

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему : « Організаційно-проектні рішення ресторану “La Rose”»

Виконала :
студентка 4 курсу групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Гресь Анастасія Сергіївна

Керівник:
к.т.н., доцент Червоний В.М.

Рецензент:

Підсумкова оцінка :
за шкалою ЗВО : _____
кількість балів : _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023

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

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студентки Гресь Анастасії Сергіївни

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи : « Організаційно-проектні рішення ресторану “La Rose”»

затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Аналіз сучасного стану розвитку ресторанної галузі світу та України	31.01.2023	
Організаційно-проектні рішення для відкриття ресторану «LA ROSE»	29.03.2023	
Економічне обґрунтування відкриття закладу	29.04.2023	

Термін подання роботи на кафедру– травень 2023 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 19.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.т.н., доц. Віталій ЧЕРВОНІЙ

Дата видачі завдання 27.10.2022 р.

Завдання прийняте до виконання

Анастасією ГРЕСЬ

Завідувачка кафедри
міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи

к.е.н., доц.. Наталя ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Гресь Анастасія Сергіївна. Організаційно-проектні рішення ресторану “La Rose”».

Місце виконання Кваліфікаційної роботи : Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна.

Роботу присвячено розробці ресторанного підприємства. Висвітлено теоретико-практичні основи створення ресторану. Проаналізовано сучасного стану розвитку ресторанної галузі в Україні і світі.

Кількість: 3 розділи; висновок; 53 сторінки тексту; 5 рисунків; 12 таблиць; 1 додаток; список джерел включає 20 найменувань літератури, 10 електронних публікацій.

ANNOTATION

Gres Anastasia. Organizational and project solutions of the restaurant "La Rose".

Place of performance of qualification work: Kharkiv National University named after V. N. Karazin.

The work is devoted to the development of a restaurant enterprise. The theoretical and practical foundations of creating a restaurant are covered. The current state of development of the restaurant industry in Ukraine and the world is analyzed.

Quantity: 3 sections; conclusion; 53 pages of text; 5 drawings; 12 tables; 1 application; The list of sources includes 20 titles of literature, 10 electronic publications, 0 stock materials.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ СВІТУ ТА УКРАЇНИ.....	5
1.1 Сучасний стан розвитку ресторанної індустрії у світі та Україні.....	5
1.2 Аналіз концепцій, що використовуються в закладах ресторанної галузі світу та України.....	8
1.3 Маркетингові дослідження закладів з монопродуктами в Україні.....	12
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІНО-ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАНУ "LA ROSE"	16
2.1. Розробка концепції закладу	16
2.2. Моделювання організаційних процесів	19
2.3. Розробка меню	28
2.4. Технічне оснащення закладу.....	30
2.5. Вимоги до персоналу.....	37
2.6. Організація додаткових послуг.....	38
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ	41
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	49
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність обраної теми підкреслюється багатьма чинниками.

По-перше, в Харкові немає закладів, які б були прикрашені або ж мали акцент на квіти. Це щось новеньке та незвідане для нашого міста.

По-друге, мабуть у кожної людини троянда асоціюються з чимось романтичним, затишним. На мою думку, у місті немає якихось романтичних, спокійних та в той час смачних і гарних ресторанів, куди б закохані люди могли б піти та приємно провести час. Ресторанів багато, але вони то занадто шумні, то переповнені і потрібно обирати час для замовлення столику чи просто вже «приїлися» і не дуже цікаво туди йти, бо наперед знаєш меню, ніякого цікавого «experience» не отримаєш.

По-третє, це напрям для розвитку туризму. Він полягає у тому, що це унікальний ресторан в Україні; цікаве і нове для всіх. Українці полюбляють поїсти, скуштувати щось новеньке. Зацікавленість у ресторані може спровокувати підвищення туризму у місті. Людина схоче відвідати ресторан через його незвичний інтер'єр та як бонус вона відвідає наше надзвичайно красиве місто, насолодиться його парками та архітектурою. Також у подальшому це можна розвинути та підняти на більш високий рівень за допомогою запрошення до ресторану на майстер-клас відомих шефів. Наприклад, Клер Вале, вона стала першим у світі веганським шеф-кухарем, який двічі удостоєний зірки Мішлен, і ризикнула створити свій власний бренд, в основі якого лежить безумовна любов до рослинної кухні. Вона завжди шукає та розробляє унікальні смаки, та незвичні поєднання : хрусткого та кремоподібного, сирого та приготовленого, пікантного та кислого. По всьому світі тема вегетеріанства та веганства надзвичайно популярна і все більше людей долучаються до цього напрямку харчування, що може надзвичайно допомогти у розвитку ресторану та розширенню його цільової аудиторії.

Таким методом можна експериментувати та співпрацювати з різними шефами, необов'язково навіть шукати їх закордоном, бо наразі в Україні з'явилося дуже велика кількість крутих кухарів, які зацікавлюють своїм нестандартним баченням кулінарії.

Об'єкт дослідження: процес розробки концептуального закладу ресторанного господарства.

Предмет дослідження: формування організаційно-проектних рішень ресторану «La Rose».

Мета дослідження: розробка алгоритму впровадження організаційно-проектних рішень закладу ресторанного господарства «La Rose».

Завдання :

- визначити сутність та особливості проектування закладів ресторанного господарства;
- описати концепцію ресторану «La Rose»;
- розповісти про використання троянди, як основного інгредієнта у стравах;
- визначити додаткові послуги ресторану «La Rose»;
- провести аналіз ринку ресторанного господарства з монопродуктами;
- розробити меню ресторану;
- розробити схему закладу;
- розробити логотип ресторану;
- визначити економічну ефективність і доцільність відкриття закладу;
- розробити уніформу для персоналу.

Робота складається з наступних елементів: 3 розділи; висновок; 53 сторінки тексту; 5 рисунків; 12 таблиць; 1 додаток; список джерел включає 20 найменувань літератури, 10 електронних публікацій.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ СВІТУ ТА УКРАЇНИ

1.1 Сучасний стан розвитку ресторанної індустрії у світі та Україні.

Наш світ змінюється з кожним днем, все набуває нового розвитку та нових тенденцій, це ж стосується і ресторанної справи. Ця галузь впливає на соціальні та економічні фактори, а отже має великий потенціал для постійного розвитку, так як люди завжди хочуть чогось нового, більш комфортного або більш розвиненого, оновленого.

Наразі в світі розвиток ресторанної індустрії дуже стрімкий через те, що на ринку з'являються нові ідеї інтер'єру, нові страви, велика варіація цін за послуги і кожен може обрати найкомфортніший для себе варіант.

Через такий великий вибір з'являється і конкуренція, яка стимулює покращувати послуги та продукції у ресторані. Це привносить певний темп у розвиток цієї індустрії.

Якщо казати про Україну, то починаючи з 2014 року, коли відбулась анексія Криму та часткова воєнна агресія з боку Російської Федерації на територіях Донецької та Луганської областей, а з 24 лютого 2022 року перейшла у повномасштабні воєнні дії по всій території нашої держави, призвів до погіршення не тільки економічного та політичного стану, а й до соціальної нестабільності.

Для того, щоб ця сфера в Україні на даний час, зовсім не занепала, треба щоб усі чи хоча б більшість підприємств готельно-ресторанної індустрії відновлювали свою роботу та покращували не тільки економіку країни, а й надавали підтримку для соціуму держави. Зрозуміло, що підприємства зачинились зовсім або функціонують тільки частково, але тут можна знайти свої плюси, наприклад ввести на ринок щось нове, незвичне, що буде користуватись попитом серед населення, яке вже по більшості своїй, вже пристосувалось до воєнних умов життя, людям хоч на короткий

проміжок часу забути про навколишні проблеми та просто відпочити у затишному місці. За рахунок цього морального стану людей нашої країни, підприємства готельно-ресторанної індустрії можуть швидко розвинути та гарно функціонувати, звичайно не можливо надіятись на великий відсоток доходу і низький відсоток збитку, але ж треба розуміти, що як раніше вже ніколи не буде і треба шукати якісь нові стежки до розвитку бізнесу.

Якщо ж подивимось на 3 роки назад, у 2020 рік, то можемо відтворити у своїй пам'яті славнозвісну пандемію COVID-19 [31]. Тоді вона також завдала нищівного удару на сферу ресторанної та гостинної діяльності. Підприємці тоді знаходили нові шляхи для функціонування своїх підприємств, деякі з них навіть набули значної популярності саме під час «локдауну». Це свідчить про те, що українці знайдуть вихід з будь-якої проблеми, не дивлячись на усі складності будуть працювати та заробляти.

Наразі можу сказати, що на функціонування готельно-ресторанних підприємств впливає їх місце розташування. Наприклад, підприємства у західній частині України: в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській, Закарпатській областях, працюють на повну потужність, і в них відсутні передумови для закриття чи зупинки роботи. А у містах наближених до ліній кордону активних воєнних дій підприємства частково або повністю мусили припинити свою діяльність через проблеми безпеки, відсутність попиту, або неможливість працювати з технічних причин. Тут можна зробити висновок, що гарне функціонування підприємств доцільне та можливе не по всій території держави. Якщо спиратись на слова Супрун, то на початку 2022 року понад 2 тис. нових відкрилися заклади громадського харчування, але з часу повномасштабної війни 7 тисяч припинили роботу. Загалом, ринок ресторанного бізнесу впав приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 [32].

На графіку рис.1.1 можна побачити, що у деяких регіонах спад ринку був більше 50% (Харків, Миколаїв, Запоріжжя, та Луганська області); в Києві, Одесі та Дніпропетровська область падіння до 30%. Можна зробити висновок, що Харків відноситься до територій, які більш за все постраждали.

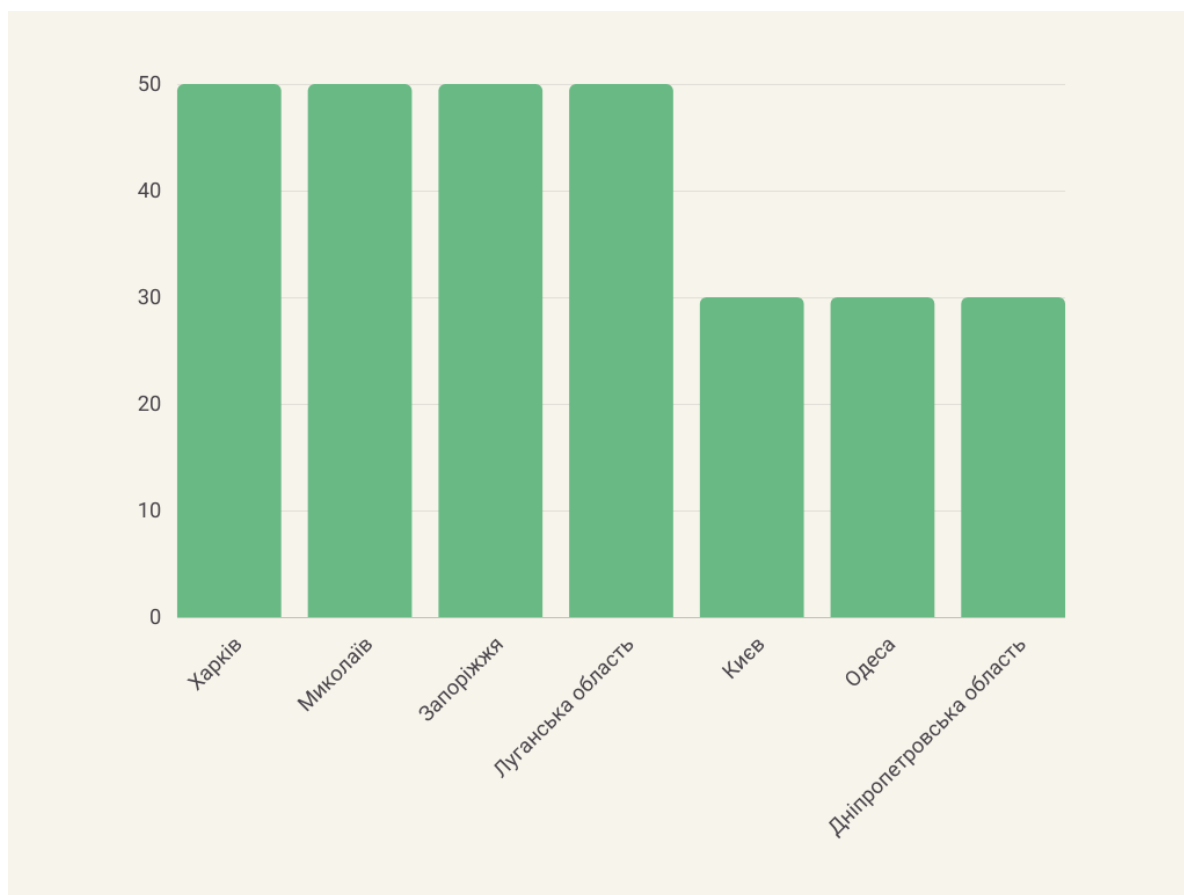


Рис. 1.1. Відсоткове співвідношення спаду на ринку ресторанної справи

Найбільш інтенсивно розвивався ресторанний ринок у Львові: понад 500 нових закладів відкрито з початком повномасштабної війни. Це можна пояснити тим, що підприємці з інших міст України «переносили» свої заклади у більш безпечні міста, але таких бізнесменів дуже мало, більша частина залишилась працювати на своїх місцях, тобто там де вони функціонували до повномасштабної війни, просто вони змінюють свої стратегії та способи розвитку.

Незважаючи на ризиковану та непередбачувану ситуацію в країні, український готельно-ресторанний бізнес намагається адаптуватися, виживати та навіть розвиватися. Тим не менш, сектор гостинності продовжує боротися з труднощами і має оптимістичні надії на поживавлення своєї діяльності. Але щоб подолати кризу, готельна та ресторанна галузь потребує підтримки з боку держави та маркетингових підходів для залучення клієнтів.

Наразі можна виявити такі проблеми для розвитку індустрії :

- логістичні порушення ;
- нестача продуктів харчування;
- перебої з електропостачанням;
- зменшення споживчої діяльності.

Під час війни високі показники адаптації показали лише три категорії закладів харчування: малі кав'ярні, пекарні та дорогі ресторани. Перші два пропонують гнучку політику роботи, а останній має високі ціни та постійних клієнтів.

У готельній сфері найкращі показники були у готелів на Західній Україні через те, що вони приймали переселенців з інших регіонів нашої країни і як результат їх заповненість складала 100%. Окрім внутрішньо переміщених осіб у готелях перебували волонтери, міжнародні журналісти, дипломати тощо. Але з проміжком часу більша частина переселенців поїхали закордон або ж повернулись додому, тому готельні підприємства зазнали втрат.

Аналізуючи усе вищезазначене можна дійти висновку, що не дивлячись на активні бойові дії готельно-ресторанний бізнес намагаються відновити свою діяльність.

1.2 Аналіз концепцій, що використовуються в закладах ресторанної галузі світу та України.

Ресторанний бізнес включає у себе навички гарного управління персоналом і процесами на підприємстві в цілому, але до цього треба додатково бути обізнаним у психології, економіці, філософії та вміти поєднувати усе це разом, тому ресторан - це дуже складний механізм і бізнес в цілому.

Щодо концепцій закладів можу зазначити, що зазвичай ресторатори не загострюють свою увагу на якомусь дуже цікавому інтер'єрі і обирають звичний сучасний стиль. Таке рішення комфортне не тільки для бізнесменів,

а й для відвідувачів, бо наразі більшість цільової аудиторії закладів харчування є молодь, яка полюбляє мінімалізм, простоту і бачить у цьому вишуканість та локанічність [25]. Власник задоволений тим, що не треба нічого вигадувати і витратити багато грошей.

Звичайно є ресторани, кав'ярні, кафе зі своїми цікавими «родзинками», але їх не так багато, особливо на українському ринку.

Особисто я дотримуюсь думки, що на сьогоднішній день ресторани – це не тільки про смачну та вишукану їжу, а й про атмосферу, задоволення та емоції, тому було доцільнішим вкладати в заклад задумку з цікавою концепцією.

Ресторанні господарства можна поділити на такі типи :

- елітні ресторани;
- сучасні ресторани;
- ресторани сімейного типу;
- ресторани швидкого харчування;
- кафе;
- бари;
- буфети/столові.

Усі вище перелічені типи відрізняються ціновою категорією, способом обслуговування, типом кухні, якістю продуктів харчування та видом подачі страв [6].

Серед усіх ресторанів, можна виділити найбільш популярний тип – це демократичний, бо він розрахований на середній клас (він складає приблизно 48% від усього населення планети). Такі заклади обирають концепції з відкритою кухнею, steak house, fish house, grill bar та інші [26].

Зовсім нещодавно на ринку ресторанних підприємств стали з'являтися заклади здорового харчування. Вони в своєму меню пропонують страви приготовані здоровим способом (не смажені на олії, не жирні, тощо) та із «healthy» продуктів або супер-фудів. Також до категорій здорової їжі відносяться веганські та вегетаріанські кафе, які спеціалізуються виключно на

рослинних продуктах. Цей бум на такі заклади обумовлений тим, що люди по всьому світу стали пропагувати здоровий спосіб життя та гарне ставлення до свого організму.

Також набувають своєї популярності заклади ресторанного господарства з різними національними традиціями та стравами інших народів світу. Так наприклад в Італії можна знайти ресторан тайської кухні, а в Україні грузинської. Це дає з одного боку змогу споживачам на невеликий проміжок часу опинитись у зовсім іншій країні, не виїжджаючи зі свого міста та розвинути свої смакові вподобання. З іншого боку це дуже гарний досвід та новий рівень у роботі ресторану, коли шефи знаходять аутентичні рецепти страв та розвивають свої навички у приготуванні.

Кухня «ф'южн» - це ще один цікавий вид кухні, який уміщує у себе іноді на перший погляд не сумісні продукти або якісь продукти з різних країн світу, такий метод приготування дає змогу отримати незвичні смаки. Родоначальником цієї кухні вважають Марко Поло, який в один день залив китайську локшину соусом «Маринара», з цього і пішло незвичне комбонування інгредієнтів у тарілці. Хоча тут можна і посперечатись, бо наприклад на формування датської кухні мали вплив німецькі та скандинавські традиції, на бразильську мали вплив іспанська, індійська та африканська кухні, а карибська взагалі поєднує у собі англійську, французьку, креольську, арабську, індійську, китайську, датську та навіть африканську кухні. Але професійні шеф-кухарі вносять свої незвичні та цікаві корективи у смаки страв і цим допомагають світу кулінарії не стояти на місці.

Окрім цього ресторани спеціалізуються на певній атмосфері/інтер'єрі, наприклад : крижані кафе; ресторани у стилі дикого заходу; ресторани під водою; ресторани у скелі, тощо. Такі ресторани розповсюдженні закордоном і мають неабиякий попит як серед місцевих жителів, так і серед туристів, що певним чином впливає і на туристичну діяльність регіону, де розташований цей заклад.

Щодо України, то ми нажаль наразі не можемо похизуватись багатим асортиментом незвичних ресторанів, але вони все ж є :

- Ресторан-музей «Старий Млин», Тернопіль;

Ресторан привертає увагу відвідувачів своїм фасадом, який має такий вигляд ніби його архітектором був Антоніо Гауді і звичайно ж ресторан має надзвичайно смачні закарпатські страви у своєму меню.

- Кафе «KittyCafe», Харків;

Це перше кафе на території України, яке пропонує своїм відвідувачам відпочинок поряд з кішками, які почувають там себе як вдома і спокійно пересуваються по всьому кафе.

- Ресторан «Дім легенд», Львів;

Це фантастичний ресторан у прямому сенсі цього слова. Зустрічає відвідувачів дракон замурований у стінах ресторану , на криші розташований запорожець, сажотрус який сидить на трубі. Кожен поверх цього закладу присвячений певній легенді : львівській бруківки, левам, підземній річці «Плотва», часу та погоді.

- Кафе «Vagabond Cafe», Київ;

Концепція кафе полягає у тому, що відвідувач сплачує за обрані позиції стільки грошей, скільки вважає потрібним. Меню немає фіксованої ціни, тому кожен споживач, після трапези занурює у літрову баночку стільки купюр, скільки захоче.

- Ресторан «Dinner in the Sky», Київ;

Це важко назвати закладом, бо це просто платформа із великим столом посередині і стільцями навкруги, яка підіймається разом із споживачами (вміщує у себе 22 людини) у небо на 50 метрів від землі. До нас такий незвичний заклад впровадила компанія «Events in the sky».

- Мережа ресторанів «Тайський привіт», «В'єтнамський привіт», «Китайський привіт», Київ.

Це мережа ресторанів Міші Кацуріна , прочитавши назви закладів можна легко зрозуміти про що цей заклад. Незвичність їх полягає насамперед

в інтер'єрі, кожен відвідувач занурюється в атмосферу Китаю, В'єтнаму чи Тайланду. Друга незвичність закладів полягає у тому, що позиції меню дуже традиційні, так ви можете знайти в переліку страв сушених комах.

Ресторанний бізнес буде популярний влюбі часи, бо люди завжди будуть мати потребу у їжі, єдине що буде змінюватись це їх концепції, вид обслуговування та різноманітність меню. Зараз споживачі вимагають від закладів харчування не тільки смачну їжу, а й гарну, цікаву або ж незвичну атмосферу.

1.3 Дослідження закладів з монопродуктами в Україні.

Монопродукт можна описати так – це коли ресторан сконцентрований лиш на одному продукті, тобто його багато у меню і на ньому «тримається» заклад харчування. Для прикладу можна привести :

- піцерії , де в меню є тільки піца, але вона різних видів;
- шаурмічні, так само як і піцерії мають один продукт різних варіацій;
- steakhouse, заклади де м'ясо це основа меню та й взагалі меню складається з одного лиш м'яса;
- fishhouse, так само, як і steakhouse, але монопродуктом виступає риба;
- пельменні;
- варенечні;
- бургерні;
- сушібари;
- раменні;
- кафе з різними видами супів;
- кафе з різноманітним набором продуктів для салату;

Ці всі заклади, наведені у прикладах кожній людині дуже знайомі і мабуть кожен хоч раз у житті їх відвідував, але не замислювався над тим, що це монопродукт.

Концепція монопродуктів має як плюси так і мінуси, і вони залежать по більшості своїй від вмінь та розуму ресторатора, бо ця концепція вимагає гарної обізнаності в області ресторанної справи.

Щоб обрати правильну концепцію для свого майбутнього підприємства треба знати фактори, які будуть впливати на це :

1. Устрій та рівень розвитку ресторанних підприємств в обраному місті. На цьому етапі треба якісно дослідити ринок конкурентів, що допоможе зрозуміти які продукти затребувані, а які навпаки;
2. Місцерозташування майбутнього закладу. Тут треба звернути увагу на потік людей у цьому місці, які споруди знаходяться поряд і які в них функції, чи буде помітне ваше підприємство серед них;
3. Потенційні клієнти. Треба приблизно скласти розуміння того, який сегмент клієнтів буде зацікавлений у вашому ресторані;
4. Ринок праці. Тут оцінюють заробітну плату на ринку ресторанних підприємств та кількість незайнятих робітників;
5. Шляхи для закупки сировини на підприємство. Дослідити місцеві ринки та торгові бази;
6. Способи розміщення реклами.

Досліджуючи ринок закладів з монопродуктами у нашій країні, я прийшла до висновку, що такі підприємства наразі користуються дуже гарним попитом[4].

Хотілося б навести приклади таких закладів та трішки їх розібрати :

- «Barsalata», перше кафе, яке спадає на мою думку, бо я особисто його дуже любила і частенько відвідувала. Це салат-бар, де кожен відвідувач може як самостійно зробити собі салат з окремих інгредієнтів, так і замовити вже сформований салат. «Barsalata» - гарна заміна шкідливим фастфудам, це смачно, швидко, корисно та різноманітно одразу. В Харкові було 2 заклади (ТРЦ «Караван» та ТРЦ «Ave Plaza») і завжди була майже повна посадка, з цього можна зробити висновок, що не тільки в мене цей заклад користувався популярністю.

- «Mushlya», демократичний ресторан морепродуктів. В меню цього закладу можна знайти тільки морепродукти різних видів, від устриць до рибних бургерів, ціни стартують від 1€. Цей заклад користується дуже великим попитом серед різних верств населення, бо має не тільки гарні ціни на позиції меню, а й надає дійсно свіжі та якісні продукти, бонусом до цього ще й швидко здійснюють замовлення. Наразі в цей мережі працює 9 закладів (6 у Києві, і по одному у Черкасах, Житомирі, Івано-Франківську; до війни був ще один заклад у Харкові).

- «Éclair Little Artwork» це монокондитерська, яка в своєму меню має тільки тістечка «еклер» із різними начинками, усього відвідувачам пропонується 18 видів цих тістечок. Таке собі королівство еклерів у столиці України. Заклад користується попитом через те, що кожен еклер це маленький виріб мистецтва, це модні та яскраві десерти, які знайомі усім з дитинства, але у цій кондитерський вони смакують зовсім по іншому.

- «Міністерство Шаурми» зовсім новий заклад, відкрився влітку 2022 року у Києві. Назва цього закладу каже сама за себе, в ньому кожен бажаючий може знайти вид шаурми для себе. Успіх цього закладу криється в його простоті та звичності, тобто шаурма це вже звичний для нас продукт який зазвичай готується в не дуже санітарно придатних місцях, де на ринках, а цей заклад надає змогу усім поціновувачам цієї страви не переживати за якість продуктів, гігієнічність під час виготовлення та ще й можна без поспіху, комфортно насолодитись стравою у гарній та приємній атмосфері.

Після дослідження цих закладів можна зробити висновок, що напрямів для створення моноресторанів безліч і кожен засновник обирає те, що насамперед цікавить його та те у чому він має більше знань та досвіду.

Монозаклади – це дуже комфортно. По- перше, досить економічно, бо треба менше обладнання на кухні. По-друге, легше в управлінні так як дозволяє найняти професіоналів, які спеціалізуються тільки на якомусь конкретному продукті. Легше та раціональніше буде майстром у чомусь

одному, аніж намагатись охопити все і побільше та не мати з цього ніякої користі та мотивації. Але ж для того, щоб моноконцептуальний заклад гарно функціонував треба мати неабиякий хист до розвитку та безліч різних ідей для розвитку, також при відкритті такого типу закладу на меті треба ставити не заробіток, а більш духовні цінності, такі як наприклад показати та здивувати людей чимось новим та принести у свою країну щось корисне.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІНО-ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАНУ "LA ROSE"

2.1. Розробка концепції закладу

На сьогоднішній день в нашій країні безліч ресторанів, кожен з них чимось вирізняється від своїх конкурентів. Кожен намагається стрибнути вище своєї голови, по максимуму задіяти свою фантазію, щоб зробити унікальне підприємство.

Закордоном ресторатори не бояться розробляти якісь екстравагантні, незвичні, нереальні на перший погляд інтер'єри і концепції, у нашій же країні це не досить розвинене. Кожен підприємець переймається про те, чи буде його заклад затребуваний та прибутковий.

На мою думку, саме такі незвичні заклади привертають увагу не тільки поціновувачів смачної або вишуканої їжі, але й просто людей, які шукають якихось нових емоцій та вражень у своєму житті.

Особисто моя концепція ресторану полягає у тому, що я не придумувала щось екстраординарне. Я вирішила, що можна взяти щось «банальне», але обіграти це з незвичного боку, тим паче, наразі такого на ринку України я не бачила.

З назви підприємства можна здогадатись про його концепцію. Це – троянда.

Троянда - це квітка, яка у всіх людей асоціюється з почуттям кохання. Грецькі легенди кажуть нам, що червоні троянди були кульмінацією кохання Богині кохання Афродіти та Адоніса. Після трагічної смерті його кров змішалася з її сльозами і стала створенням червоних троянд. Таким чином, червоні троянди вважаються символом любові до самої смерті чи вічної любові. А ресторан набуває романтичної атмосфери та затишку.

Квітка є головним атрибутом ресторану. Квітки троянд не тільки прикрашають інтер'єр торгівельного залу, а й є невід'ємною частиною меню. Майже кожна позиція так, чи інакше має у своєму складі троянду.

«La Rose» - це ресторан преміум класу, який спеціалізується на класичній французькій кухні, з додавання авторських рецептів та напоїв. Інтер'єр виповнений у багряних кольорах, з додаванням французьких елементів у якості декоративних статуй.

Слоган ресторану - «Подаруй не тільки букет троянд, а й неймовірні смакові явища!»

Гостьова аудиторія ресторану :

- люди, які люблять французьку кухню;
- відвідувачі ресторанів класу преміум;
- любителі квітів та аромату троянд;
- шукачі затишну, романтичної та невимушеної атмосфери;
- пошановувачі вишуканого смаку їжі;
- експериментатори зі смаками.

Важливим елементом будь-якого підприємства або продукту є логотип. Він несе в собі задачу реклами, тобто люди будуть впізнавати заклад не лише за назвою (з вуст інших людей), а й за логотипом (візуально згадувати картинку у голові).

Саме тому я розробила логотип для свого ресторану, який не тільки містить назву, приковує погляд, а й має асоціацію саме з концепцією ресторану. На мою думку такий хід значно покращить впізнаваність закладу.



Рис. 2.1. Логотип ресторану «La Rose»

На мою думку є ще одна невід’ємна складова – це працівники ресторану. Вони є своєрідним «обличчям» закладу, тому їх зовнішній вигляд виконує важливу роль у функціонування ресторану. Мабуть кожній людині буде приємно спілкуватись з офіціантом чи барменом у яких є гарна уніформа, це перший критерій який важливий саме для відвідувачів; другий – це легко пізнаваність, тобто гість зможе знайти працівника закладу у залі; третій і як для мене дуже важливий критерій – це комфорт персоналу, їм не треба самостійно купляти якісь спеціальні речі для роботи, вони завжди знають, що прийшовши на роботу в них вже є готовий одяг.

Також наявність уніформи на підприємстві показує престиж закладу. Саме тому я розробила уніформу для майбутніх працівників свого ресторану.



Рис. 2.2. Варіант жіночої уніформи працівників закладу ресторанного господарства «La Rose»



Рис. 2.3. Варіант чоловічої уніформи працівників закладу ресторанного господарства «La Rose»

2.2 Моделювання організаційних процесів.

Ресторан «La Rose» розраховано на 50 місць. Режим роботи передбачується з 09:00 до 23:00.

Нижче можна побачити таблицю 2.1, де розроблена динаміка завантаженості зали виходячи з кількості місць та режиму роботи ресторану.

Щоб розрахувати ці данні першим чином потрібно визначити години роботи закладу, в мене ресторан працює з 9 години ранку і до 11 вечора. Знаючи години роботи треба обрати приблизну тривалість відвідування, тобто тривалість прийому їжі у хвиликах, найдовші прийоми їжі припадають на вечірні години. Оборот місця за годину (разів) визначається за формулою :

$$X = 60/t$$

(2.2)

де X – оборотність місця; 60 – кількість хвилин в одній годині; t – тривалість прийому їжі одного відвідувача у хвиликах.

Кількість споживачів за день вираховується за наступною формулою :

$$X = 50 \times K \quad (2.3)$$

де X – кількість споживачів; 50 – кількість посадкових місць; K – коефіцієнт завантаженості зали.

За допомогою таблиці я визначила, що за день мій ресторан відвідуватимуть приблизно 395 споживачів.

Таблиця 2.1

Прогнозована динаміка завантаженості зали ресторану на 50 місць

Години роботи год.	Тривалість відвідування хв.	Оборот місця за годину разів	Коефіцієнт завантажен ості зали частка від одиниці	Кількість споживачів осіб
09:00 – 10:00	70	1	0,7	35
10:00 – 11:00	70	1	0,7	35
11:00 – 12:00	60	0,8	0,2	10
12:00 – 13:00	60	0,8	0,2	10
13:00 – 14:00	60	1	0,6	30
14:00 – 15:00	80	1	0,8	40
15:00 – 16:00	60	0,7	0,6	30
16:00 – 17:00	60	0,8	0,4	20
17:00 – 18:00	60	0,8	0,5	25
18:00 – 19:00	150	1	0,8	40
19:00 – 20:00	150	1	0,8	40
20:00 – 21:00	150	1	0,6	30
21:00 – 22:00	150	0,8	0,5	25
22:00 – 23:00	100	0,7	0,5	25
Усього споживачів за день				395
Оборотність місця				7,21

Джерело : побудовано автором на підставі [13]

Також для кращого розуміння скільки сировини потрібно для забезпечення безперебійної роботи кухні.

Сировиною для підприємств харчування є, як правило, основна група продовольчих товарів: плодоовочеві, молочно-жирові, м'ясні, рибні, смакові товари, борошняні, харчові жири. Асортимент сировини, що переробляється, дуже широкий і залежить від типу і спеціалізації підприємства, від попиту та пропозицій, що формуються на споживчому ринку, з пори року і має нестабільний характер. Цей асортимент, закладений як у збірниках рецептур, та й в іншій технологічній документації. Відповідно до цієї технологічної документації на підприємствах харчування може перероблятися декілька сотень найменувань традиційної сировини. Тому неможливо врахувати весь асортимент сировини, яка перероблятиметься підприємством, що проектується.

У табл.2.2 наведені данні щодо середньостатистичних норм витрат сировини на холодні страви та закуски. Кожна сировина має свою норм маси, але кожне підприємство самостійно визначає масу готової страви.

Таблиця 2.2

Сировина, що проходить етап механічної, кулінарної обробки	Середньостатистичні норми витрат сировини на холодні страви та закуски									
	Банкетні закуски, бутерброди		гастрономія		Салати та страви з овочів		Страви з риби		Страви з м'яса	
	норма	маса	норма	маса	норма	маса	норма	маса	норма	маса
Гастрономія м'ясна	4,9	0,7	13,6	1,96						
Гастрономія рибна	11,0	1,6	25,0	3,6	3,8	0,55	22,0	3,17		
капуста					2,9	0,42			1,4	0,20
картопля	0,5	0,07			5,8	0,84	10,8	1,56	2,3	0,33
М'ясо	12,2	1,76			4,8	0,69			62,2	8,96
морква	0,9	1,13			8,9	1,28	3,1	0,45	5,4	0,78
Овочі інші			2,5	0,36	34,2	4,92				
огірки	3,4	0,48	5,0	0,72	4,8	0,69	11,8	1,69	8,9	1,28
плоди/ягоди					3,0	0,43	4,6	0,66		
томати			5,0	0,72	20,9	3	4,8	0,69	8,3	1,19
птиця	0,9	1,13							44,7	6,44
Риба	6,9	0,99					32,9	4,74		
Цибуля ріпчатa					5,4	0,78	6,9	0,99	2,4	0,35

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Табл. 2.3 має таку саму структуру, як і табл.2.2, але прописується середньо статистичні норми витрат сировини на другі страви.

Таблиця 2.3.

Середньостатистичні норми витрат сировини на другі страви

Сировина, що проходить етап кулінарної обробки	Середньостатистичні норми витрат сировини на другі страви													
	Страви з картоплі, овочів, грибів		З круп, бобових та макарон		З яєць та сиру		З м'яса		З птиці		З риби та морепродуктів		Борошняні страви	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Гриби печериці	24,7	7,38	2,0	0,59	4,5	1,34	5,4	1,61	6,5	1,94	5,6	1,67	0,9	0,26
зелень	3,0	0,89	0,4	0,11	0,9	0,26	-		-		2,1	0,62	0,2	0,05
Капуста білокачанна	30,4	9,08	3,8	1,13	-		9,3	2,78	-		3,5	1,04	6,6	1,97
картопля	69,1	20,6	4,5	1,34	5,7	1,7	30,6	9,14	20,7	6,18	15,4	4,6	2,2	0,65
Морква петрушка	20,6	6,15	3,7	1,1	1,8	0,53	3,6	1,07	2,6	0,77	2,8	0,83	-	
М'ясо	-		-		-		145,3	43,44	-		1,4	0,41	30,5	9,11
Овочі інші	26,3	7,86	-		-		6,6	1,97	-		-		-	
огірки	-		-		-		0,8	0,23	-		-		-	

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
плоди/ягоди	2,2	0,65	4,0	1,19	1,0	0,22	-		-		0,3	0,08	7,3	2,18
томати	6,8	2,03	-		2,3	0,68	-		-		0,8	0,23	-	
птиця	-		-		-		-		128,0	38,27	-		-	
риба/морепродукти	-		-		-		-		-		141,3	42,24	-	
субпродукти	-		1,2	0,35	-		1,5	0,44	-		-		1,7	0,50
Цибуля ріпчаста	11,7	3,49	7,4	2,21	0,7	0,20	16,8	5,02	7,4	2,21	13,8	4,12	6,8	2,03

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

У табл.2.4 наведені данні щодо середньостатистичних норм витрат сировини на солодкі страви та напої.

Таблиця 2.4

Середньостатистичні норми витрат сировини на солодкі страви та напої

Сировина	Середньостатистичні норми витрат сировини на солодкі страви та напої							
	Солодкі страви				напої			
	холодні		гарячі		холодні		гарячі	
Овочі баштанні	3,9	1,26	-	-	-	-	-	-
плоди/ягоди	30,6	9,94	49,1	15,95	1,3	0,42	5,4	1,75

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

У табл.2.5 показуються середньостатистичні норми витрат сировини на борошняні страви та борошняні кулінарні вироби на одну порцію та на 100 шт.

Таблиця 2.5

Середньостатистичні норми витрат сировини на борошняні страви, борошняні кулінарні вироби

Сировина	Середньостатистичні норми витрат сировини на борошняні страви, борошняні кулінарні вироби			
	Борошняні страви (нетто на 1 порцію)		Борошняні кул. вироби (нетто на 100 шт. Або 10 кг)	
Борошно пшеничне	60,3	11,57	352,7,0	67,71
цукор	3,4	0,65	184,2	35,36
яйця	15,1	2,89	431,2	82,79

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

У табл.2.6 наведено середньостатистичні норми витрат сировини на борошняні кондитерські вироби до яких відносять найголовніші групи виробів.

Таблиця 2.6

Середньостатистичні норми витрат сировини на борошняні кондитерські вироби

Група виробів	Середньостатистичні норми витрат сировин на борошняні кондитерські вироби											
	борошно		цукор		яйця		жири		Молоко згущене		повидло	
Борошняні напівфабрикати з тіста												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Вироби з дріжджового тіста	49,8	3,28	9,9	0,65	5,8	0,38	9,6	0,63	-	-	-	-

З листового о	40,8	2,69	-		2,1	0,13	27,2	1,79	-	-	-	-
------------------------------	------	------	---	--	-----	------	------	------	---	---	---	---

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
З листового о	40,8	2,69	-		2,1	0,13	27,2	1,79	-	-	-	-
З заварного	14,1	0,93	-		24,3	1,60	7,0	0,46	-	-	-	-
Оздоблювальні напівфабрикати												
кремові	-	-	36,0	2,37	12,0	0,79	10,5	0,63	2,2	0,14	-	-
фруктові	-	-	16,9	1,11	-	-	-	-	-	-	22,0	1,45

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Також хотілось приділити увагу організації виробництва головних цехів у ресторані. Нижче розробила таблиці по кожному з цехів, де ретельно прописала перелік робочих операцій та необхідного для цього устаткування.

М'ясо-рибні цехи проектують на підприємствах, де сировина – м'ясо та риба – є відносно дефіцитною. Враховуючи зв'язок зі складами та цехами, їх, як правило, проектує на першому поверсі. Цехи групуються у смуги з переробки м'яса, птиці, субпродуктів та риби та оснащуються відповідним механічним, холодильним та допоміжним обладнанням.

Таблиця 2.7

Організація виробництва м'ясо-рибного цеху

Технологічна лінія	Перелік робочих операцій	Устаткування
1	2	3
Підготовчі операції	Прийом товару	Ваги, стіл виробничий
	Перевірка документів	Камера холодильна

	Доставка товару у цех	Візок виробничий
	Сортування	Ванна мийна

Продовження табл. 2.7

1	2	3
Обробка птиці	Розморожування	Стелаж виробничий
	Обпалювання	Обпалювальна шафа
	Обрубка ший, голів, ніжок	Розрубний стілець
	Потрошіння	Стелаж виробничий, ножі
	Обмивання	Ванна мийна
	Приготування напівфабрикатів	Стіл виробничий, ножі, дошка для нарізання, машина кухонна універсальна
Обробка м'яса	Розморожування	Стелаж виробничий
	Обмивання	Ванна мийна
	Розрубка туш	Розрубний стілець
	Зачищення м'яса	Стелаж виробничий, ножі
	Приготування напівфабрикатів	Стіл виробничий, машина кухонна універсальна, ножі
Обробка риби/морепродуктів	Розморожування	Стелаж виробничий
	Очистка від луски	Стіл для очистки риби, ножі
	Відрубання плавників та голів	Стіл виробничий, ножі
	Потрошіння	Стіл виробничий, ножі
	Обмивання	Ванна мийна
	Приготування напівфабрикатів	Стіл виробничий, привід універсальний

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Таблиця 2.8

Організація виробництва холодного цеху

Технологічна лінія	Перелік робочих операцій	Устаткування
--------------------	--------------------------	--------------

1	2	3
Приготування холодних закусок	Нарізання компонентів	Стіл виробничий, овочерізка, слайсер, ваги
	Приготування	
	Порціонування	

Продовження табл. 2.8

1	2	3
Приготування салатів	Нарізання компонентів	Стіл виробничий, овочерізка, стелаж пересувний, ваги
	Заправлення	
	Перемішування	
	Порціонування	

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Таблиця 2.9

Організація виробництва кондитерського цеху

Технологічна лінія	Перелік робочих операцій	Устаткування
1	2	3
Підготовчі процеси	Просіювання борошка	Просіювач, стіл виробничий
	Підготовка яєць	Овоскоп, ванни мийні
Виробництво дріжджового тісті	Підготовчі операції	Стіл виробничий, машина тістомісильна
	Бродіння	Візок пересувний
	Формування виробів	Стіл виробничий, ваги, тісторозділювач
	Процес розстоювання	Кондитерські листи, стелажі пересувні
	Випікання	Жарильна шафа
	Охолодження виробів	Пересувні стелажі
Виробництво листового та пісочного тіста	Підготовчі операції	Стіл виробничий, машина тістомісильна
	Охолодження тіста	Лист кондитерський, холодильна шафа
	Формування тіста	Стіл виробничий, ваги, тісторозділювач
	Випікання	Жарильна шафа
Виробництво бісквітного тіста	Підготовчі операції	Стіл виробничий, ваги

	Збивання тіста	Збивальна машина
	Розливання у форми	Стіл виробничий
	Випікання	Жарильна шафа

Продовження табл. 2.9

1	2	3
Виробництво заварного тіста	Підготовчі операції	Стіл виробничий, ваги
	Заварювання тіста	Плита виробнича, наплитна каструля
	Відсадження тіста	Стіл виробничий, кондитерський мішок
	Випікання	Жарильна шафа
Виробництво декору для випічки	Приготування кремів	Збивальна машина, кондитерський мішок, кондитерська лопатка
	Приготування помадок	Плита виробнича, соусні котли
	Приготування начинок	Плита виробнича, соусні котли, збивальна машина
	Приготування сиропів	Плита виробнича, наплитний посуд

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

2.3. Розробка меню

У закладі ресторанного господарства найважливішою складовою є якісно розроблене меню зі смачними стравами.

Кожен ресторатор розробляє меню під свій заклад виходячи з його типу, класу, місця розташування, приблизної цільової аудиторії, тощо.

«La Rose» – ресторан з монопродуктом. Троянда використовується, як інгредієнт у стравах меню. Троянда – це не тільки про прикрасу та приємний аромат, а й про користь для організм і нотка незвичного для споживачів.

Пелюстки троянд містять багато вітаміну С, В, кальцій, каротин, залізо. Останній мікроелемент особливо важливий. Так як він позитивно впливає на кровотворну систему. Чайна роза має неперевершений аромат і дивовижно ніжну текстуру пелюсток.

Найчастіше на прилавках магазинів можна побачити варення або чай з пелюсток цієї троянди. Саме чай допомагає при боротьбі з депресією, стресами і розгубленістю. Він робить позитивний вплив на організм. Такий настій наповнює новими силами.

Приводить в норму роботу серця. Але це не всі корисні властивості цієї диво квітки. Також напій з пелюсток чайної троянди застосовують при:

- простудних захворюваннях;
- патологіях шлунково-кишкового тракту;
- розладах шлунка;
- недугах дихальних органів.

З цього можна зробити висновок, що троянда має дуже гарний вплив на організм людини. Не тільки смачно, а й корисно.

Це головна мета в розробці мого ресторану – зробити так, щоб було не тільки цікаво і смачно, а й мати з цього якусь користь для організму.

Крім цього, на пелюстках троянд можна виготовляти алкогольні напої, вони мають витончений смак та аромат і особливо приваблюють жіночу статю.

Напевно багато людей ніколи в своєму житті не сприймали пелюстки троянд, як інгредієнт для своїх неперевершених страв, а даремно. Найбільше цей інгредієнт використовують у країнах Близького Сходу, а також у деяких індійських стравах. Найвідомішим десертом зі смаком троянди є рахат-лукум.

Також сушені пелюстки троянд можуть стати гарною спецією для приготування м'яса : баранини, птиці та інших видів.

У Франції наприклад можна побачити рожевий лікер, рожеве печиво, мед з троянди, цукерки з трояндою. У Туреччині, Марокко, Єгипті, Тунісі та

Індії виготовляють рожеву воду, а також сироп, які потім використовують для просочення десертів, а також у напої. У більшості Європейських країн на прилавках магазинів можна побачити варення з пелюсток троянд.

Безпосередньо у ресторані троянда буде присутня у кожній страві у якості основного чи допоміжного інгредієнта, а також як інструмент в гарній подачі страв.

У додатку А можна побачити, як буде виглядати меню для ресторану «La Rose» та які страви будуть представлені.

2.4. Технічне оснащення закладу.

Для забезпечення безперебійного та якісного приготування страв, треба мати усе необхідне для цього обладнання. Також не мало важливий фактор – це якість обладнання, яка гарантує безпеку для працівників ресторану. Для цього при виборі оснащення кухні треба звертати увагу на те, щоб усе відповідало державним, міжнародним та санітарно-гігієнічним вимогам. Також у кожної машини повинна бути технічна документація, яка налічує експлуатаційну та ремонтну.

Для свого ресторану я обрала устаткування, воно приведене нижче у таблиці 2.10. У ній наведено усе обладнання, до нього входить : теплове; механічне; холодильне; мийне; ваговимірювальне та допоміжне.

Таблиця 2.10

Підбір обладнання, інвентарю та устаткування для ресторану «La Rose»

№ з/п	Устаткування: тип, марка, країна, виробник	Основні технічні характеристики, показник продуктивності, габаритні розміри, споживана потужність, маса	Вартість	Кількість

1	2	3	4	5
1	Теплове обладнання			
1.1	Піч конвекційна спеціалізована Unox XEFT06EUEGRN (Італія, Unox)	Тип з'єднання: електричний; Потужність: 10,3 кВт; Кількість рівнів: 6;	71 019,90 грн.	1

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5
		Панель управління GO; Температура +30...+260 град.; Розміри: 800x811x682 мм		
1.2	Піч конвекційна універсальна Unox XB893 (Італія, Unox)	Тип з'єднання: електричний; Температурний режим: 30-260 С. Потужність – 15,8 кВт. Кількість рівнів: 10; Вага – 112 кг. Розміри - 860x800x1250 мм.	103627.00 грн.	1
1.3	Пароконвектомат Теспоека MKF 1111 TS (Теспоека, Італія).	Тип з'єднання: електричний; Температурний режим – 30-270 С. Вага: 136 кг; Потужність: 15,4 кВт; Кількість рівнів: 11; Розміри: 730x849x1130 мм.	200472.40 грн.	1
1.4	Фритюрниця Altezoro NJL 4 + 4 LT (Altezoro, Китай).	Потужність: 4,4 кВт. Розміри - 500x420x330 мм..	3916.80 грн.	1
1.5	Сковорода електрична ЭФЕС СЭМ-0,2 ЭТАЛОН (ЭФЕС, Україна).	Діапазон температури: 50-300 °С; Об'єм чаши: 36 л.; Потужність: 4,6 кВт; Розміри: 1000x800x850	24 825 грн	1

		мм.. Вага: 131 кг..		
1.6	Сковорода електрична OZTIRYAKILER OTE50 (OZTIRYAKILER, Туреччина).	Діапазон температури: 50-300 °С; Об'єм чаши: 50 л.; Потужність: 7,5 кВт; Розміри: 750х800х850 мм.. Вага: 112 кг..	78 194 грн.	1

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5
1.7	Плита 4-х конф. без духовки. Модель PCQ-98ET (Lotus, Італія).	Розміри: 800х900х900мм; Квадратні конфорки 300х300мм; Потужність: 16 кВт	99 000 грн.	
1.8	Поверхня для смаження електрична настільна Bertos E6FM6B-2 (Bertos, Італія).	Тип з'єднання: електричний; Потужність: 5 кВт; Розміри: 600х600 х290мм	43 260 грн.	1
1.9	Котел харчоварильний КПЭМ-60/7Т (Abat, Росія).	Тип з'єднання: електричний; Потужність, кВт: 9,1; Кількість ТЭН-ов, шт: 3; Розміри, мм: 800х870х1040; Маса, кг: 95	65 498,00 грн.	1
1.10	Електрокип'ятильник ITERMA КНЭМ-50Н (ITERMA, Росія).	Тип з'єднання: електричний; Розміри: 400х275х400мм; Продуктивність: 50 л/год; Потужність: 6 кВт; Вага: 7,5 кг.; Час нагріву до кипіння: 5 хв..	10571,66 грн	2
1.11	Пекарська шафа ШПЕ-3 Н Арм-Эко (Арм-Эко, Україна)	Тип з'єднання: електричний; Кількість секцій: 3 шт.; Діапазон температур: 50-270°С;	29 429,10 грн.	1

		Потужність: 15600Вт;Розміри: 1290х900х1650; Вага: 410 кг		
2	Механічне обладнання			
2.1	Машина для очистки овочів ТОРГМАШ МОО-1 (ТОРГМАШ, Білорусь).	Продуктивність - 300 кг/год; кількість одночасно завантаженого продукту - 10 кг;	22 769,23 грн	1

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5
		номінальна потужність - 0,75 кВт; Розміри: 500*460*1000 мм.		
2.2	Машина для очистки овощей ТОРГМАШ МОО-1-01 (ТОРГМАШ, Беларусь).	Продуктивність – 150 кг/год; кількість одночасно завантаженого продукту – 7 кг; номінальна потужність - 0,51 кВт; Розміри: 500*460*930 мм.	18 439,31 грн	1
2.3	Овочерізка ел. ROBOT COUPE CL50 (380) (ROBOT COUPE, Франція).	Швидкість: 375 об\хв; Продуктивність кг\год:150; Потужність: 0,55 кВт; Габарити: 390х320х610; Вага: 19,8 кг	39 465 грн	1
2.4	Овочерізка ел. ROBOT COUPE CL30 Bistro (ROBOT COUPE, Франція).	Швидкість: 375 об\хв; Продуктивність кг\год: 80; Потужність: 0,5 кВт; Розміри: 345х304х590; Вага: 13 кг.	27 283 грн.	1
2.5	Універсальна кухонна машина УКМ- 0,1 ATESY (Росія).	Потужність: 1,5 кВт; Розміри: 350х320х375 мм..	121210 грн.	1
2.6	Слайсер RGV Lusso RGV195 диск 195 мм	Розміри: 420х300х380мм;	7 301 грн.	1

	(Lusso, Італія).	Потужність: 110 Вт.		
2.7	Планетарний міксер 10 літрів Sybo B10C (Sybo, Китай).	Розміри: 490х410х640мм; Потужність: 0,5 кВт; Вага: 65кг.	19 305 грн.	1

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5
3	Холодильне обладнання			
2.8	Тістоміс Equire AS18T на 18 кг (Equire, Італія).	Розміри: 350х697х690мм; Об'єм 20л; Загрузка 18кг; Потужність: 0,75 кВт.	34 650 грн.	1
3.1	Камера холодильна АРТЕ-Н КХС ППУ-60, 24 м³, середньотемпературна (АРТЕ-Н, Україна).	Потужність: 2,39кВт; Об'єм: 24000 л.; Тип охолодження: динамічний; Температурний режим: +10 - +0°C; Розміри:3500х3500х2120 мм..	178 671 грн.	1
3.2	Морозильна шафа Tecnodom AF 06 ЕКО МВТ 1 дверь (Tecnodom, Італія).	Розміри: 710х700х2050; Потужність: 0,7 кВт; Об'єм: 600 л.; Температурний режим: -18...-20;	44090.00 грн	1
3.4	Стіл холодильний Техма 4 двери (700) (Техма, Україна).	Температурний режим, °C.: +2...+8; Об'єм, л.: 570; Потужність, кВт: 0,748; Довжина, см.: 232; Ширина, см.: 70; Висота, см.: 85.	34 620,63 грн.	1
3.5	Льдогенератор кубиковый SYBO (SYBO, Китай).	Розміри: 430х350х420 мм; Потужність: 220В; Хладагент R134a; Продуктивність 25кг/24ч;	10 395 грн.	1
4	Мийне обладнання			
4.1	Посудомийна машина фронтальна Comenda LF322 (М) (Comenda, Італія).	Розміри: 600х600х820мм; Об'єм бака: 13л; Потужність: 3.5 кВт	69 300 грн.	1

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5
4.2	Посудомийна машина купольная Ozti OBM 1080 (Oztiryakiler, Туреччина).	Потужність: 9,66 кВт; Розміри: 700х785х від 1420 до 1960мм; Вага: 110 кг.	59 400 грн.	1
4.3	Ванна мийна 3-х секційна 1800х600 глибина 300 (Україна).	Різмір, мм: 1800х300х600;	4081.00 грн.	3
4.4	Мийка тройна 1040х850мм (Shinbo, Південна Корея).	Розміри: 1040х600х850мм; Глибина: 340мм;	8 910 грн.	1
4.5	Подрібнювач харчових відходів IN-SINK-ERATOR SS 100 з чашей	Швидкість, об/хв.: 1725; Потужність, кВт: 1,3; Розміри, мм.: 431; Вага, кг.: 23; Продуктивність: 100 кг\год.	155200 грн.	1
5	Ваговимірювальне обладнання			
5.1	Ваги підлогові CAS DB-II 600 LCD (CAS, Південна Корея).	до 600 кг. 800х900 мм.	19 926,90 грн.	1
5.2	Ваги настільні електронні ВТЕ-30ТЗС (Центровес, Україна).	Розміри: 250х300 мм. Найбільша межа зважування НПВ - 30 кг.	4 455 грн.	3
6	Допоміжне (нейтральне) обладнання			
6.1	Стол кухонний 750×1200мм з бортиком (Shinbo, Південна Корея).	Розміри: 750х1200х900мм	5 693 грн.	6

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Також для кращого розуміння, як буде виглядати ресторан я розробила його план, який можна побачити на рис. 2.4.

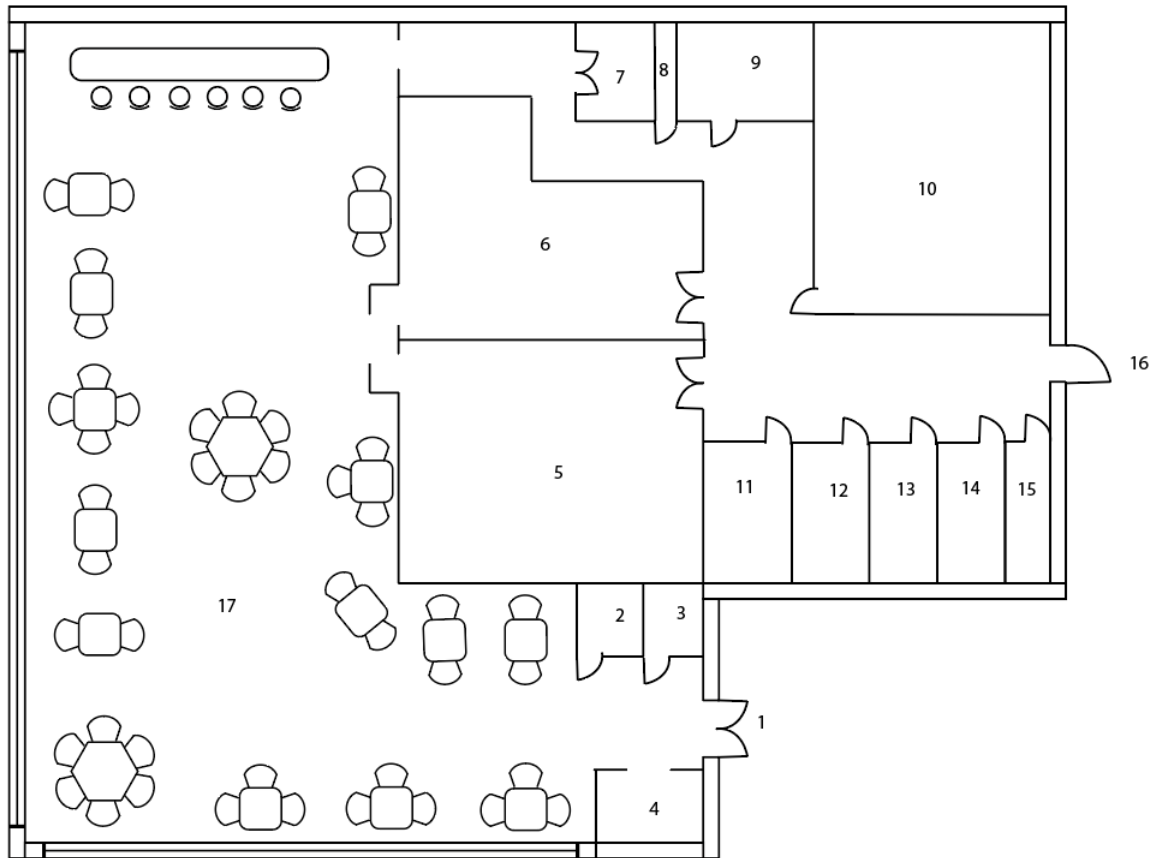


Рис. 2.4. План ресторану « La Rose» : 1 – вхід для відвідувачів; 2 – жіноча вбиральня 3 – чоловіча вбиральня; 4 – гардеробна для відвідувачів; 5 – холодний цех; 6 – гарячий цех; 7 – мийна; 8 – мусорозбірне приміщення; 9 – холодильне приміщення; 10 – складське приміщення; 11 – службове приміщення (офіс); 12 – жіночий санвузол для персоналу; 13 – чоловічий санвузол для персоналу; 14 – душова для персоналу; 15 – гардеробна для персоналу; 16 – вхід для персоналу; 17 – торгова зала

Розробка відповідного компонування закладу відображає розподіл на цехову структуру з урахуванням всіх виробничих процесів.

2.5 Вимоги до персоналу

Підбір персоналу – це дуже відповідальна частина. Від працівників залежить не тільки якість обслуговування клієнтів та якість приготованих страв, персонал це насамперед обличчя та репутація закладу.

У ресторані персонал ділиться на :

- адміністрація, включає у себе керівництво ресторану (директор, заступник директора, завідувач виробництвом) ;
- обслуговуючий персонал, включає у себе офіціантів, кухарів, адміністратора, прибиральники, швейцари, гардеробник).

Не заважаючи на поділ персоналу на дві категорії, можна виділи загальні вимоги до них :

1. знання професійної етики;
2. професійні навички та досвід роботи у ресторанній сфері;
3. знання та виконання посадових інструкцій;
4. наявність певних рис характеру (комунікабельність, стресостійкість, порядність, вміння чітко висловити свою думку);
5. наявність санітарно-гігієнічної книжки;
6. дотримання вимог щодо гігієни та санітарії;
7. знання техніки безпеки, пожежної безпеки та охорони праці;
8. знання вимог щодо продукції та послуг у сфері громадського харчування.

Також перед початком роботи усі працівники повинні пройти інструктаж, який включає у себе ознайомлення з приміщення підприємства, його функціями, правилами роботи й організацією роботи ресторану. У посадових інструкціях має бути чітко вказано обов'язки та зону відповідальності кожного з працівників і бути затверджено керівником підприємства. Посадові інструкції у свою чергу повинні відповідати вимогам державного стандарту та вимогам чинного законодавства.

Керівник ресторану повинен систематично проводити заходи націлені на удосконалення вмінь та знань персоналу, робити опитування щодо роботи на підприємстві для кращого розуміння ситуації у колективі та проблемах, які можуть виникати у персоналу.

Обслуговуючих персонал у свою чергу повинен забезпечувати клієнтів усім необхідним, надавати безпеку життя та здоров'я споживачів.

Увесь персонал ресторану повинен мати фірмовий або санітарних одяг виходячи з зони їх робочих обов'язків та слідкувати за його охайністю та чистотою [18].

У світі є такі міжнародні стандарти сервісу : американський, російський, французький, англійський. Відрізняються вони між собою способом подання продукції. Найпоширенішим серед них є американський, він користується попитом через свою оперативність та простоту. Це класичне обслуговування, коли офіціант просто розносить замовленні та вже поціновані страви гостям.

Для свого ресторану я вирішила обрати найвишуканіший сервіс – французький. Цей сервіс найбільше підходить для ресторанів класу люкс. Обслуговування виконується командою до складу якої входять : менеджер ресторану, старший офіціант, помічник старшого офіціанта, офіціант. Таким чином відбувається повна взаємодія з клієнтами, що дозволяє залишити у споживачів гарні спогади про ресторан. Єдиним недоліком цього сервісу є велика трудомісткість, але на мою думку ресторан класу люкс повинен надавати високу якість обслуговування, щоб клієнти розуміли за що вони платять гроші та найголовніше хотіли повертатись до закладу раз за разом.

2.6. Організація додаткових послуг

«La Rose» створений для того, щоб не тільки смачно поїсти, побалувати свої смакові рецептори, а й зануритись у атмосферу насолоди, спокою та

романтики за допомогою багряних тонів, які огортають візитерів у повний затишок.

У сфері громадського харчування існує поняття – основні та додаткові послуги [30]. До основних відносять такі :

1. послуга надання харчування;
2. послуга з виготовлення та реалізації страв;
3. послуга обслуговування гостей та організації їх відпочинку.

Додаткові послуги кожне підприємство визнає самостійно, покладаючись на свої можливості та винахідництво.

Для свого ресторану я обрала такі додаткові послуги :

- послуга флориста. Кожен відвідувач може прямо за столиком замовити індивідуальний букетик зі свіжих троянд. Також послуга розповсюджується і на доставку квітів по місту. Це гарний метод для залучення нової цільової аудиторія до закладу.

- гастро-лавка. У ресторані можна придбати варення, чай, які виготовлені безпосередньо у ресторані, а також вино з пелюсток троянд, яке ресторан на замовлення купляє у виноробні. Ця додаткова послуга не дуже розвинена у нашому місті, тому це дуже приваблюватиме увагу споживачів. Таке собі корисне нововведення не тільки для заробітку ресторану, а й для його гостей, кожен зможе поласувати вдома смаколиками і ще раз впевнитись у крутих кулінарних властивостях кухарів «La Rose».

- продаж ефірної олії троянди. Кожен може не тільки насолоджуватись аромат троянд у ресторані, а й забрати його з собою у якості ефірної олії. Тим паче ця ефірна олія славиться своїм охолоджуючим та тонізуючим ефектом, її використовують для покращення пружності та еластичності шкіри усього тіла, а ще її можна використовувати для волосся та шкіри голови.

- «take away». Ресторан за попереднім замовленням доставляє їжу у будь-який куточок нашого міста. Це також гарна умова для збільшення аудиторії, бо наприклад офісні працівники або фрілансери мають не дуже багато часу для походів у ресторан, а так вони можуть поласувати смачними

стравами у будь-якому місці. Також гість може забрати пакуночок з їжею безпосередньо у ресторані, для цього йому потрібно попередньо зробити замовлення і завітати до ресторану через певний час, коли його страви будуть готові і забрати їжу з собою, не витрачаючись на послуги доставки.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ

Для того, щоб ресторан приносив прибуток треба розуміти скільки приблизно потрібно грошей на його відкриття, які є переваги та недоліки саме цієї концепції, тощо.

Управління ресторанами є високоприбутковим, але потребує регулярного перегляду стратегій розвитку та підходів до клієнтів. Все важче стає розвивати стабільний бізнес в ринковому середовищі, що постійно змінюється. SWOT-аналіз ресторану дозволяє оцінити слабкі та сильні сторони закладу, перспективи його розвитку та виявити проблемні зони. Слово SWOT - це абревіатура з англійської на російську; це скорочення ініціалів чотирьох слів, які російською мовою означають "сильні та слабкі сторони, можливості та загрози". Метод використовується для оцінки зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на організацію, та є інструментом стратегічного планування [30].

Для свого ресторану я також розробила SWOT-аналіз, його можна побачити нижче на рис.3.1.



Рис. 3.1. SWOT-аналіз ресторану «La Rose»

Зробивши такий аналіз, я зробила висновок, що ресторану треба завжди зацікавлювати клієнтів чимось новим, щоб в них не згасало бажання приходити до ресторану, також важливо завжди слідкувати за конкурентами та знати, що вони пропонують своїм відвідувачам. Найбільшу загрозу для розвитку ресторану складає воєнна ситуація у країні, яка тримає усіх у невідомості завтрашнього дня.

На додаток до SWOT-аналізу необхідно було проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище компанії, що було зроблено за допомогою PEST-аналізу, іноді званого STEP, який є маркетинговим інструментом для визначення політичних, економічних, соціальних та технологічних аспектів зовнішнього середовища, що впливають на бізнес компанії.

Політична ситуація в країні регулює та визначає зовнішнє середовище компанії, дозволяючи їй отримувати необхідні ресурси. Це з тим, що й економіка істотно зміниться, те й діяльність та ресурси компанії також істотно зміняться. Не менш важливим є соціальний елемент PEST-аналізу, який визначає переваги споживачів. Останній елемент – це елемент процесу. Його мета – виявити тенденції у розвитку технологій, які часто є причиною зміни ринку, втрат та появи нових продуктів [30].

Нижче у таблиці 3.1 я зробила PEST-аналіз для свого ресторану, де детально проаналізувала кожний пункт.

Таблиця 3.1

PEST-аналіз ресторану “La Rose”

Р Політичні	Е економічні	С соціальні	Т технологічні	Л правові	Е екологічні
1	2	3	4	5	6
Забезпечення умов та підтримки	Зростання цін на енергоносії	Вік від 17 і до похилого віку	Розвиток соціальних мереж,	Особливості регіонального законодавства	Екологічність застосовуваних матеріалів

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5	6
об'єктів громадського харчування			розробка різних додатків на мобільні пристрої впливають на зростання попиту закладу		
Розвиток кредитної системи, яка надасть змогу отримати кредит на реалізацію бізнесу	Зміна податкового й митного законодавства	Стать – переважно жінки	Розвиток технологій у сфері обслуговування клієнтів (оплата мобільним телефоном, мобільний додаток ресторану)	Порядок обслуговування споживачів	Наявність природного ландшафту та можливість його споглядати у ресторані та поза його межами
Законодавство, яке регулює якість у галузі харчування (регулювання стандартів якості та санітарних норм)	Падіння курсу національної валюти	Орієнтація на клієнтів-гурманів та зацікавлених у пізнанні чогось нового	Поява інноваційних технологій у способах приготування різних страв та напоїв	Санітарні вимоги до об'єктів громадського харчування, відповідальність за їх невиконання	Свіжість та екологічна естетичність троянд у приміщенні ресторану
Відносна стабільність уряду	Зміна матеріального благополуччя населення (споживачів)	Зміни у соціальному житті через повномасштабну війну	Можливість обладнання ресторану новими технологічними засобами		Облагодження навколишньої території

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5	6
	Підвищення цін на паливо	Здорові звички серед робітників, гарна обізнаність у сфері обслуговування Середній та високий рівень життя			

Джерело : побудоване автором на підставі [11]

Я вирахувала , що інвестиції на ресторан «La Rose» становлять 2 288 721 грн. Нижче у таблиці 3.1 наведені данні о витратах, які потрібні для відкриття ресторану, а у табл. 3.2. – витрати на заробітну плату.

Таблиця 3.1

Витрати, що заплановані для відкриття ресторану «La Rose»

Розрахунок витрат	Витрати на одну одиницю, грн
Одноразові витрати	
Інвестиції	2 288 721
Обладнання	1 862 721
Аренда приміщення	136 000
меблі	150 000
посуд	140 000
додаткове обладнання	160 000
Маркетингові послуги	80 000

Таблиця 3.2

Заробітна плата персоналу ресторану «La Rose»

Заробітна плата персоналу	Кількість	1 співробітник	Всі співробітники
Бариста	2	17000	34000
Офіціант	10	15000	150000
Прибиральниця	4	6000	24000
Всього			208000
Заробітна плата адміністративного персоналу			
Адміністратор	1	20 000	20000
Гол.бухгалтер	1	15 000	15000
Шеф кухар	1	30 000	30000
Швейцар	1	7 000	7000
Гардеробник	1	7 000	7000
Су-шеф	1	25 000	25000
PR-менеджер	1	15 000	15000
Всього			119000

Джерело : побудовано автором на підставі [15]

Для того, щоб визначити окупність ресторану треба визначити виторг за місяць та вирахувати за який проміжок часу інвестиції окупляться і почнеться заробіток.

У ресторані «La Rose» 50 посадкових місць. Часи роботи з 09:00 до 22:00 (у воєнний час).

Оборотність столів я розраховувала за формулою :

$$X = 60/t$$

(де, X – оборотність місця; 60 – кількість хвилин в одній годині; t - тривалість прийому їжі одного відвідувача у хвиликах)

Тож для ресторану «La Rose» оборотність місця становить :

- у години сніданку – $X = 60/30 = 2$

- у години обіду – $X = 60/90 = 0,6$

- у години вечері – $X = 60/120 = 0,5$

Оборотність місця важливо розраховувати для того, щоб краще розуміти як спланувати робочі процеси кращім чином, зрозуміти модель поведінки гостей, продумати зонування [33].

Середній чек на одну людину приблизно складає 500 грн.

Знаючи оборотність місця та середній чек, можна визначити виторг на місяць :

Кожен стіл заробляє за підрахунком :

- у години сніданку = $500 * 2 = 1000$ грн (за день 13,000)

- у години обіду = $500 * 0,6 = 300$ грн (за день 3,900)

- у години вечері = $500 * 0,5 = 250$ грн (за день 3,250)

У ресторані 15 столиків, тож за день виходить всього 65 650 грн, за місяць 1 969 500 грн.

Враховуючи, що інвестиції у ресторан складають 2 288 721 грн, то підприємство, за гарним розкладом та відвідуваність окупиться приблизно за 2 місяці.

На основі зроблених розрахунків заплановано, що за рік підприємство матиме виручку у вигляді 23 634 000 грн., що свідчить про високий заробіток, ураховуючи той факт, що його можна з кожним роком розвивати, додавати щось нове та мати ще більші обороти та заробітки.

ВИСНОВКИ

Мета дослідження склалась у розробці повноцінного проекту ресторану під назвою «La Rose». Для досягнення цієї цілі були виконані наступні завдання : визначена сутність та особливості проектування закладів громадського харчування; описана концепцію ресторану «La Rose»; розказано про використання троянди, як основного інгредієнта у стравах та визначено додаткові послуги ресторану «La Rose». Також було розроблено логотип ресторану, уніформу для працівників та складено та оформлено меню закладу.

Мета дослідження дала змогу розробити унікальну концепцію ресторану з цікавою родзинкою.

У ході роботи я зробила висновок, що ресторан являє собою інновацію, бо серед конкурентів не зустрічається нічого подібного. Така концепція ресторану дозволяє повпливати ще й на туристичну сферу нашого міста. Це унікальний ресторан в Україні; цікаве і нове для всіх. Українці люблять поїсти, скуштувати щось новеньке. Зацікавленість у ресторані може спровокувати підвищення туризму у місті. Людина схоче відвідати ресторан через його незвичний інтер'єр та як бонус вона відвідає наше надзвичайно красиве місто, насолодиться його парками та архітектурою. Також у подальшому це можна розвинути та підняти на більш високий рівень за допомогою запрошення до ресторану на майстер-клас відомих шефів. Наприклад, Клер Вале, вона стала першим у світі веганським шеф-кухарем, який двічі удостоєний зірки Мішлен, і ризикнула створити свій власний бренд, в основі якого лежить безумовна любов до рослинної кухні. Вона завжди шукає та розробляє унікальні смаки, та незвичні поєднання : хрусткого та кремоподібного, сирого та приготовленого, пікантного та кислого. По всьому світі тема вегетеріанства та веганства надзвичайно популярна і все більше людей долучаються до цього напрямку харчування,

що може надзвичайно допомогти у розвитку ресторану та розширенню його цільової аудиторії.

Таким методом можна експериментувати та співпрацювати з різними шефами, необов'язково навіть шукати їх закордоном, бо наразі в Україні з'явилося дуже велика кількість крутих кухарів, які зацікавлюють своїм нестандартним баченням кулінарії.

Отже, розробка плану ресторану “La Rose” не тільки потішить любителів смачно поїсти, здивує людей своїм інтер'єром, а й зробить вклад у туристичний розвиток міста. Та звичайно ж напевно усі харків'яни будуть раді чомусь новому. Це завжди наповнює життя новими барвами та емоціями, які поліпшують життя та відношення до нього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге/ С.Ф.Покропивний, С.М. Соболев, Г.О.Швиданенко, О.Г. Дерев'янко. – К.:КНЕУ, 2002. – 379 с.
2. Горпинченко А. П. Особливості діяльності підприємств ресторанного господарства / А. П. Горпинченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – № 1. – С. 395–402.
3. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи" (м. Львів, 29.11.2016 р.). - Львів: МАУП, 2016. - Ч.1. - 360 с
4. Гросул В.А. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області / В.А. Гросул, Т.П. Іванова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка.- 2017. - Випуск 1 (49). Т.1
5. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р.: [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/20090/strategija2020.doc>
6. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281-2004 зі змінами : [затв. Наказом Держспоживстандарту України від 31.03.2004 р. № 59]. – [Чинний від 01.07.2004 р.]. – К. : Держстандарт України, 2004. – 11 с. – (Національний стандарт України).
7. Карпов В.А. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів. Друге видання - Одеса: Атлант, 2015.- 241 с
8. Кіркова Н.П. Моделі регулювання інвестиційних проектів / Кіркова Н.П. Савушкін Д.І. // Науковий вісник Херсонського державного університету. - 2014. - Випуск 6. Частина 1. - с. 84 – 86.

9. Коюда В. О., Пасько М. І. Методологічний підхід до бізнес-планування розвитку підприємства /В.О. Коюда. М.І. Пасько // Бізнес-інформ. – 2015. - №9. – с. 394 – 402

10. Лаврів Л.А.Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи // Л.А. Лаврів / Інноваційна економіка. – 2013. - №10. – с. 104 – 111

11. Кравченко О.М. Використання показників кількості відвідувачів і товарообороту для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства / О.А. Кравченко, О.М. Кравченко, Н.А. Водянська // Економіка: реалії часу. – Одеса: СПД Побута М.І. – 2014. – № 4 (14). – С. 121 – 127.

12. Мельниченко О. А. Особливості державного регулювання розвитку ресторанного господарства / О. А.Мельниченко // Державне будівництво. 2016. – № 1. - С. 1-9

13. Проектування готелів : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А.А. Мазаракі, М.І. Пересічний, С.Л. Шаповал та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 340 с.

14. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: затверджені Наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 р. № 290. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>.

15. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу “Проектування підприємств ресторанного господарства” для студентів напряму підготовки бакалаврів 6.051701 / Укладач І.М. Калугіна, С.О. Поплавська – Одеса: ОНАХТ, 2018. – 64 с.

16. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с

17. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань

європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. (із змінами і доповненнями від 20.05.2015) № 219. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0680>

18. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення : Закон України від 24.02.1994 р. № 4004-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4004-12>.

19. Про затвердження методичних рекомендацій щодо забезпечення якості та безпеки товарів і послуг підприємств ресторанного господарства : наказ Міністерства економіки України від 22.07.2008 р. № 295 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uazakon.com/documents/date_e3/pg_gtcrog.htm

20. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>. 260

21. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями : постанова Кабінету Міністрів України від 30.07.1996 р. № 854 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>

22. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1024-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

23. Про підприємництво. Закон України № 698-12 07.02.1991, із змінами та доповненнями станом на 12.02.15 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>

24. Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі / А. Прокопюк, Ю. Феленчак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.4. – С. 259–265.

25. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк // Товари і ринки. – 2013. – № 2. – С. 29–43

26. П'ятницька Г. Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні / Г. Т. П'ятницька, В. С. Найдюк // Економіка та держава. – 2017. - № 9. - С. 66 – 73

27. Рекомендації по складанню бізнес-плану, розроблені Українським Фондом підтримки підприємництва (УФПП). – Режим доступу: <http://ufpp.kiev.ua>.

28. Ресторанне господарство. Терміни та визначення : ДСТУ 3862-99 зі змінами : затв. наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29.10.2003 р. № 185. – [Чинний від 01.12.2003 р.]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004 - 31 с. – (Національний стандарт України).

29. Черданцева І. Г. Планування діяльності у ресторанному бізнесі з урахуванням тенденцій ринку / І. Г. Черданцева // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2017. – Випуск 47. - С.83 – 89

30. Череп А. В. Стратегічне планування і управління : навч. посіб. / А. В. Череп, А. В. Сучков. – К. : Кондор, 2011. – 334 с.

31. . Коронавирус: как украинские рестораторы ведут бизнес в условиях пандемии. - Режим доступа : <https://www.restorator.ua/post/coronavirus-how-ukrainianrestaurateurs-do-business-in-a-pandemic>.

32. Где рестораторам жить хорошо. Как изменился рынок кафе и ресторанов за полгода войны — инфографика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/consmarket/kak-za-polgodov-voyny-izmenilsya-ukrainskiy-rynok-kafe-i-restoranov-novosti-ukrainy-50267978.html>.

33. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу “Проектування підприємств ресторанного господарства” для студентів

напряму підготовки бакалаврів 6.051701 / Укладач І.М. Калугіна, С.О. Поплавська – Одеса: ОНАХТ, 2018. – 64 с.