

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин  
та туристичного бізнесу»  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

**ДО ЗАХИСТУ**  
Завідувачка  
кафедри готельно-ресторанного  
бізнесу та харчових технологій  
к.е.н., доцент Данько Н.І.

---

**Кваліфікаційна робота магістра**  
на тему: «ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ДІЯЛЬНІСТЬ  
ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА (НА ПРИКЛАДІ  
РЕСТОРАНУ АЗІАТСЬКОЇ КУХНІ «TAMASI»)»

Виконала:  
студентка 2 курсу, гр. УГР-61  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Федяй Дарина Сергіївна

---

Керівник:  
к.е.н., доцент Данько Наталя Іванівна

---

Рецензент:  
к. е. н, доц. Шамара Ірина Миколаївна

---

**Підсумкова оцінка:**  
За шкалою ЗВО \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

**Міністерств освіти і науки України  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних  
відносин та туристичного бізнесу»  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій**

***ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА***

Студентки Федяй Дарини Сергіївни

Курсу \_\_\_\_\_ ІІ \_\_\_\_\_ групи УГР-61

Тема кваліфікаційної роботи «Впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства (на прикладі ресторану азійської кухні «Tamasi»)»

затверджена наказом від 21.10.2024 р. № 4001-5/3204

1. Графік виконання роботи

<b>Назва розділів роботи</b>	<b>Дата закінчення</b>	<b>Відмітка про виконання (підпис керівника)</b>
Теоретичні основи впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства	25.10.2024	
Аналіз інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства	15.11.2024	
Впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства	24.11.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 05.12.2024

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) допуск 25.11.2024

КЕРІВНИК РОБОТИ: канд.екон.наук, доцент

Наталя ДАНЬКО

Дата видачі завдання 01.09.2024

Завдання прийняте до виконання дипломником

Дарина ФЕДЯЙ

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

Наталя ДАНЬКО

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить: 100 сторінок, 14 таблиць, 7 рисунків, 78 літературних джерел, 5 додатків.

**НАЗВА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ:** «Впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства (на прикладі ресторану азіатської кухні «Tamasi»).

**ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ:** процес впровадження інновацій в закладах ресторанного господарства, зокрема в ресторані азіатської кухні «Tamasi».

**ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ:** інноваційна діяльність закладів ресторанного господарства.

**МЕТА РОБОТИ:** розробити інноваційні рішення щодо діяльності ресторану азіатської кухні «Tamasi» та оцінити їх ефективність.

**ЗАВДАННЯ РОБОТИ:** розглянути теоретичні основи впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства; провести аналіз інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства; зробити проектування ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків; впровадити інноваційні рішення в діяльність ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків; оцінити економічну ефективність інноваційного ресторанного проекту

**МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ:** економічний аналіз, спостереження, узагальнення.

**НАУКОВА НОВИЗНА ДОСЛІДЖЕННЯ:** за результатами дослідження сформульовані теоретичні та практичні положення, які доведені автором до конкретних пропозицій щодо впровадження інноваційних рішень в діяльність ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків. Одержані результати можуть бути використані в організації роботи ресторанних господарств в Україні.

**РІК ВИКОНАННЯ 2024. РІК ЗАХИСТУ 2024**

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ІННОВАЦІЇ, ТЕНДЕНЦІЇ, РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВИ.

## ABSTRACT

Degree work: 100 pages, 14 tables, 7 figures, 78 sources, 5 supplements.

**TITLE OF THE QUALIFICATION WORK:** “Implementation of innovative solutions in the activities of the restaurant business (on the example of the restaurant of Asian cuisine “Tamasi”).

**SUBJECT OF RESEARCH:** the process of introducing innovations in restaurant business establishments, in particular in the restaurant of Asian cuisine “Tamasi”.

**OBJECT OF RESEARCH:** innovative activity of restaurant business establishments.

**PURPOSE OF WORK:** to propose innovative solutions for the activities of the Asian restaurant “Tamasi” and evaluate their effectiveness.

**TASKS:** to consider the theoretical foundations for the implementation of innovative solutions in the activities of the restaurant business; to analyze the innovative activities of the restaurant business; to design the Asian cuisine restaurant “Tamasi” in Kharkiv; to implement innovative solutions in the activities of the Asian cuisine restaurant “Tamasi” in Kharkiv; to evaluate the economic efficiency of the innovative restaurant project.

**METHOD OF RESEARCH:** economic analysis, observation, generalization.

**SCIENTIFIC NOVELTY OF THE STUDY:** based on the results of the study, theoretical and practical provisions were formulated, which were brought by the author to specific proposals for the implementation of innovative solutions in the activities of the Asian restaurant “Tamasi” in Kharkiv. The obtained results can be used in the organization of restaurant business in Ukraine.

**YEAR OF EXECUTION 2024. YEAR OF DEFENSE 2024**

**KEYWORDS:** INNOVATIONS, TRENDS, RESTAURANT BUSINESS, DEVELOPMENT, PROSPECTS.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	6
1.1. Поняття інновації та їх класфікація .....	6
1.2. Особливості інноваційних рішень в ресторанному господарстві.....	12
1.3. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного господарства (Best practices).....	17
1.4. Огляд інновацій в ресторанному господарстві, що базуються на сталому розвитку.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	29
2.1. Аналіз ринку азійської кухні: нові тенденції та перспективи.....	29
2.2. Аналіз ринку закладів азійської кухні у місті Харків .....	34
2.3. Проектування ресторану азійської кухні «Tamasi».....	44
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	64
3.1. Впровадження інноваційних рішень на основі принципів сталого розвитку....	64
3.2. Впровадження технологічних інновацій.....	69
3.3. Оцінка економічної ефективності проекту відкриття закладу ресторанного господарства .....	78
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93
ДОДАТКИ.....	101

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У сучасних умовах інтенсивного розвитку ресторанного бізнесу інноваційні рішення відіграють ключову роль у забезпеченні довготривалої конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Успішне функціонування ресторану вже неможливе без постійного впровадження новітніх технологій, які дозволяють оптимізувати процеси та підвищити ефективність надання послуг. Це стає критично важливим на тлі посилення конкуренції на ринку та швидко мінливих запитів споживачів, які очікують від закладів не тільки смачної їжі, але й високоякісного сервісу, інтерактивних рішень та екологічної відповідальності.

Впровадження інноваційних рішень у ресторанний бізнес включає широкий спектр напрямків, які охоплюють технології автоматизації та цифровізації процесів, покращення якості обслуговування, нові моделі управління ресурсами, а також екологічні та соціальні ініціативи. Серед найбільш затребуваних технологічних нововведень можна виділити автоматизацію прийому замовлень, управління кухнею через спеціалізовані системи, впровадження цифрових меню та онлайн-сервісів для бронювання столиків, а також використання мобільних додатків для комунікації з клієнтами. Ці рішення дозволяють не тільки значно спростити та прискорити робочі процеси, але й підвищити якість взаємодії з відвідувачами, що в свою чергу впливає на лояльність клієнтів та їхнє повернення до закладу.

Особливої уваги заслуговує впровадження екологічно чистих технологій та підходів у ресторанному бізнесі. Це можуть бути системи зменшення харчових відходів, використання перероблених матеріалів для пакування, впровадження енергоощадних технологій або співпраця з місцевими виробниками органічних продуктів. Такі ініціативи не тільки допомагають знизити витрати, але й стають важливою складовою іміджу ресторану в очах екологічно свідомих споживачів, які все більше уваги приділяють сталому розвитку бізнесу.

Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці таких авторів, як Агафонова Л.Г., Архіпов В.В., Бурий С.А., які досліджували питання інноваційного розвитку в ресторанній сфері та аналізували вплив інновацій на ефективність діяльності підприємств. Особливу увагу було приділено класифікації інновацій та їх впровадженню в ресторанному господарстві, що дозволяє глибше розкрити їхню роль у забезпеченні успішної діяльності закладів.

Об'єкт дослідження – інноваційна діяльність закладів ресторанного господарства.

Предмет дослідження – процес впровадження інновацій в закладах ресторанного господарства, зокрема в ресторані азіатської кухні «Tamasi».

Мета дослідження – розробити інноваційні рішення щодо діяльності ресторану азіатської кухні «Tamasi» та оцінити їх ефективність.

Завдання дослідження:

1. Розглянути теоретичні основи впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства.
2. Провести аналіз інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства.
3. Зробити проектування ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків.
4. Впровадити інноваційні рішення в діяльність ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків.
5. Оцінити економічну ефективність інноваційного ресторанного проекту

**Методи дослідження.** У роботі використовувались методи аналізу наукових публікацій, огляд та порівняння практичних підходів до впровадження інновацій у ресторанному бізнесі, а також аналіз діяльності ресторану «Tamasi». Було здійснено дослідження ринку азіатської кухні у місті Харків, зокрема впровадження інноваційних рішень у цьому сегменті.

Практична значущість полягає у розробці та обґрунтуванні організаційно-проектних рішень щодо відкриття ресторану етнічної, а саме азійської кухні у місті Харків.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, містить 97 сторінок тексту, 7 рисунків, 14 таблиць, 3 додатки. Список джерел включає 78 найменувань літератури.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

## 1.1. Поняття інновації та їх класифікація

Інновації є ключовим елементом розвитку будь-якої галузі, включаючи ресторанне господарство. Поняття «інновація» охоплює широкий спектр процесів і змін, спрямованих на поліпшення функціонування організацій, впровадження нових технологій та покращення послуг. Основні наукові визначення інновацій зосереджені на різних аспектах цього процесу, проте в їх основі завжди лежить впровадження нових ідей, продуктів чи процесів, які мають на меті створення додаткової цінності для споживачів та бізнесу. У контексті ресторанного господарства інновації можуть мати різні прояви, від запровадження нових страв у меню до застосування новітніх методів автоматизації кухні та управління закладом [3, с. 28].

Вчені визначають інновації як процес, що включає декілька етапів: від зародження ідеї до її реалізації та оцінки результатів. Наприклад, Джозеф Шумпетер, один із перших дослідників інновацій, розглядав інновацію як новий комбінаційний процес, який змінює існуючі ринкові умови та створює нові можливості для бізнесу. У контексті ресторанного господарства це може проявлятися у зміні підходів до приготування їжі, використанні нових інгредієнтів або впровадженні нових форматів обслуговування клієнтів. Іншими словами, інновація не обмежується лише технічними вдосконаленнями; вона може стосуватися організаційних або управлінських процесів, що значно підвищують ефективність роботи закладу.

Однією з основних характеристик інновацій є їх здатність трансформувати та покращувати наявні процеси. У ресторанному бізнесі інновації можуть охоплювати такі аспекти, як нові рецептури, інтеграція технологій, таких як онлайн-замовлення та автоматизація процесів обслуговування, або нові підходи до маркетингу та залучення клієнтів.

Впровадження нових технологій дозволяє зменшити витрати, покращити якість обслуговування, підвищити продуктивність праці персоналу та забезпечити конкурентні переваги. Наприклад, автоматизація процесів приготування їжі дозволяє зменшити час обслуговування клієнтів, що підвищує рівень задоволеності та лояльності споживачів.

Інновації в ресторанному господарстві також включають поліпшення операційних процесів та стратегічного управління. Це можуть бути такі підходи, як використання новітніх програмних продуктів для управління запасами, контролю якості продуктів або організації процесів взаємодії з постачальниками. Важливим є впровадження цифрових технологій для оптимізації логістичних процесів, що дозволяє знизити ризики втрат та забезпечити своєчасне постачання якісних продуктів. Рішення, що дозволяють контролювати кожен етап операційного циклу, знижують людський фактор та помилки, підвищуючи точність і ефективність процесів у ресторані [4, с. 25].



Рис. 1.1 – Інновації в управлінні рестораном

Розроблено автором на матеріалі [29]

Слід зазначити, що інновації у ресторанному господарстві часто стосуються і соціальних змін у суспільстві. Наприклад, підвищення попиту на

екологічно чисту їжу та сталий розвиток стимулює ресторани до впровадження екологічних інновацій, таких як використання локальних продуктів, зменшення кількості харчових відходів, перехід на біорозкладну упаковку або енергозберігаючі технології. Екологічна відповідальність стає важливим елементом ресторанного бізнесу, адже сучасні споживачі все більше звертають увагу на те, як заклад турбується про довкілля.

Важливим аспектом інновацій у ресторанному господарстві є їхній вплив на формування нового досвіду споживачів. Ресторани постійно шукають нові способи залучення клієнтів, створюючи унікальні гастрономічні враження. Це може бути досягнуто через інноваційні підходи до створення меню, впровадження нових форматів обслуговування, таких як самообслуговування або інтерактивне обслуговування, або навіть через створення інтерактивних середовищ, які взаємодіють з клієнтами на новому рівні. Сучасні технології, такі як віртуальна реальність або доповнена реальність, також можуть стати частиною інноваційних процесів у ресторанній індустрії, дозволяючи клієнтам отримати більш інтерактивний та персоналізований досвід.

З економічної точки зору, інновації в ресторанному господарстві сприяють зростанню рентабельності бізнесу. Вони дозволяють оптимізувати витрати, знизити кількість помилок, пов'язаних з людським фактором, і забезпечити ефективне управління всіма аспектами діяльності закладу. Крім того, інновації відкривають нові можливості для масштабування бізнесу, включаючи створення франшиз або розширення мережі закладів за рахунок впровадження успішних інноваційних рішень. Важливо відзначити, що успішне впровадження інновацій вимагає від ресторанного бізнесу високого рівня готовності до змін, гнучкості у підходах до управління та здатності швидко адаптуватися до нових умов [1].

Інновації також сприяють покращенню робочих умов для персоналу ресторану. Наприклад, автоматизація деяких процесів на кухні або в обслуговуванні клієнтів дозволяє знизити фізичне навантаження на працівників, скоротити кількість рутинних операцій та підвищити загальну

ефективність праці. Також новітні технології можуть бути використані для покращення навчання персоналу, що сприяє підвищенню кваліфікації співробітників та зменшенню кількості помилок у роботі. Це, в свою чергу, підвищує рівень задоволеності клієнтів та зменшує ризики для бізнесу.

Інновації є невід'ємною складовою сучасного розвитку в будь-якій галузі, оскільки вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності, ефективності та забезпечують динамічний розвиток. Інновації можуть проявлятися в різних формах, залежно від їх характеру та застосування, що дозволяє поділити їх на кілька категорій. Найбільш вживаними критеріями класифікації інновацій є технологічні, продуктові, процесні та управлінські. Такий поділ дає можливість краще розуміти суть інновацій, їх вплив на різні аспекти діяльності підприємства або організації, а також обирати найбільш доцільні рішення для розвитку бізнесу чи інших сфер людської діяльності.

Технологічні інновації є однією з основних категорій інновацій, що передбачає впровадження нових технологій, технічних засобів, інженерних рішень або модернізації існуючого обладнання. Основна мета технологічних інновацій полягає в підвищенні ефективності виробництва, оптимізації використання ресурсів та покращенні якості продукції чи послуг. У сучасних умовах, коли технологічний прогрес відбувається надзвичайно швидкими темпами, організації, що не впроваджують новітні технології, ризикують втратити свою конкурентоспроможність. Технологічні інновації також можуть стосуватися автоматизації виробничих процесів, використання штучного інтелекту або роботизованих систем, впровадження інтернету речей, що дозволяє забезпечити безперервний контроль за всіма етапами виробничого процесу. Важливо зазначити, що технологічні інновації часто потребують значних інвестицій у науково-дослідні роботи та закупівлю нового обладнання, однак вони зазвичай призводять до довготривалих вигод, таких як зниження витрат виробництва та покращення якості продукції.

Продуктові інновації передбачають створення нових товарів або послуг, які відрізняються від існуючих на ринку за своїми характеристиками,

властивостями чи дизайном. У контексті харчової індустрії продуктивні інновації можуть бути представлені у вигляді нових страв або напоїв, створених за новими рецептами, з використанням нестандартних інгредієнтів або нових технологій обробки продуктів. Такі інновації сприяють розширенню асортименту продукції та можуть задовольняти різноманітні потреби споживачів. Наприклад, зростання популярності здорового харчування спонукало багатьох виробників до створення продуктів, що містять менше цукру, жирів або консервантів, і є більш натуральними. Продуктивні інновації також можуть бути спрямовані на адаптацію до специфічних ринків, таких як вегетаріанство або веганство, що останнім часом набирає популярності у багатьох країнах. Зазначені інновації не лише допомагають задовольнити нові потреби споживачів, а й часто стають джерелом додаткового доходу для підприємств, що здатні реагувати на зміну попиту на ринку.

Процесні інновації стосуються змін у виробничих або організаційних процесах, які дозволяють оптимізувати діяльність підприємства, скоротити витрати або збільшити продуктивність. Процесні інновації можуть включати автоматизацію окремих виробничих ланок, впровадження нових логістичних систем, удосконалення управління запасами або використання нових методів контролю якості. Наприклад, у ресторанному бізнесі процесні інновації можуть проявлятися у вдосконаленні системи замовлення та доставки страв, що дозволяє скоротити час очікування для клієнтів та підвищити їх задоволеність сервісом. Процесні інновації також можуть включати впровадження програмного забезпечення для управління персоналом, яке автоматизує процеси планування робочого графіка, контролю за виконанням завдань та ведення облікової документації [2, с. 358].

Управлінські інновації є важливим аспектом стратегічного розвитку будь-якої організації, оскільки вони передбачають зміну підходів до організації управління, керування ресурсами та прийняття рішень. У сучасних умовах ефективного управління є запорукою успішного функціонування підприємства, особливо в умовах високої конкуренції та швидких змін на ринку.

Управлінські інновації можуть включати перехід на нові моделі організації праці, такі як Agile або Lean, що забезпечують більшу гнучкість та адаптивність організації до змін на ринку. Такі підходи передбачають постійну взаємодію між всіма рівнями управління, зокрема участь працівників у прийнятті рішень та швидке реагування на зміни в зовнішньому середовищі. Крім того, управлінські інновації можуть стосуватися впровадження нових методів мотивації персоналу, що базуються на матеріальних та нематеріальних заохоченнях, або використання нових інструментів для моніторингу продуктивності працівників, що дозволяє створювати індивідуальні стратегії розвитку кожного члена команди.

Важливо зазначити, що різні типи інновацій можуть бути взаємопов'язані між собою та впливати на інші категорії інновацій. Наприклад, технологічні інновації часто є підґрунтям для продуктових та процесних інновацій, оскільки новітні технології дозволяють створювати нові продукти та покращувати існуючі процеси. У свою чергу, процесні інновації можуть вимагати змін у управлінні організацією, оскільки нові методи виробництва або оптимізації процесів потребують адаптації організаційної структури та підходів до управління. Це означає, що успішне впровадження інновацій у будь-якій галузі вимагає комплексного підходу, що включає аналіз усіх можливих змін та їх впливу на загальну діяльність підприємства.

Інноваційний процес не є статичним і не має одного кінцевого результату. Успішні інновації зазвичай є результатом тривалої роботи з удосконалення існуючих рішень або пошуку нових можливостей для розвитку. Крім того, впровадження інновацій вимагає належної оцінки ризиків, пов'язаних із змінами, оскільки нові технології або підходи можуть мати непередбачувані наслідки для організації. Наприклад, впровадження автоматизованих систем або роботизованих технологій може призвести до скорочення робочих місць, що, у свою чергу, може викликати соціальну напругу та вимагати додаткових витрат на перекваліфікацію працівників.

Таким чином, впровадження інновацій має бути добре спланованим і забезпеченим відповідними ресурсами для мінімізації можливих ризиків.

## **1.2. Особливості інноваційних рішень в ресторанному господарстві**

Інновації в ресторанному господарстві розглядаються як невід’ємна складова розвитку сучасного бізнесу. Їх можна трактувати як процес впровадження нових ідей, технологій, методів і рішень, які сприяють підвищенню ефективності закладів, поліпшенню обслуговування клієнтів, оптимізації операційних процесів та підвищенню конкурентоспроможності на ринку. Впровадження інноваційних рішень є не лише способом адаптації до мінливих умов ринку, але і можливістю залучення нової аудиторії, покращення якості продукції та послуг, а також підвищення рівня задоволеності клієнтів [9, с. 484].

У ресторанному бізнесі інновації охоплюють широкий спектр аспектів – від технологій приготування їжі до управлінських підходів і способів обслуговування. Важливим аспектом інновацій є здатність адаптувати нові технології, процеси та ідеї до специфіки ресторанного господарства, що вимагає глибокого розуміння галузі, клієнтських очікувань і внутрішніх процесів закладів. На практиці це може включати як модернізацію обладнання кухні, впровадження автоматизованих систем управління замовленнями та складом, так і розробку нових концепцій обслуговування клієнтів, наприклад, за допомогою цифрових меню або безконтактних платежів.

Одним із найважливіших аспектів інновацій у ресторанному господарстві є автоматизація процесів. Впровадження автоматизованих систем дозволяє значно підвищити ефективність операцій, знизити витрати часу і ресурсів, а також мінімізувати ризик помилок, пов’язаних із людським фактором. Такі системи включають управління замовленнями, моніторинг запасів, автоматизацію оплати та обробку даних про клієнтів. Вони також допомагають ресторанам оптимізувати логістику та процеси підготовки страв, що позитивно впливає на швидкість обслуговування та якість готових страв.

Діджиталізація є ще одним потужним інструментом, що змінює ресторанну індустрію. Використання цифрових технологій дає можливість ресторанам не лише спростити процес замовлення їжі, але й забезпечити більш персоналізований підхід до обслуговування клієнтів. Наприклад, цифрові меню дозволяють оновлювати асортимент страв в реальному часі, надавати детальну інформацію про інгредієнти, калорійність та алергени, що стає все більш важливим для сучасних споживачів. Крім того, цифрові рішення сприяють зменшенню витрат на друк і створюють можливості для інтеграції з програмами лояльності та іншими маркетинговими інструментами [19, с. 208].

Окрім технологій, інновації у ресторанному господарстві також стосуються нових підходів до управління персоналом і взаємодії з клієнтами. Наприклад, автоматизація процесів набору та навчання персоналу може скоротити час і витрати на пошук кваліфікованих працівників. Використання аналітичних інструментів дозволяє ресторанним менеджерам краще розуміти, які працівники мають найбільший потенціал, які навички необхідно вдосконалити, і як оптимально розподілити обов'язки між співробітниками. Також варто згадати про інноваційні підходи до мотивації персоналу, наприклад, за допомогою систем бонусів та гейміфікації робочих процесів, що сприяє підвищенню залученості працівників і покращенню якості обслуговування клієнтів.

Крім того, у ресторанному господарстві широко впроваджуються екологічні інновації, які є відповіддю на зростаючі запити суспільства щодо сталого розвитку. Це включає перехід на використання екологічно чистих продуктів, зменшення відходів, оптимізацію енергоспоживання та водопостачання. Сучасні ресторани дедалі частіше звертають увагу на стійке використання ресурсів і намагаються мінімізувати свій екологічний слід, що є важливою складовою їхнього іміджу і приваблює свідомих споживачів.

У цьому контексті слід згадати про концепцію “від ферми до столу”, яка набуває популярності в ресторанному господарстві. Вона передбачає використання локальних, сезонних продуктів, що не лише забезпечує високу

якість страв, але й сприяє підтримці місцевих виробників і зниженню вуглецевого сліду, пов'язаного з транспортуванням продуктів. Такий підхід також дозволяє ресторанам швидше адаптувати своє меню під зміну сезону або специфічні потреби клієнтів, що є однією з ознак гнучкості і адаптивності інноваційних рішень [13, с. 39].



Рис. 1.2 – Інноваційні напрямки в управлінні рестораном

Розроблено автором на матеріалі [13]

Інновації в ресторанному господарстві також включають нові підходи до кулінарії. Це може бути використання новітніх технологій приготування їжі, таких як молекулярна кухня, вакуумне приготування (су-від) або технології глибокого заморожування, які дозволяють зберігати свіжість продуктів і забезпечують стабільну якість страв. Застосування цих технологій дає змогу створювати унікальні гастрономічні враження для клієнтів, що є ключовим елементом успішної ресторанної стратегії на ринку високої конкуренції.

Ще одним важливим аспектом інновацій у ресторанній сфері є вдосконалення комунікаційних каналів між рестораном та клієнтами. Використання соціальних мереж, мобільних додатків і цифрового маркетингу відкриває нові можливості для залучення та утримання клієнтів. Наприклад, ресторани можуть використовувати мобільні додатки для відправлення повідомлень про спеціальні пропозиції, акції або нові страви, а також для збору

зворотного зв'язку від клієнтів, що дозволяє швидко реагувати на їхні побажання та покращувати якість обслуговування [8, с. 11].

Однією з тенденцій сучасного ресторанного бізнесу є впровадження концепції «темних кухонь» (dark kitchens), які є результатом розвитку інновацій в області доставки їжі. Це кухні, що функціонують виключно для приготування їжі на доставку, без фізичної присутності клієнтів у залі. Така модель дозволяє знизити витрати на утримання ресторанних приміщень і персоналу, одночасно збільшуючи можливість обслуговування великої кількості замовлень. Це є прикладом того, як інновації можуть повністю трансформувати традиційні бізнес-моделі в ресторанному господарстві.

Автоматизація процесів у ресторанному господарстві вже давно стала ключовим фактором, що сприяє підвищенню ефективності, швидкості обслуговування та покращенню якості взаємодії з клієнтами. Впровадження цифрових інструментів та рішень дозволяє ресторанам краще управляти усіма аспектами своєї діяльності – від прийому замовлень до управління складом і персоналом. Ці інновації дозволяють не тільки знизити витрати, але і забезпечити більший контроль за бізнес-процесами та підвищити рівень обслуговування [4, с. 25].

Цифрові меню є одним із найпоширеніших прикладів автоматизації, які значно змінюють традиційний підхід до обслуговування клієнтів у ресторанах. За допомогою цифрового меню гості можуть самостійно ознайомитися з асортиментом страв, переглянути детальний опис інгредієнтів, калорійність, можливі алергічні реакції на певні компоненти страви та навіть переглянути зображення готових страв. Це спрощує процес вибору їжі для клієнтів, особливо для тих, хто має особливі дієтичні потреби чи алергії. Використання цифрових меню також сприяє зменшенню кількості помилок при замовленні, оскільки клієнти безпосередньо вказують свої уподобання через систему, без необхідності комунікації з офіціантами. Це не лише прискорює процес прийняття замовлень, але й дозволяє мінімізувати людські помилки, пов'язані з неправильною інтерпретацією замовлень.

Крім того, цифрові меню дозволяють ресторанам оперативно оновлювати інформацію про страви. Наприклад, якщо певна страву більше не доступна, інформація про це може бути миттєво відображена в меню, що виключає необхідність пояснень зі сторони офіціантів або можливих непорозумінь із клієнтами. Цифрові меню також сприяють розвитку нових маркетингових стратегій, таких як спеціальні пропозиції, рекомендації щодо вибору страв на основі уподобань клієнтів або персоналізовані акції [16, с. 55].

Системи онлайн-замовлень стали критично важливими для ресторанів, особливо під час пандемії COVID-19, коли кількість клієнтів, які бажали замовляти їжу додому або забирати її з ресторану, різко зросла. Такі системи автоматично інтегрують дані про замовлення до внутрішніх систем управління рестораном, що дозволяє уникнути помилок та запобігти перевантаженню кухні. Вони також дозволяють клієнтам вибирати час доставки або самовивозу, що дозволяє краще контролювати роботу кухні і розподіляти навантаження на персонал. Крім того, автоматизовані системи онлайн-замовлень надають клієнтам можливість оплачувати замовлення онлайн, що зменшує контакт із готівкою та прискорює процес обслуговування.

Ще одним значним інноваційним рішенням є програми для управління персоналом і розкладом. У ресторанах, де є багато працівників різних спеціалізацій (офіціанти, кухарі, прибиральники, адміністратори), контроль за робочим графіком може бути досить складним завданням. Програми автоматизації дозволяють створювати ефективні розклади роботи, що враховують потреби ресторану у певний час доби, а також доступність персоналу. Завдяки таким програмам керівники можуть оперативно вносити зміни до графіків, аналізувати ефективність роботи окремих працівників та навіть відслідковувати продуктивність роботи за допомогою показників, таких як час обслуговування клієнтів або обсяг виконаної роботи [17, с. 47].

Управління запасами – це ще один напрямок, де автоматизація допомагає ресторанному бізнесу. Системи контролю запасів дозволяють ресторанам відслідковувати кількість інгредієнтів на складі в реальному часі. Це дозволяє

уникнути ситуацій, коли певний інгредієнт закінчується під час приготування страви, що негативно позначається на якості обслуговування. Крім того, ці системи надають інформацію про термін придатності продуктів, що дозволяє уникати використання прострочених інгредієнтів, та прогнозують необхідність поповнення запасів на основі попередніх даних про попит. Такі системи дозволяють уникнути зайвих витрат на зберігання надмірної кількості продуктів або втрат через їхнє псування.

Інновації в управлінні обслуговуванням в ресторанному бізнесі протягом останніх років стали важливою складовою процесу вдосконалення якості послуг та підвищення рівня задоволення клієнтів. Упровадження новітніх технологічних рішень, зокрема мобільних застосунків для бронювання столиків та оплати рахунків, стало одним з основних факторів, які змінили спосіб взаємодії закладів харчування зі споживачами. Ці інновації сприяють оптимізації процесів обслуговування, підвищенню ефективності роботи персоналу та створенню зручніших умов для гостей, що своєю чергою підвищує конкурентоспроможність закладів.

Застосування мобільних технологій у ресторанному бізнесі дозволяє не лише спростити процедуру бронювання столиків, але й значно зменшити час очікування для клієнтів, автоматизуючи більшість процесів взаємодії зі споживачем. Мобільні додатки дають можливість клієнтам заздалегідь забронювати столик, вибрати зручний час відвідування та навіть переглянути меню, що є важливим фактором для прийняття рішень, особливо в закладах з різноманітним меню або специфічними пропозиціями (наприклад, у випадку алергій чи особливих дієтичних вимог). Такий підхід дозволяє уникнути зайвих непорозумінь і знижує навантаження на персонал, який займається прийомом замовлень [5, с. 46].

### **1.3. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного господарства (Best practices)**

У сучасному світі ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій, що спричинені новітніми технологіями та зміною вимог споживачів. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного господарства можна умовно поділити на декілька основних напрямів, серед яких виділяються автоматизація процесів, цифровізація взаємодії зі споживачем, оптимізація систем управління запасами, а також впровадження екологічних та сталих практик. Кожен з цих напрямів відіграє ключову роль у покращенні операційних процесів, зниженні витрат та підвищенні якості обслуговування [20, с. 41].

Перш за все, автоматизація процесів у ресторанах є однією з головних тенденцій, що впливає на структуру і ефективність роботи закладів громадського харчування. Впровадження автоматизованих систем дозволяє не тільки спростити виконання рутинних операцій, але й забезпечити контроль над кожним етапом виробничого процесу. Наприклад, сучасні системи POS (point of sale) значно спрощують роботу з замовленнями, дозволяють персоналу швидко й точно фіксувати замовлення, а також спрощують процес оплати. Крім того, автоматизація дозволяє зменшити кількість помилок, що виникають внаслідок людського фактору, підвищуючи загальний рівень задоволеності клієнтів.

Окремої уваги заслуговує розвиток роботизованих технологій, що вже почали активно використовуватись у деяких ресторанах світу. Роботи можуть виконувати різні функції, починаючи від подачі страв до клієнтів і закінчуючи автоматизацією приготування їжі. Такі системи не тільки підвищують ефективність процесів, але й дозволяють знизити витрати на персонал, що є особливо актуальним у випадку дефіциту робочої сили. Роботизація, зокрема, є популярною в мережах швидкого харчування, де стандартні операції можуть бути легко автоматизовані. Наприклад, деякі мережі вже експериментують з роботами, які готують бургери, смажать картоплю або обслуговують клієнтів у залі [7, с. 49].

Цифрові технології також відіграють важливу роль у розвитку ресторанної індустрії. Зокрема, впровадження цифрових меню стало однією з

найбільш поширених практик у сучасних закладах. Цифрові меню дозволяють не тільки скоротити витрати на друк та оновлення паперових меню, але й надають більше гнучкості для закладів у представленні свого асортименту. Завдяки цифровим платформам, меню може бути легко адаптоване під зміну сезону, нові страви чи акції, що дозволяє швидко реагувати на зміни в попиті. Крім того, цифрові меню можуть включати інтерактивні елементи, такі як фотографії страв, інформацію про їх склад та калорійність, що значно покращує досвід клієнтів і допомагає їм робити більш обґрунтований вибір.

Ще одним елементом цифровізації є використання мобільних додатків та платформ для онлайн-замовлень і доставки. Розвиток цих технологій значно вплинув на поведінку споживачів, які все більше віддають перевагу зручним і швидким способам отримання їжі. Багато ресторанів впроваджують власні мобільні додатки, що дозволяють клієнтам не тільки робити замовлення онлайн, але й отримувати знижки, бонуси, відслідковувати статус замовлення та залишати відгуки. Ці платформи також дозволяють ресторанам збирати дані про своїх клієнтів, аналізувати їхні вподобання та формувати більш персоналізовані пропозиції, що є вагомим перевагою в умовах високої конкуренції.

Оптимізація систем управління запасами є ще однією ключовою інновацією, що активно впроваджується в ресторанному бізнесі. Управління запасами завжди було важливим аспектом роботи ресторанів, оскільки неправильне планування та закупівля продуктів може призвести до великих втрат або недостач. Сучасні технології дозволяють автоматизувати цей процес, зокрема, шляхом впровадження програмного забезпечення для управління запасами. Такі системи відстежують запаси в реальному часі, аналізують попит на конкретні страви та продукти, а також дозволяють прогнозувати закупівлі на основі історичних даних. Це сприяє зниженню ризиків перевитрат, оптимізує процес закупівель та забезпечує більш раціональне використання ресурсів [15, с. 36].

Особливу роль у сучасному розвитку ресторанного бізнесу відіграють екологічні та сталі практики. Все більше ресторанів звертають увагу на екологічні аспекти своєї діяльності, впроваджуючи різні заходи з метою зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Одним із таких заходів є скорочення використання одноразового пластику. Багато закладів замінюють пластикові пакети, соломинки та контейнери на екологічно чисті альтернативи з біорозкладних матеріалів, що допомагає зменшити забруднення навколишнього середовища.

Ресторанне господарство останніми роками зазнало значних змін, які обумовлені як технологічним прогресом, так і новими соціальними викликами. Однією з ключових інноваційних тенденцій є запровадження екологічних і стійких практик, що стали фундаментом для побудови нових моделей бізнесу в харчовій індустрії. В умовах глобальних змін клімату, зростаючого усвідомлення впливу промисловості на довкілля та вимог від споживачів щодо зменшення відходів, ресторанна сфера активно впроваджує заходи для зменшення свого негативного екологічного впливу [18, с. 44].

Перш за все, ресторанний бізнес звертає увагу на використання енергоефективних технологій. Це включає впровадження сучасних систем управління енергією в кухнях, використання приладів з високою енергоефективністю та мінімальними втратами тепла, а також застосування автоматизованих систем освітлення і вентиляції. Таким чином, ресторани знижують свої витрати на енергоресурси, що не тільки сприяє збереженню довкілля, але й дає економічну вигоду у вигляді зменшення операційних витрат.

Окрім цього, однією з провідних тенденцій є скорочення відходів. Зростає кількість ресторанів, які впроваджують систему компостування органічних відходів, а також стратегії переробки сміття, що включають сортування й утилізацію. Багато закладів також відмовляються від використання одноразових пластикових виробів, замінюючи їх на багаторазові або біорозкладні альтернативи. Важливою складовою цього процесу є заміна

звичайного пластикового пакування на більш екологічно чисті матеріали. Наприклад, замість пластикових контейнерів для їжі активно використовуються пакувальні матеріали на основі крохмалю або паперу, що розкладаються природним шляхом і не завдають шкоди довкіллю.

Водночас розвиток технологій дозволяє впроваджувати нові підходи до управління ресурсами на всіх рівнях ресторанного бізнесу. Наприклад, системи моніторингу водоспоживання та витрат енергії дозволяють не лише зменшити кількість відходів, але й оптимізувати процеси приготування їжі, що в результаті підвищує ефективність роботи кухні та задовольняє потреби сучасних клієнтів, які все частіше віддають перевагу закладам з екологічною політикою.

Ще одним важливим аспектом є впровадження багаторазових або біорозкладних матеріалів для пакування. В умовах сучасного споживчого попиту на швидку їжу та доставку значно збільшилося використання одноразових пакувань, що спричинило проблему забруднення довкілля. У відповідь на це, ресторани, що дотримуються стійких практик, активно впроваджують пакувальні матеріали, які не тільки зберігають якість продукту, але й мінімізують шкідливий вплив на навколишнє середовище. Це включає використання упаковок, що виготовлені з перероблених матеріалів, або таких, які можна повторно використовувати. Біорозкладні матеріали дозволяють знизити навантаження на сміттєві полігони і зменшити кількість пластикового сміття, що є серйозною екологічною проблемою сучасності [10].



Рис. 1.3 – Екологічні переваги сталого пакування

Розроблено автором на матеріалі [10]

Зі зміною соціальних умов і впровадженням нових технологій формується нове споживче середовище. Цифрова трансформація кардинально змінила підхід до взаємодії ресторанного бізнесу з клієнтами. Однією з провідних тенденцій є розвиток онлайн-платформ, через які споживачі можуть не тільки замовляти їжу, але й отримувати інформацію про продукти, страви, якість інгредієнтів та політику ресторану. Це значно підвищує зручність для клієнтів, які очікують швидкого і прозорого процесу замовлення.

Серед новітніх інновацій у ресторанній індустрії також набули популярності так звані «хмарні» кухні, або cloud kitchens. Це концепція, що передбачає існування кухонь, які функціонують без фізичних ресторанів і працюють виключно на доставку. Хмарні кухні дозволяють значно знизити витрати на оренду приміщень, оплату праці персоналу та інші операційні витрати, оскільки вони не потребують класичних ресторанних інтер'єрів і зали для обслуговування клієнтів. Завдяки розвитку цієї моделі з'являються нові можливості для масштабування бізнесу та доступу до ширшого ринку.

Додатково цифрова трансформація стимулює розвиток автоматизації процесів, що дозволяє ресторанам знижувати витрати та підвищувати якість

обслуговування клієнтів. Зокрема, використання штучного інтелекту та аналітичних систем дає змогу оптимізувати замовлення, прогнозувати попит та забезпечувати своєчасне постачання продуктів. Крім того, автоматизовані системи дозволяють персоналізувати обслуговування клієнтів, адаптуючи пропозиції під індивідуальні потреби кожного замовника на основі їхньої поведінки та вподобань.

Ще одним значним аспектом цифрової трансформації є розвиток систем доставки. Оскільки попит на доставку їжі значно зріс, ресторани активно впроваджують мобільні додатки та онлайн-платформи для спрощення процесу замовлення і поліпшення взаємодії з клієнтами. Крім того, технології відстеження дозволяють клієнтам у реальному часі контролювати доставку свого замовлення, що значно підвищує рівень довіри до ресторану. Тенденція розвитку онлайн-платформ також впливає на маркетингові стратегії ресторанів. Соціальні медіа, оглядові сайти та додатки для рейтингу ресторанів стали ключовими інструментами для залучення нових клієнтів. Завдяки цифровій трансформації ресторани можуть більш точно орієнтувати свої рекламні кампанії, націлені на конкретні сегменти ринку, що дозволяє підвищити ефективність комунікації з потенційними споживачами [12, с. 24].

Одним з ключових факторів успішного впровадження цифрової трансформації є використання даних. Ресторани все частіше використовують аналітичні інструменти для збору та аналізу даних про поведінку клієнтів, що дозволяє їм приймати більш обґрунтовані рішення щодо стратегії розвитку, меню та обслуговування. Використання великих даних також сприяє прогнозуванню попиту, що дозволяє оптимізувати закупівлі інгредієнтів, зменшити втрати та підвищити загальну ефективність бізнесу.

Ці тенденції, як екологічні, так і цифрові, формують новий вигляд ресторанного бізнесу, який відповідає сучасним вимогам ринку. Застосування стійких практик не лише сприяє покращенню екологічної ситуації, але й відповідає очікуванням клієнтів, що все більше звертають увагу на відповідальне споживання. Водночас цифрова трансформація відкриває нові

можливості для розвитку бізнесу, оптимізації процесів та забезпечення інноваційних рішень для поліпшення якості обслуговування клієнтів [11, с. 205].

#### **1.4. Огляд інновацій в ресторанному господарстві, що базуються на сталому розвитку**

Зелена кухня, як концепт, заснований на ідеях сталого розвитку та екологічної свідомості, стала важливим елементом сучасного ресторанного господарства. Ця ідея включає в себе впровадження широкого спектру інновацій, спрямованих на зниження негативного впливу на навколишнє середовище. Однією з ключових складових зеленої кухні є використання локальних органічних інгредієнтів. Це підхід, який передбачає не лише зменшення викидів вуглекислого газу під час транспортування продуктів, але й підтримку місцевих виробників та фермерів. Органічні інгредієнти, що вирощуються без застосування хімічних добрив і пестицидів, мають менший вплив на ґрунт, воду та біорізноманіття, що сприяє збереженню природних екосистем [31, с. 36].

Локальні продукти не тільки зменшують вуглецевий слід, але й знижують залежність ресторану від глобальних ланцюгів постачання, що робить бізнес більш стійким до коливань ринку та глобальних криз. Це має особливе значення в контексті сучасних викликів, таких як зміни клімату, економічні потрясіння та пандемії. Використання сезонних продуктів дозволяє ресторанам не тільки економити ресурси, але й підтримувати регіональну кухню, створюючи унікальні страви, що відображають місцеву культуру та традиції. Крім того, це стимулює розвиток локальних ринків, створюючи додаткові робочі місця і підвищуючи економічну стабільність регіону.

Одним із головних аспектів зеленої кухні є також мінімізація відходів. У сучасних ресторанах велика увага приділяється скороченню харчових відходів, переробці відходів та їх утилізації. Ця практика має кілька рівнів: починаючи від ефективного використання продуктів (наприклад, використання залишків

для приготування нових страв або бульйонів), до компостування органічних відходів, що дозволяє повертати поживні речовини в ґрунт. Важливу роль у цьому процесі відіграє правильне планування меню та раціональне використання інгредієнтів. Крім того, багато ресторанів активно співпрацюють з благодійними організаціями, передаючи непродану їжу для тих, хто її потребує. Це не тільки сприяє зниженню кількості відходів, але й підтримує соціальну відповідальність бізнесу [25, с. 46].

Окрім харчових відходів, ресторани активно впроваджують практики зменшення використання пластику та інших одноразових матеріалів. Використання біорозкладних пакувальних матеріалів або багаторазових контейнерів значно знижує обсяг твердих відходів, що потрапляють на сміттєзвалища або в океани. Це, у свою чергу, допомагає боротися з глобальним забрудненням пластиком, який став серйозною екологічною проблемою у XXI столітті. Інтеграція переробки та компостування в щоденну діяльність ресторану стала стандартом у багатьох екологічно орієнтованих закладах.

Використання енергоефективного обладнання також є важливою складовою зеленої кухні. Сучасні технології дозволяють ресторанам значно скоротити споживання енергії, що сприяє зменшенню викидів парникових газів та витрат на енергоресурси. Сюди входять індукційні плити, які мають вищий коефіцієнт корисної дії порівняно зі звичайними плитами, холодильники з низьким споживанням енергії та системи автоматичного контролю температури. Окрім того, багато закладів встановлюють енергоефективні освітлювальні системи, такі як LED-лампи, що споживають набагато менше енергії і мають довший термін служби.

Ресторани, які впроваджують зелені практики, також часто орієнтуються на зменшення споживання води. Встановлення водозберігаючих приладів, таких як аератори для змішувачів та автоматичні системи поливу для рослин, дозволяє значно скоротити обсяг води, що використовується в процесі приготування їжі та обслуговування клієнтів. Також у деяких ресторанах

впроваджуються системи збирання дощової води для технічних потреб, що сприяє більш раціональному використанню водних ресурсів [15, с. 63].

Окремо варто згадати про впровадження відновлюваних джерел енергії в ресторанному господарстві. Сонячні панелі, вітряні турбіни та інші альтернативні джерела енергії дозволяють не тільки зменшити залежність від традиційних викопних палив, але й скоротити операційні витрати ресторану в довгостроковій перспективі. Хоча початкові інвестиції у встановлення таких систем можуть бути високими, окупність забезпечується зниженням витрат на електроенергію, що робить цей підхід привабливим для багатьох підприємств.

Зменшення вуглецевого сліду в ресторанних закладах стає невід'ємною частиною стратегій сталого розвитку. Останніми роками галузь ресторанного господарства дедалі більше орієнтується на впровадження інноваційних рішень, спрямованих на зниження викидів парникових газів. Вуглецевий слід – це сукупність прямих і непрямих викидів вуглекислого газу та інших парникових газів, пов'язаних із діяльністю підприємства. Ресторани генерують значну кількість викидів через використання енергетично інтенсивного обладнання, транспортування продуктів, утилізацію відходів, а також експлуатацію будівель. Огляд інноваційних підходів до зниження вуглецевого сліду в ресторанному секторі показує, що ключовими напрямками є використання відновлюваних джерел енергії та сталих транспортних рішень.

Одним із найбільш ефективних способів зменшити вуглецевий слід є перехід на відновлювані джерела енергії. Сонячна енергія, вітряні турбіни та інші альтернативні джерела дозволяють ресторанам не лише зменшити споживання енергії з викопних джерел, але й знизити залежність від нестабільних ринкових цін на енергоносії. Сонячні панелі, наприклад, забезпечують ресторани електроенергією для освітлення, кондиціонування повітря та роботи холодильних установок. Хоча встановлення таких систем потребує значних початкових інвестицій, окупність забезпечується протягом кількох років за рахунок зниження витрат на енергоресурси. Окрім того, ресторани можуть використовувати систему «енергетичного зберігання», що

дозволяє накопичувати енергію, вироблену вдень, для її використання в години пікового навантаження або вночі, що оптимізує енергетичне споживання та знижує навантаження на загальну енергосистему.

Вітрові турбіни, хоч і менш поширені в міських умовах, також є перспективним джерелом відновлюваної енергії для ресторанного бізнесу. У регіонах із сприятливими кліматичними умовами ресторани можуть встановлювати невеликі вітрові електростанції, які забезпечуватимуть додаткову енергію для роботи закладу. Водночас розвиток технологій дозволяє інтегрувати такі системи в міську інфраструктуру з мінімальними візуальними та акустичними впливами. Ці системи також можна поєднувати з сонячними панелями, створюючи так звані «гібридні системи відновлюваної енергії», які забезпечують ще більшу стабільність постачання енергії та зменшують викиди.

Впровадження енергоефективних систем у ресторанах є ще однією суттєвою складовою зменшення вуглецевого сліду. Використання індукційних плит, енергоефективних холодильників, духовок з автоматичним контролем температури та інших технологічно передових приладів знижує споживання електроенергії та водночас підвищує загальну ефективність роботи закладу. Індукційні плити, наприклад, працюють за принципом магнітної індукції, що дозволяє нагрівати лише посуд, а не всю поверхню плити, що суттєво зменшує витрати енергії та забезпечує швидше приготування їжі. Це не лише знижує викиди парникових газів, але й підвищує продуктивність кухні [32, с. 70].

Ще одним інноваційним підходом до зниження вуглецевого сліду є використання систем керування енергією. Сучасні системи автоматизованого моніторингу та керування споживанням енергії дозволяють ресторанам аналізувати дані про витрати енергоресурсів у режимі реального часу, що дає можливість оптимізувати роботу обладнання та мінімізувати втрати. Наприклад, такі системи можуть автоматично регулювати освітлення залежно від кількості природного світла або вимикати обладнання, коли воно не використовується. Крім того, системи моніторингу дають змогу виявляти

енерговтрати в результаті несправності обладнання, що дозволяє швидко усунути проблему та запобігти додатковим витратам енергії.

Зниження вуглецевого сліду також тісно пов'язане з транспортними рішеннями. Традиційні методи доставки продуктів часто пов'язані зі значними викидами вуглекислого газу через використання дизельного палива для транспортних засобів. Впровадження сталих транспортних рішень, таких як електричні автомобілі або використання велосипедів для доставки, стає все більш поширеним у ресторанному бізнесі. Електромобілі не виділяють шкідливих викидів під час роботи і можуть заряджатися від тих самих відновлюваних джерел енергії, які використовуються для живлення ресторану. Це дозволяє не лише зменшити викиди, але й знизити витрати на паливо та технічне обслуговування транспортних засобів.

Для доставки продуктів на короткі відстані ресторани можуть використовувати велосипеди або навіть пішохідну доставку. У великих містах це не тільки знижує рівень викидів, але й дозволяє уникнути проблем із заторами та сприяє більш швидкій доставці замовлень. Також популярними стають кооперативні системи доставки, де кілька ресторанів об'єднуються для спільного використання електричних транспортних засобів, що дозволяє знизити навантаження на транспортну інфраструктуру та забезпечити економію ресурсів [20, с. 26].

Окремо слід зазначити інновації, пов'язані з оптимізацією ланцюгів постачання. Використання локальних постачальників не лише підтримує місцеву економіку, але й значно зменшує вуглецевий слід, оскільки продукти не потрібно транспортувати на далекі відстані. Локальні фермери можуть доставляти свіжі продукти безпосередньо до ресторанів, що знижує витрати на логістику та зменшує викиди, пов'язані з транспортуванням. Окрім того, ресторан може відстежувати умови вирощування продуктів та обирати постачальників, що використовують екологічно чисті технології.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### 2.1. Аналіз ринку азійської кухні: нові тенденції та перспективи

Зростання популярності азійської кухні на глобальному рівні є результатом комплексного впливу культурних, економічних та соціальних чинників. Зміна споживчих вподобань, посилення культурних обмінів та розвиток туризму сприяли тому, що азійська кухня стала все більш затребуваною на ринках різних країн світу. Японська, корейська, тайська та в'єтнамська кухні відзначаються високою динамікою попиту завдяки своїй унікальній гастрономічній спадщині, орієнтації на здорове харчування та здатності адаптуватися до локальних смаків.

Японська кухня, яка традиційно відзначається своєю увагою до деталей, естетичним оформленням страв та використанням свіжих інгредієнтів, залишається однією з найбільш популярних азійських кухонь у світі. Страви, такі як суші, сашімі та рамен, стали глобальними феноменами, завдяки простоті, легкості та збалансованості смаків. Поява концепції «умаї», п'ятого смакового сприйняття, яке особливо виражене у японських стравах, посприяла їхньому поширенню. Важливим аспектом зростаючої популярності японської кухні є також її відповідність сучасним вимогам до здорового харчування. Багато японських страв базуються на рибі, овочах та рисі, що робить їх ідеальними для людей, які прагнуть до збалансованого раціону [29, с. 20].

Корейська кухня останнім часом привертає значну увагу через зростання інтересу до культури Південної Кореї у зв'язку з глобальною популярністю корейської поп-культури (К-поп) та кінематографу. Крім того, феномен «халію» (корейська хвиля) сприяв зростанню попиту на традиційні корейські страви, такі як кімчі, бібімбап та самгепсаль. Корейська кухня відзначається різноманітністю смакових поєднань, використанням ферментованих продуктів та специфічними техніками приготування, такими як смаження на грилі та квашення. Інтерес до корейської кухні також стимулюється її високо

вираженими поживними властивостями та акцентом на свіжі інгредієнти, що сприяє її сприйняттю як здорової їжі.

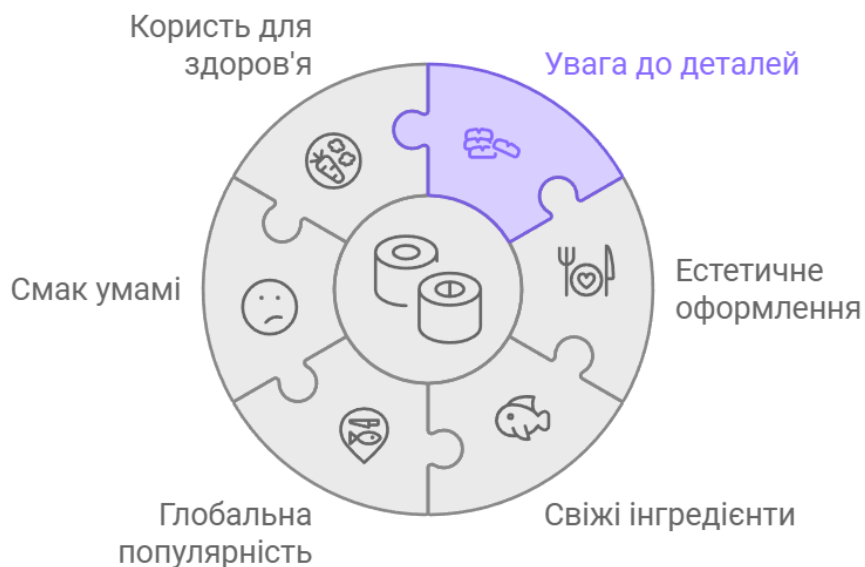


Рис. 2.1 – Привабливість японської кухні

Рисунок розроблено автором

Тайська кухня стала привабливою для багатьох завдяки своїй гармонійній комбінації гострих, солодких, кислих та солоних смаків. Вона поєднує інгредієнти, які відображають різні кулінарні традиції Південно-Східної Азії, індійську та китайську впливи, і це робить тайські страви привабливими для споживачів, які цінують екзотичні смаки та текстури. Таїланд славиться використанням свіжих трав, таких як лемонграсс, галангал та коріандр, що надають стравам унікальні аромати. Однією з найбільш відомих страв тайської кухні є пад тай, яку можна знайти в меню багатьох ресторанів по всьому світу. Сучасний попит на тайську кухню багато в чому зумовлений тенденцією до пошуку нових, незвичних смакових поєднань, які пропонують гострі супи, каррі та локшина.

В'єтнамська кухня стала популярною завдяки її легким і свіжим стравам, зокрема фо – суп з локшиною та пряними бульйонами, який зараз входить до складу меню багатьох міжнародних ресторанів. В'єтнамська кулінарія робить акцент на здорове харчування, використовуючи мінімум олії та обробки, що

сприяє поширенню страв серед людей, які шукають корисну їжу з мінімальною кількістю калорій. В'єтнамська кухня також використовує унікальні поєднання м'яти, базиліку, лайму та рибного соусу, які створюють яскраві аромати і свіжість, що приваблює споживачів у всьому світі [21, с. 60].

Аналіз ринку показує, що популярність азіатської кухні зростає в багатьох країнах завдяки її різноманітності, легкості адаптації до різних смакових уподобань та відповіді на попит на здорове харчування. Один із головних чинників, що сприяє цьому зростанню, – це культурні обміни та глобалізація, які створили середовище, в якому кулінарні традиції різних країн інтегруються у повсякденне життя споживачів. Важливо відзначити, що азіатська кухня, хоч і має глибокі історичні корені, постійно змінюється та адаптується до сучасних трендів, зберігаючи свою автентичність.

Локальні тренди також відіграють вагомую роль у популяризації азіатської кухні. Наприклад, у великих містах західних країн спостерігається бум на ресторани азіатської кухні, які пропонують автентичні страви, але з урахуванням локальних інгредієнтів і смакових вподобань. В деяких випадках азіатські страви адаптуються під місцеві кулінарні традиції, створюючи ф'южн-меню, де східні і західні інгредієнти об'єднуються в оригінальні поєднання. Це дозволяє ресторанам звертатися до ширшої аудиторії, включаючи людей, які шукають нові гастрономічні враження, але можуть не бути готовими до сприйняття автентичних азіатських смаків.

Однак, зростання популярності азіатської кухні також ставить перед рестораторами нові виклики. Один із них – це забезпечення доступу до автентичних інгредієнтів, що може бути проблематичним у деяких регіонах через логістичні труднощі та високі витрати на імпорт. Крім того, конкуренція на ринку ресторанного бізнесу постійно зростає, і ресторанам необхідно знаходити способи виділятися серед інших. Це може включати інновації в меню, розробку нових страв, інтеграцію нових технологій, таких як доставка та замовлення через мобільні додатки, або залучення клієнтів через соціальні медіа.

Аналізуючи сучасні тенденції, можна зробити висновок, що популярність азіатської кухні продовжуватиме зростати, оскільки все більше людей шукають нові гастрономічні враження та приділяють увагу здоровому харчуванню. Ця кухня приваблює не тільки своїми смаковими властивостями, але й філософією приготування їжі, що базується на гармонії між інгредієнтами, мінімальній обробці та збереженні природних смакових якостей продуктів.

Здорове харчування стало центральною тенденцією в сучасному глобальному ринку харчових продуктів, і це безпосередньо впливає на формування попиту на азіатські страви. Зростаючий інтерес до здорового способу життя і харчування спонукає ресторани, виробників і споживачів приділяти більше уваги складу страв, походженню інгредієнтів і методам їх приготування. Такий підхід створює нові можливості та виклики для ринку азіатської кухні, оскільки він прагне відповідати очікуванням споживачів, які шукають не тільки екзотичні смакові відчуття, але й корисну їжу. Органічні інгредієнти, безглютеніві, безлактозні та веганські варіанти страв стають невід'ємною частиною меню сучасних ресторанів азіатської кухні, що дозволяє їм розширювати аудиторію і задовольняти потреби споживачів з різними харчовими обмеженнями [23, с. 24].

Однією з головних тенденцій, що визначає розвиток ринку азіатської кухні, є зростання попиту на органічні інгредієнти. Споживачі дедалі частіше віддають перевагу продуктам, які вирощуються без застосування хімічних добрив, пестицидів та генетично модифікованих організмів (ГМО). Це пов'язано як з турботою про власне здоров'я, так і з підвищенням екологічної свідомості. У випадку азіатської кухні, де свіжі овочі, трави, риба та м'ясо є ключовими інгредієнтами, перехід на органічні продукти підвищує не тільки якість страв, але й створює додаткову цінність для кінцевого споживача. Однак цей тренд ставить перед рестораторами завдання забезпечення стабільного постачання органічних інгредієнтів, що може бути складним через регіональні обмеження або високу вартість імпорту. Незважаючи на це, багато ресторанів усвідомлюють, що впровадження органічних продуктів сприяє підвищенню

довіри клієнтів і дає змогу позиціонувати заклад як відповідального гравця на ринку.

Іншим значущим трендом є зростання попиту на безглютенові продукти. Азіатська кухня, зокрема через активне використання пшениці та соєвих соусів, багатих на глютен, стикається з необхідністю адаптувати свої традиційні рецепти для людей з целиакією або глютенною непереносимістю. Це вимагає впровадження альтернативних продуктів, таких як безглютенова соєва паста, рисове борошно або інші замітники, які дозволяють зберігати смакову автентичність страв без використання глютенних інгредієнтів. З огляду на зростаючий інтерес до безглютенової дієти серед ширшої аудиторії, включення таких страв до меню стає необхідністю для багатьох азіатських ресторанів, які прагнуть бути конкурентоспроможними на ринку. Ресторани, які адаптують свої меню під безглютенові вимоги, розширюють свою клієнтську базу і можуть залучити більше відвідувачів, зокрема тих, хто шукає альтернативні варіанти здорового харчування.

Крім того, стрімко зростає попит на безлактозні варіанти страв. Лактозна непереносимість є поширеною проблемою у багатьох регіонах світу, і це впливає на вибір споживачами продуктів харчування. Азіатська кухня, хоча й традиційно не включає велику кількість молочних продуктів, все ж потребує адаптації в умовах західного ринку, де молочні продукти часто використовуються як інгредієнти або доповнення до страв. Ресторани, які впроваджують безлактозні альтернативи, наприклад, рослинні молочні продукти (кокосове, мигдалеве, соєве молоко), можуть задовольняти попит серед споживачів, які не можуть вживати лактозу. Використання таких інгредієнтів не тільки розширює меню, але й дозволяє зберегти традиційні смаки та текстури страв, що робить їх привабливими для ширшої аудиторії [27, с. 69].

Веганські варіанти страв також стають невід'ємною частиною ринку азіатської кухні. Тенденція до веганства продовжує зростати у всьому світі через різні причини: екологічні, етичні та медичні. Азіатська кухня, яка багата

на страви з овочів, бобових, тофу та інших рослинних інгредієнтів, є ідеальною основою для створення веганських варіантів. Багато традиційних страв, таких як тайський карі з кокосовим молоком або японський суп місо з тофу, вже відповідають веганським вимогам або можуть бути легко адаптовані під них. Веганські версії класичних азіатських страв дозволяють ресторанам привабити клієнтів, які прагнуть не лише здорового, а й екологічно відповідального харчування. Крім того, використання альтернатив м'ясу, таких як сейтан, темпі або рослинні замітники м'яса, дозволяє зберегти текстуру та смак, схожі на м'ясні страви, що робить веганське меню більш привабливим для ширшої аудиторії.

Зростаючий інтерес до дієтичних обмежень і здорового харчування стимулює ресторанний бізнес до впровадження нових технологій та інгредієнтів, які допомагають забезпечити відповідність сучасним трендам. Використання альтернативних методів приготування їжі, таких як приготування на парі або без додавання жиру, дозволяє створювати страви, які відповідають стандартам здорового харчування, зберігаючи при цьому їхній смаковий профіль. Це особливо актуально для азіатської кухні, де висока температура приготування і використання великої кількості олії є типовими характеристиками багатьох страв. Нові технології приготування, такі як індукційні печі або вакуумне приготування, також сприяють збереженню корисних речовин в інгредієнтах, що відповідає сучасним вимогам споживачів до здорової їжі [22, с. 10].

## **2.2. Аналіз ринку закладів азіатської кухні у місті Харків**

Азіатська кухня, яка охоплює гастрономічні традиції Китаю, Японії, Кореї, Таїланду, В'єтнаму, Індії та інших країн, стала невід'ємною частиною світового кулінарного різноманіття. Останні десятиліття азіатська кухня набуває дедалі більшої популярності у багатьох країнах, зокрема і в Україні. Місто Харків, яке є одним із найбільших культурних і економічних центрів країни, відображає цю тенденцію, пропонуючи мешканцям та гостям широкий

вибір ресторанів, кафе та фаст-фудів азіатської кухні. Основними складниками популярності азіатської кухні є її гастрономічне різноманіття, акцент на свіжих та корисних інгредієнтах, а також різні рівні цін, що робить її доступною для широких верств населення. Наразі ринок закладів харчування азіатської кухні в Харкові перебуває на стадії активного розвитку, і цей розвиток супроводжується зростанням конкуренції серед закладів, підвищенням вимог до якості страв і обслуговування, а також появою нових форматів закладів, які прагнуть задовольнити різні групи споживачі [38, с. 7].

Сучасний ринок азіатської кухні в Харкові є досить розмаїтим і поділяється на декілька сегментів, серед яких можна виділити ресторани високого рівня, кафе середнього цінового сегмента, а також фаст-фуди та стріт-фуди, що спеціалізуються на приготуванні популярних азіатських страв. Ресторани високого рівня зазвичай спеціалізуються на окремих регіональних кухнях, таких як японська, китайська чи тайська, та пропонують клієнтам вишукані страви з автентичних інгредієнтів. Такі заклади, як правило, орієнтовані на забезпечення клієнтів не тільки якісними стравами, а й відповідною атмосферою, яка дозволяє гостям зануритися у культуру тієї чи іншої країни. Для цих закладів характерним є акцент на автентичність та оригінальність, а також підвищені вимоги до рівня обслуговування та дизайну інтер'єру. Серед них можна виділити заклади з японською кухнею, які здебільшого спеціалізуються на суші та інших страв японської кухні, що стали популярними у всьому світі. Іншим прикладом є китайські ресторани, які пропонують страви, приготовані з акцентом на свіжі овочі, спеції та традиційні для китайської кухні інгредієнти.

Кафе та фаст-фуди азіатської кухні представляють більш доступний сегмент ринку, що орієнтований на широку аудиторію. Ці заклади відрізняються меншими витратами на обслуговування і, як правило, спрощеним меню, яке включає популярні страви, такі як рамен, суші, воки, спринг-роли та інші. Важливим аспектом у цьому сегменті є швидкість приготування їжі, що дозволяє залучити клієнтів, які цінують швидкість обслуговування та

можливість придбати улюблені страви за помірною ціною. Популярність цього сегмента ринку частково пов'язана з розвитком концепції «фаст-кежуал» (fast-casual), що дозволяє поєднувати якісні інгредієнти та швидке обслуговування. Крім того, фаст-фуди часто використовують можливість доставки їжі, що відповідає сучасним потребам споживачів, особливо в умовах міського ритму життя. Доставка їжі з азіатських закладів, особливо популярна серед молоді та офісних працівників, які мають обмежений час на обід і бажають замовити їжу з доставкою до офісу або додому [32, с. 170].

Важливим аспектом популярності азіатської кухні в Харкові є гастрономічні вподобання місцевих споживачів, які, у свою чергу, формуються під впливом глобальних трендів. Сучасний споживач стає дедалі більш обізнаним та вибагливим у виборі страв і закладів, що спонукає рестораторів та власників закладів фаст-фуду адаптувати свої пропозиції до актуальних тенденцій. Водночас високий рівень конкуренції на ринку змушує рестораторів розробляти унікальні пропозиції, що здатні привернути увагу споживачів та задовольнити їхні очікування. Особливої популярності в останні роки набули такі страви, як суші, які стали своєрідним символом сучасної азіатської кухні. Водночас значний попит спостерігається на такі страви, як воки, супи рамен, спринг-роли, які є типовими представниками стріт-фуду та можуть бути швидко приготовлені за порівняно невисоку ціну. Харків'яни все частіше віддають перевагу азіатській кухні завдяки її різноманітності, що дозволяє кожному знайти страву на свій смак, а також можливості комбінувати різні інгредієнти та спеції, що робить кожну страву унікальною.

На ринку азіатської кухні в Харкові можна виділити кількох основних гравців, серед яких є як великі мережеві заклади, так і окремі авторські ресторани та кафе. Окрім японських ресторанів, важливе місце на ринку займають китайські та тайські заклади, що спеціалізуються на традиційних стравах, таких як лапша, курка в кисло-солодкому соусі, том-ям та інші. Окрему нішу займають заклади авторської кухні, які пропонують адаптовані рецепти азіатських страв, враховуючи вподобання місцевих споживачів. Такі

заклади зазвичай пропонують більш унікальне меню з оригінальним підходом до приготування їжі, що дозволяє їм виділятися на фоні масових рішень і приваблювати більш вимогливих клієнтів.

Ресторанний ринок Харкова насичений закладами, які представляють азіатську кухню в різних її інтерпретаціях – від класичних японських страв до ф'южн-концепцій, де поєднуються різні кулінарні традиції. Аналіз основних ресторанів дозволяє виділити відмінні риси та переваги кожного із них.

Yariko (Япошка) – це ресторан азіатської, відомий серед харків'ян завдяки своєму затишному інтер'єру, який створює атмосферу для релаксу. Інтер'єр закладу виконаний у сучасному стилі, що надає йому елегантного та невимушеного вигляду. Меню включає як класичні японські страви, такі як суші, роли та місо-супи, так і більш адаптовані до європейських смаків позиції. Унікальність ресторану полягає в увазі до деталей: подача страв вражає своєю витонченістю та декоративністю, що робить відвідування цього місця приємним для цінителів японської кухні та культури. Діапазон цін тут починається від 100 гривень, що дозволяє значній кількості відвідувачів насолодитися японською кухнею. Заклад має хороші відгуки та рейтинг, що відображає рівень його популярності серед жителів та гостей Харкова. Особливо привабливий для вечірніх візитів та невеликих компаній, які цінують особливу атмосферу, цей ресторан дарує насолоду не лише від їжі, а й від загальної атмосфери закладу.

PanAzia – це ресторан із суші-баром, відомий своєю привабливістю для молодіжної аудиторії. Розташований у зручному районі на проспекті Науки, цей заклад характеризується сучасним дизайном, який відповідає смакам динамічної аудиторії. У меню PanAzia переважають японські та азіатські страви, серед яких виділяються популярні роли, локшина та вок-страви. Діапазон цін від 120 до 400 гривень дозволяє залучити як студентів, так і тих, хто шукає якісний обід або вечерю у сучасній обстановці. Особливістю PanAzia є акцент на свіжості продуктів і використанні лише сертифікованих інгредієнтів, що робить цей заклад привабливим для справжніх гурманів.

Відвідувачі часто відзначають високу якість обслуговування та привітний персонал, що сприяє формуванню позитивного іміджу закладу. PanAzia є популярним місцем для молодіжних зустрічей і романтичних побачень завдяки своїй атмосфері та зручному розташуванню.

Таблиця 2.1 – Аналіз закладів азіатської кухні у місті Харків

№	Найменування закладу	Характеристика	Тип кухні	Адреса	Діапазон цін, грн	Кількість балів за оцінками відвідувачів, за 5-бальною шкалою
1	Yariko	Ресторан із суші-баром, затишний інтер'єр, привабливий для тих, хто цінує атмосферу.	Ресторан, Суші-бар	Харків, вул. Науки 11	150 ₴-300 ₴	4.2
2	Мао	Пропонується китайська кухня, можливість замовлення на виніс і безконтактної доставки. Заклад відкритий до 21:30.	Ресторан, Китайська кухня	Харків, пр. Науки, 11	180 ₴-350 ₴	4.3
3	PanAzia	Ресторан з азіатською кухнею, сучасний інтер'єр, орієнтований на молодіжну аудиторію та любителів азіатської кухні.	Ресторан, Суші-бар	Харків, Скрипніка 16	120 ₴-250 ₴	4.5
4	Beige	Заклад азіатської кухні з можливістю харчуватися на місці або замовляти їжу	Ресторан, Азіатська кухня	Харків, пр. Науки, 8	200 ₴-400 ₴	4.8

		на виніс.				
--	--	-----------	--	--	--	--

Таблицю складено автором

Загалом, аналіз ринку закладів азіатської кухні в Харкові демонструє різноманітність форматів, які задовольняють смаки відвідувачів різного віку та соціального статусу. Більшість закладів орієнтовані на сучасну аудиторію, пропонуючи не тільки їжу, а й унікальну атмосферу, яка поєднує комфорт і культуру Японії та Азії. Ці заклади привертають увагу завдяки своєму інтер'єру, різноманітному меню та наданню додаткових послуг, що дозволяє кожному відвідувачу знайти щось особливе. Цінова політика варіюється, забезпечуючи доступність як для студентів, так і для тих, хто бажає відсвяткувати особливі події в розкішній атмосфері. Різноманіття місць, включаючи винні бутіки, клуби та розважальні комплекси, дозволяє насолоджуватися азіатською кухнею у різних форматах, що сприяє формуванню позитивного іміджу цих закладів та їх популярності серед мешканців і гостей Харкова.

Аналіз цільової аудиторії є фундаментальним елементом будь-якого маркетингового дослідження, оскільки саме це дозволяє коректно оцінити попит, задовольнити очікування клієнтів і, як наслідок, розробити найбільш ефективні маркетингові стратегії, щоб привернути аудиторію та збільшити відвідуваність закладів. Поглиблене розуміння сегментації цільової аудиторії дозволяє закладам азіатської кухні вибудовувати відповідні пропозиції, адаптовані до кожної окремої групи споживачів, що, своєю чергою, сприяє створенню лояльних відносин між закладом і клієнтами [35, с. 4].

Необхідно окреслити загальні демографічні характеристики цільової аудиторії, яка зацікавлена в азіатській кухні. В Харкові, як і в інших великих містах України, спостерігається зростаюча популярність азіатської кухні, що обумовлено зміною гастрономічних вподобань серед молодого покоління та зростанням інтересу до культурного та гастрономічного різноманіття. Основна аудиторія закладів азіатської кухні – це молоді люди віком від 18 до 35 років,

які є найбільш активними споживачами нових кулінарних трендів і відкриті до експериментів. Вони часто є представниками так званого покоління Z і мілленіалів, що відрізняються широкими культурними інтересами та готовністю витратити гроші на досвід, а не лише на конкретні продукти чи послуги. Такі споживачі, як правило, активні користувачі соціальних мереж, де вони не лише шукають інформацію про нові заклади, але й діляться враженнями про відвідані ресторани. Таким чином, ці групи активно впливають на ринок через свої рекомендації та огляди.

Окрім вікових характеристик, значним фактором сегментації є соціальний статус та дохід споживачів. Оскільки ціни на страви в закладах азійської кухні варіюються в широкому діапазоні, існує сегментація за рівнем доходу. Більш доступні для широкої аудиторії заклади, такі як стріт-фуд чи швидкого обслуговування, приваблюють клієнтів із середнім і низьким рівнем доходу, тоді як заклади з преміальним сегментом азійської кухні орієнтовані на клієнтів із вищим доходом, які готові витратити більше на якість обслуговування, атмосферу та автентичність страв. Зазвичай такі клієнти не лише шукають гастрономічного досвіду, а й орієнтовані на загальну естетику місця, унікальність подачі страв і високий рівень сервісу. Така аудиторія має інші критерії вибору закладу: для них важлива репутація закладу, професійність шеф-кухаря та атмосфера закладу, що відповідає азійським традиціям [33, с. 15].

Іншою групою споживачів є люди, які мають інтерес до здорового способу життя та орієнтовані на збалансоване харчування. Азійська кухня часто асоціюється із здоровим харчуванням завдяки використанню свіжих овочів, морепродуктів, мінімальній кількості жирів та обмеженому вмісту оброблених продуктів. Це робить її привабливою для людей, які дотримуються правильного харчування, особливо у великих містах, таких як Харків. У цьому контексті важливо розглянути звички харчування цієї аудиторії, які включають часте споживання страв із низьким вмістом калорій та великим вмістом білків, морепродуктів та овочів. Це спонукає заклади азійської кухні адаптувати своє

меню під запити даного сегменту, розробляючи окремі пропозиції зі здоровими варіантами страв.

Крім основних демографічних та соціально-економічних характеристик, значний вплив на сегментацію цільової аудиторії мають також особисті уподобання, культурний інтерес та пошук нових гастрономічних вражень. У Харкові азіатська кухня приваблює не лише завдяки екзотичності, але й завдяки можливості доторкнутися до іншої культури, що особливо цінується тими, хто зацікавлений у подорожах, знайомствах з іншими традиціями та культурними цінностями. Азіатська кухня стає своєрідним «вікном у світ» для споживачів, які прагнуть нових емоцій та вражень, і це формує додатковий інтерес до такого типу закладів. Зокрема, популярність азіатських ф'южн-страв, які об'єднують елементи азіатської кухні з локальними інгредієнтами, демонструє, як важливо адаптувати страви під місцеві смаки, зберігаючи при цьому автентичність основних смакових характеристик. Це є актуальним для тих споживачів, які цінують локальну культуру, але також відчувають потребу розширення смакових горизонтів.

Також варто виділити сегмент сімейних відвідувачів, які обирають заклади азіатської кухні як місце для спільного дозвілля. Ця категорія споживачів часто має специфічні очікування щодо інтер'єру, атмосфери та меню. Вони зазвичай шукають заклади, де є спеціальні дитячі меню, затишні зони для відпочинку та інтерактивні елементи, які можуть зацікавити не лише дорослих, але й дітей. Таким чином, заклади, орієнтовані на цей сегмент, повинні забезпечувати різноманітність у меню, пропонуючи адаптовані варіанти страв, які будуть привабливими для всієї родини.

На сучасному етапі серед категорій азіатських страв, що користуються найбільшою популярністю серед харківських споживачів, домінують такі напрямки, як японська кухня (зокрема суші та рамен), корейські страви (як-от кімчі, корейські барбекю) та, меншою мірою, китайська і в'єтнамська кухні. Протягом останніх років попит на японську кухню значно зріс, що обумовлено як зростаючою популярністю суші та рамену, так і розвитком культури

споживання цієї кухні серед української молоді. Суші, зокрема, стали своєрідним символом гастрономічної новизни, на який орієнтується значна частина молодого покоління, котре прагне отримати досвід, пов'язаний із новими культурними трендами. Крім того, страви на основі рису, морепродуктів, овочів і натуральних спецій привертають увагу людей, орієнтованих на здорове харчування. Японська кухня, з її акцентом на мінімалізм, природні інгредієнти та баланс смаків, дозволяє задовольнити як гастрономічні, так і естетичні потреби споживачів, що робить її привабливою для аудиторії, зацікавленої у високій якості продукту та оригінальності подачі.

Корейська кухня, зокрема кімчі та різні варіанти корейського барбекю, також займає чільне місце серед гастрономічних уподобань харків'ян. На відміну від японської кухні, яка характеризується вишуканою простотою, корейські страви відзначаються яскравими, насиченими смаками і більшою кількістю прянощів, що приваблює любителів інтенсивних, яскравих гастрономічних вражень. Важливим аспектом є також те, що корейська кухня пропонує значний вибір страв для вегетаріанців і веганів, що відповідає сучасним трендам, пов'язаним зі збалансованим харчуванням. Кімчі, як один із ключових елементів корейської кухні, вже здобув велику популярність завдяки своїм корисним властивостям і низькокалорійності, а також статусу суперфуду. Це дозволяє корейській кухні успішно конкурувати на ринку здорового харчування і привертати увагу тих, хто дотримується активного способу життя та слідкує за станом здоров'я. Більше того, корейські барбекю-ресторани все частіше відвідуються великими компаніями та сім'ями, що робить їх популярним вибором для колективного проведення часу і підкреслює соціальну привабливість цього напрямку [27, с. 679].

Китайська кухня залишається традиційним і стабільним напрямком на ринку, хоча і не демонструє такої динаміки зростання, як японська або корейська. Тим не менш, китайські ресторани зберігають значний рівень попиту завдяки своїй доступності та різноманітності страв. Вони задовольняють як бюджетну, так і середню цінову категорію, що дозволяє

зкладам обслуговувати ширший спектр клієнтів. Китайська кухня орієнтована на яскраві смакові поєднання, зокрема завдяки соєвим і кисло-солодким соусам, які додають стравам особливого колориту. В умовах нинішніх економічних обмежень китайська кухня приваблює відвідувачів, оскільки пропонує не лише прийнятні ціни, але й велике різноманіття страв, зокрема на основі локальних інгредієнтів. Це дозволяє знижувати витрати на імпортовані продукти і, як результат, знижувати ціну кінцевого продукту.

Окрім вищезазначених категорій, зростаючий інтерес викликає в'єтнамська кухня, яка поступово завойовує свою аудиторію в місті Харків. В'єтнамська кухня пропонує більш м'які смакові профілі, зосереджені на поєднанні кисло-солодких, пряних і трав'яних ноток, що створює унікальний смак для споживачів, які шукають менш агресивні, але багаті на смакові відтінки страви. Популярні в'єтнамські супи, такі як фо, стали своєрідним трендом на ринку завдяки своїм поживним якостям і адаптованості до сучасних трендів збалансованого харчування. Важливим аспектом популярності в'єтнамської кухні є її фокус на свіжих овочах, зелені та легких бульйонах, що відповідає вимогам сучасного ринку та інтересам споживачів, орієнтованих на корисне харчування.

Загальна тенденція попиту на азіатську кухню відображає інтеграцію міжнародних гастрономічних трендів у локальний ринок. Харківський ринок ресторанних послуг продовжує відчувати значний вплив світових гастрономічних трендів, а саме поширення азіатських ф'южн-страв, що об'єднують елементи різних кухонь для створення нових унікальних смакових профілів. Такий підхід стає все більш популярним серед харківських ресторанів, які пропонують нові варіації традиційних азіатських страв, збагачуючи їх локальними інгредієнтами та адаптуючи під смаки місцевих споживачів. Адаптація азіатської кухні через ф'южн-формати дозволяє ресторанам задовольняти як традиційних споживачів, так і тих, хто шукає нових кулінарних вражень.

Проте, варто зазначити, що ринок закладів азійської кухні Харкова також зазнав негативних змін у зв'язку з економічною нестабільністю та зниженням купівельної спроможності населення. Як свідчать дані Головного управління Державної податкової служби у Харківській області, багато закладів припинили свою діяльність через масове скорочення ФОПів, а деякі підприємці змушені були релокувати бізнес або змінити юридичну адресу. Це також впливає на попит, оскільки деякі сегменти споживачів знизили витрати на позадомашнє харчування. Багато закладів змушені адаптуватися до нових умов, пропонуючи страви на виніс, знижуючи ціни та запроваджуючи акційні пропозиції, щоб залучити клієнтів і зберегти фінансову стабільність.

### **2.3. Проектування ресторану азійської кухні «Tamasi»**

Проектування ресторану азійської кухні «Tamasi» в Харкові починається з ретельного дослідження ринкових умов та аналізу тенденцій у сфері азійської кухні. Глибоке вивчення ринку дозволяє нам не лише зрозуміти, яким є сучасний попит на заклади, що пропонують страви азійського спрямування, а й розробити унікальну концепцію, яка відобразить автентичність та оригінальність азійської культури, поєднуючи її з сучасними гастрономічними тенденціями. Основні напрями дослідження передбачають аналіз поточних ринкових умов, визначення рівня конкуренції у сегменті закладів азійської кухні, визначення ключових особливостей у потребах і вподобаннях цільової аудиторії, а також адаптацію автентичних характеристик азійських кухонь відповідно до сучасних умов та запитів споживачів. Цей комплексний аналіз стане підґрунтям для вибору унікальної концепції ресторану, що зможе привернути увагу гостей, підкреслити характер закладу та забезпечити його конкурентоспроможність у швидкоплинних ринкових умовах [31, с. 336].

Першочерговим завданням є дослідження загальних трендів у сфері азійської кухні, які можна вважати найважливішими на поточному ринку. Попит на азійську кухню залишається стійким, оскільки вона привертає як любителів гострих смаків, так і тих, хто обирає здорове харчування. Для ринку

харківських ресторанів специфіка полягає в акценті на ф'южн-форматах та локалізації автентичних азіатських страв під місцеві смаки, що сприяє залученню широкої аудиторії. Серед популярних гастрономічних напрямів можна виділити японську, корейську, в'єтнамську та китайську кухні, кожна з яких має свою унікальну аудиторію і відповідно свої характерні особливості. Відтак концепція ресторану повинна забезпечити синергію цих кулінарних напрямів, зберігаючи автентичність та адаптуючи окремі страви до локальних смакових вподобань, що дозволяє зробити ресторан привабливим для широкої аудиторії, включаючи молодь, працівників офісів та представників бізнесу.

При аналізі конкурентного середовища було встановлено, що в Харкові попит на азіатські заклади стабільний, проте у зв'язку з економічною ситуацією та впливом соціальних і зовнішньоекономічних факторів, на ринку закріпилися лише ті заклади, що змогли правильно адаптувати концепцію та врахувати інтереси цільової аудиторії. Одним із визначальних аспектів для успіху ресторану є унікальність пропозиції, що включає автентичне меню, вишуканий інтер'єр, високий рівень обслуговування та широкий спектр додаткових послуг. Ці характеристики визначають сегмент закладів преміум-класу, який приваблює відвідувачів, готових витратити більше для отримання унікального досвіду. У зв'язку з цим концепція ресторану «Tamasi» передбачає створення неповторної атмосфери, що відповідає очікуванням публіки, котра шукає не просто місце для харчування, а й культурне та гастрономічне враження. Зокрема, це реалізується через концепцію інтер'єру, меню та обслуговування [29, с. 20].

Провівши сегментацію цільової аудиторії, можна виділити декілька ключових груп, на які орієнтований ресторан «Tamasi». Насамперед це молодь віком від 20 до 35 років, яка є головним сегментом споживачів інноваційної та нестандартної кухні. Вони є активними учасниками сучасних культурних трендів, часто проводять вільний час у соціальних мережах і цінують заклади, що можуть забезпечити якісний сервіс та атмосферу. Окрім цього, аудиторію ресторану складають працівники офісів та компаній, що знаходяться у

центральных районах Харкова, а також представники бізнесу, які шукають заклад для ділових обідів та зустрічей. Саме для цієї аудиторії передбачено комплексні обідні пропозиції та спеціальні зони для обслуговування, де можна провести приватні зустрічі. Також аудиторія ресторану охоплює забезпечених гостей віком від 30 до 45 років, які відвідують заклади преміум-сегменту. Вони цінують комфорт, стиль, високу якість страв та великий вибір елітних напоїв. Це визначає необхідність розробки широкої карти вин і ексклюзивного асортименту коктейлів, що поєднуються з азіатською кухнею.

Унікальна концепція ресторану «Tamasi» зосереджується на створенні атмосфери, що поєднує традиційний японський стиль з сучасними елементами дизайну та функціонального розподілу простору. Основний акцент робиться на спокійній, гармонійній атмосфері, яка дозволяє відвідувачам відпочити від ритму великого міста та повністю поринути у світ азіатської культури. Інтер'єр ресторану витриманий у мінімалістичному стилі, з використанням натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь та текстиль, що відповідає принципам японської естетики. Особлива увага приділена зонуванию простору: наявність окремих кабінок для проведення приватних зустрічей, великої барної зони, а також загальної зали з панорамними вікнами, що забезпечують доступ природного світла, створює гармонійний простір, зручний для різних форматів відвідування. Це дозволяє ресторану бути привабливим як для індивідуальних гостей, так і для великих компаній, що шукають місце для проведення колективних заходів та зустрічей.

Вибір локації для ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків є визначальним етапом, що вимагає детального аналізу численних факторів. Насамперед, ідеальна локація ресторану повинна відповідати поточним соціально-економічним реаліям міста, сприяти розвитку постійного потоку відвідувачів та забезпечувати комфорт для гостей незалежно від обставин. Харків, як одне з найбільших міст України, має розвинену інфраструктуру та чітку сегментацію за густотою населення, а також за інтенсивністю та розподілом бізнес- і туристичних потоків. Оптимальне місце розташування

ресторану у такому великому місті, як Харків, передбачає врахування кількох ключових факторів, а саме: потоки потенційних відвідувачів, транспортну доступність, а також близькість до центрів ділової активності, освітніх закладів і культурних місць, що є точками тяжіння для різних сегментів аудиторії [40, с. 6].

Проведений аналіз показав, що для концепції ресторану преміум-сегмента обране розташування на центральній вулиці міста, як-от вулиця Сумська, що відома своєю жвавістю та щільністю відвідувачів, створює значні переваги. Це місце приваблює відвідувачів не тільки завдяки своїй доступності для туристів і жителів Харкова, але й через зручну транспортну доступність – поруч розташовані станції метро «Історичний музей» та «Університет», що дозволяє охопити як пішохідні потоки, так і тих, хто пересувається громадським транспортом. Важливим аспектом є також наявність великих офісних комплексів, торговельних центрів і освітніх закладів, які формують постійний потік людей протягом усього дня. Поруч розташовані культурні пам'ятки та інші заклади, що збільшує інтерес до локації з боку туристів і гостей міста. Таке місце розташування дозволяє залучати різні сегменти цільової аудиторії – молодь, працівників офісів, бізнесменів та туристів.

Вибір приміщення для ресторану «Tamasi» також включає технічну та функціональну оцінку з точки зору придатності до виконання функцій, притаманних закладам харчування. Приміщення ресторану має площу 250 м<sup>2</sup>, що дозволяє оптимально розподілити простір і забезпечити ефективне зонування для зручності гостей та продуктивної роботи персоналу. На основі санітарно-гігієнічних норм і вимог до безпеки було розроблено структуру приміщень із розподілом на основні функціональні зони, кожна з яких має свою площу і специфічні вимоги. У торговій залі, що вміщує 80 посадкових місць, враховано потребу в достатньому просторовому забезпеченні для комфортного розміщення відвідувачів, а також створено зони для невеликих груп, що сприяє гнучкості обслуговування та різноманітності форматів відвідувань.

Наявність окремої барної зони дозволяє підвищити загальну функціональність ресторану, надаючи можливість пропонувати алкогольні та безалкогольні напої, коктейлі та інші закуски у спеціалізованому просторі. Це не тільки підвищує функціональність закладу, але й додає йому привабливості з точки зору сервісу. Барна зона обладнана всіма необхідними елементами для підготовки коктейлів, включаючи спеціальні шафи для зберігання напоїв, холодильники та професійне обладнання для швидкого і якісного обслуговування. Просторова організація зони передбачає наявність 12 барних стільців і окремої стійки, що дозволяє гостям комфортно розміщуватись під час спілкування чи очікування на замовлення.

Виробничий блок ресторану складається з кількох функціональних цехів: гарячий, холодний, овочевий і м'ясо-рибний, кожен з яких виконує специфічні функції, необхідні для забезпечення ефективного та безпечного процесу приготування страв. Гарячий цех є центральним компонентом виробничого блоку, оскільки він забезпечує підготовку основних страв і гарячих закусок, і потребує спеціального обладнання для обробки інгредієнтів за високих температур. Холодний цех зосереджується на приготуванні холодних закусок, салатів і десертів, тому у ньому передбачено холодильні установки, які зберігають продукти при оптимальних температурах. Овочевий цех займається обробкою овочів та приготуванням інгредієнтів для інших цехів. М'ясо-рибний цех оснащений окремими столами і холодильниками, що дозволяють дотримуватися санітарних норм і запобігають перехресному забрудненню.

Для забезпечення необхідної логістики та обслуговування ресторан також має складські приміщення для зберігання продуктів, інвентарю, посуду та іншого обладнання. Окремі складські приміщення дозволяють зберігати продукти відповідно до норм товарного сусідства, забезпечуючи оптимальні умови для різних груп товарів. Крім того, у приміщенні є камера зберігання для продуктів, які потребують низьких температур, що допомагає підтримувати їхню якість та свіжість [39, с. 11].

Таблиця 2.2 – Розміри приміщень ресторану «Tamasi»

Назва приміщення	Площа, м <sup>2</sup>	Призначення та особливості
Торгова зала	120	Основна зона для гостей, включає 80 місць для сидіння
Барна зона	20	Зона для приготування напоїв, містить барну стійку та 12 барних стільців
Гарячий цех	30	Підготовка основних страв та гарячих закусок, обладнаний плитами та жаровнями
Холодний цех	25	Приготування холодних закусок та салатів, холодильні установки
Овочевий цех	15	Обробка овочів, підготовка інгредієнтів для інших цехів
М'ясо-рибний цех	15	Окрема обробка м'яса та риби, обладнаний окремими столами та холодильниками
Складські приміщення	15	Зберігання продуктів, посуду та інвентарю, забезпечення товарного сусідства
Камера низькотемпературна	10	Зберігання продуктів, що потребують низьких температур
Санітарні приміщення для гостей	5	Окремий санвузол для відвідувачів
Санітарні приміщення для персоналу	5	Санвузол для персоналу, розташований поруч із виробничими зонами
Приміщення для персоналу	5	Місце відпочинку та зберігання особистих речей персоналу
Адміністративний офіс	10	Адміністративна діяльність, керування закладом та документація

Таблицю складено автором

Для відвідувачів та персоналу передбачені окремі санітарні приміщення, що відповідають санітарно-гігієнічним нормам і мають зручне розташування. Приміщення для персоналу розташовані поруч із виробничими зонами, що зменшує час на переміщення і забезпечує ефективну організацію праці. Санітарні приміщення обладнані сучасними сантехнічними пристроями і

забезпечують можливість регулярного прибирання для підтримки чистоти та гігієни.

Розробка інтер'єру та атмосфери ресторану азійської кухні «Tamasi» вимагає детального підходу, що враховує національні особливості азійської культури та створює для гостей автентичну атмосферу. Концептуальне рішення інтер'єру має гармонійно поєднувати в собі стилістику японського мінімалізму з сучасними акцентами, що підкреслюють унікальність закладу та забезпечують естетичне задоволення для відвідувачів. Основні елементи дизайну інтер'єру передбачають використання натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь, та елементів декору, що відображають колорит Південно-Східної Азії. Особлива увага приділена вибору меблів, освітлення, зонуванию приміщення та колористиці, кожен аспект яких спрямований на створення комфорту для гостей, підкреслюючи гастрономічну автентичність ресторану.

Концепція дизайну ресторану базується на мінімалізмі та природності, що притаманні японському стилю. У цьому контексті меблі вибираються з простими, але елегантними формами, що не відволікають від загального задуму закладу, але водночас забезпечують комфорт. Дерев'яні меблі з темного дуба і ясеня додають простору теплоти, а також передають натуральний характер інтер'єру. Стільці та столи розташовані так, щоб забезпечити зручний доступ для персоналу та максимальну приватність для гостей. Основні столи в загальній залі розраховані на 4-6 осіб, при цьому відстань між ними створює ефект відкритості простору, але одночасно гарантує приватність, яку так цінують відвідувачі ресторану преміум-сегмента.

Освітлення відіграє ключову роль у створенні атмосфери. У концепції «Tamasi» використано зоноване освітлення, де центральне місце займають теплі світильники із розсіяним світлом, що створюють атмосферу затишку. Кожна зона має окреме освітлення, яке підкреслює особливості інтер'єру та забезпечує комфортне перебування гостей у вечірній час. Світильники над кожним столиком дозволяють контролювати інтенсивність освітлення для забезпечення комфорту гостей під час прийому їжі, створюючи оптимальне поєднання

природного та штучного світла. Барна зона освітлена більш яскраво, що допомагає підкреслити кольорову палітру напоїв і закусок, водночас освітлення в окремих кабінках налаштовується індивідуально, що дозволяє створити більш інтимну атмосферу для гостей, які бажають усамітнитися [34, с. 9].

Декор інтер'єру ресторану відображає основні риси азійської культури, такі як природні орнаменти, символічні елементи та кольорові акценти. На стінах розміщені витончені картини, що зображають традиційні японські пейзажі та стилізовані зображення сакури, що підкреслюють культурну ідентичність закладу. Крім того, встановлені живі рослини в кашпо індустриального стилю надають простору відчуття свіжості та створюють екологічно чисту атмосферу, що сприяє відпочинку гостей. Додатково використано декоративні перегородки з бамбуковими елементами, які забезпечують зонированість простору та надають інтер'єру східного характеру.

Колористика інтер'єру побудована на природних відтінках дерева, каменю та піску, що символізує природність і чистоту. Вибір кольорів включає різні відтінки коричневого, бежевого, білого та зеленого, які є традиційними для японського стилю та надають простору відчуття гармонії. Основна палітра залишається стриманою, однак використовуються акценти червоного та золотого кольорів, що підкреслюють розкіш і додають святковості. Така кольорова гама допомагає підсилити атмосферу спокою та розслаблення, створюючи відповідні умови для приємного проведення часу гостей у ресторані.

Зонування ресторану передбачає розподіл простору на кілька основних зон: загальну залу, барну зону, зону очікування та окремі кабінки для приватного відпочинку. Загальна зала займає центральне положення, дозволяючи розмістити відвідувачів в умовах відкритого простору з доступом до панорамних вікон, що додає природного освітлення вдень. Барна зона розташована у правій частині ресторану, ближче до входу, що забезпечує швидкий доступ для обслуговування та зручне місце для тих, хто бажає насолодитися напоями. Зона очікування з м'якими кріслами та журнальним

столиком знаходиться біля входу в ресторан, що дає можливість гостям комфортно розміститися під час очікування столика або товаришів. Також передбачено кілька приватних кабінок для окремих компаній, які хочуть проводити час у більш усамітненій атмосфері. Ці кабінки обладнані звуконепроникними перегородками та додатковим освітленням, яке налаштовується індивідуально, щоб кожен гість міг створити собі зручну обстановку.

Таблиця 2.3 – Опис основних елементів інтер'єру ресторану «Tamasi»

Елемент інтер'єру	Опис	Особливості
Меблі	Дерев'яні столи та стільці з темного дуба і ясеня, прості форми	Розташування для приватності, зручність обслуговування
Освітлення	Тепле зоноване освітлення, світильники над кожним столиком	Контроль інтенсивності світла, окреме освітлення кабінок
Декор	Картини японських пейзажів, живі рослини в кашпо, декоративні перегородки з бамбука	Підкреслення азійської естетики та відчуття свіжості
Колористика	Природні відтінки (коричневий, бежевий, білий), акценти червоного та золотого	Атмосфера гармонії, розкішні кольорові акценти
Загальна зала	Центральне розташування, панорамні вікна для природного світла	Відкритий простір для відвідувачів
Барна зона	Розташована біля входу, барна стійка, 12 барних стільців	Зручність доступу, яскраві акценти для підкреслення напоїв
Зона очікування	М'які крісла, журнальний столик біля входу	Комфорт для очікування гостей
Приватні кабінки	Окремі звуконепроникні кабінки з індивідуальним освітленням	Створення затишної обстановки для усамітнення

Таблицю складено автором

Загальна концепція інтер'єру ресторану «Tamasi» підкреслює мінімалізм, комфорт та естетичну гармонію, що відповідають як традиційним цінностям

азіатської культури, так і сучасним трендам у дизайні. Кожна деталь, від меблів до освітлення, була обрана з урахуванням не лише функціональних потреб, але й для створення атмосфери, яка забезпечить гостям максимальне задоволення від перебування у заклад [36, с. 12].

Планування виробничих зон у ресторані азіатської кухні «Tamasi» зосереджене на забезпеченні ефективності та безпеки виробничих процесів, які відповідають специфіці азіатської кулінарії. Організація робочих зон враховує високі стандарти санітарії, вимоги щодо логістики, оптимізацію простору та використання спеціалізованого обладнання для обробки, зберігання й приготування страв. Виробничі приміщення умовно розділені на декілька функціональних зон: гарячий цех, холодний цех, овочевий цех, м'ясо-рибний цех, зону підготовки продуктів та складські приміщення. Кожна зона має специфічне призначення та обладнання, що забезпечує безперервність і продуктивність процесів під час пікових навантажень, при цьому розташування зон і устаткування організовано таким чином, щоб мінімізувати перехресні потоки сировини та готових страв.

Гарячий цех є основною виробничою зоною, де готуються гарячі страви та супи, характерні для азіатської кухні, включаючи японські рамен, тайські супи, страви з вок-локшини та рису. Для цього цех обладнаний потужними вогняними плитами з регульованим рівнем нагрівання, що дозволяє точно контролювати температурний режим для приготування страв із високими вимогами до швидкості обробки. Крім того, у гарячому цеху розташовані пароварки для приготування дієтичних і низькокалорійних страв, а також фритюрниці для страв японської та корейської кухонь, таких як темпура і корейські смажені страви. Особливу увагу приділено системі вентиляції для видалення парів і диму, що утворюються під час смаження, та забезпечення безпечних умов праці для кухарів. Розміри гарячого цеху становлять 30 м<sup>2</sup>, що забезпечує достатньо простору для одночасної роботи кількох кухарів.

Холодний цех орієнтований на приготування закусок, салатів, десертів та інших страв, що не потребують високотемпературної обробки. Для

забезпечення якості продуктів у цьому цеху використовуються холодильні шафи з регулюванням температури, що дозволяє зберігати свіжі овочі, рибу, морепродукти та інші інгредієнти. Тут також встановлено сушильні шафи для підготовки продуктів, що потребують осушення перед подальшим приготуванням. Важливим компонентом холодного цеху є зручні столи для нарізки та формування порцій, а також вакуумні пакувальники для зберігання інгредієнтів і запобігання їхньому окисленню. Загальна площа холодного цеху становить 25 м<sup>2</sup>, що оптимально підходить для забезпечення якісного та швидкого приготування холодних страв.

Овочевий цех забезпечує обробку та підготовку овочів і зелені для подальшого використання в різних цехах. Він обладнаний спеціальними мийками для обробки овочів, механічними та ручними овочерізками, а також лінією очищення для коренеплодів і різних видів зелені. Окрема зона підготовки овочів дозволяє уникнути перехресного забруднення з іншими продуктами та забезпечує належну санітарію. Для зручності роботи овочевий цех також має окремі робочі столи з водостійким покриттям, що сприяє підтримці чистоти та гігієни. Розмір овочевого цеху складає 15 м<sup>2</sup>, що достатньо для розміщення всього необхідного обладнання та зручної роботи кількох працівників.

М'ясо-рибний цех організовано з урахуванням вимог до санітарії та специфіки обробки м'яса та риби, які потребують окремих зон обробки та зберігання. Цей цех обладнаний охолоджуваними столами для обробки риби та м'яса, спеціальними ножами та обробними дошками, що зменшує ризик перехресного забруднення. Окрім того, встановлені морозильні камери для зберігання продуктів, що дозволяє забезпечити їхню свіжість до моменту приготування. У зоні обробки м'яса та риби також є окремі мийки, що відповідає санітарним вимогам і знижує ризик поширення бактерій. Площа м'ясо-рибного цеху становить 15 м<sup>2</sup>, що забезпечує достатньо простору для безпечної та ефективної роботи [26, с. 304].

Зона підготовки продуктів використовується для проведення попередньої обробки інгредієнтів перед їхнім подальшим використанням у гарячих чи холодних стравах. У цій зоні встановлені окремі столи для подрібнення, маринування, фільтрації та змішування продуктів, що потребують попередньої підготовки. Зону підготовки продуктів також обладнано вакуумними пакувальниками та зручними полицями для зберігання інгредієнтів, що допомагає раціонально використовувати простір та забезпечує швидкий доступ до необхідних компонентів. Площа зони підготовки продуктів складає 10 м<sup>2</sup>.

Таблиця 2.4 – Розміри та оснащення виробничих зон ресторану «Tamasí»

Виробнича зона	Площа, м <sup>2</sup>	Спеціалізоване обладнання	Призначення
Гарячий цех	30	Вогняні плити, пароварки, фритюрниці, витяжна система	Приготування гарячих страв та супів, контроль температур
Холодний цех	25	Холодильні шафи, сушильні шафи, вакуумні пакувальники	Приготування холодних закусок, зберігання інгредієнтів
Овочевий цех	15	Мийки для овочів, овочерізки, столи з водостійким покриттям	Обробка та підготовка овочів і зелені
М'ясо-рибний цех	15	Охолоджувані столи, морозильні камери, окремі мийки	Обробка риби та м'яса, забезпечення санітарних вимог
Зона підготовки продуктів	10	Столи для подрібнення, вакуумні пакувальники, полиці для зберігання	Попередня обробка та маринування інгредієнтів
Складські приміщення	15	Полиці для сухих продуктів, камери з низькотемпературним режимом	Зберігання продуктів, напівфабрикатів, спецій та інвентарю

Таблицю складено автором

Складські приміщення ресторану «Tamasi» розроблені з урахуванням потреб у зберіганні великої кількості продуктів, інгредієнтів та інвентарю. Основне складське приміщення займає 15 м<sup>2</sup> та включає зони для сухих продуктів, спецій, напівфабрикатів і обладнання для підтримання належних умов зберігання. Кожна зона має свої особливості та температурний режим, який відповідає характеристикам конкретних продуктів. Для зберігання швидкопсувних продуктів передбачено камери з низькотемпературним режимом, а для напівфабрикатів – окремі полиці та стелажі, що забезпечують зручний доступ і логістичну ефективність.

Розробка меню для ресторану азіатської кухні «Tamasi» вимагає детального підходу, що враховує специфіку і різноманіття смаків, які відображають характер кухонь Японії, Китаю, Таїланду та Кореї. Концепція меню ґрунтується на автентичності, що відображається у використанні класичних рецептів, адаптованих до локальних уподобань, і забезпечує гостям можливість спробувати традиційні азіатські страви з високою якістю інгредієнтів. Основні категорії страв включають перші страви, закуски, гарячі страви, страви на пару, салати, десерти та напої. Це меню орієнтоване на поєднання яскравих смаків і вишуканих інгредієнтів, де кожна страву пропонує баланс смаків – кислих, солодких, гострих і солоних, що характерно для азіатської кухні.

Основним акцентом в японській частині меню є використання свіжих морепродуктів, таких як лосось, вугор і великі креветки, які додають стравам автентичний смак. Лосось і креветки є центральними інгредієнтами для таких популярних страв, як суші та сашімі, а також для інших класичних японських страв, які подаються з мінімальною термічною обробкою, щоб зберегти натуральний смак і текстуру продукту. Креветки часто використовуються для приготування темпури – традиційної японської страви, де інгредієнти обсмажуються в легкому тесті для збереження соковитості та додання хрусткої текстури. Лосось, як філе, так і стейк, входить до основного меню як інгредієнт для суші, ролів та фірмових страв на пару. Для забезпечення свіжості

морепродуктів у ресторані розроблено партнерські відносини з надійними постачальниками, які гарантують регулярні поставки якісної охолодженої продукції [30, с. 86].

Корейська частина меню зосереджена на гострих смаках, зокрема з використанням таких інгредієнтів, як гострий перець, часник та соєвий соус. Однією з головних страв є корейський барбекю, де використовують телятину, курку, качине м'ясо та свинину. Завдяки різноманіттю м'ясних продуктів і спецій гості можуть насолодитися автентичними корейськими смаками, де поєднання гострого перцю і соєвого соусу додає стравам насиченого смаку. Охолоджена телятина та куряче філе є основними інгредієнтами для страв на грилі та сковорідках з воком, де висока температура швидко обробляє інгредієнти, зберігаючи їх соковитість і аромат. Важливу роль відіграє також кунжутне насіння, яке використовують для прикраси страв і надання їм характерного горіхового аромату. Для створення традиційних корейських страв ресторан обирає постачальників, які забезпечують регулярні поставки свіжого м'яса та якісних спецій.

Таїландська частина меню насичена кисло-солодкими смаками, які досягаються за допомогою таких інгредієнтів, як лайм, авокадо та манго. Популярні тайські страви, такі як том-ям, приваблюють гостей завдяки унікальному поєднанню кислого, солодкого та гострого смаків, які забезпечуються завдяки додаванню лайму, манго та гострого перцю. Особливою популярністю користується також кускус із овочами та морепродуктами, що готується на пару і підходить як для вегетаріанців, так і для любителів морепродуктів. Велика частка овочів – салатне листя, черрі-помідори, солодкий перець та огірки – забезпечує насиченість та свіжість страв, характерних для тайської кухні. Авокадо та манго, зокрема, додаються у страви з риби та морепродуктів, що надає їм легкої кремової текстури і солодкуватого смаку. Щоб зберегти свіжість і якість таких інгредієнтів, ресторан обирає надійних постачальників, а також використовує місцеві фермерські

господарства для поставок овочів та фруктів, зберігаючи сезонність і екологічність продуктів.

Китайська кухня зосереджена на таких класичних страв, як локшина, приготована на воках, та різноманітні страви зі свинини. Свинина є основним інгредієнтом для китайської частини меню, яка часто поєднується з соєвим соусом і часником, що створює неповторні смакові поєднання. Локшина, приготована з додаванням овочів, таких як перець солодкий, часник та гриби, збагачує страву, надаючи їй текстурної різноманітності та смакових відтінків. Гриби, зокрема, використовуються для приготування як вегетаріанських, так і м'ясних страв, додаючи аромат і насиченість. Китайські страви також включають стейки лосося, що готуються з мінімальною термічною обробкою, що дозволяє зберегти ніжність і соковитість риби. Для підтримання високої якості ресторан співпрацює з постачальниками, які забезпечують стабільну поставку свіжої продукції.

Набір персоналу для ресторану азіатської кухні «Tamasi» є стратегічним етапом, який має на меті забезпечити заклад кваліфікованими працівниками, що не лише володіють техніками приготування страв і навичками обслуговування, але й здатні підтримувати високі стандарти гостинності, які відповідають культурі закладу. Формування команди включає підбір професіоналів із досвідом роботи в сфері азіатської кухні, а також організацію комплексного навчання для всіх працівників з метою забезпечення розуміння культурних особливостей, технік приготування страв та правил техніки безпеки й санітарних норм.

Кухарі є центральною частиною виробничого персоналу, тому для ресторану «Tamasi» потрібно сформувати команду з різнорівневих кухарів, які здатні виконувати широкий спектр завдань, від базової підготовки продуктів до приготування складних авторських страв. У команді кухарів передбачено позиції шеф-кухаря, який несе відповідальність за розробку та контроль рецептур, су-шефа, який підтримує шеф-кухаря та відповідає за щоденне управління процесами, а також кількох кухарів різних рівнів спеціалізації.

Шеф-кухар має мати глибоке розуміння азійської кухні, знання технік приготування суші, страв на воках, рамену, а також володіти лідерськими навичками для управління командою кухарів і забезпечення належного виконання стандартів якості. Кухарі 4-го та 5-го розрядів забезпечують обробку продуктів, приготування гарячих і холодних страв, роботу на воках і використання специфічного обладнання, такого як пароварки та вогняні плити [41, с. 3].

Команда обслуговуючого персоналу, зокрема офіціанти та хостес, має забезпечити високу якість сервісу, що відповідає стилю та концепції ресторану. Офіціанти повинні мати досвід роботи з азійською кухнею, зокрема знання специфіки подачі суші, супів та інших страв, що потребують естетичного оформлення. Окрім того, офіціанти зобов'язані знати особливості меню, уміти надати рекомендації гостям, підтримувати їх у виборі страв і напоїв, а також оперативно обслуговувати клієнтів у межах високого стандарту ресторанного сервісу. Хостес має бути здатною зустрічати відвідувачів з належною увагою та повагою, допомагати з розсадкою, інформувати про меню та дбати про загальну атмосферу гостинності.

Адміністратор ресторану виконує функції організаційного управління, підтримуючи ефективність роботи всіх підрозділів, контролюючи якість обслуговування, вирішуючи питання, що виникають у процесі роботи, і відповідаючи за задоволеність клієнтів. Для цієї позиції потрібна людина з досвідом роботи в преміальних закладах, здатна оперативно вирішувати організаційні завдання, комунікувати з гостями, розв'язувати конфліктні ситуації та підтримувати високий рівень обслуговування.

У контексті ресторану азійської кухні особливу роль відіграє процес навчання персоналу, що включає ознайомлення з техніками приготування азійських страв, санітарно-гігієнічними стандартами, правилами техніки безпеки, а також культурними особливостями країн, чії кухні представлені в меню. Навчання кухарів передбачає тренінги з використання обладнання, зокрема воків, пароварок та інших специфічних пристроїв, майстер-класи з

приготування суші та технік нарізки, що застосовуються в японській та китайській кухнях. Також проводяться навчальні сесії для офіціантів, що включають ознайомлення з подачею страв, культурними аспектами обслуговування в азіатських ресторанах, техніками комунікації з гостями та правилами надання рекомендацій.

Підготовка команди на високому професійному рівні забезпечує не тільки ефективність роботи закладу, але й підтримує унікальний образ ресторану, де гості можуть насолоджуватися не лише автентичною кухнею, але й бездоганним сервісом, що відображає культурну спадщину та традиції азіатських країн.

Таблиця 2.5 – Потреби у персоналі ресторану азіатської кухні «Tamasi»

Позиція	Кількість, осіб	Основні обов'язки	Кваліфікаційні вимоги
Шеф-кухар	1	Розробка меню, контроль якості страв, управління командою	Досвід роботи з азіатською кухнею, лідерські навички
Су-шеф	1	Підтримка шеф-кухаря, управління виробничим процесом	Досвід роботи у сфері азіатської кухні
Кухарі 5-го розряду	4	Приготування основних страв, робота з вогняними плитами	Спеціалізовані навички для роботи з азіатською кухнею
Кухарі 4-го розряду	2	Підготовка продуктів, допомога у приготуванні страв	Знання базових технік приготування азіатських страв
Бармен	2	Приготування напоїв, коктейлів, обслуговування барної зони	Знання коктейльних технік, досвід у сфері обслуговування
Офіціанти	6	Обслуговування клієнтів, презентація меню, подача страв	Досвід роботи в ресторанах азіатської кухні
Хостес	2	Зустріч гостей, допомога з розсадкою	Комунікабельність, досвід роботи з клієнтами
Адміністратор	1	Управління закладом, контроль якості обслуговування	Досвід управління в закладах преміум-класу
Прибиральниця	2	Прибирання залів і	Знання санітарно-

		кухонних приміщень, підтримка чистоти	гігієнічних норм
--	--	---------------------------------------	------------------

Таблицю складено автором



Рис. 2.2 – Логотипу ресторану «Tamasi»

Рисунок розроблено автором

Маркетингова стратегія для ресторану азіатської кухні «Tamasi» зосереджена на створенні бренду, що не лише приверне увагу цільової аудиторії, а й закріпить стійкий позитивний імідж на ринку. Основними завданнями стратегії є підвищення впізнаваності бренду, формування лояльності клієнтів, а також забезпечення регулярного потоку відвідувачів.

З метою досягнення цих результатів маркетингова кампанія охоплює онлайн і офлайн канали, створення фірмового стилю, просування в соціальних мережах і проведення низки рекламних акцій. Важливим компонентом є організація урочистого відкриття, що забезпечить залучення перших клієнтів та стане заходом для зміцнення присутності ресторану на ринку Харкова [37, с. 8].

Одним із головних аспектів стратегії є розробка фірмового стилю ресторану «Tamasi», що відображає естетику азіатської культури і водночас передає атмосферу сучасного закладу преміум-класу. Стиль закладу включає логотип, кольорову гаму, шрифти та фірмові елементи, які будуть використані у всіх рекламних матеріалах і корпоративних каналах. Логотип поєднує у собі класичні азіатські символи та сучасний мінімалістичний дизайн, що

асоціюється з якістю та вишуканістю. Колористика включає відтінки червоного, чорного та білого, які символізують гармонію, енергію та чистоту, що повністю відображає філософію закладу. Шрифти обираються для того, щоб підкреслити простоту та елегантність стилю, що відповідає загальній концепції інтер'єру ресторану. Розроблений стиль дозволить створити єдиний візуальний образ бренду, який підсилить його сприйняття та виділить серед конкурентів.

Онлайн-реклама є важливим інструментом для залучення клієнтів, що шукають нові місця для відвідування, зокрема серед молоді та працівників офісів, які користуються соціальними мережами. Для ресторану «Tamasi» планується активна присутність у таких популярних платформах, як Instagram, Facebook та TikTok, де будуть публікуватися фотографії страв, деталі інтер'єру, новини про заклад та анонси подій. Контент у соціальних мережах має акцентуватися на автентичності кухні, процесах приготування страв і атмосфері закладу. Планується створення регулярного візуального контенту з високоякісними знімками страв і відеороликами про роботу кухарів, що сприятиме формуванню лояльності аудиторії до бренду. Instagram стане платформою для візуального контенту, орієнтованого на молодь, яка часто відвідує заклади через їхню популярність у соціальних мережах. Facebook буде використовуватися для інформування більш широкої аудиторії, яка цікавиться гастрономічними заходами та кулінарними подіями, а TikTok – для створення відео-контенту, що зображує процеси приготування і подачі страв.

Окрім публікацій у соціальних мережах, маркетингова стратегія передбачає запуск таргетованої реклами в Інтернеті. Реклама у соціальних мережах налаштовується на аудиторію від 20 до 45 років з Харкова, яка цікавиться ресторанами, кулінарією та гастрономією. Використання можливостей таргетування дозволяє досягти високої ефективності кампаній, залучаючи саме тих клієнтів, для яких відвідування ресторану азіатської кухні є цікавим і відповідним до їхніх інтересів. Реклама у Google стане ефективним інструментом для залучення клієнтів, які активно шукають ресторани азіатської кухні, що дозволить забезпечити органічний потік відвідувачів. Додатково

планується робота з відомими блогерами, які спеціалізуються на гастрономії, що дозволить привернути додаткову увагу до закладу та викликати інтерес серед їхньої аудиторії.

Офлайн-реклама спрямована на залучення клієнтів, які відвідують центральні райони міста, поблизу яких розташовано ресторан. З цією метою будуть використані флаєри та брошури з коротким описом концепції ресторану, фотографіями страв та інформацією про знижки для перших клієнтів. Брошури будуть розповсюджуватися в офісах, торговельних центрах і готелях, що дозволить охопити аудиторію з високою купівельною спроможністю. Особлива увага приділяється рекламі на міському транспорті, зокрема в метро, що дозволить охопити велику кількість потенційних клієнтів, які щоденно пересуваються містом. Така реклама не лише сприятиме підвищенню впізнаваності бренду, але й дозволить закріпити його присутність у свідомості аудиторії.

Рекламні акції також є частиною стратегії для залучення нових клієнтів. На перші тижні роботи плануються знижки на основні позиції меню та спеціальні пропозиції для відвідувачів, які вперше відвідують ресторан. Такі акції підвищують інтерес до ресторану та стимулюють потенційних клієнтів спробувати нове місце. Запровадження програми лояльності також буде спрямовано на підтримку відвідувачів, які готові регулярно обирати «Tamasi». Програма передбачає надання знижок або бонусів за кожне відвідування, що створює додатковий стимул для повторних візитів та сприяє формуванню стабільної клієнтської бази [28, с. 61].

Особливу увагу в маркетинговій стратегії приділено організації урочистого відкриття ресторану. Відкриття має бути яскравою подією, яка приверне увагу та сформує перше позитивне враження серед гостей. На відкритті планується презентація меню, де гості зможуть продегустувати основні страви, включаючи суші, рамен, вок і різноманітні закуски. Для створення незабутньої атмосфери планується залучення музикантів або проведення показових кулінарних майстер-класів від шеф-кухаря. Урочисте

відкриття буде широко анонсовано у соціальних мережах, за допомогою запрошень і реклами, що забезпечить охоплення великої аудиторії. Присутність на відкритті медіа та блогерів, які висвітлюють гастрономічні заходи, допоможе привернути увагу та створити хвилю зацікавленості, яка сприятиме активному старту роботи ресторану.

Підсумовуючи, маркетингова стратегія ресторану «Tamasi» включає комплексний підхід із використанням онлайн і офлайн каналів, розробки фірмового стилю та проведення урочистого відкриття. Такий підхід дозволить створити позитивний імідж закладу, привернути увагу цільової аудиторії та забезпечити регулярний потік відвідувачів.

## **РОЗДІЛ III. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

### **3.1 . Впровадження інноваційних рішень на основі принципів сталого розвитку**

Впровадження екологічної відповідальності в ресторанному бізнесі є одним із ключових аспектів сучасної практики сталого розвитку. Відкриття ресторану азійської кухні з акцентом на використання екологічно чистих продуктів та зменшення харчових відходів має значний потенціал не лише з точки зору економічної ефективності, але й для зміцнення іміджу підприємства як екологічно свідомого гравця на ринку. Основою цієї концепції є впровадження інноваційних рішень у сфері планування меню, логістики постачання та управління відходами, що відповідають сучасним екологічним вимогам [33, с. 15].

Опис використання екологічно чистих продуктів є центральним у концепції сталого розвитку ресторанного бізнесу. У рамках екологічної відповідальності ресторани дедалі частіше звертають увагу на використання органічних інгредієнтів, які вирощені без застосування хімічних пестицидів, синтетичних добрив або інших шкідливих для навколишнього середовища речовин. Органічні продукти не лише знижують вплив на екосистеми, але й сприяють збереженню біорізноманіття та покращенню якості ґрунту. При відкритті ресторану азійської кухні особлива увага може приділятися локальним органічним фермам, що не лише скорочує логістичні витрати та викиди парникових газів під час транспортування, але й сприяє підтримці місцевих виробників. Це має ключове значення для підтримки регіональної економіки та соціальної відповідальності бізнесу.

Крім того, локальні продукти краще зберігають свою свіжість, що є важливим фактором для ресторану, який прагне підтримувати високу якість страв, особливо в контексті азійської кухні, де свіжі інгредієнти є основою більшості рецептів. Такий підхід також дозволяє адаптувати меню до сезонних

змін, забезпечуючи природну різноманітність страв протягом року. У свою чергу, це може сприяти економії на придбанні продуктів, оскільки сезонні інгредієнти часто доступні за нижчими цінами через їхній достаток у певний період. Це дозволяє ресторану не лише скоротити витрати, але й зменшити навантаження на навколишнє середовище, оскільки зменшується необхідність транспортування несезонних продуктів із далеких регіонів [19, с. 79].

Зменшення харчових відходів є ще одним ключовим аспектом екологічної відповідальності в ресторанному бізнесі. Одна з найбільших проблем сучасного ресторанного господарства полягає у великій кількості харчових відходів, що спричиняє значний негативний вплив на навколишнє середовище. Харчові відходи генерують значні обсяги парникових газів під час розкладання на сміттєзвалищах, і зменшення їх кількості є важливим завданням для ресторану, який прагне стати екологічно відповідальним. Продумане планування меню дозволяє знизити кількість харчових відходів на всіх етапах приготування їжі – від замовлення інгредієнтів до подачі страв.

Планування меню на основі реального попиту є одним із найефективніших способів скорочення харчових відходів. Використання аналітичних даних про споживчі вподобання та прогнозування обсягів замовлень дозволяє ресторанам краще планувати свої закупівлі, що зменшує ймовірність закупівлі надлишкової кількості продуктів, які можуть псуватися або не використовуватися. Крім того, ретельно сплановане меню може передбачати використання залишків продуктів у приготуванні інших страв. Наприклад, залишки овочів можуть бути використані для приготування бульйонів або соусів, а не утилізуватися як відходи. Така практика не лише зменшує кількість харчових відходів, але й сприяє економії ресурсів та зниженню витрат.

Логістика постачання також відіграє вагомую роль у скороченні харчових відходів та забезпеченні екологічної відповідальності ресторану. Вибір постачальників, які дотримуються принципів сталого розвитку, таких як мінімізація відходів під час виробництва та транспортування продуктів, є важливою складовою екологічної відповідальності бізнесу. Ефективне

управління ланцюгом постачання дозволяє не тільки зменшити кількість втрачених продуктів, але й знизити екологічний слід ресторану через зменшення обсягу транспортування, використання пакувальних матеріалів та викидів парникових газів. Окрім цього, багато ресторанів надають перевагу постачальникам, які використовують екологічно чисті або багаторазові пакувальні матеріали, що дозволяє знизити кількість пластику та інших неекологічних відходів [30, с. 86].



Рис. 3.1 – Ефект ретельного планування меню

Розроблено автором на матеріалі [30]

Використання новітніх технологій, таких як цифрові платформи для управління запасами та аналізу попиту, дозволяє ресторанам ефективніше контролювати кількість продуктів, що закуповуються, і зменшувати кількість харчових відходів. Такі платформи можуть надавати дані в реальному часі про обсяги запасів, терміни придатності продуктів та їх використання, що дозволяє своєчасно коригувати закупівлі та зменшувати втрати. Крім того, системи управління запасами можуть автоматично попереджати про наближення терміну придатності продуктів, що дозволяє запобігти їх псуванню.

Впровадження енергоефективних технологій у ресторанному бізнесі є ключовим напрямком для забезпечення сталого розвитку та економічної ефективності закладу. Використання енергоощадних рішень дозволяє знизити

витрати на енергоресурси, зменшити викиди парникових газів та підвищити загальну екологічну відповідальність ресторану. При відкритті ресторану азійської кухні, особливо в умовах сучасних викликів глобальної екологічної кризи, доцільно звернути увагу на впровадження низки інноваційних технологій, які сприяють підвищенню енергоефективності закладу.

Однією з основних технологій, що активно впроваджується в ресторанному бізнесі, є LED-освітлення. Світлодіодні лампи мають значно вищий коефіцієнт корисної дії порівняно з традиційними лампами розжарювання або люмінесцентними лампами. LED-освітлення споживає до 80% менше енергії та має набагато довший термін служби, що дозволяє суттєво зменшити витрати на заміну обладнання та обслуговування освітлювальних систем. Використання LED-освітлення також сприяє зниженню нагрівання повітря в приміщенні, що може додатково зменшити витрати на кондиціонування, особливо в теплі місяці. Крім того, світлодіоди дозволяють гнучко керувати інтенсивністю освітлення, адаптуючи його до різних умов, що також оптимізує споживання електроенергії.

Системи утилізації тепла є ще одним ефективним рішенням для зниження енергетичних витрат ресторану. Вони дозволяють використовувати залишкове тепло від різних процесів у закладі, таких як робота кухонного обладнання або систем вентиляції. Це тепло може бути спрямоване на обігрів приміщень або підігрів води, що дозволяє значно скоротити витрати на традиційні джерела енергії. Наприклад, система рекуперації тепла може використовувати відпрацьоване тепло від вентиляційних систем для підігріву повітря, що надходить у ресторан, зменшуючи таким чином навантаження на опалювальне обладнання. Це не тільки підвищує енергоефективність, але й сприяє поліпшенню мікроклімату у приміщенні, що позитивно впливає на комфорт відвідувачів і персоналу [16, с. 218].

Використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячні панелі або вітряні турбіни, також є перспективним напрямком для підвищення енергоефективності ресторану азійської кухні. Сонячні панелі можуть забезпечити значну частину потреб ресторану в електроенергії, особливо в

сонячних регіонах, що дозволяє зменшити залежність від традиційних джерел енергії та знизити викиди вуглекислого газу. Крім того, надлишки електроенергії, вироблені сонячними панелями, можуть бути використані для зберігання в акумуляторних системах або навіть продаватися в мережу, що відкриває додаткові можливості для економії або отримання прибутку. Вітряні турбіни також можуть бути ефективним джерелом енергії в регіонах з постійними вітровими потоками, забезпечуючи стабільне виробництво електроенергії з мінімальним впливом на навколишнє середовище.

Підтримка місцевих постачальників є не менш важливим аспектом у контексті сталого розвитку ресторану азійської кухні. Співпраця з локальними виробниками продуктів дозволяє значно зменшити вуглецевий слід, пов'язаний з транспортуванням інгредієнтів, оскільки продукти, вирощені або вироблені на місцевому рівні, не потребують тривалих логістичних операцій. Це не лише знижує обсяги викидів парникових газів під час транспортування, але й сприяє підтримці локальної економіки, що має позитивний соціально-економічний ефект для регіону.

Співпраця з місцевими постачальниками також дозволяє забезпечити ресторан свіжими, сезонними продуктами, які мають вищу якість порівняно з продуктами, що транспортуються на далекі відстані. Це особливо актуально для азійської кухні, де свіжість інгредієнтів є ключовим елементом багатьох страв. Використання локальних продуктів дозволяє зберегти автентичність смакових поєднань і водночас зменшити витрати на закупівлю та логістику, оскільки місцеві інгредієнти, як правило, доступні за нижчими цінами через їх сезонність та близькість до ресторану. Крім того, співпраця з локальними фермерами та виробниками може стати основою для розширення асортименту страв, орієнтованих на унікальні місцеві продукти, що підвищує привабливість ресторану для споживачів, які цінують оригінальні смакові рішення [28, с. 61].

Розвиток партнерства з місцевими постачальниками також сприяє зміцненню репутації ресторану як соціально відповідального бізнесу. У сучасному світі споживачі дедалі частіше звертають увагу на те, як саме

підприємства взаємодіють з локальними громадами та чи підтримують вони сталий розвиток регіону. Підтримка місцевих виробників дозволяє ресторану позиціонувати себе як частину локальної екосистеми, що сприяє залученню клієнтів, які цінують етичні бізнес-практики. Крім того, підтримка локальних постачальників може включати співпрацю у сфері екологічних ініціатив, таких як спільні проєкти з переробки відходів або використання екологічно чистих упаковок.

Окрім прямих економічних та екологічних вигод, співпраця з місцевими постачальниками також дозволяє підвищити стійкість ресторану до зовнішніх економічних та логістичних викликів. У періоди глобальних криз, таких як пандемії або економічні потрясіння, локальні ланцюги постачання виявляються більш надійними та стійкими до коливань ринку. Це знижує ризики перебоїв у постачанні продуктів і дозволяє ресторану стабільно працювати навіть за несприятливих зовнішніх умов. Відповідно, інтеграція місцевих постачальників у ланцюги поставок є стратегічним рішенням, яке підвищує адаптивність ресторану до змін зовнішнього середовища.

Одним із ключових аспектів розвитку партнерства з місцевими постачальниками є впровадження гнучких та прозорих систем комунікації. Використання цифрових платформ для відстеження наявності продуктів, узгодження замовлень та логістичних деталей дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між рестораном та постачальниками. Це допомагає мінімізувати затримки у постачанні, зменшити ризики надлишкових або недостатніх замовлень, а також забезпечити своєчасну доставку свіжих продуктів. Крім того, цифрові рішення дозволяють легко відстежувати екологічні показники кожного з постачальників, що сприяє прийняттю більш усвідомлених рішень щодо вибору партнерів [18, с. 34].

### **3.2. Впровадження технологічних інновацій**

Автоматизація процесів у ресторанному бізнесі є одним із найбільш значущих напрямків для підвищення ефективності та рентабельності закладу.

Сучасні технологічні інновації дозволяють оптимізувати управління запасами, процесами замовлення і взаємодії з клієнтами, що сприяє зниженню операційних витрат, підвищенню швидкості обслуговування та покращенню загальної якості надання послуг. У контексті відкриття ресторану азіатської кухні, впровадження автоматизації є стратегічним рішенням, яке дозволяє забезпечити стабільну роботу та ефективно управляти бізнесом навіть у конкурентному середовищі.

Автоматизовані системи управління запасами є ключовим елементом для контролю витрат та мінімізації втрат продуктів. Традиційне управління запасами, що ґрунтується на ручному обліку, часто призводить до недоліків у точності даних, що може викликати надлишкові закупівлі або нестачу продуктів. У свою чергу, використання спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє автоматично відстежувати кількість продуктів на складі, аналізувати їх використання та попереджати про необхідність нових замовлень. Це забезпечує оптимізацію ланцюга постачання, дозволяючи рестораторам ефективно управляти запасами без ризику надмірного накопичення або псування продуктів. Впровадження системи управління запасами на основі алгоритмів штучного інтелекту може аналізувати історичні дані про споживання продуктів і прогнозувати майбутній попит на основі сезонних коливань або спеціальних подій.

Автоматизація процесів замовлення значно спрощує роботу з постачальниками. Завдяки використанню програмного забезпечення можна централізовано здійснювати замовлення у постачальників, оптимізуючи обсяги та строки доставки продуктів. Це дозволяє уникнути нестачі інгредієнтів та запобігти затримкам у постачанні, що може вплинути на якість та швидкість обслуговування клієнтів. Багато сучасних платформ дозволяють автоматично порівнювати ціни на інгредієнти у різних постачальників та вибирати найбільш вигідні варіанти. Крім того, інтеграція таких платформ із системою управління запасами дозволяє рестораторам відстежувати процеси закупівлі в режимі реального часу та забезпечує більшу прозорість фінансових операцій [17, с. 159].

Однією з важливих переваг автоматизації є також підвищення ефективності обслуговування клієнтів. Використання програмного забезпечення для управління замовленнями дозволяє знизити ймовірність людських помилок, пов'язаних із передачею замовлень до кухні або під час обробки замовлень. Сучасні POS-системи (point of sale), які інтегровані з мобільними пристроями офіціантів або касирами, дозволяють вносити зміни до замовлення в режимі реального часу, забезпечуючи точність і швидкість його виконання. Це особливо актуально для ресторану азіатської кухні, де велика різноманітність страв і варіантів інгредієнтів вимагає точного врахування всіх деталей замовлення. Завдяки автоматизованим системам можна мінімізувати час очікування клієнта та покращити загальне враження від обслуговування, що безпосередньо впливає на лояльність клієнтів.

Інноваційні рішення також дозволяють спростити процеси самообслуговування для клієнтів. Використання інтерактивних меню або кіосків для самостійного замовлення їжі стає дедалі популярнішим у багатьох ресторанах, зокрема азіатських. Такі системи дозволяють клієнтам самостійно вибирати страви, регулювати інгредієнти, вказувати специфічні побажання щодо приготування їжі, що сприяє більш персоналізованому досвіду обслуговування. Це не тільки зменшує навантаження на персонал ресторану, але й підвищує швидкість обслуговування, особливо у пікові години. Крім того, такі рішення дають можливість клієнтам уникати помилок під час замовлення, забезпечуючи більшу точність виконання їхніх побажань.

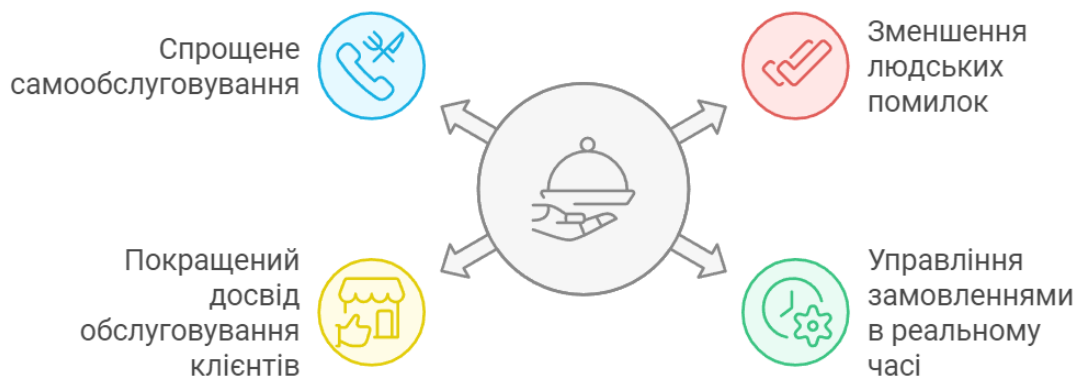


Рис. 3.2 – Переваги автоматизації в ресторанах

Розроблено автором на матеріалі [26]

Автоматизація також сприяє покращенню взаємодії з клієнтами через цифрові платформи. Використання систем для збору і аналізу даних про клієнтів дозволяє ресторанам розробляти індивідуальні пропозиції, спеціальні акції та програми лояльності, які підвищують зацікавленість клієнтів і сприяють їхньому поверненню. Наприклад, автоматизовані CRM-системи (customer relationship management) дозволяють збирати інформацію про вподобання клієнтів, історію їхніх замовлень, що дозволяє ресторану пропонувати їм персоналізовані страви або спеціальні знижки на основі їхніх уподобань. Це створює додаткову цінність для клієнтів і допомагає побудувати довгострокові відносини з ними.

Застосування автоматизованих систем також дозволяє ресторанам більш ефективно контролювати фінансові потоки. Системи управління обліком витрат та доходів дозволяють ресторану чітко відслідковувати всі фінансові операції, знижувати ризики фінансових втрат через помилки або шахрайство, а також забезпечувати прозорість фінансових звітів. Інтеграція таких систем із загальною платформою управління рестораном дозволяє власникам та менеджерам отримувати повну картину про економічний стан закладу в реальному часі, що дає можливість оперативно реагувати на будь-які зміни та приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації витрат [26, с. 34].

Ще однією суттєвою перевагою автоматизації є можливість віддаленого управління бізнесом. Використання хмарних технологій дозволяє власникам та менеджерам ресторану отримувати доступ до даних про продажі, запаси, фінанси та інші операційні аспекти закладу з будь-якої точки світу. Це значно підвищує гнучкість у прийнятті управлінських рішень та забезпечує постійний контроль за роботою ресторану, навіть за відсутності фізичної присутності на місці. Такі рішення особливо корисні для мережевих ресторанів, де необхідно координувати роботу кількох закладів одночасно, забезпечуючи стандартизацію операційних процесів і збереження високої якості обслуговування.

Важливим аспектом автоматизації також є зниження операційних витрат. Використання автоматизованих систем дозволяє значно зменшити потребу в ручній праці, що скорочує витрати на оплату праці та підвищує загальну ефективність роботи ресторану. Наприклад, автоматизація процесів прийому та обробки замовлень дозволяє зменшити кількість офіціантів або персоналу на касах, що може знизити операційні витрати без втрати якості обслуговування. Крім того, автоматизовані системи зменшують ризик помилок, пов'язаних із людським фактором, що також сприяє економії ресурсів.

Системи онлайн-бронювання та доставки стали невід'ємною частиною сучасного ресторанного бізнесу, зокрема для закладів, що спеціалізуються на азійській кухні, яка зараз користується значним попитом на глобальному ринку. Впровадження зручних для користувачів онлайн-сервісів бронювання столиків і організації доставки страв є стратегічним рішенням, що сприятиме підвищенню ефективності ресторану, покращенню клієнтського досвіду та збільшенню загального доходу закладу. Це рішення є логічним продовженням тенденцій автоматизації та діджиталізації в ресторанному господарстві, де технологічні інновації відіграють важливу роль у підтримці конкурентоспроможності.

Системи онлайн-бронювання дозволяють клієнтам швидко і зручно резервувати столики у ресторані через мобільні додатки або веб-сайти, що значно підвищує рівень комфорту під час взаємодії зі закладом. Такий підхід знижує навантаження на персонал, оскільки відпадає потреба в ручній обробці бронювань по телефону або при особистому зверненні до ресторану. Більше того, клієнти можуть обирати зручний час і місце заздалегідь, що дає можливість ресторану ефективніше планувати робочий день, розподіляти ресурси та уникати перевантажень у години пік. Це особливо актуально для азійських ресторанів, де часто спостерігається висока динаміка відвідувань у певні періоди через специфіку попиту на популярні страви та тематичні вечори.

Інтеграція системи онлайн-бронювання з внутрішніми процесами ресторану дає можливість відстежувати та аналізувати клієнтські вподобання, зокрема, які столики замовляють частіше, у який час спостерігається підвищений

попит та яка категорія клієнтів найбільше користується послугами закладу. Це дозволяє ресторану покращити свою маркетингову стратегію, пропонуючи клієнтам персоналізовані акції та знижки. Більше того, така інформація може бути використана для розробки спеціальних меню, адаптованих під смакові уподобання відвідувачів. У випадку з азіатською кухнею це може бути особливо ефективним, оскільки ця кухня пропонує великий вибір страв з різноманітними варіаціями інгредієнтів і рівнями гостроти, що дозволяє задовольнити широку аудиторію.

Системи онлайн-доставки також є надзвичайно корисним інструментом для підвищення рентабельності ресторану азіатської кухні. В умовах, коли попит на доставку їжі значно зріс, особливо після пандемії, надання цієї послуги є практично обов'язковим для будь-якого успішного ресторану. Сучасні системи дозволяють клієнтам замовляти страви через мобільні додатки або веб-сайти, з можливістю вибору точного часу доставки та спеціальних налаштувань для приготування страв. Інтеграція систем доставки з внутрішніми процесами ресторану дає можливість оперативно обробляти замовлення, контролювати статус їх виконання та забезпечувати своєчасну доставку, що підвищує рівень задоволеності клієнтів [24, с. 68].

Онлайн-доставка для ресторанів азіатської кухні має кілька особливих переваг. Багато страв азіатської кухні, зокрема суші, локшина та страви на винос, чудово підходять для доставки, оскільки зберігають свій смак і текстуру навіть після транспортування. Це дозволяє ресторану розширювати свою аудиторію, не обмежуючись фізичними відвідувачами закладу. Крім того, азіатська кухня зазвичай має великий вибір страв, які можуть бути адаптовані для різних категорій споживачів, включаючи вегетаріанців, веганів або людей з певними алергіями, що робить її ідеальним варіантом для доставки.

Впровадження систем онлайн-бронювання та доставки також дозволяє ресторану збирати великий масив даних про клієнтів та їхні вподобання. Це створює можливості для використання алгоритмів штучного інтелекту та машинного навчання, які можуть аналізувати ці дані та робити прогнози щодо

майбутнього попиту, визначати найбільш популярні страви та пропонувати клієнтам індивідуальні рекомендації. Наприклад, якщо клієнт часто замовляє певну страву, система може автоматично пропонувати йому її під час наступного замовлення або пропонувати варіації на основі його смакових уподобань. Це дозволяє ресторану не тільки підвищити рівень задоволеності клієнтів, але й збільшити середній чек замовлення.

Ще однією важливою перевагою онлайн-систем є можливість інтеграції з платіжними системами. Завдяки цьому клієнти можуть легко здійснювати безконтактні платежі, що прискорює процес оформлення замовлень та бронювань. Це забезпечує додатковий комфорт для клієнтів, оскільки вони можуть оплатити свої замовлення заздалегідь, що знижує ризик скасування бронювання або замовлення в останній момент. Для ресторану це означає зниження операційних ризиків і кращий контроль за фінансовими потоками.

Онлайн-сервіси також сприяють підвищенню ефективності управління персоналом. Інформація про бронювання столиків та замовлення доставки дозволяє менеджерам краще планувати розподіл робочого навантаження серед персоналу, забезпечуючи достатню кількість офіціантів або кур'єрів у певні години. Це знижує ризик перевантаження персоналу та забезпечує високий рівень обслуговування клієнтів. Крім того, автоматизовані системи можуть самостійно оновлювати статус замовлень або бронювань, повідомляючи персонал про зміни в реальному часі, що дозволяє оперативно реагувати на запити клієнтів і уникати затримок.

Дослідження ефективності впровадження онлайн-меню через QR-коди у ресторані «Taması» м. Харків було проведено з використанням комплексної методології, що включала аналіз наукових джерел, проведення опитування серед майбутніх відвідувачів та хронометраж процесу обслуговування клієнтів.

Аналіз наукової літератури виявив ряд переваг використання QR-кодів для доступу до меню у ресторанах. По-перше, це значно збільшує швидкість обслуговування, оскільки клієнти можуть самостійно переглядати меню,

робити замовлення та оплачувати їх, мінімізуючи втручання персоналу. По-друге, такий підхід підвищує зручність для клієнтів, оскільки вони можуть переглядати меню на своїх смартфонах, що є більш комфортним порівняно з традиційним паперовим носієм. Крім того, це дозволяє ресторанам економити на друку та оновленні паперових меню, а також розширює можливості за рахунок надання додаткової інформації про страви через QR-коди.

Результати опитування майбутніх відвідувачів ресторану «Tamasi» підтвердили позитивне ставлення до використання онлайн-меню через QR-коди. Більшість респондентів (85%) відзначили зручність, швидкість та економію часу, які надає цей підхід.

Хронометраж показав, що середній час обслуговування клієнтів з використанням QR-кодів на 20% менший, ніж при традиційному способі замовлення страв, що свідчить про ефективність впровадження цієї технології.

Загалом, впровадження онлайн-меню через QR-коди в ресторані «Tamasi» є успішним і приносить позитивні результати як для клієнтів, так і для самого закладу. Це рекомендується для впровадження в інших ресторанах з метою оптимізації обслуговування та підвищення задоволеності клієнтів.

В сучасному цифровому світі вебсайти відіграють ключову роль в успіху будь-якого бізнесу, й ресторанна сфера не є винятком. Наявність якісного вебсайту може значно вплинути на збільшення онлайн-бронювань та замовлень, що веде до зростання прибутку та покращення загальної ефективності роботи ресторану. Розглянемо методику дослідження впливу вебсайту на онлайн-бронювання та замовлення в ресторані «Tamasi» у місті Харків [4, с. 13–20].

Перше, що слід врахувати, це аналіз даних веб-аналітики. Цей метод дозволяє отримати об'єктивну інформацію про кількість відвідувачів, джерела трафіку, їхню поведінку на сайті та конверсію, тобто частку

відвідувачів, які виконують певні дії (наприклад, роблять бронювання чи замовлення).

Далі, ми провели опитування серед потенційних майбутніх клієнтів ресторану. Це дозволило зібрати відгуки та думки людей щодо їхнього досвіду користування вебсайтом та його впливу на їхні рішення щодо бронювання столика чи замовлення їжі. Важливою складовою є також інтерв'ю з власником ресторану та персоналом, яке дозволило отримати додаткову інсайтову інформацію про їхнє бачення важливості вебсайту та його вплив на ефективність роботи.

Аналіз отриманих даних показав, що вебсайти ресторанів азіатської кухні дійсно мають значний позитивний вплив на бізнес. За період дослідження, спираючись на досвід інших закладів, відзначено зростання кількості відвідувачів сайту на 26,7%, онлайн-бронювань столиків на 40% та онлайн-замовлень їжі на 33,3%. Це свідчить про те, що вебсайт є ефективним інструментом для залучення клієнтів та збільшення обсягу замовлень.

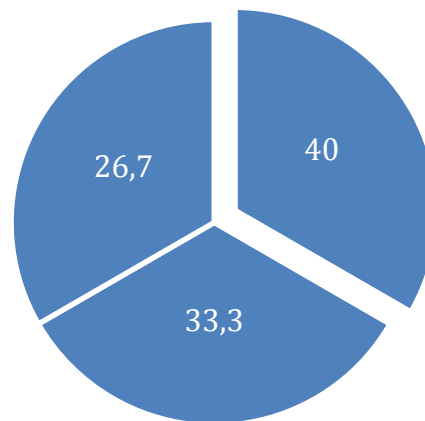


Рис. 3.3 – Прогназований аналіз ефективності вебсайту ресторану «Tamasi»

Рисунок розроблено автором

Опитування підтвердило ці дані, демонструючи, що 80% клієнтів користуються вебсайтом для бронювання столиків або замовлення їжі, а 90% їх задоволені якістю вебсайту. Також варто відзначити, що 70% респондентів

стверджують, що вебсайт ресторану вплинув би на їхнє рішення щодо відвідування закладу [2, с. 431].

Інтерв'ю з майбутнім власником та потенціальним персоналом додало додаткових аспектів. Вони підкреслили, що вебсайт є важливим каналом для залучення нових клієнтів, а також дозволяє економити час та ресурси завдяки автоматизації процесів бронювання та замовлення їжі. Крім того, вебсайт надає можливість отримувати зворотній зв'язок від клієнтів, що допомагає покращувати якість обслуговування та адаптувати пропозиції до потреб споживачів.

Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок про важливість вебсайту для ресторанного бізнесу. Це свідчить про необхідність інтеграції цифрових технологій у сучасні бізнес-процеси та акцентує на важливості присутності в Інтернеті для успішного функціонування сучасних підприємств, зокрема у сфері ресторанного сервісу.

### **3.3. Оцінка економічної ефективності проєкту відкриття закладу ресторанного господарства**

Для створення ресторану «Tamasi» необхідно врахувати стартові витрати, що покривають усі аспекти підготовки приміщення, придбання обладнання та забезпечення всіх ресурсів для початку роботи закладу. Бюджет проєкту передбачає детальний розподіл інвестицій на ключові статті, що забезпечують повноцінну реалізацію концепції ресторану преміум-сегмента з акцентом на азіатську кухню. Таке ретельне планування витрат забезпечує максимальну економічну ефективність і конкурентоспроможність ресторану на ринку [67, с. 10].

Для початку роботи ресторану «Tamasi» необхідний початковий капітал у розмірі 3,9 млн грн. Ці витрати включають у себе технічний проєкт приміщення, ремонт і адаптацію його під концепцію азіатського ресторану, придбання та встановлення всього необхідного обладнання, а також декорування, меблі та

початкові запаси продуктів. Крім того, значну частину початкового капіталу становить витрати на маркетинг.

Таблиця 3.1 – Основні витрати, пов'язані з відкриттям ресторану «Tamasi», грн

№ з/п	Найменування статті	Сума, грн
1	Технічний проект, 250 м <sup>2</sup>	100,000
2	Дизайн-проект	70,000
3	Ремонт приміщень 250 м <sup>2</sup>	570,000
4	Обладнання ресторану	2,750,000
5	Декор і меблі	380,000
6	Початковий запас продуктів	130,000
7	Витрати на маркетинг та рекламу	90,000
Усього		3,990,000

Таблицю складено автором

Технічний проект передбачає підготовку приміщення до використання як ресторану, включаючи всі необхідні інженерні рішення, планування електропостачання, водопостачання та каналізації. Витрати на технічний проект складають 100,000 грн. Дизайн-проект, орієнтований на створення автентичної атмосфери азіатського ресторану, коштує близько 70,000 грн. Це включає розробку всіх елементів інтер'єру та зовнішнього вигляду, які б відповідали концепції японського мінімалізму із сучасними акцентами.

Ремонт приміщення загальною площею 250 м<sup>2</sup> обійдеться в 570,000 грн, що включає підготовчі роботи, оздоблення, монтаж підлоги, стін і стелі, а також встановлення освітлення. У дану суму входять матеріали та робота спеціалістів. Обладнання ресторану передбачає закупівлю всіх необхідних пристроїв для приготування страв, включаючи плити для гарячого цеху, холодильне обладнання, пароварки, фритюрниці, системи вентиляції та посудомийну техніку. Загальна вартість обладнання становить 2,750,000 грн, оскільки ресторан орієнтований на преміум-сегмент і потребує високоякісного обладнання для стабільної роботи та надання послуг на високому рівні.

На декор і меблі закладено 380,000 грн, які включають витрати на дерев'яні меблі з темного дуба та ясеня, декоративні елементи та оздоблення, що підтримують стиль японського мінімалізму. Крім того, необхідно врахувати

кошти на закупівлю текстилю, рослин, декоративних світильників та інших елементів для створення гармонійної атмосфери. Початковий запас продуктів для початку діяльності оцінюється в 130,000 грн, що охоплює закупівлю свіжих продуктів, морепродуктів, м'яса та овочів для приготування страв азіатської кухні. Витрати на маркетинг і рекламу складають 90,000 грн та охоплюють розробку фірмового стилю, рекламні матеріали, просування в соціальних мережах, створення сайту і проведення урочистого відкриття [72, с. 11].

Окрім первинних витрат, значну частину бюджету становлять поточні витрати, необхідні для забезпечення стабільної роботи ресторану на щомісячній основі. Включені в цей розділ витрати на оренду, оплату праці, закупівлю продуктів, рекламу, утримання обладнання, комунальні послуги та інші статті, що забезпечують підтримку високого рівня обслуговування та комфорту для гостей.

Таблиця 3.2 – Поточні витрати, пов'язані з функціонуванням ресторану «Tamasi», грн/місяць

№ з/п	Найменування статті	Сума, грн
1	Оренда приміщення 250 м <sup>2</sup>	130,000
2	Заробітна платня	390,000
3	Нарахування на фонд заробітної платні 22%	85,800
4	Сировина та закупівля напівфабрикатів	650,000
5	Послуги зв'язку	4,000
6	Витратні матеріали (серветки, мило, миючі засоби)	15,000
7	Просування та реклама	18,000
8	Охорона, обслуговування тривожної кнопки	6,000
9	Дезінфекція, вивіз відходів	9,000
10	Витрати на експлуатацію та утримання обладнання	34,500
11	Комунальні платежі	48,000
Усього		1,390,300

Таблицю складено автором

Оренда приміщення на центральній вулиці Харкова складає 130,000 грн на місяць, що обумовлено вигідним розташуванням, яке забезпечує постійний потік

відвідувачів. Заробітна платня, з урахуванням фонду на основний персонал, який складається з кухарів, офіціантів, хостес, барменів і адміністратора, дорівнює 390,000 грн. Нарахування на фонд заробітної платні становлять 85,800 грн, що включає витрати на соціальні виплати та податкові відрахування. Сировина і закупівля напівфабрикатів потребують 650,000 грн на місяць, що покриває витрати на свіжі продукти, морепродукти, м'ясо, овочі, а також специфічні інгредієнти для приготування азіатських страв, таких як соєвий соус, кунжутна олія, водорості, рис [64, с. 10].

Послуги зв'язку, необхідні для забезпечення внутрішніх процесів і зв'язку з постачальниками, становлять 4,000 грн на місяць. Витрати на витратні матеріали, такі як серветки, мило, миючі засоби, оцінюються у 15,000 грн на місяць, що забезпечує регулярне поповнення запасів для підтримки санітарії та чистоти в залі. На просування і рекламу закладено 18,000 грн, що покриває витрати на ведення соціальних мереж, рекламу в Інтернеті та локальні маркетингові активності для залучення клієнтів.

Охорона приміщення та обслуговування тривожної кнопки обходяться в 6,000 грн на місяць, а витрати на дезінфекцію і вивіз відходів складають 9,000 грн. Це забезпечує підтримку санітарних умов та безпеки ресторану. Витрати на експлуатацію та утримання обладнання дорівнюють 34,500 грн, включаючи амортизацію основного обладнання, витрати на поточний ремонт і заміну деталей у разі потреби. Комунальні платежі, що включають воду, електроенергію та інші послуги, складають 48,000 грн на місяць, враховуючи специфіку ресторану та вимоги до постійного охолодження і обігріву приміщення.

Для здійснення прогнозу доходів і витрат ресторану «Tamasi» необхідно проаналізувати попит, встановити оптимальну структуру цін на страви, оцінити середню кількість відвідувачів та розрахувати ймовірні доходи за місяць і рік. Прогнозна виручка базується на розподілі асортименту страв за основними групами та встановленні частки кожної групи в загальному обсязі продажів. Це дозволяє створити детальну модель доходів ресторану та визначити частки кожної категорії страв: салати, гарячі закуски, перші страви, основні страви,

десерти та напої. Крім того, врахування прогнозованої кількості відвідувачів і середнього чека забезпечує формування реалістичного плану виручки на місяць і рік.

Таблиця 3.3 – Прогнозна виручка від реалізації продукції та послуг ресторану «Tamasi», грн/місяць

№ з/п	Найменування групи страв	Частка продажів, %	Виручка, грн
1	Салати	12	374,000
2	Гарячі закуски	15	467,500
3	Перші страви	10	312,000
4	Основні страви	35	1,093,000
5	Десерти	8	249,000
6	Напої	20	624,000

Таблицю складено автором

На основі наведених даних прогнозується, що місячна виручка ресторану становитиме близько 3,119,500 грн. Це обумовлено поточними цінами на меню, рівнем попиту та середньою кількістю відвідувачів, що становить 2500 гостей на місяць із середнім чеком 1,248 грн. При стабільному попиті річна сума доходів складе близько 37,434,000 грн. З урахуванням зростання популярності ресторану, виручка може збільшуватись на 5% щорічно завдяки зростанню кількості відвідувачів та підвищенню лояльності клієнтів, що створить передумови для динамічного розвитку ресторану та збільшення його прибутковості. Водночас передбачається, що поточні витрати будуть зростати на 3% щорічно через індексацію цін на продукти, витрати на ремонт обладнання та заробітну плату персоналу. Це забезпечить адаптацію ресторану до зміни зовнішніх економічних умов і підтримку належного рівня сервісу [65, с. 20].

Таблиця 3.4 – Прогнозовані значення поточних витрат та виручки в динаміці

Рік проекту	Поточні витрати, грн	Виручка, грн
1	16,500,000	37,434,000
2	17,115,000	39,305,700
3	17,751,825	41,271,000
4	18,424,099	43,334,550
5	19,125,703	45,501,278

Таблицю складено автором

Прогноз витрат ресторану складається з кількох основних категорій: заробітна плата персоналу, закупівля продуктів і напівфабрикатів, комунальні послуги, амортизація обладнання та інші адміністративні витрати. Враховуючи сезонність відвідуваності та специфіку попиту на азіатські страви, ресторан потребує достатніх запасів продуктів і належної підтримки сервісу, що позначається на рівні витрат.

Таблиця 3.5 – Прогнозовані доходи, витрати та прибуток ресторану «Tamasi» на перші 5 років

Рік проекту	Виручка, грн	Поточні витрати, грн	Прибуток до оподаткування, грн
1	37,434,000	16,500,000	20,934,000
2	39,305,700	17,115,000	22,190,700
3	41,271,000	17,751,825	23,519,175
4	43,334,550	18,424,099	24,910,451
5	45,501,278	19,125,703	26,375,575

Таблицю складено автором

Так, середньомісячні витрати на персонал складають 475,800 грн, що охоплює зарплату основного персоналу та додаткові нарахування.

Витрати на продукти оцінюються у 650,000 грн щомісячно, що охоплює закупівлю м'яса, риби, морепродуктів, овочів, фруктів, соусів та інших інгредієнтів. Для підтримки безперервної роботи ресторану необхідно також передбачити витрати на комунальні платежі, що складають близько 48,000 грн щомісяця, та амортизаційні відрахування, що становлять 34,500 грн. Загальний обсяг поточних витрат становить близько 1,390,300 грн на місяць.

На основі наведених прогнозів видно, що рентабельність ресторану на початкових етапах буде стабільно високою завдяки великому попиту на азіатську кухню та унікальній концепції ресторану. Оцінка рентабельності проекту дозволяє розрахувати період окупності інвестицій, враховуючи різницю між доходами та витратами. Відповідно до розрахунків, перший рік експлуатації ресторану може забезпечити чистий прибуток до оподаткування у розмірі

близько 20,934,000 грн. При збереженні стабільних темпів зростання доходів та обмеженні поточних витрат, термін окупності проекту становитиме близько двох років. Це свідчить про перспективи ресторану щодо досягнення рівня самофінансування у відносно короткі строки, що є основою для подальшого розвитку та модернізації закладу.

На основі проведеного аналізу доходів та витрат ресторану «Tamasi» можна зробити висновок, що даний проект має високу інвестиційну привабливість та економічну ефективність. Прогнозоване зростання виручки на 5% щороку забезпечує стабільний приріст доходів, тоді як витрати збільшуються на 3%, що дозволяє досягти більшого приросту чистого прибутку з року в рік. Це дозволяє ресторану отримувати стабільний прибуток та зберігати високу рентабельність, незважаючи на зовнішні економічні зміни та можливу інфляцію [66, с. 228].

Для всебічної оцінки економічної ефективності проекту відкриття ресторану «Tamasi» використовується методика, запропонована Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку (UNIDO), яка включає розрахунок таких показників, як чистий приведений грошовий потік (NPV), індекс рентабельності інвестицій (PI), дисконтований строк окупності (DPP) та внутрішня норма дохідності (IRR). Даний підхід дозволяє комплексно оцінити перспективи проекту, враховуючи зміну вартості грошей у часі за допомогою методики дисконтування. Завдяки цим показникам можна виявити не лише загальний рівень доходності проекту, але й визначити, наскільки швидко інвестиції будуть окуплені та як впливають на економічні результати зміни макроекономічних умов, таких як інфляція, рівень попиту та інші фактори.

Перш за все, для реалізації проекту необхідно здійснити капіталовкладення у розмірі 3,990,000 грн. Ця сума включає витрати на ремонт приміщення, обладнання, декор та меблі, витрати на маркетинг, а також початкові витрати на продукти. У подальшому проект передбачає постійні та змінні витрати, що забезпечать повноцінне функціонування закладу. Розрахунок грошового потоку будується на основі прогнозованої виручки, поточних витрат, амортизаційних

відрахувань та чистого прибутку після сплати податків, що дозволяє визначити рівень рентабельності проекту.

Таблиця 3.6 – Прогнозований грошовий потік проекту відкриття ресторану азіатської кухні «Tamasi» у місті Харків

Показник	0	1	2	3	4	5
Капіталовкладення, грн	3,990,000	0	0	0	0	0
Поточні витрати, грн	0	16,683,600	17,184,108	17,699,631	18,230,620	18,777,539
Виручка, грн	0	37,434,000	39,305,700	41,271,000	43,334,550	45,501,278
Амортизація, грн	0	228,000	228,000	228,000	228,000	228,000
Прибуток до оподаткування, грн	0	20,522,400	21,893,592	23,343,369	24,875,930	26,495,739
Податок на прибуток 18%, грн	0	3,693,780	3,940,847	4,201,806	4,477,667	4,769,233
Чистий прибуток, грн	0	16,828,620	17,952,745	19,141,563	20,398,263	21,726,506
Грошовий потік, грн	-3,990,000	17,056,620	18,180,745	19,369,563	20,626,263	21,954,506
Коефіцієнт дисконтування, $\alpha = 20\%$	1	0,833	0,694	0,579	0,482	0,402
Дисконтований грошовий потік, грн	-3,990,000	14,207,999	12,617,057	11,207,392	9,946,354	8,827,011
Загальний дисконтований грошовий потік, грн	-3,990,000	10,217,999	22,835,057	34,042,449	43,988,803	52,815,813

Показники таблиці розраховано автором

На основі отриманих результатів видно, що загальний дисконтований грошовий потік за п'ять років функціонування ресторану становить 52,815,813 грн. Це значення свідчить про стабільність проекту та його здатність до швидкої окупності. Окупність капіталовкладень настає вже на першому році роботи ресторану, що є сприятливим показником для подальшої економічної діяльності. Чистий приведений грошовий потік (NPV) проекту складає 52,815,813 грн, що є позитивним значенням і підтверджує доцільність вкладення коштів.

Аналіз фінансових показників дозволяє також визначити індекс рентабельності інвестицій (PI), який є співвідношенням загального дисконтованого грошового потоку до початкових інвестицій. PI для проекту «Tamasi» складає 13.23, що свідчить про високий рівень прибутковості проекту. Внутрішня норма рентабельності (IRR), яка показує максимально допустимий рівень витрат або зниження доходів для підтримки проекту в безбитковому стані, становить 315%. Це значення перевищує типові ринкові показники вартості капіталу, що підтверджує інвестиційну привабливість проекту. Такі високі значення показників NPV, PI та IRR вказують на ефективність проекту, здатність генерувати стабільний прибуток та досягати рентабельності навіть за зміни зовнішніх умов. Дисконтований строк окупності (DPP), який визначає період, за який проект зможе повернути вкладені інвестиції з урахуванням вартості грошей у часі, становить приблизно 1 рік, що є оптимальним для проектів у сфері ресторанного бізнесу.

Для оцінки ключових факторів, що можуть вплинути на успішність ресторану, був розроблений SWOT-аналіз, який допомагає визначити сильні та слабкі сторони проекту, а також можливості та загрози, з якими може стикнутися заклад на етапі своєї діяльності. Аналізуючи як внутрішні, так і зовнішні фактори, можна виділити ряд аспектів, що сприятимуть успіху проекту та допоможуть мінімізувати ризики.

Таблиця 3.7 – SWOT-аналіз ресторану азіатської кухні «Tamasi»

Сильні сторони	Слабкі сторони
----------------	----------------

1. Різноманітне меню з автентичними азіатськими стравами	1. Азіатська кухня – не для всіх
2. Висока якість інгредієнтів і професійне приготування страв	2. Високі витрати на імпорتنі інгредієнти
3. Професійний персонал з досвідом у сфері обслуговування	3. Високі витрати на оренду в центрі міста
4. Розташування в центрі Харкова	4. Відсутність популярності серед консервативних клієнтів
5. Стильний і сучасний інтер'єр, що приваблює різні аудиторії	5. Нестабільність попиту через економічну ситуацію
Можливості	Загрози
1. Розширення меню та впровадження нових страв	1. Воєнний стан в країні
2. Введення служби доставки для розширення цільової аудиторії	2. Високий рівень інфляції та зростання цін на інгредієнти
3. Співпраця з місцевими постачальниками та бізнесами	3. Негативні відгуки або репутаційні ризики в Інтернеті
4. Можливість організації кулінарних майстер-класів	4. Зміни в смакових уподобаннях та попиті
5. Залучення інновацій для підвищення ефективності	5. Конкуренція на ринку ресторанного бізнесу

Таблицю складено автором

SWOT-аналіз свідчить, що ресторан має всі передумови для успішної реалізації проекту. Сильні сторони, такі як різноманітне меню, висока якість страв, професійний персонал і зручне розташування в центрі міста, надають проекту конкурентні переваги. Разом з тим, слабкі сторони, зокрема високі витрати на імпорتنі інгредієнти, відсутність популярності серед певної частини клієнтів і залежність від економічної ситуації, потребують стратегій для подолання цих викликів. Можливості, пов'язані з розширенням послуг і асортименту страв, а також з введенням служби доставки та організацією кулінарних майстер-класів, допоможуть збільшити прибуток і розширити клієнтську базу.

Аналіз фінансових показників ресторанного проекту включає визначення точки беззбитковості, яка є ключовим показником для оцінки мінімального обсягу виручки або кількості відвідувачів, необхідних для покриття постійних і змінних витрат закладу. Точка беззбитковості дозволяє оцінити, скільки відвідувачів або виручки ресторану потрібно для досягнення рівня

самофінансування, що є критичним аспектом при управлінні витратами та доходами. Вивчення порогу беззбитковості сприяє розумінню, чи здатний проект генерувати достатні доходи для покриття операційних витрат, і є основою для подальшого планування витрат та стратегічного розвитку ресторану.

Для розрахунку точки беззбитковості необхідно визначити структуру постійних та змінних витрат закладу, а також оцінити середній чек і середньомісячну кількість відвідувачів. Постійні витрати ресторану «Tamasi» включають оренду приміщення, заробітну плату адміністративного персоналу, амортизацію обладнання та загальноадміністративні витрати, які не залежать від обсягів продажу. Змінні витрати залежать від кількості реалізованих страв і включають витрати на закупівлю продуктів, витратні матеріали (серветки, миючі засоби), комунальні послуги та інші витрати, що коливаються залежно від обсягу продажу. Таким чином, мінімальний дохід, необхідний для покриття постійних та змінних витрат, можна розрахувати, виходячи із структури цих витрат та середньої кількості гостей, які відвідують ресторан на місяць.

Розрахунок точки беззбитковості ресторану «Tamasi» базується на таких показниках: середній чек на одного відвідувача складає 1,248 грн, а середній місячний обсяг відвідувачів – 2,500 осіб. Постійні витрати ресторану становлять 900,000 грн на місяць, що включає оренду приміщення (130,000 грн), заробітну плату основного та адміністративного персоналу (475,800 грн), амортизацію обладнання (34,500 грн) та загальні адміністративні витрати (260,000 грн). Змінні витрати оцінюються в 910 грн на одного відвідувача, що охоплює витрати на продукти, витратні матеріали, комунальні послуги та інші змінні витрати. Відповідно, розрахунок точки беззбитковості здійснюється за формулою, де сума постійних витрат ділиться на різницю між середнім чеком і змінними витратами на одного відвідувача, що дозволяє визначити необхідну кількість відвідувачів для досягнення нульового фінансового результату [63, с. 15].

Згідно з розрахунками, точка беззбитковості ресторану «Tamasi» становить 1,154 відвідувачів на місяць. Це означає, що для досягнення нульового фінансового результату заклад має обслуговувати щонайменше 1,154

відвідувачів щомісяця за середнім чеком у 1,248 грн. При такій кількості відвідувачів ресторан зможе повністю покрити всі постійні та змінні витрати без утворення збитків. З огляду на прогнозовану кількість відвідувачів, що становить 2,500 осіб на місяць, ресторан має можливість генерувати прибуток, оскільки реальна кількість відвідувачів перевищує в два рази мінімально необхідний поріг.

Розрахунок точки беззбитковості в грошовому виразі показує, що ресторану «Tamasi» необхідно генерувати щомісячну виручку у розмірі 2,400,320 грн для досягнення нульового результату. Це дозволяє порівняти прогнозовану виручку в 3,119,500 грн на місяць із мінімальним необхідним доходом, що підтверджує достатню рентабельність проекту. Даний показник також допомагає сформувати базову цінову політику та розрахувати оптимальну структуру меню, що дозволить залучити необхідну кількість гостей і підвищити середній чек для збільшення доходів. Крім того, визначення точки беззбитковості дозволяє оцінити вплив різних факторів на фінансовий результат ресторану. Наприклад, збільшення постійних витрат, зниження середнього чека або підвищення змінних витрат на одного відвідувача можуть суттєво вплинути на точку беззбитковості, підвищуючи необхідний поріг відвідуваності або виручки для досягнення беззбитковості. Таким чином, аналіз чутливості проекту дозволяє сформувати ефективну систему управління витратами та доходами, що враховує зміни у внутрішніх і зовнішніх умовах функціонування ресторану [69, с. 36].

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що ресторан «Tamasi» має достатні передумови для успішної діяльності та досягнення стабільної рентабельності завдяки оптимальній ціновій політиці, широкому асортименту страв та стратегії підтримки якості обслуговування. Визначення точки беззбитковості дозволяє оцінити мінімальні вимоги до обсягу реалізації, забезпечуючи фінансову стійкість проекту. Розуміння порогу беззбитковості є фундаментом для подальшого розвитку ресторану, формування стратегії маркетингу та управління витратами, що дозволить ресторану залишатись економічно ефективним навіть за змінних ринкових умов.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження та впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства (на прикладі ресторану азіатської кухні «Tamasi»), встановлено, що інноваційні підходи та сучасні тренди в ресторанному господарстві є необхідною умовою для конкурентоспроможності на сучасному ринку. У розділі теоретичних основ було розглянуто поняття інновації та їх класифікацію, особливості їхнього застосування у ресторанному господарстві та інноваційні тенденції, що базуються на сталому розвитку. Інновації, які включають технологічні рішення та екологічні підходи, стають новими стандартами в галузі, надаючи закладам можливість покращувати якість обслуговування та зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище. Ці аспекти, зокрема, включають оптимізацію виробничих процесів, використання екологічних матеріалів та впровадження цифрових технологій для підвищення ефективності комунікацій з клієнтами. Підходи до сталого розвитку, розглянуті у цьому розділі, доводять, що ресторан, орієнтований на дотримання принципів екологічної та соціальної відповідальності, має більше шансів закріпитися на ринку завдяки підтримці лояльності серед клієнтів.

У другому розділі досліджено аналіз інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства. В рамках аналізу ринку азіатської кухні в Україні та Харкові зокрема, виявлено, що цей сегмент має значні перспективи зростання, зумовлені попитом на екзотичну кухню та збільшенням зацікавленості населення у здоровому харчуванні та етнічних смаках. Ринок азіатської кухні є відносно новим у Харкові, однак швидко розвивається, приваблюючи широку аудиторію клієнтів різного віку. Порівняльний аналіз конкурентів показав, що більшість ресторанів азіатської кухні зосереджуються на ф'южн-концепціях або адаптують страви до локальних смаків. Концепція ресторану «Tamasi» полягає у збереженні

автентичності азіатських страв та високій якості сервісу, що дозволить диференціювати заклад від інших на ринку, забезпечуючи його привабливість для нових гостей. Проектування ресторану, яке включає розробку унікальної атмосфери з використанням натуральних матеріалів, мінімалістичного дизайну та комфортного зонування, дозволить створити автентичну атмосферу для гостей, що шукатимуть культурний досвід поряд із гастрономічним.

У третьому розділі проведено впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства. Було запропоновано впровадження інноваційних рішень на основі принципів сталого розвитку та технологічні інновації. Інноваційні рішення, впроваджені у виробничі процеси та маркетингову стратегію ресторану, сприяють зміцненню його позицій серед конкурентів та дозволяють забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Використання принципів сталого розвитку також додає проекту привабливості, враховуючи сучасні тенденції на ринку та зростаючий попит на екологічно відповідальні заклади харчування.

Також, здійснено детальний аналіз інвестицій та планових витрат, прогноз доходів, визначення точки беззбитковості, розрахунок показників ефективності, таких як чистий приведений грошовий потік (NPV), індекс рентабельності (PI) та внутрішня норма рентабельності (IRR). Розрахунки показали, що для успішного запуску ресторану «Tamasi» потрібні інвестиції у розмірі 3,990,000 грн, які охоплюють витрати на ремонт, обладнання, декор, маркетинг та закупівлю продуктів. При прогнозованій середньомісячній виручці у 3,119,500 грн проект досягає окупності вже у перший рік функціонування, що свідчить про високий рівень економічної ефективності.

Здійснений SWOT-аналіз показав, що ресторан «Tamasi» має як суттєві конкурентні переваги, так і ризики, які необхідно врахувати. До сильних сторін проекту належать автентичність меню, висока якість інгредієнтів, професійний персонал та вигідне розташування у центральному районі

Харкова. Ці фактори сприятимуть залученню цільової аудиторії та формуванню позитивного іміджу ресторану. До слабких сторін проекту можна віднести високі витрати на інгредієнти та оренду, що підвищує залежність від стабільного попиту на ресторани послуги. Серед можливостей проекту виділяються розширення асортименту страв, впровадження доставки їжі та організація кулінарних майстер-класів, що дозволить залучити нових клієнтів і розширити присутність на ринку. Основними загрозами залишаються економічна нестабільність, інфляція та ризик зміни смакових уподобань клієнтів. Розробка адаптивної стратегії управління, що включає ефективні маркетингові заходи, гнучкість у ціноутворенні та швидке реагування на потреби клієнтів, дозволить мінімізувати вплив зовнішніх ризиків та зберегти конкурентоспроможність закладу.

Отже у підсумку можна констатувати, що відкриття ресторану азійської кухні «Tamasi» є економічно обґрунтованим проектом з високими перспективами зростання.

Таким чином, можна відзначити, що мету кваліфікаційної роботи магістра – впровадження інноваційних рішень в діяльність закладу ресторанного господарства, а саме ресторану азійської кухні «Tamasi» – досягнуто.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автоматизація готельного бізнесу. UBR. URL: <http://plenet.com.ua/?p=1118> (дата звернення: 01.10.2024).
2. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київ: Знання, 2017. 358 с.
3. Байлик С.І. Готельне господарство. Обладнання. Євроремонт. Експлуатація. Київ: Дакор Вира Р, 2003. 334 с.
4. Бардова В.Г. Гігієна та екологія. Підручник. За ред. В.Г. Бардова. Вінниця: Нова книга, 2020. 472 с.
5. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Підручник. Київ: Кондор Видавництво, 2016. 378 с.
6. Бріггем Є. Основи фінансового менеджменту. Пер. з англ. Київ: Молодь, 1997. 1000 с.
7. Бутенко О.П., Стрельченко Д.О. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. С. 18–24.
8. Власова Н. О. Економіка готельно-ресторанного господарства. Харків: Світ книги, 2017. 389 с.
9. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с.
10. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства. Навч. посіб. 2-ге вид. Київ, 2010. 488 с.
11. Гінда М. І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи. Львів: МАУП, 2019. С. 301-306.
12. Гірняк Л. І., Сопіга В. Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. Науковий вісник

Ужгородського національного університету. Ужгород, 2019. Вип. 21. С. 50-55.

13. Гнатченко Є.Ю. Економіка будівництва. Конспект лекцій. Харків, 2018. 63 с.

14. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.

15. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Вісник «БІЗНЕС ІНФОРМ». 2018. № 11. С. 459–464. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

16. Даніч В.М., Пархоменко Н.О. Визначення кризового стану підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. №4. С. 208–218.

17. Данько Н. І., Чубаха А. О. Перспективи розвитку закладів здорового харчування на ринку ресторанних послуг міста Харків. Вісник ХНУ. 2019. С. 200-208.

18. Данько Н.І., Новікова В.В. Оцінка економічної ефективності інвестицій у готельний бізнес. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2017. №6. С. 153–159. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/10020> (дата звернення: 20.10.2024)

19. Дейниченко Г.В., Афукова Н.О., Постнов Г.М., Дмитревський Д.В., Червоний В.М. Устаткування підприємств харчування. Практикум. Частина 2. Теплове устаткування. Харків: ІНКОС, 2016. 384 с.

20. Домінська О. Я., Батьковець Н. О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2017. С. 39-41.

21. Євлаш В. В. Гігієна та санітарія закладів ресторанного господарства. Харків: ХДУХТ, 2021. 246 с.

22. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2018. № 2. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua> (дата звернення: 01.10.2024).
23. Загнибіда Р. П., Лояк Л. М. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства у м. Івано-Франківську. Київ, 2017. С. 11-13.
24. Загнибіда Р. П., Лояк Л. М. Технологія продукції ресторанного господарства. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2019. 65 с.
25. Загнибіда Р. П., Лояк Л. М. Характеристика регіональних аспектів розвитку ресторанного господарства як складової туристичної індустрії. Карпатський край. 2017. № 8. С. 150-158.
26. Захарчук В.Г., Кунділовська Т.А., Гайдукович Г.Є. Технологія продукції ресторанного господарства. Навч. посіб. Одеса: ОНЕУ Атлант ВОІ СОІУ, 2016. 479 с.
27. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Навчальний посібник. Львів: Львівської комерційної академії, 2012. 216 с.
28. Івашина Л. Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. С. 597-600.
29. Івашина Л.Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. С. 597–600.
30. Кравченко В.О. Загальний менеджмент. Конспект лекцій. Одеса: ОДЕУ, 2012. 170 с.
31. Кругляк Г. О. Дослідження ролі інноваційних технологій в управлінні підприємствами готельно-ресторанного господарства. Вісник Економіка та продовольча безпека України. 2020. Том 6. Вип. 3–4. С. 58–64. URL: (дата звернення: 01.10.2024).
32. Кузь Т. Інноваційні центри: створення і функціонування. Економіка і управління. 2018. № 2. С. 12–17. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr\\_2018](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2018) (дата звернення: 01.10.2024).

33. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kuklina.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm) (дата звернення: 01.10.2024).
34. Лапко О. Інноваційна діяльність у системі державного регулювання. Монографія. Київ. Інститут економічного прогнозування НАН України. 2017. 342 с.
35. Линник О. І. Сучасні вимоги до устаткування закладів готельно-ресторанного господарства. Полтава, 2019. С. 28-29.
36. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Київ. 2017. 215 с. URL: (дата звернення: 01.10.2024).
37. Лояк Л. М., Загнибіда Р. П., Андрухів Я. М. Технологія продукції ресторанного господарства. Івано-Франківськ, 2017. 68 с.
38. Лояк Л.М. Організація ресторанного господарства. Організаційно-технологічні основи. Частина І. Навч. посіб. Івано-Франківськ, 2014. 249 с.
39. Лояк Л.М., Загнибіда Р.П., Андрухів Я.М. Технологія продукції ресторанного господарства. Лабораторний практикум. Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2017. 68 с.
40. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування. Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2012. 346 с.
41. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа. Технологія та організація обслуговування туристів. Підручник. Київ: ЦУЛ, 2013. 304 с.
42. Мостова Л. М., Новікова О. В., Ракленко І. М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві. Харків: Світ книги, 2021. 657 с.
43. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1. С. 148-158.

44. Назаренко І. А., Боднарчук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 128 с.
45. Назаренко І. А., Никифоров Р. П., Лохман Н. В. Організація ресторанного господарства (Блок 1). Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 165 с.
46. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 344 с.
47. Новації в технології та обладнанні готельно-ресторанних, харчових і переробних виробництв. Мелітополь, 2021. 249 с.
48. Новікова О.В. Технологія приготування їжі. Українська кухня. Навч. посіб. 2-ге вид., випр. та доповн. Харків: Світ книг, 2019. 679 с.
49. Новічкова О. В., Радченко Л. О., Вініченко К. П., Льовшина Л. Д., Пивоваров П. П., Чубар Л. І. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства. Харків: Світ книги, 2021. 411 с.
50. Новічкова Т. П., Лебеденко Т. Є., Асауленко Н. В. Сервісні послуги: кейтерингове обслуговування в організації ресторанного господарства. Наукові перспективи. 2021. С. 306-318.
51. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація. Київ: КНТЕУ, 2017. 465 с.
52. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2017. № 9. С. 66-73.
53. Паска М. З., Радзімовська О. В., Сенік М. Я. Територіальна організація ресторанного туризму Львівщини. Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі. Київ: НУХТ, 2021. С. 137-138.
54. Подорожі, мобільні технології та чат-боти. UBR. URL: <http://prohotelia.com/2017/05/chatbot-v-turizme/> (дата звернення: 01.10.2024).

55. Постова В. В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. № 65. С. 98-103.
56. Постова В. В. Особливості становлення концепції ресторанів формату «FAST CASUAL». Економіка і регіони. Полтава, 2022. С. 21-25.
57. Ростовський В. С. Теоретичні основи технології громадського харчування. Київ, 2018. 200 с.
58. Ряшко Г. М., Асауленко Н. В., Новічкова Т. П. Удосконалення сервісу на підприємствах індустрії гостинності. Економіка харчової промисловості. 2021. С. 75-81.
59. Сологуб Ю.І. Інфраструктура готельного та ресторанного господарства. Конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2012. 61 с.
60. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2018. С. 239-241.
61. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjuyut-restorannij-biznes> (дата звернення: 01.10.2024).
62. Ткаченко А. М. Інновації та їх роль у готельно-ресторанному господарстві. Вісник Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2017. № 3. С. 29–33. URL: (дата звернення: 01.10.2024).
63. У Японії туристи зможуть розраховуватись з готелями та ресторанами відбитками пальців. UBR. URL: <http://prohotelia.com/2016/04/tourists-in-japan-to-use-fingerprints-as-currency/> (дата звернення: 01.10.2024).
64. Україна 2030e – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення: 01.10.2024).

65. Хомич А.В., Муха Н.В. Устаткування закладів готельно-ресторанного господарства. Уклад. Хомич А.В., Муха Н.В. Любешів: Любешівський технічний коледж Луцького НТУ, 2020. 20 с.

66. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. 2017. № 16. С. 224–228. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

67. Шаран Л.О., Цирульнікова В.В., Павлюченко О.С. Гігієна та санітарія. Курс лекцій для студ. напряму 6.051701 «Харчові технології та інженерія» ден. та заоч. форм навч. Київ: НУХТ, 2013. 170 с.

68. Шикеринець В.В. Охорона праці в галузі. Навчально-методичний посібник для бакалаврів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Київ: ТОВ «Видавничий дім АртЕк», 2016. 86 с.

69. Шинкаренко О.П., Сидорчук Т.П., Дідик Л.М. Технічне оснащення підприємств громадського харчування. Частина 1. Механічне устаткування. Львів: Оріяна-Нова, 2015. 336 с.

70. On innovative activity: Law of Ukraine Vedomosti Verkhovna Rada of Ukraine (VVR) No. 36. (2002). Art. 266. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

71. Davydova O. Yu. Formation of a system of innovative management of the development of hotel and restaurant enterprises. Bulletin «BUSINESS INFORM». 2018. No. 11. P. 459–464. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

72. Bokovets V. V., Garafonova O. I., Sidlak S. V. Innovative activity in Ukraine. Bulletin «Khmelnyskyi National University». 2021. Vol. 1. No. 6. P. 7–11. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

73. Bury S. A. Innovative potential in the field of hotel and restaurant business and tourism. Bulletin «Khmelnyskyi National University». 2018. Vol. 2. No. 5. P. 201–205. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

74. Shapovalova O. M. Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry. Bulletin of the Eastern Ukrainian National

University named after Volodymyr Dahl. 2017. No. 16. P. 224–228. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

75. Tkachenko A. M. Innovations and their role in the hotel and restaurant industry. Bulletin State and regions. «Economy and Entrepreneurship» series. 2017. No. 3. P. 29–33. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

76. Lytvynenko T. K. The latest service technologies in the field of restaurant business. Kyiv. 2017. 215 с. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

77. Kruglyak H. O. Study of the role of innovative technologies in the management of hotel and restaurant enterprises. Bulletin of the Economy and Food Security of Ukraine. 2020. Vol. 6. Issue 3–4. P. 58–64. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

78. Van Ark B., Broesma L., Hertog P. Services Innovation, Performance Policy: A Review. Synthesis Report in the Framework of the Project Structural Information Provision on Information in Services. June 2017. URL: (дата звернення: 01.10.2024).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Таблиця А.1. – Потреба закладу в сировині, продуктах, закупівельних товарах за товарними групами

Категорія товару	Назва інгредієнта, продукту, напівфабрикату	Якість, термічний стан	Добова потреба, кг	
М'ясо, птиця, субпродукти	Телятина, філе	Охолоджене	17,0	
	Філе куряче	Охолоджене	7,5	
	М'ясо качки	Охолоджене	2,5	
	Яловичина, частина	Охолоджена	5,0	
	Язик телячий	Охолоджений	0,225	
	Крила курячі	Охолоджені	12,8	
	Свинина, вирізка	Охолоджена	21,8	
Риба та морепродукти	Креветки великі	Охолоджені	12,7	
	Лосось, філе	Свіже	17,2	
	Вугор копчений	Охолоджений	8,0	
	Стейк лосося	Охолоджений	16,4	
	Салат, листя	Свіжий	49,9	
Овочі	Черрі помідори	Свіжі	14,8	
	Перець солодкий	Свіжий	14,0	
	Перець гострий	Свіжий	2,3	
	Гриби різні	Свіжі	6,0	
	Огірок	Свіжий	1,0	
	Морква	Свіжа	0,2	
	Картопля	Свіжа	5,6	
	Часник	Свіжий	1,6	
	Фрукти	Авокадо	Свіже	10,0
		Манго	Свіже	8,0
Лайм		Свіжий	2,5	
Малина		Свіжа	5,2	
Ягідна суміш		Свіжа	5,2	
Бакалія	Олія оливкова	Бутильована	6,2	
	Кунжутне насіння	Фасоване	2,3	
	Соус соєвий	Бутильований	6,8	
	Олія соняшникова	Бутильована	4,0	
	Рис крупний	Фасований	3,8	
	Насіння гарбуза	Фасоване	3,0	
	Кускус	Фасований	7,5	

## Додаток Б

Таблиця Б.1. Характеристика постачання закладу

Категорія товару	Постачальник	Походження товару							
		місцевий	централізований	Форма постачання	Маршрут завою	Періодичність, раз на тиждень	Час завою	Вид тари, умови повернення	Метод закупівлі, вид розрахунку
М'ясо, птиця, субпродукти	Оптовий склад «Metro»								
Морепродукти	Оптовий склад «Metro»	місцевий та імпорнтний	централізований	транзитна	кільцевий	4	8:00-10:00	пластмасові ящики, підлягають поверненню	оптовий, безготівка
Овочі та пряжа зелень	Склад «Агротранс»	місцевий та імпорнтний	централізований	транзитна	кільцевий	4	8:00-10:00	контейнери з льодом, які підлягають поверненню	оптовий, безготівка
Фрукти та сезонні ягоди	Склад «Агротранс»	місцевий та імпорнтний	централізований	транзитна	кільцевий	3	8:30-10:00	дерев'яні та пластмасові ящики, що підлягають поверненню	оптовий, безготівка
Бакалія	Оптовий дистриб'ютор	місцевий та імпорнтний	централізований	транзитна	кільцевий	3	8:30-10:00	дерев'яні та пластмасові ящики, що підлягають поверненню	оптовий, безготівка

Сипучі продукти	Оптовий дистриб'ютор	місцевий та імпортний	централізований	транзитна	кільцевий	3	8:30-10:00	кортонні коробки, що підлягають утилізації	оптовий, безготівка
Алкогольні напої	DDS+	місцевий та імпортний	централізований	транзитна	кільцевий	2	8:30-10:00	кортонні коробки, що підлягають утилізації	оптовий, безготівка
Безалкогольні та слабоалкогольні	DDS+	місцевий та імпортний	централізований	транзитна	складська	1	14.00-16.00	пластмасові ящики	оптовий, безготівка

Рис. Б.1. Оформлення меню ресторану азіатської кухні «Tamasi»



**Tamasi**  
АЗІАТСЬКИЙ РЕСТОРАН  
*ree*  
**МЕНЮ**

**САЛАТИ**

ЦЕЗАР З КРЕВЕТКАМИ ТА ПОСОСЕМ 330 ГРН  
ТЕПЛИЙ САЛАТ З ТЕПЛАТЦЮЮ 300 ГРН  
САЛАТ ПОКЕ З ПОСОСЕМ ТА АВОКАДО 280 ГРН  
БОУЛ З КУРКОЮ, КУСКУСОМ ТА ОВОЧАМИ 280 ГРН  
СВІД САЛАТ З ЧИГРЕМ, МАНГО ТА АВОКАДО 300 ГРН

**ГАРЯЧІ ЗАКУСКИ**

АСОРТІ ГОРЯЧІ В-ЧІП ТА НАРАМЕЛІСІ 250 ГРН  
ТИГРОВІ КРЕВЕТКИ З ОВОЧАМИ В ТІСТІ НАТАІФІ 300 ГРН  
ТАРІЛКА ТАПАСІВ 350 ГРН  
ТАР-ТАР З ТЕПЛАТЦЮЮ ТА ВЕРШКОВИМ НАПАПЕНЬЮ 350 ГРН  
МІНІ ЕМПЕРІ З ПАШТЕТОМ З НАЧКИ 300 ГРН

**ПЕРШІ СТРАВИ**

РОМЕН З КУРКОЮ 250 ГРН  
ТОМ-АМ З ТИГРОВОЮ КРЕВЕТКОЮ 330 ГРН  
МІСО-СУП З ПОСОСЕМ ТА АПОНСЬКИМ ОПЛЕТОМ 300 ГРН  
ОКРОШКА З АЛЮВІЧИННОЮ ТА ЯЗЬКОМ 280 ГРН  
КАРРІ ПАКСА З КУРКОЮ ТА ТИГРОВИМИ КРЕВЕТКАМИ 330 ГРН

**ОСНОВНІ СТРАВИ**

ПОКШИНА З КУРКОЮ ТА НАЛЬТАРАМИ 350 ГРН  
КУРЯЧІ КРИЛЬЦЯ СПАЙСІ 300 ГРН  
СВИНИНА В ПЕЛОНІГРАСІ З РИСОМ 350 ГРН  
МЕДАЛЬЙОНИ ІЗ ЯЗЬКИ З КУСКУСОМ 400 ГРН  
СТЕЙК ІЗ ПОСОСЕМ З КОКОСОВИМ РИСОМ ТА ОВОЧАМИ 450 ГРН

**ДЕСЕРТИ**

ФОНДАН З ШЕРБЕТОМ З КОКОСУ ТА ЛАЙЛУ 220 ГРН  
ТАРТАЛЕТКА З МАЛПЦОВИМ КУРКОМ 250 ГРН  
ШОКОЛАДНИЙ БРАУНІ 220 ГРН  
ЧІЗКЕЙК З АГОДАМИ 350 ГРН  
ЕСТЕРІАЗІ 280 ГРН



**БЕЗАЛКОГОПЬНІ НАПОЇ**

АНАНАСОВИЙ ФРЕШ 230 ГРН  
ЛІМОНАД МАНГО-ПІЧІ 200 ГРН  
МОКІТО 200 ГРН  
АГОДНИЙ ПАССІ 230 ГРН  
СТРУЗІ КІВІ 230 ГРН

**АЛКОГОПЬНІ НАПОЇ**

CLOVER CLUB 270 ГРН  
APEROL SPRITZ 300 ГРН  
МОДІТО 250 ГРН  
BLOODY MARY 250 ГРН  
PINA COLADA 270 ГРН

## Додаток В

Таблиця В.1. Графік виходу виробничих працівників на роботу

№	ПІБ	Кваліфікація	01.06	02.06	03.06	04.06	05.06	06.06	07.06	08.06	09.06	10.06	11.06	12.06	13.06	14.06
1	Ворона В.Н.	Шеф	9:30-20:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00							
2	Бочарова А.А.	4р.	12:00-22:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00							
3	Герман Д.С	5р.	9:30-20:30	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00							
4	Субочева А.Д.	5р.	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00							
5	Булавін Я.О.	Сушеф								12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00
6	Вишницький А.В	5р.								9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00
7	Давиденко Н.Д.	5р.								12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00
8	Бойко А.В.	4р.								9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00	12:00-22:00	9:30-20:00

Бригада 1

Бригада 2

1 працівник -72 години на тиждень, 144 годин в місяць

Рис. В.2. Інтер'єр закладу



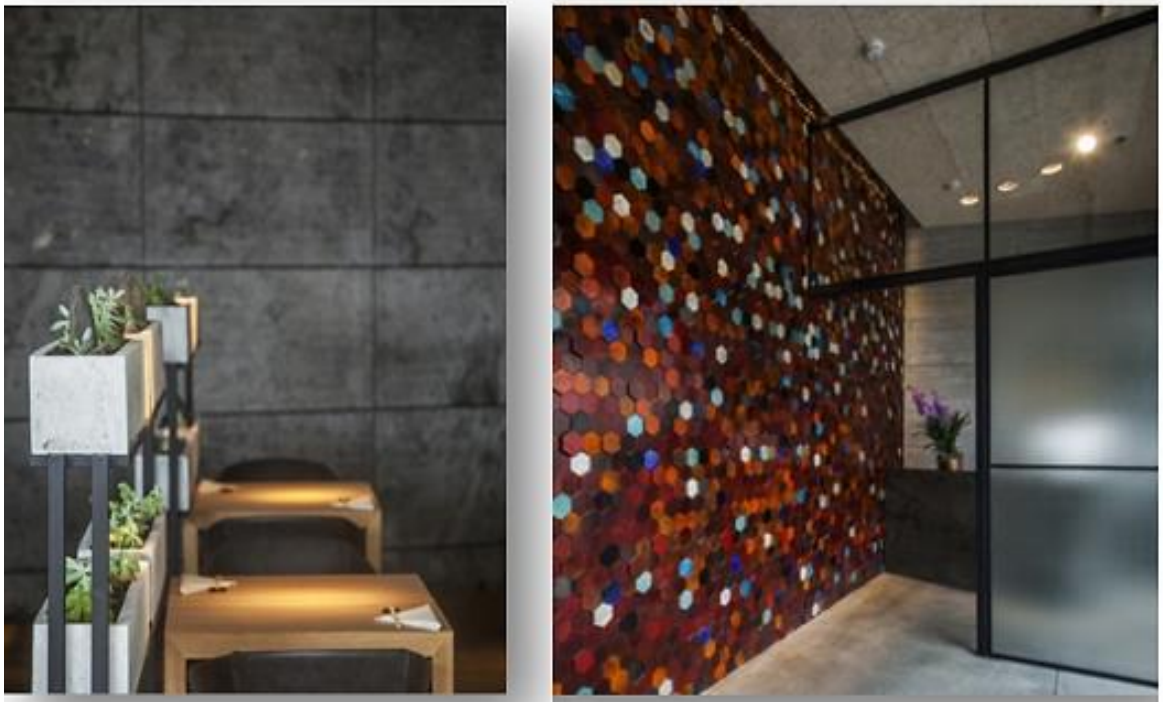


Рис. В.3. Уніформа співробітників



Рис. В.4. Приклад оформлення інстаграм сторінки



Рис. В.5. Приклад оформлення веб-сайту



## ДОДАТОК Г

## Анкета для гостей ресторану «Tamasi»

- Чи влаштовують Вас ціни у ресторані «Tamasi» ?
  - Так, якість відповідає ціні
  - Так, помірні ціни для такого рівня закладу
  - Ні, занадто висока ціна.

---
- Чи зручне Вам місце розташування ресторану?
  - Так, дуже зручно
  - Ні, хотілося бачити такий заклад в центрі міста.

---
- Щоб Ви хотіли вдосконалити у нашому закладі?
  - Інтер'єр
  - Більше авторських страв
  - Додати зону відпочинку для дітей
  - Щотижневі знижки та акції

---
- Яку оцінку Ви б дали нашому ресторану ?
  - 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5

---
- Повернулися Ви б до нашого закладу ще раз?
  - Так
  - Ні

---

## ДОДАТОК Д

## Анкета для майбутнього персоналу ресторану «Tamasi»

- Чи влаштовує Вас заробітна плата?
  - Так
  - Ні
  - Хотілося б більше

---
- Чи бачите Ви подальшу перспективу у своїй роботі?
  - Так
  - Можливо
  - Ні

---
- Задоволені Ви своїм колективом?
  - Так, обожнюю свій колектив
  - Іноді бувають складнощі у спілкуванні
  - Ні, жахливе ставлення співробітників

---
- Хотіли б Ви відвідувати інші країни ,задля кваліфікації?
  - Так, це моя мрія
  - Ні, не цікаво
  - Так, тільки за рахунок власників

---
- Чи подобаються Вам власники ресторану «Tamasi» ?
  - Так, все влаштовує
  - Ні, бувають непорозуміння

---