рослин від ризиків, що виникають внаслідок проникнення, вкорінення чи поширення шкідливих організмів, хвороб, організмів, які є носіями хвороб, а також хвороботворних організмів;
- захисту життя або здоров'я людей та/або тварин від ризиків, що виникають від добавок, забруднювальних речовин, токсинів або хвороботворних організмів, які містяться у харчових продуктах або кормах;
- захисту життя або здоров'я людини від ризиків, що виникають внаслідок хвороб, які переносяться тваринами, рослинами або продукцією, що виробляється з них, або внаслідок проникнення, вкорінення чи поширення шкідливих організмів;

- уникнення або обмеження іншої шкоди, що заподіюється внаслідок проникнення, вкорінення чи поширення шкідливих організмів [3].

Значну роль у функціонуванні ринку вуличної їжі відіграють також соціальні та культурні чинники. Вулична їжа часто стає не лише джерелом харчування, але й важливою складовою місцевої культури та традицій. Вона сприяє розкриттю культурних особливостей, створює зв'язок між різними групами населення та розвиває почуття належності до місцевої спільноти [11].

У наведених цих усіх факторів, дають зрозуміти, що інституційні особливості мають суттєвий вплив на функціонування ринку вуличної їжі. Вони формують (табл. 1.2.):

- правові
- регуляторні
- культурні рамки

Таблиця 1.2.

Фактори впливу на функціонування ринку

Фактори впливу	Вплив на функціонування ринку
Правові	Включають в себе набір правил політичного та регулювальних: Дозволи, ліцензії; здоров'я та безпека; місця розташування; податки та облік
Регуляторні	Включають набір правил та стандартів, що встановлюються місцевими органами влади та регулюють діяльність вуличних продавців їжі: Ліцензування та дозвіл; санітарні та гігієнічні стандарти.
Культурні	Вплив культурних, соціальних та гастрономічних чинників на розвиток та споживання стріт-фуду: Гастрономічна традиція; соціальна спільнота; культурний мікс та інтернаціональна спільнота; інновації та креативність.

У цих рамках вуличні продавці можуть працювати та надавати свої послуги. Зрозуміння цих особливостей допоможе нам вдосконалити інституційне середовище та сприяти подальшому розвитку ринку вуличної їжі.

Вулична їжа виявляє значний вплив на розвиток туризму міста. Вона не тільки задовольняє гастрономічні потреби туристів, але й стає важливою частиною туристичного досвіду. Страви, які можна спробувати на вулицях міста, дозволяють туристам насолодитися місцевою кухнею та відчути аутентичну атмосферу.

Розмаїття вуличної їжі доповнює туристичну пропозицію міста, забезпечуючи багатогранність та вибір для відвідувачів. Різноманітні кулінарні страви представлені на вуличних ринках, фестивалях та кулінарних точках, що створює унікальну можливість спробувати різні стилі та смаки.

Крім того, вулична їжа сприяє підтримці місцевих підприємців та малих бізнесів. Багато вуличних продавців є сімейними підприємствами або маленькими підприємцями, які пропонують свої унікальні рецепти та страви. Це сприяє розвитку місцевої економіки та створенню нових робочих місць [13].

Проте, для подальшого розвитку вуличної їжі в контексті туризму, важливо враховувати кілька факторів. Забезпечення високих стандартів якості та безпеки є необхідним, щоб зберегти довіру туристів. Також важливо розробляти ефективні механізми регулювання та співпрацювати зі стейкхолдерами, включаючи місцеві органи влади, вуличних продавців та громадські організації, для забезпечення сталих та екологічно відповідних практик.

1.3. Міжнародний досвід надання послуг вуличної їжі.

Дослідження міжнародного досвіду надання послуг вуличної їжі розкриває цікаві та важливі аспекти, які варто враховувати при розвитку цього сегмента. Вулична їжа є своєрідною культурною спадщиною багатьох країн, де вона стала не тільки частиною їх кулінарного доробку, але й туристичною визначною рисою.

Світовий досвід показує, що успішне надання послуг вуличної їжі вимагає впровадження різноманітних інноваційних підходів. Один з них - це розвиток вуличних харчових ринків та фестивалів, які збирають разом різноманітних вуличних продавців та пропонують широкий вибір кулінарних страв. Це створює неповторну атмосферу та залучає як місцевих мешканців, так і туристів.

Також важливим аспектом є використання сучасних технологій та інтерактивних засобів комунікації. Завдяки мобільним додаткам та соціальним медіа, вуличні продавці можуть ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами, розповідати про свої страви та акції, а також отримувати зворотний зв'язок. Це сприяє покращенню якості обслуговування та збільшенню задоволеності клієнтів.

Необхідно також враховувати міжнародні стандарти та правила з охорони здоров'я та безпеки, щоб забезпечити високу якість та надійність продуктів вуличної їжі. Це включає контроль якості продуктів, правильне зберігання та обробку, а також дотримання санітарних норм і правил.

Взаємодія між державними органами та вуличними продавцями також є ключовим елементом успішного розвитку цього сегмента. Необхідна підтримка з боку влади, включаючи сприяння у створенні сприятливого законодавчого середовища, спрощення процедур отримання ліцензій та дозволів, а також надання консультацій та фінансової підтримки для розвитку вуличної їжі.

Загалом, міжнародний досвід надання послуг вуличної їжі вказує на великий потенціал цього сегмента для розвитку туризму та гастрономічної індустрії. Шлях до успіху полягає у комбінації традиційних кулінарних цінностей, інноваційних підходів та сприятливих умов для функціонування вуличних продавців.

Стріт-фуд різних країн суттєво відрізняється, наведемо приклади національної вуличної їжі в світі (табл. 1.3.):

Таблиця 1.3.

Популярні страви вуличної їжі в країнах світу

<i>Країни</i>	<i>Популярні страви</i>
Австралія	стейки, ковбаски в хлібі, великі м'ясні пироги;
Індія	хаат, паапрі, картопляне соте, панпцрі і бхелпурі, котлети з картопляного пюре;
Італія	піца, фрігіторрі, полента;
Китай	рисові кульки гриль, смажена локшина, страви з яловичини, свинини та курки з локшиною;
Німеччина	донер, поммз, ковбаски, фалафель, халумі;
США	гамбургер, сендвіч, хот-дог, такос, тортас, чізкейк, картопля фрі;
Японія	гамбургер, сендвіч, хот-дог, такос, тортас, чізкейк, картопля фрі;

Як правило, багато підприємств швидкого обслуговування, особливо кафе і підприємства вуличної торгівлі, працюють за трикомпонентною системою із взаємодією таких ланок, як:

1. Базове підприємство (на ньому готують основний асортимент продукції з використанням фірмового одноразового посуду, упаковки, серветок);
2. Транспорт і зв'язок (система логістики, що відповідає за своєчасність замовлення і постачання продукції до споживача);
3. Стаціонарне підприємство (кінцева точка реалізації продукції споживачам).

В Україні можна знайти різноманітні формати громадського харчування, які мають свою тривалу історію свого існування. Їх діяльність в ринкових умовах модернізується під впливом глобалізації на нарощення

конкуренції і співіснує з державною соціальною політикою, рівнем і способом життя, конкурентоспроможністю населення, його мобільністю і зайнятістю, а також модернізацією технологій виробництва і зберігання напівфабрикатів і готової продукції. Однозначно можна стверджувати факт, що функція формату вуличної їжі прив'язане до потоків руху людей і їх гастрономічних потреб. Вулична їжа зорієнтована на забезпечені потреб певної соціально-демографічної групи населення, рівня платоспроможності та інтересів, способу життя, тощо.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ В МІСТІ ЛУЦЬК

2.1. Методичні підходи дослідження рівня розвитку вуличної їжі

В Україні, згідно досліджень вчених та науковців, за попередні 5 років рівень розвитку вуличної їжі у сфері громадського харчування зросло на 26,9%. Розширення таких закладів було зумовлено пандемією COVID-19, наприкінці 2019, початку 2020 рр. закладів за рахунок організаційно-правовій формі фізичних осіб. Кількість закладів у організаційно-правовій формі юридичних осіб зменшилось на 7,5%, а кількість посадкових місць – на 16,1%.

Аналогічно відбулося скорочення робочих місць з 97,8 тис. осіб у 2019 р. до 60,6 тис. осіб у 2021 р. Різниця між роками 32,7%, що призвело до значної кризової ситуації в країні [15].

Таблиця 2.1.

Показники діяльності із забезпечення стравами та напоями в Україні, 2019-2022 рр.

Рік	Показники процесу діяльності				Показники результату діяльності	
	Кількість закладів (юридичних та фізичних осіб)	Кількість закладів (ЮО)	Кількість посадкових місць у закладах (ЮО), тис.	Кількість зайнятих, тис. осіб (ЮО)	Обсяг реалізованої продукції, млн. грн (ЮО і ФО)	Чистий прибуток млн. грн (ЮО)
2019	39526	23369	1595	97,8	11986,5	-324,1
2020	35709	21619	1521	92,9	18097,3	-283,6
2021	49447	20331	1464	71,9	17596,6	-128,5
2022	50176	21675	1376	60,6	27722,9	77,8

Збільшення числа мереж вуличної їжі в Україні на тлі збільшення закладів харчування – фізичних осіб та зменшення загальної кількості

населення. Темп зростання закладів збільшився, аніж зменшення чисельності населення у 2019-2020рр (ріст становив 15,6% і 2,8% відповідно, зменшення населення – 6,6% і 1,2%). Це вказує на глобальний розвиток вуличної їжі, як заклади громадського харчування. Рушійною силою для її розширення належить малому бізнесу з організаційно-правовою формою фізичних осіб [15].

Дана форма підприємства дозволяє не тільки кількісно розширювати мережі в межах одного міста, але й в інших містах також, що дозволяє адаптуватись під потреби споживача в певному регіоні для подальшого розвитку бізнесу.

Одним з головних факторів, що сприяє розвитку вуличної їжі в Україні, є зростання інтересу до швидкого та зручного харчування, особливо серед молоді та активної робочої людності. Вулична їжа надає можливість швидко отримати ситний та смачний обід або перекус за доступною ціною без необхідності відвідування ресторану або кафе.

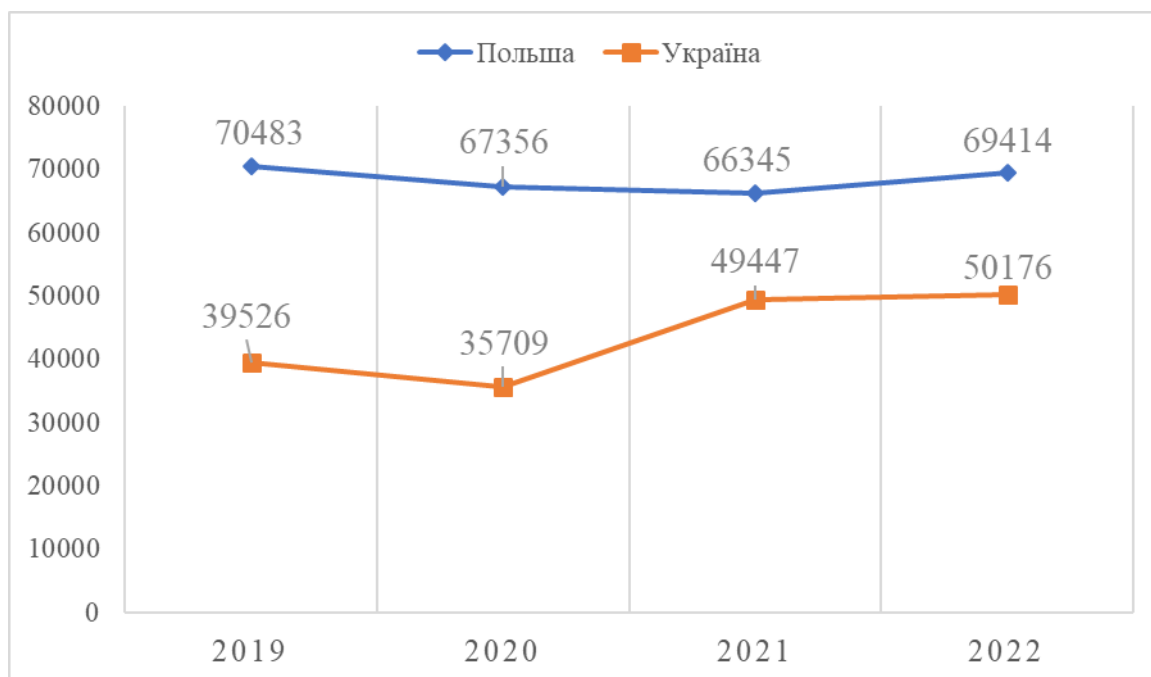


Рисунок 2.1. Динаміка змін кількості закладів громадського харчування в Україні та Польщі

Українські міста, особливо Київ, Львів, Одеса та Харків, стали осередками вуличної їжі. На вулицях цих міст можна зустріти різноманітні вуличні кіоски, фудкорти, мобільні кухні та фуд-траки, які пропонують різні страви, починаючи від традиційних українських до екзотичних кулінарних напрямків. Для порівняння в Польщі, яка за історією, культурою, подібна до України, на сьогоднішній день є одним з основних роботодавців для українців в закладах громадського харчування, у 2022 р., порівняно з 2019 р., хоч і зменшилась на 1,5%, проте залишається вищою, ніж в Україні (рис. 2.1.).

У перспективах розвитку, високою рушійною силою для збільшення ринку громадського харчування лишаються кафе, їдальні, бари, тому що надання послуг в них майже однаковий, але з нижчими цінами на продукцію. Вулична їжа є одним з сегментів ринку громадського харчування, який також має великий потенціал для подальшого розвитку. Вулична їжа має свої унікальні переваги, які приваблюють як покупців, так і підприємців.

Однією з основних переваг вуличної їжі є її доступність і зручність. Вона дозволяє людям швидко та недорого перекусити або пообідати, не відходячи далеко від робочого місця чи туристичних визначних пам'яток. Крім того, вулична їжа може бути більш варіативною і має можливість пропонувати різноманітні кулінарні напрямки, що привертає увагу широкого спектру споживачів [4].

Ринок вуличної їжі також здатний швидко адаптуватися до змін у смаках і попиті споживачів. Вуличні продавці можуть експериментувати зі складом та стилем страв, швидко реагувати на нові тренди та побажання клієнтів. Це дозволяє їм привертати нову аудиторію та розширювати свої можливості.

Зростаючий інтерес до вуличної їжі відчувається не лише у великих містах, але і в менших населених пунктах. Це відкриває додаткові можливості для підприємців, які можуть успішно розвивати свій бізнес, пропонуючи вуличну їжу у регіональних центрах та туристичних місцях.

Однак, важливо зазначити, що ринок вуличної їжі також стикається з викликами, такими як регулятивні обмеження, конкуренція та стандарти безпеки продуктів харчування. Для успішного розвитку цього сегменту необхідна налагоджена співпраця між підприємцями, місцевими органами влади та органами санітарного контролю.

В цілому, вулична їжа має потенціал стати значним гравцем на ринку громадського харчування в майбутньому. Вона поєднує в собі доступність, різноманітність та можливість швидкого реагування на змінні потреби споживачів. Зростаючий інтерес до вуличної їжі в Україні та в інших країнах світу свідчить про потенціал її подальшого розвитку.

2.2. Аналіз рівня розвитку вуличної їжі в місті Луцьк

Місто Луцьк за останні декілька років зазнав значних змін ресторанному господарстві, включаючи в цьому розвинення сегменту вуличної їжі. У Луцьку, на даний момент, вулична має великий потенціал і може виступати як важлива складова харчової культури міста.

Вуличний фаст-фуд – це заклади що розміщуються безпосередньо на вулицях міст, переважно в людних місцях: будь-яка вулична торгівля, що спеціалізується, найчастіше на монопродукті. Середній чек на даний момент згідно курсу валют не перевищує 2х доларів США. Відмінною особливістю таких закладів є те, що поряд із такими точками практично не організоване місце для споживання купленої продукції, а розраховано так, що покупець забирає весь товар із собою або їсть на ходу. Негласним правилом вуличного фаст-фуду є «правило однієї руки» - передбачається, що людина може тримати продукт однією рукою, а друга рука буде вільною. Тому скрізь прагнуть створити зручну для цього упаковку. Тому вуличний фаст-фуд – це найкраще рішення втамувати голод в обідню пору, тим паче, що пообідати або просто перекусити можуть дозволити всі категорії населення.

Вуличні фаст-фуди поділяються на 2 категорії:

– Стаціонарні, тобто ті, що знаходяться в закритих приміщеннях (СОБАКА.ЛУ, Я ЛЮБЛЮ КЕБАБ)

– Вуличні, під відкритим небом (М'ясКо, заклади в центрі міста)

За рівнем рентабельності різновиди вуличного фаст-фуду мають наступні показники:

1. Цукрова вата – 1000%
2. Молочні коктейлі, кава, прохолодні напої – 250%
3. Попкорн – 100%
4. Хотдоги, бургери, сендвічі, кебаби – 150-250%
5. М'ясна продукція – до 300%

Але рентабельність пересувних наметів вища в 10 разів, ніж у стаціонарних підприємствах з декількох причин.



Рисунок 2.2. Фактори рентабельності пересувних закладів.

Враховуючи ці фактори рентабельності, потрібно брати до уваги інші чинники, таких як ефективне управління, якість продукції та послуг, конкуренцію на ринку та стратегії маркетингу [13].

З метою виявлення основного сегменту споживачів, що відвідують вуличні заклади, дізнатись про те, що найбільше впливає на споживача при виборі закладів та виявити популярний заклад вуличної їжі, було проведено опитування жителів м. Луцьк.

Основний сегмент споживачів – 18-25 років, надав перевагу найбільш популярним кухням світу, такі як американська, японська та українська. Більшість опитуваних віддають перевагу американській кухні.

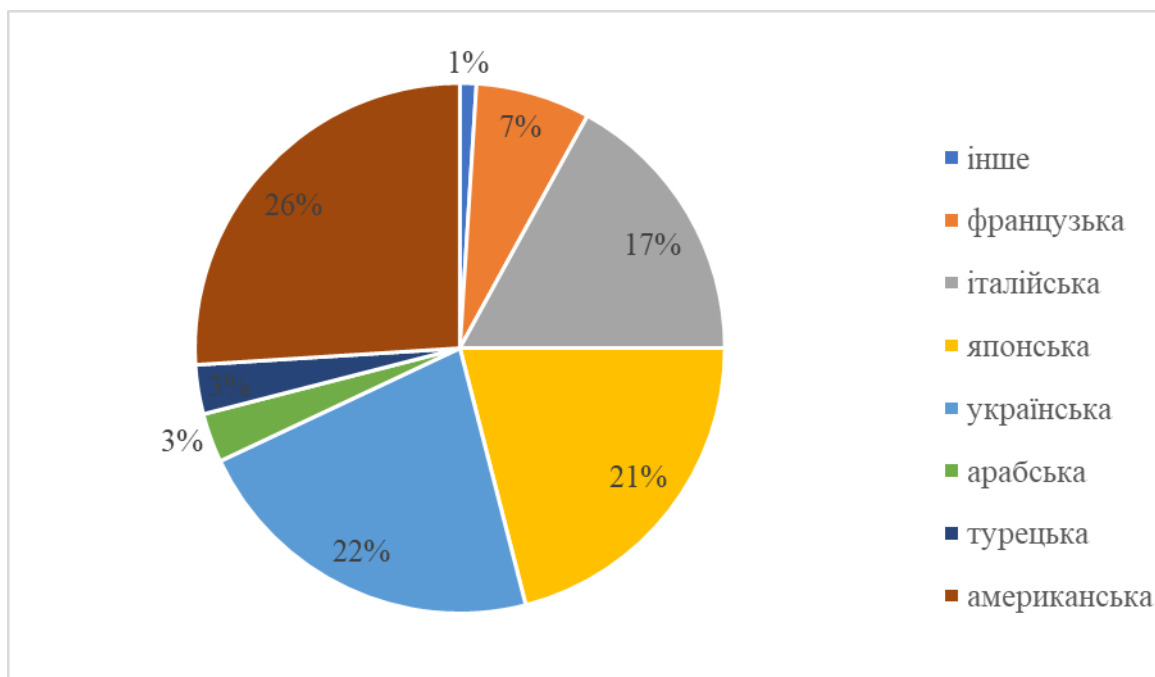


Рисунок 2.3. Сегментація ринку відносно вподобань, щодо різних кухонь світу

На основі проаналізованих даних та опитування населення можна припустити, що заклади вуличної їжі в Луцьку матимуть перспективи для подальшого розвитку. Для цього потрібно розширити ринок продукції, створити нові заклади різних кухонь з усього світу, для задоволення потреб різної вікової групи, використовувати зарубіжний досвід, де вулична їжа – це невід’ємна складова життя людини (рис. 2.3.).

2.3. Оцінка рівня якості послуг вуличної їжі міста Луцьк

Для організації злагодженої роботи швидкого харчування вуличної їжі, та швидкого виконання роботи з кухні через вікно видачі – завдання не просте. Якщо гість буде довго чекати – його буде втрачено, адже тривале очікування в порядку речей. При цьому побудова чіткого і швидкого працюючого ланцюга виконання замовлень з іншого боку має бути розрахована на інтенсивний потік замовлень, інакше бізнес швидко піде «в мінус» [4].

У сучасному глобалізованому світі багато підприємств швидкого обслуговування, зокрема кафе і підприємства вуличної торгівлі, використовують ефективну трикомпонентну систему для забезпечення безперебійної роботи. Ця система включає взаємодію трьох основних ланок: базового підприємства, транспорту і зв'язку, а також стаціонарного підприємства.

Базове підприємство відіграє ключову роль у підготовці основного асортименту продукції, використовуючи фірмовий одноразовий посуд, упаковки та серветки. Воно забезпечує високу якість і конкурентоспроможність продукції на обмежених виробничих площах. Транспорт і зв'язок відповідають за логістику, що забезпечує своєчасне замовлення і доставку продукції для споживача. Стаціонарне підприємство є кінцевою точкою реалізації продукції споживачам.

Ця ефективна система має кілька переваг.

- По-перше, вона дозволяє організувати виробництво широкого асортименту продукції на обмежених виробничих площах.
- По-друге, вона підвищує рентабельність виробництва завдяки наявності єдиної служби логістики, маркетингу та виробництва.
- По-третє, така система забезпечує найвищу оборотність місць у залах та дає можливість залучати середньо-кваліфікований персонал.

Крім того, вона сприяє впровадженню уніфікованої технології приготування широкого асортименту продукції та ефективному впровадженню нового обладнання.

За результатами раніше проведеного дослідження серед населення міста Луцьк, (рис. 2.4., 2.5.)можна сказати, що головними факторами при виборі закладу є:

1. Смакові уподобання;
2. Зручність розташування місць для сидіння;
3. Атмосфера закладу;
4. Ціна.

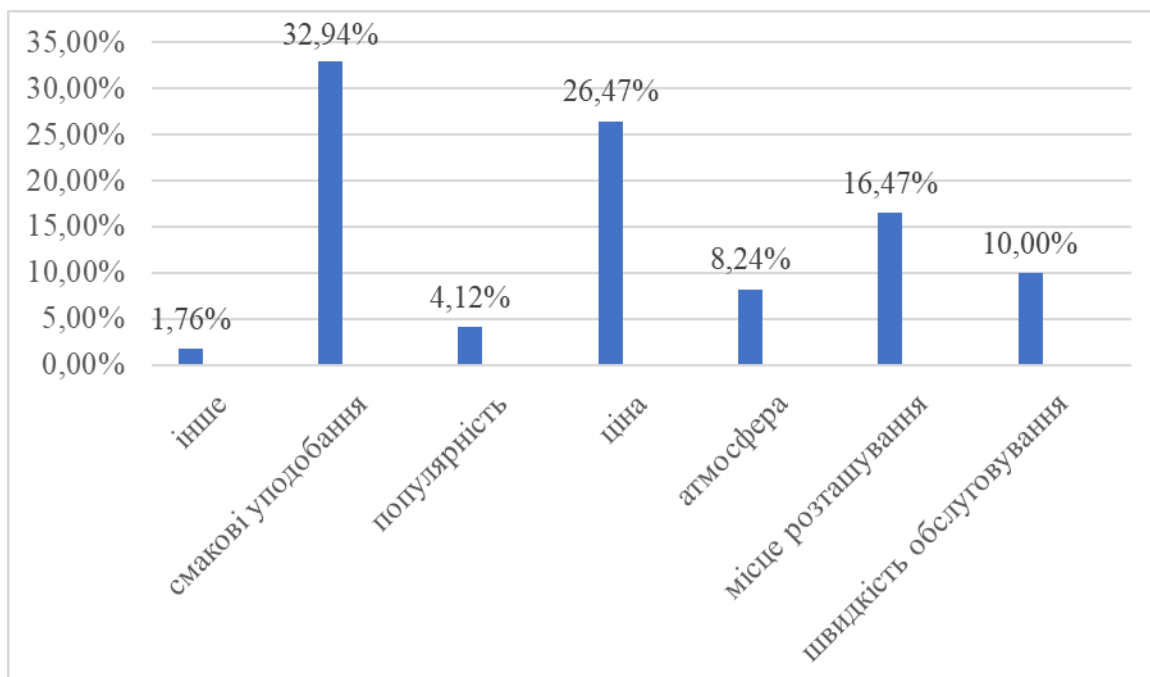


Рисунок 2.4. Фактори впливу при виборі закладу вуличної їжі

Останнім фактором споживачів є їхній дохід, але він майже не впливає на вибір: ходити, чи ні. Аналізуючи результати опитування, можна сказати, що більшість відвідує заклади харчування декілька разів на місяць. З них із зарплатою до 6000 тис. грн – 21,3%, від 6000 до 10000 тис. грн – 43,6%, більше 10000 тис. грн – 28,1%, ті що не отримують заробітної плати – 7%. Це показує, що незалежно від доходу, люди готові відвідувати заклади вуличної їжі.

Виходячи з результатів дослідження, можна виділити такі переваги вуличної їжі:

1. Це швидко.

2. Просто знайти та придбати.
3. Смачно та великий асортимент.
4. Достатньо не дорого.
5. Спосіб зустрітися з друзями.
6. Не потрібно готувати самому.
7. Спосіб отримати насолоду.

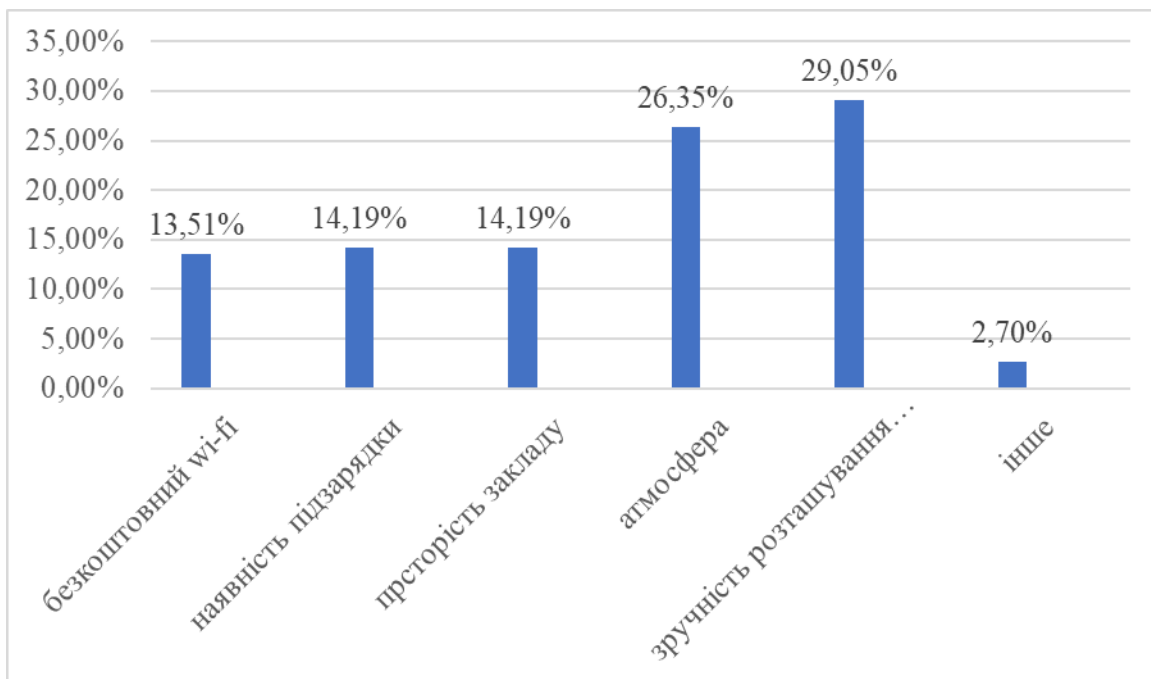


Рисунок 2.5. Додаткові фактори при виборі закладів вуличної їжі

На основі цього опитування були виявлені недоліки та переваги організації закладів вуличного харчування у Луцьку.

Доволі часто відвідувачі бажають приходити у комфортний та просторий заклад. Опитування показало, що організація місць для сидіння – один із найважливіших факторів при виборі закладу, хоча вулична їжа на це не акцентує. Власникам слід звернути увагу на організацію комфорту, інтер'єру та атмосфери закладу. Головним має бути простота, зручність, гарно підібрані кольори та відповідний стиль закладу. Також велику роль відіграє наявність wi-fi, місце підзарядки смартфонів та іншої техніки.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ВУЛИЧНОЇ ЇЖІ

3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності розвитку ринку вуличної їжі

Перший напрямок для підвищення рівня розвитку ринку вуличної їжі - це стимулювання підприємництва у цьому секторі. Застосування належних заходів може сприяти зростанню кількості та якості вуличних точок продажу.

Можна виділити наступне:

Для стимулювання підприємницької діяльності у сфері вуличного харчування необхідно розробити сприятливе законодавство. Це включає прості процедури реєстрації та отримання ліцензій для вуличних підприємців. Додатково, варто розглянути можливість впровадження спеціальних правил та знижених податків для цього сегменту громадського харчування [9].

Надання фінансової підтримки: Фінансова підтримка є важливим фактором для розвитку та розширення вуличних точок продажу. Держава та комерційні банки можуть надавати кредити під низький відсоток та фінансову підтримку вуличним підприємцям. Це допоможе їм придбати необхідне обладнання, оновити старе та збільшити їхню продуктивність.

Організація навчальних програм та тренінгів: Освіта та підвищення кваліфікації вуличних підприємців грають важливу роль у їх успішності. Можна організувати спеціалізовані навчальні програми та тренінги з підприємництва, управління бізнесом, маркетингу та гігієни. Це допоможе вуличним продавцям покращити свої навички, розуміння ринку та ефективно вести свій бізнес.

Сприяння інноваціям та креативності: Щоб підняти рівень розвитку ринку вуличної їжі, важливо стимулювати інновації та креативність серед вуличних підприємців. Це можна досягти шляхом сприяння новаторським ідеям, впровадження нових технологій та концепцій. Можливості для цього

можуть включати надання грантів на розробку нових продуктів чи конкурсів з інноваційних ідей у галузі вуличного харчування. Такі заходи сприятимуть розвитку унікальних та привабливих пропозицій для споживачів.

Співпраця з місцевими виробниками: Вулична їжа має потенціал підтримувати місцеве підприємництво та економіку. Сприяти співпраці між вуличними продавцями та місцевими виробниками сільськогосподарської та харчової продукції може стати перевагою для обох сторін. Це сприятиме використанню свіжих та якісних інгредієнтів, розвитку сталого сільського господарства та забезпеченню споживачів здоровою та екологічно чистою їжею [8].

Успіх на ринку вуличної їжі також залежить від здатності постачальника пристосуватися до змінювання смакових уподобань та потреб споживачів. Наприклад, врахування вегетаріанських, веганських або безглютенових опцій може дати конкурентну перевагу.

Більшість постачальників вуличної їжі також активно використовують соціальні медіа та мобільні додатки для просування своїх послуг, залучення нових клієнтів та збереження вірних покупців. Інноваційні підходи, наприклад, використання технології перед замовлення чи доставки на домовленість, можуть створити додаткові переваги в конкурентній боротьбі.

Таблиця 3.1.

Аналіз конкуренції між постачальниками

Критерії конкуренції	СОБАКА.ЛУ	Кіоск з шаурмою	Lafa
Якість їжі	Висока	Середня	Висока
Розмаїття меню	Широкий	Обмежений	Середній
Цінова політика	Середня	Низька	Висока
Швидкість обслуговування	Висока	Середня	Середня
Розташування	Центр	Біля парку	Район бізнесу

Ця таблиця демонструє порівняльний аналіз трьох постачальників вуличної їжі за різними критеріями конкуренції:

– СОБАКА.ЛУ вирізняється високою якістю їжі та широким асортиментом, але має середню цінову політику.

– Кіоск з шаурмою пропонує меню з обмеженими варіантами та низькими цінами, але швидкість обслуговування середня.

– Lafa має високу якість їжі та розташований в бізнес-районі, але розмаїття меню середнє.

Ця таблиця допомагає оцінити конкурентну ситуацію та визначити переваги та недоліки кожного підприємця.

3.2. Покращення якості та безпеки харчових продуктів

Одним із ключових напрямків для підвищення рівня розвитку ринку вуличної їжі є покращення якості та безпеки харчових продуктів. Це має велике значення для забезпечення довіри споживачів та збереження доброї репутації вуличних підприємців. Розглянемо декілька шляхів покращення цих аспектів [2]:

1. Суворе дотримання санітарних та гігієнічних норм: Вуличні продавці повинні дотримуватися високих стандартів санітарії та гігієни під час підготовки, приготування та подачі їжі. Вони повинні мати доступ до чистої води, належних приміщень для зберігання продуктів та використовувати безпечні та якісні інгредієнти. Періодичні перевірки з боку відповідних органів контролю допоможуть забезпечити додержання цих норм.

2. Партнерство зі спеціалізованими постачальниками: Вуличні продавці можуть укласти довгострокові партнерські угоди з місцевими постачальниками харчових продуктів, які гарантують якість та безпеку своїх товарів. Це дозволить вуличним підприємцям отримувати свіжі та якісні інгредієнти для своїх страв, а також зменшить ризик використання неналежних продуктів.

3. Інформування споживачів про походження та склад продуктів: Важливо, щоб вуличні продавці надавали достовірну інформацію про

походження та склад своїх страв. Наприклад, якщо використовуються місцеві, органічні або сталися інші особливості виробництва. Це допоможе споживачам бути впевненими у якості та безпеці продуктів, які вони споживають.

4. Посилення нагляду та контролю: Урядові органи повинні забезпечувати ефективний нагляд та контроль за дотриманням санітарних норм та стандартів безпеки вуличної їжі. Це може включати часті перевірки з боку санітарних служб, встановлення вимог до ліцензування та сертифікації вуличних продавців, а також накладення суворих санкцій на тих, хто порушує встановлені правила.

5. Сприяння освіті та свідомості споживачів: Освіта споживачів щодо важливості якості та безпеки харчових продуктів є необхідною. Вуличні продавці можуть організовувати інформаційні кампанії, демонстрації та навчальні заходи, щоб надати споживачам необхідні знання та навички для вибору безпечної та якісної вуличної їжі.

Ці заходи спільно сприятимуть покращенню якості та безпеки харчових продуктів, що пропонуються на ринку вуличної їжі. Вони сприятимуть збереженню довіри споживачів, залученню нових клієнтів та підвищенню рівня розвитку цього сектору. Згідно даних опитування населення, було виявлено, що більшість опитуваних добре ставиться до закладів вуличної їжі, хоча існує невеликий ризик загрози для безпеки для відвідувачів (рис. 3.1.).

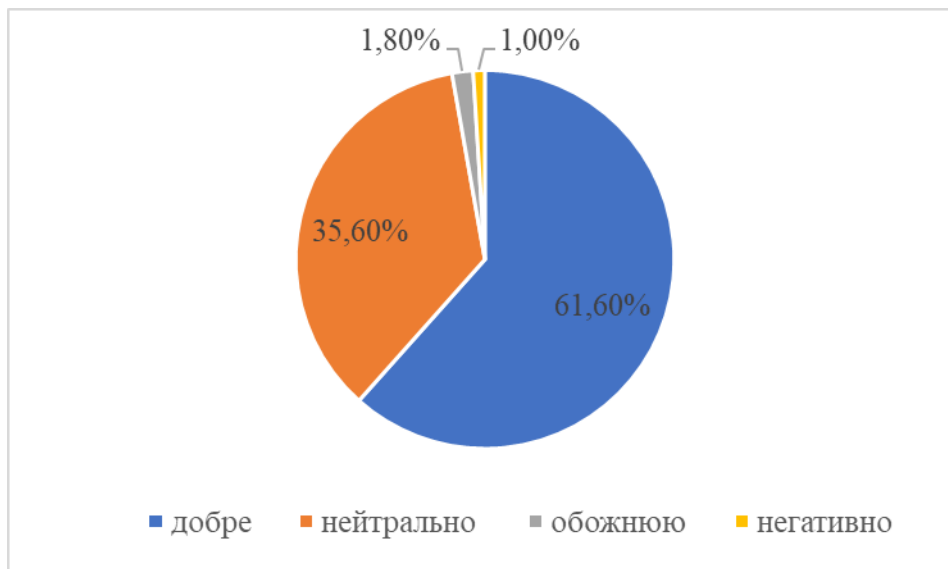


Рисунок 3.1. Реакція населення до формату вуличної їжі

3.3. Концепція вуличної їжі: "Бутерброд у Дім"

Опис концепції: " Бутерброд у Дім " є концепцією вуличної їжі, яка віддзеркалює сучасні тенденції та вимоги споживачів. Вона базується на ідеї інноваційних сендвічів, які поєднують унікальні смаки, свіжість і якість інгредієнтів зі зручністю та швидкістю обслуговування, характерними для вуличної їжі, представлено на рисунку 3.2.



Рис. 3.2. Авторський логотип «Бутерброд у Дім»

Метою проекту є створення закладу вуличної їжі швидкого обслуговування в центрі міста Луцьк (територія Театрального майданчика), для жителів, туристів та пересічних прохожих міста.

В меню закладу будуть представлені страви, що відповідають правилу «однієї руки»:

1. Сендвіч з куркою теріякі та часниковим соусом, листям салату айсберг.
2. Сендвіч з теплою телятиною та овочами гриль з соусом на основі томатів або вершковий.
3. Сендвіч з авокадо, слабосоленим лососем, крем сиром філадельфія та листям салату айсберг.
4. Сендвіч з соусом том-кха на основі рослинних вершків, руколи та котлети з тофу.
5. Сендвіч з яловичиною Пастрамі, соус барбекю, листя салату айсберг.
6. Сендвіч з авокадо та курячого яйця з соусом песто, руколою та в'яленими томатами.

Основою для сендвічів буде італійська чабата, французький бріош або без дріжджовий хліб.

Продукцію до даних страв буде закуплятися в мережах магазинів Сільпо, Метро, та приватні підприємці «Вепр», «М'ясКо». Закуп буде проводитись в даних постачальників, оскільки вони мають оптовий продаж сировини, необхідну документацію на продукт, згідно ДСТУ та вимогам НАССР і ISO та закупляти по оптовій ціні, яка є нижча ринкової (табл. 3.2.).

Таблиця 3.2.

Вартість сировини в оптових постачальників

Товар	Сільпо, грн	Метро, грн	Вепр, грн	М'ясКо, грн
Авокадо	20	19	-	-
Вершки рослинні	150	145	-	-
Вершки тваринні	144	140		

<i>Курка стегно</i>	51	50	-	-
<i>Салат айсберг</i>	79	78	-	-
<i>Рукола</i>	10	10	-	-
<i>Яловичина Пастромі</i>	-	-	-	560
<i>Теляча вирізка</i>	452	450	430	-
<i>Соус BBQ</i>	65	75	-	80
<i>Куряче яйце</i>	5,50	5,43	-	-

Устаткування для закладу вуличної їжі може варіюватись залежно від конкретних потреб і концепції бізнесу. Однак, основними елементами устаткування для закладу вуличної їжі можуть бути:

Кухонне обладнання: Для підготовки їжі на вулиці потрібне спеціалізоване кухонне обладнання, таке як грилі, барбекю, фритюрниці, плити, пічки для піци, мікрохвильові печі тощо (табл. 3.3.) Це дозволяє готувати різноманітні страви на місці.

Контейнери та упаковка: Важливим елементом вуличного харчування є відповідна упаковка для страв. Це можуть бути пластикові контейнери, картонні коробки, паперові пакетики або воскові папери. Вони повинні бути зручними для прийому їжі, міцними і забезпечувати збереження тепла та свіжості страв.

Меблі та столи: Залежно від концепції закладу, можуть знадобитися меблі для зони обіду, такі як столи, стільці або лавки. Вони повинні бути зручними для клієнтів і витримувати зовнішні умови.

Обладнання для обслуговування клієнтів: Для забезпечення зручності обслуговування можна використовувати різні елементи, такі як кошики для сміття, настільні набори, ножі, виделки, ложки, стакани, пляшки з водою тощо.

Таблиця 3.3.

Вартість початкового устаткування для закладу

<i>Назва обладнання</i>	<i>Вартість (грн)</i>
Комбінована піч	100 000
Гриль	25 000

Швидкопiч	60 000
Професiйний блендер	15 000
М'ясорубка	5 000
Холодильна камера	90 000
Загальна сума	295 000

Технології та POS-системи (рис. 3.2.): У сучасному вуличному харчуванні можна використовувати різні технології для покращення обслуговування клієнтів, такі як POS-системи (системи обробки платежів), мобільні додатки для замовлення їжі, електронні меню та інше.



Рисунок 3.2. POS система з двома екранами для гостя і персоналу

Для початку роботи закладу, слід врахувати те, що використання нового устаткування буде краще, ніж вживаного. Аргументуючи це тим, що для вживаного устаткування потрібні будуть регулярні ремонти та обслуговування за рахунок власника. Замінити його на нове, дозволить знизити його ремонт та обслуговування, що дозволить закладу працювати без затримок з постійною стабільністю.

Слід враховувати, що нове обладнання містить в своєму програмному забезпеченні так званий «штучний інтелект», який аналізує роботу персоналу на обладнанні, та опрацює дані, для покращення стабільності та швидкості роботи.

ВИСНОВКИ

В ході проведення даної дипломної роботи було проведено комплексний аналіз вуличної їжі в місті Луцьк з метою визначення її харчової цінності, безпеки, різноманітності та рівня конкуренції. Дослідження показало наступні важливі висновки:

– безпека вуличної їжі: Дослідження безпеки вуличної їжі виявило наявність ризиків, пов'язаних з недостатньою гігієною приготування, зберігання та розповсюдження страв. Недостатня температура зберігання, неконтрольований джерела сировини та неправильна обробка продуктів можуть призвести до поширення харчових отруєнь та захворювань серед споживачів вуличної їжі.

– різноманітність вуличної їжі: Аналіз різних видів вуличних страв показав широкий спектр кулінарних традицій та впливів, які відображаються в асортименті вуличної їжі. Вулична їжа в місті Луцьк пропонує різноманітні смаки, інгредієнти та стилі готування, задовольняючи різні смакові уподобання споживачів.

– конкуренція на ринку вуличної їжі: Дослідження ринку вуличної їжі виявило наявність значної конкуренції між різними постачальниками вуличної їжі в місті Луцьк. Багато підприємств швидкого обслуговування та

кафе пропонують власні варіанти вуличної їжі, змагаючись за увагу та лояльність клієнтів.

– інноваційні технології в закладах громадського харчування є надзвичайно важливим фактором у сучасній гастрономічній сфері. Вони дозволяють підвищити ефективність, якість обслуговування та задоволення клієнтів.

– застосування інноваційних технологій у закладах громадського харчування дозволяє автоматизувати процеси приготування їжі, збереження продуктів, керування запасами та замовленнями. Це забезпечує швидкість обслуговування, точність та уніфікацію процесів, що в свою чергу призводить до зниження часу очікування клієнтів та збільшення задоволення від обслуговування.

Завдяки розробці стратегії унікального меню в концепції закладу «Бутерброд у Дім», можна задовільнити потреби людей, які мають вегетаріанські або веганські погляди на харчування. У подальшому розвитку закладу, будуть передбачені страви для людей зі спеціальною дієтою, що виключатимуть страви з глютенівмісною сировиною, для людей з алергією на спеції, молочну продукцію тваринного походження.

В цілому, аналіз вуличної їжі в місті Луцьк показав, що він має різноманітну харчову цінність та ризики, пов'язані з безпекою. Конкуренція на ринку є великою, що вимагає від постачальників вуличної їжі постійного вдосконалення та зусиль для залучення та утримання клієнтів. Для досягнення успіху в цьому сегменті ринку необхідно постійно оновлювати меню, забезпечувати високу якість та безпеку продуктів, а також надавати якісне обслуговування клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.: у 2-х ч. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі - Харків, 2019. - Вип. 1(15), ч. 2. - С. 331 - 338.
2. Бутенко А.Ю., Бліщ Р.О. Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф."Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг" Львів: Растр-7, 2016. 376 с. С.303-306.
3. Арламов О.Ю., Безпека життєдіяльності та цивільний Захист. Київ – 2018. – 93 с.
4. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник / М. П. Мальська, О.М. Гаталяк, Н.М. Ганич. - К.: Центр учб. л-ри, 2013. - 304 с.
5. Ляшук М.М. Ресторанне господарство Волинської області: сучасний стан та динаміка / М.М. Ляшук // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. - 2009. - № 10. - С 69 - 74.
6. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 348 с
7. Савенко Ю.М. Основні тенденції ринку громадського харчування. - Вісник КНТЕУД.- 2014.- № 4. - С. 31-37.
8. Якимишин Л. Я. Формування ланцюга поставок на основі ідентифікації споживчих потреб / Л. Я. Якимишин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. - 2017. - № 863. - С. 245-258.
9. Мілашовська О.І., Гоблик-Маркович Н.М. / Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» 18 жовтня 2012 р., м. Харків. Ч.1. с. 263-264.

10. П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України // Вісник КНТЕУ. 2005. №1. С.5-11.
11. Тарасова В. В. Метрологія, стандартизація і сертифікація: Підручник для вищих навчальних закладів/ В. В. Тарасова, А. С. Малиновський, М. Ф. Рибак; Мін-во освіти і науки України, Державний агроекологічний ун-т. К.: Центр навчальної літератури, 2006.
12. Перелік документації системи HACCP URL: https://certificant.org/uk/haccp_ukraine/perelik-dokumentiv-systemy-haccp/
13. Маркетинговий аналіз закладів вуличної їжі URL: <https://www.food-service.com.ua/fast-fud-fast-fudu-rozn:-obzor-restoranov-bystrogo-pitaniya-i119>
14. Аналіз закладів швидкого харчування в Україні URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>
15. Аналіз українського ринку швидкого харчування. URL: <https://business.ua/uk/fastfud-perezavantazhennya>