


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

ДО ЗАХИСТУ

завідувачка кафедри  
міжнародної електронної  
комерції та готельно-  
ресторанної справи

доц. Данько Н.І.



## Кваліфікаційна робота бакалавра

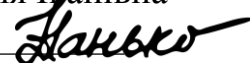
на тему: «Техніко-економічне обґрунтування відкриття ресторану класу  
«Люкс» французької кухні»

Виконала:

студентка 4 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна  
справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Синиця Діана Євгенівна

Керівник:

к. е. н, доц. Данько Наталя Іванівна



Рецензент

к. е. н, доц. Євтушенко Олена Віталіївна



Підсумкова оцінка: за шкалою ЗВО:

кількість балів:

Голова Екзаменаційної комісії  
Майборода Роман Вадимович



Харків – 2023 року

**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 Синиці Діани Євгенівни

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра «Техніко-економічне обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні»

затверджена наказом від “24” березня 2023 року № 4002-5/ 591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи створення ресторанів класу «Люкс»	1.04.2023	
РОЗДІЛ 2 Аналіз ринку послуг ресторанів класу «Люкс» французької кухні у місті Харків	28.04.2023	
РОЗДІЛ 3 Обґрунтування економічної ефективності створення ресторану класу «Люкс» французької кухні у місті Харків	10.05.2023	

Термін подання дипломної роботи на кафедру 15.05.2023 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 17-20.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ \_\_\_\_\_ Н.І. Данько

Дата видачі завдання 01.12.2022 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником Синиця Д. Є.

Завідувачка кафедри

міжнародної електронної комерції

та готельно-ресторанної справи \_\_\_\_\_ доцент Н. І. Данько

## АНОТАЦІЯ

### **Синиця Д. Є. «Техніко-економічне обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні»**

Дана кваліфікаційна робота присвячена техніко-економічному обґрунтуванню відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні. У роботі проводиться аналіз ринку ресторанів у місті Харків, виявлення особливостей ресторанів класу «Люкс», а також конкурентного середовища. Здійснюється розробка концепційної моделі ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею та розробка організаційно-виробничого плану. Основний акцент роботи зроблено на економічному обґрунтуванні проекту, включаючи розрахунок витрат, доходів, окупності та ризиків. Результати дослідження надають підстави для прийняття рішення щодо відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні у місті Харків.

Ключові слова: техніко-економічне обґрунтування, ресторан класу «Люкс», французька кухня, аналіз конкурентів, Харків.

## ABSTRACT

### **Synytsia Diana «Technical and Economic Justification for Opening a Luxury Class Restaurant of French Cuisine»**

This qualification work is dedicated to the technical and economic justification for opening a luxury class restaurant of French cuisine. The study includes an analysis of the restaurant market in Kharkiv, the identification of characteristics of luxury class restaurants, and the competitive environment. The development of a conceptual model of a luxury class restaurant with French cuisine and an organizational-production plan is conducted. The main focus of the work is on the economic justification of the project, including cost calculation, revenue estimation, profitability, and risks. The research results provide a basis for making a decision regarding the opening of a luxury class restaurant of French cuisine in Kharkiv.

Keywords: technical and economic justification, luxury class restaurant, French cuisine, competitive analysis, Kharkiv.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАНУ КЛАСУ «ЛЮКС» ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ.....	5
1.1 Визначення та класифікація закладів ресторанного господарства.....	5
1.2. Особливості проектування та функціонування ресторанів класу «Люкс» французької кухні.....	10
1.3. Аналіз найкращих світових ресторанів французької кухні класу «Люкс».....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАНІВ КЛАСУ «ЛЮКС».....	22
2.1 Аналіз динаміки ринку послуг ресторанів класу «Люкс» в Україні та Харкові.....	22
2.2. Оцінка конкурентного середовища ринку ресторанних послуг Харкова....	30
2.3. Аналіз та прогнозування перспектив розвитку ринку послуг ресторану класу «люкс» у Харкові .....	35
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЕКТУ РЕСТОРАНУ КЛАСУ «ЛЮКС» ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ.....	43
3.1. Розробка концепції закладу ресторанного господарства класу «люкс» французької кухні «Magie poire».....	43
3.2. Проектування ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie poire».....	51
3.3. Розрахунок фінансової частини ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie poire».....	62
ВИСНОВКИ.....	69
ПЕРЕЛІК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	78

## ВСТУП

Ресторанний бізнес в Україні є одним з найбільш перспективних галузей та галузей, що швидко розвиваються, оскільки гастрономічна культура стає все більш популярною серед населення. Водночас, відкриття ресторану потребує не лише ідеї та бажання, але й техніко-економічного обґрунтування та компетентної стратегії. Тема «Техніко-економічне обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні» має високу актуальність у сучасному світі, оскільки ресторанний бізнес є однією з найбільш перспективних галузей господарювання. Ресторани є популярним місцем для проведення зустрічей, побачень, вечерь, святкувань та інших подій, а також вони є важливим елементом культурного життя країни.

Відкриття ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею в Україні може стати інноваційним та цікавим рішенням у сфері ресторанного бізнесу. Ресторан такого рівня має свої особливості, включаючи вишуканий інтер'єр, високий рівень обслуговування, унікальну кухню та багато іншого. Дослідження техніко-економічної обґрунтованості відкриття ресторану класу «Люкс» дозволить визначити його ефективність, ризики та перспективи розвитку.

Отже, актуальність теми кваліфікаційної роботи бакалавра полягає у необхідності вивчення техніко-економічних аспектів відкриття ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею в Україні, а також у можливості впровадження результатів дослідження у практику ресторанного бізнесу. Предметом дослідження є процес відкриття ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею, що включає в себе техніко-економічне обґрунтування та розробку стратегії функціонування ресторану.

Предметом дослідження є процес відкриття ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею, що включає в себе техніко-економічне обґрунтування та розробку стратегії функціонування ресторану.

Об'єктом дослідження є ресторанний бізнес в Україні, зокрема, особливості ресторанів класу «Люкс» з французькою кухнею.

Метою написання дипломної роботи є розробка техніко-економічного обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» з французькою кухнею, вивчення особливостей ресторанного бізнесу в Україні, а також розробка стратегії функціонування ресторану.

Завданнями написання дипломної роботи є:

1. Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні,
2. Опис концепції ресторану класу «Люкс» та її особливості,
3. Огляд тенденцій у сфері ресторанного бізнесу та харчування, розробка стратегії функціонування ресторану,
4. Економічне обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні

Методологічною базою написання дипломної роботи будуть теоретичні та практичні аспекти відкриття та управління рестораном класу «Люкс». Для цього будуть використані методи теоретичного аналізу, порівняльного аналізу, SWOT-аналізу, анкетування, статистичний аналіз та інші методи, що дозволять визначити потенціал ресторанного бізнесу та оптимальні рішення щодо його відкриття та управління. Також будуть використані дані з вітчизняних та зарубіжних джерел, що стосуються ресторанного бізнесу, техніко-економічного обґрунтування та управління підприємствами громадського харчування. Отже, методологічна база дослідження буде широко інтердисциплінарна та включатиме різні аспекти економіки, менеджменту, маркетингу та громадського харчування.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, переліку використаних літературних джерел з 50 найменувань, містить \_\_\_ сторінок, \_\_\_ додатків, \_\_\_ таблиць, \_\_\_ рисунків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІДКРИТТЯ РЕСТОРАНУ КЛАСУ «ЛЮКС» ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ.

### 1.1 Визначення та класифікація закладів ресторанного господарства.

Стан та перспективи ресторанного бізнесу в Україні є досить добрими за умови закінчення війни. Крім того вони залежать від багатьох факторів, включаючи економічну ситуацію в країні, конкуренцію, тенденції споживання та стиль життя населення.

За даними Держстату, у 2020 році в Україні було зареєстровано близько 37 тисяч підприємств громадського харчування, які надали роботу більше ніж 200 тисячам працівників. У цій сфері діють як маленькі сімейні ресторани, так і великі мережі закладів громадського харчування.

Однією з головних причин успіху ресторанного бізнесу в Україні є зростаючий рівень життя населення та збільшення популярності європейської культури, що включає культуру харчування. Крім того, українці стали більш мобільними та більше подорожують, що також сприяє розвитку ресторанного бізнесу.

Однак, з іншого боку, конкуренція на ринку громадського харчування в Україні досить велика, особливо в містах. Крім того, ускладнення економічної ситуації в країні та інфляція можуть стати проблемою для бізнесу. Також важливою проблемою є відсутність належної підготовки персоналу та відповідних умов праці.

Щодо перспектив, ресторанний бізнес в Україні може розвиватися далі, особливо з урахуванням тенденцій у світі, таких як здорове харчування, локальні продукти, екологічно чисті і натуральні інгредієнти та інші новітні технології та концепції. Для ресторанів класу «Люкс», які пропонують вишукану кухню, ринок може бути особливо перспективним, оскільки в

Україні є достатньо кількість людей, які цінують високу якість продуктів та послуг.

При цьому, варто зазначити, що успіх ресторану залежить не лише від якості їжі, але й від багатьох інших факторів, таких як атмосфера, сервіс, локація та маркетингові стратегії. Тому, для відкриття ресторану класу «Люкс» в Україні, необхідно досить детально проаналізувати ринок та конкурентну ситуацію, визначити цільову аудиторію, розробити вигідну концепцію та забезпечити належний рівень сервісу та якості продуктів.

Одним із ключових факторів успіху ресторану є його розташування. Локація повинна бути зручною та доступною для цільової аудиторії, а також мати певну ексклюзивність та привабливість. Також, для ресторану класу «Люкс», важливо мати достатньо місця та відповідну атмосферу, що допоможе створити ефект вишуканості та розкоші.

Крім того, варто звернути увагу на маркетингові стратегії та промоакції, що допоможуть привернути увагу та залучити нових клієнтів. Наприклад, можна використовувати соціальні мережі для просування ресторану, проводити дегустаційні заходи та презентації, розробляти спеціальні пропозиції та програми.

Однак, ресторанний бізнес в Україні також стикається з певними проблемами, такими як велика конкуренція та складна бюрократична процедура отримання дозволів та ліцензій. Крім того, низький рівень доходів населення та економічні труднощі можуть призвести до скорочення витрат на харчування в ресторанах.

Таким чином, перспективи ресторанного бізнесу в Україні є перспективними, але вимагають від підприємців певної працездатності та знань в сфері бізнесу та гастрономії, а також готовність до постійного вдосконалення своїх послуг та розвитку нових концепцій ресторанів.

Ресторан - це заклад громадського харчування, де гостям пропонують страви та напої за плату. Ресторани можуть бути класифіковані за різними критеріями, такими як:

- Клас: ресторани можуть бути класифіковані за рівнем розкіші та обслуговування. Наприклад, класичний ресторан - це заклад зі зручними меблями, дуже якісним обслуговуванням та вишуканою кухнею, тоді як ресторан швидкого харчування - це заклад, де пропонують швидкі та доступні страви.

Ресторан класу Люкс є рестораном вищого класу, який має високу якість обслуговування та гастрономічних страв, що виконуються на професійному рівні. Ресторани цього класу зазвичай мають елегантний і розкішний інтер'єр, використовуються високоякісні матеріали та розкішні деталі, що додає престижу та розкоші. Ці ресторани також пропонують широкий вибір вин та інших напоїв високої якості, що підкреслюють елегантність та розкіш в цілому.

Ресторан вищого класу - це такий ресторан, який має високий рівень обслуговування та якості страв, але не має такої розкішної атмосфери та інтер'єру, як ресторан класу Люкс. Ці ресторани зазвичай пропонують деякі розкішні деталі, але не в такій мірі, як у ресторанах класу Люкс.

Ресторан першого класу - це такий ресторан, який має високий рівень обслуговування та якості страв, але може мати більш простий інтер'єр та менш розкішні деталі. Ці ресторани зазвичай пропонують широкий вибір страв та напоїв, але не мають такого вишуканого меню, як ресторани класу Люкс та вищого класу. В цілому, ресторани першого класу - це ресторани з високою якістю страв та обслуговування, які можуть мати простіший інтер'єр, але все ж привертають увагу своєю якістю.

- Кухня: ресторани можуть бути класифіковані за кухнею, яку вони пропонують. Ресторани можуть мати різний тип кухні, що залежить від культурних, географічних та історичних традицій різних народів. Нижче наведено деякі типи ресторанів з описом їх характерних особливостей:

1. Ресторани італійської кухні - ці ресторани пропонують страви, що походять з Італії. Характерні страви, такі як піца, паста, ризотто, мінестроне та інші страви з томатним соусом, сиром та оливковою олією, відомі по

всьому світу. У ресторанах італійської кухні також можуть бути представлені різні види вина з різних регіонів Італії. Італійська кухня відома також своїми сирними стравами та десертами. Ресторани італійської кухні можуть мати різний стиль оформлення - від класичних італійських кафе з малюнками на стінах та червоними скатерттинами до сучасних ресторанів з мінімалістичним дизайном.

2. Ресторани французької кухні - ці ресторани пропонують страви, які походять з Франції. Французька кухня відома своєю вишуканістю та розмаїттям страв. Характерні страви, такі як крокети, рагу, раки, ескаго та інші страви з французької кухні, є відомі по всьому світу.

3. Ресторани японської кухні - ці ресторани пропонують страви, які походять з Японії. Японська кухня відома своєю свіжістю та приготуванням страв з якісних продуктів. Характерні страви, такі як суші, сашімі, темпура, удон та інші страви з японської кухні, є відомі по всьому світу. Ресторани японської кухні можуть бути оформлені у стилі японської культури та традицій, з використанням японських символів.

4. Ресторани мексиканської кухні - ці ресторани пропонують страви, які походять з Мексики. Мексиканська кухня відома своєю гостротою та використанням багатьох різних спецій. Характерні страви мексиканської кухні включають гуакамолі, тортильї, буріто, фахітос, чілі кон карне, енчіладас, тамалес та інші. Ресторани мексиканської кухні можуть бути оформлені у стилі мексиканської культури та традицій. Тут можна знайти різні види текіли та маргарити, які є популярними напоями у Мексиці.

5. Ресторани китайської кухні пропонують страви, які походять з Китаю та Індокитаю. Китайська кухня відома своєю різноманітністю та використанням різних спецій. Характерні страви китайської кухні включають харчі, рис, страви на пару та інші. Ресторани китайської кухні можуть бути оформлені у стилі китайської культури та традицій, з використанням китайських символів та кольорів.

6. Ресторани зі сучасною кухнею. Ресторани зі сучасною кухнею славляться своїми авторськими стравами, які використовують сучасні техніки приготування та оформлення. Вони зазвичай працюють зі свіжими, органічними і найкращими продуктами, що забезпечує високу якість і неповторність страв.

7. Ресторани швидкого харчування. Цей тип ресторанів спеціалізується на швидкому обслуговуванні та готуванні їжі. Вони зазвичай пропонують стандартний асортимент страв, таких як бургери, хот-доги, курячі крильця тощо, які можна замовити на місці або забрати з собою.

8. Ресторани з вегетаріанською та веганською кухнею. Ресторани з вегетаріанською та веганською кухнею спеціалізуються на стравах, які не містять м'яса та риби. У них зазвичай пропонується багато страв на основі овочів, фруктів, грибів та інших продуктів рослинного походження.

Усі ці типи ресторанів мають свої особливості та специфіку роботи, що залежить від типу кухні та концепції закладу.

- Розташування: ресторани можуть бути класифіковані за їх розташуванням. Ресторани можуть розташовуватись в різних місцях, таких як центр міста, приміські райони, передмістя та сільські райони. Місце розташування ресторану може суттєво вплинути на його характеристики та особливості.

1. Ресторани в центрі міста зазвичай мають вищий клас та вищі ціни на їжу, оскільки це престижна локація з більшим потоком туристів та місцевих жителів. Їх інтер'єр зазвичай відрізняється вишуканістю та елегантністю. З іншого боку, ресторани на околицях міста часто мають менші ціни та менш престижний інтер'єр, але можуть надавати більше місця для парковки та бути зручнішими для місцевих жителів.

2. Ресторани, що знаходяться в приміських районах, зазвичай відрізняються більшою кількістю місць для сидіння та більш доступними цінами на їжу. Такі ресторани можуть надавати більше можливостей для

відпочинку вдень або ночі, так як вони зазвичай мають відкриті тераси та розташовані недалеко від розважальних закладів.

3. Ресторани у сільських районах можуть відрізнитись своєю атмосферою та використанням місцевих продуктів. Їхній інтер'єр та меню можуть бути орієнтовані на традиційну культуру місцевих жителів, що надає їм певного шарму та привабливості для туристів.

- Ціновий сегмент: ресторани можуть бути класифіковані за ціновим сегментом. Наприклад, заклади швидкого харчування - це ресторани, де страви пропонуються за доступною ціною, тоді як ресторани класу «Люкс» - це заклади, де висока якість обслуговування та вишукані страви вимагають високої ціни.

Ці класифікації ресторанів є умовними і можуть варіюватись в залежності від країни та регіону, де вони знаходяться.

Таким чином, ресторани класу «Люкс» французької кухні повинні враховувати вимоги та особливості двох класів ресторанів – ресторани для VIP-клієнтів, вищого класу з висококласним обслуговуванням та особливості ресторанів французької національної кухні з певним колоритом та рецептами страв.

1.2. Особливості проектування та функціонування ресторанів класу «Люкс» французької кухні.

Особливості проектування та функціонування ресторанів класу «Люкс» французької кухні мають значний вплив на їх успішність та конкурентоспроможність на ринку. В цьому розділі проведений розгорнутий аналіз цих особливостей, який охоплює такі аспекти:

1. Атмосфера та дизайн: Ресторани класу «Люкс» французької кухні прагнуть створити розкішну та елегантну атмосферу, що відображає вишуканість французької культури. Дизайн зазвичай включає в себе

високоякісні матеріали, стильні меблі, ексклюзивні деталі та розкішні акценти.

2. Кулінарна концепція: Ресторани класу «Люкс» французької кухні прагнуть до бездоганної якості страв, що відповідає вишуканому смаку клієнтів. Меню складається з автентичних французьких страв, які готуються з використанням найкращих інгредієнтів і традиційних методів приготування.

3. Обслуговування: В ресторанах класу «Люкс» надається високопрофесійне та персоналізоване обслуговування. Співробітники повинні мати високу кваліфікацію, вміти рекомендувати страви, організувати бенкети та події, а також створювати приємну атмосферу для гостей.

4. Винна карта: Ресторани класу «Люкс» французької кухні відомі своєю розгорнутою винною картою з вибором найкращих французьких вин. Кожен виночерпний має бути добре знайомий з асортиментом та вміти консулювати гостей з підбору вин до страв, а також забезпечувати належне сервірування та розлиття вина.

5. Ексклюзивність і преміальність: Ресторани класу «Люкс» французької кухні ставляться до категорії преміум-закладів, що пропонують ексклюзивний досвід для своїх відвідувачів. Це може включати унікальні дегустаційні меню, шеф-кухарів зі світовими нагородами, можливість приватних заходів та персонального обслуговування.

6. Маркетинг та брендування: Успішні ресторани класу «Люкс» французької кухні активно використовують маркетингові стратегії для позиціонування свого бренду. Це можуть бути унікальні рекламні кампанії, співпраця зі світовими дизайнерами або модними брендами, привабливі акції та заходи для привернення уваги та залучення нових клієнтів.

7. Управління витратами: Ресторани класу «Люкс» французької кухні потребують детального управління витратами, оскільки вони зосереджені на наданні вищого рівня обслуговування та використанні найкращих

інгредієнтів. Важливо враховувати якість продуктів, закупівлю великими партіями, раціональне планування меню та ефективне використання ресурсів. Також варто звернути увагу на енергоефективність та оптимізацію процесів, щоб знизити витрати на електроенергію, водопостачання та витрати на обслуговування.

8. Технологічні рішення: В сучасному ресторанному бізнесі використання технологій є необхідним елементом. Ресторани класу «Люкс» французької кухні можуть використовувати системи управління замовленнями, автоматизовані системи управління столиками, мобільні додатки для замовлення їжі та інші інноваційні рішення, що полегшують процес обслуговування та забезпечують зручність для клієнтів.

9. Конкурентна перевага: Успішні ресторани класу «Люкс» французької кухні повинні розвивати конкурентну перевагу, щоб привернути та утримати клієнтів. Це може бути унікальна концепція ресторану, ексклюзивні страви, привабливі акції та програми лояльності, які забезпечують унікальний досвід для гостей.

10. Співпраця зі спеціалістами: Для успішного проектування та функціонування ресторану класу «Люкс» французької кухні важлива співпраця зі спеціалістами. Це можуть бути дизайнери інтер'єру, шеф-кухарі з досвідом у французькій кухні, сомельє та експерти з винної карти, фахівці з управління рестораном та маркетингу. Залучення таких професіоналів допоможе забезпечити високу якість і ефективне управління всіма аспектами ресторанного бізнесу.

11. Постійне вдосконалення: Ресторани класу «Люкс» французької кухні повинні постійно вдосконалюватися, щоб задовольнити високі очікування своїх клієнтів. Це може включати проведення тренінгів для персоналу, вивчення нових тенденцій у кулінарному мистецтві, пошук інноваційних рішень для поліпшення обслуговування та створення нових унікальних пропозицій.

12. Управління репутацією: Ресторани класу «Люкс» французької кухні мають берегти свою репутацію, яка впливає на привабливість для клієнтів і конкурентоспроможність. Ефективне управління репутацією включає в себе відгуки і відповіді клієнтів, контроль якості та дотримання стандартів, співпрацю з гастрономічними організаціями та участь у престижних гастрономічних подіях.

Також особливості проектування ресторанів французької кухні класу «Люкс» визначаються особливостями рецептури французьких страв. Ресторани французької кухні, які спеціалізуються на морепродуктах, равликах, устрицях та інших особливостях рецептури французьких страв, потребують певного спеціалізованого виробничого обладнання для забезпечення якісної та ефективної підготовки цих інгредієнтів. Основна мета такого обладнання – забезпечити гастрономічну якість страв та дотримання традиційних кулінарних методів приготування.

Ось деякі типи виробничого обладнання, які можуть бути використані:

1. Парові печі та пароварки: Це важливе обладнання для готування риби, раків, мідій та інших морепродуктів. Парові печі забезпечують дбайливе та рівномірне приготування, зберігаючи смак та текстуру продуктів.

2. Грилі та решітки: Грилі допомагають приготувати морепродукти шляхом грилювання або жарення на відкритому вогні. Вони надають стравам характерний аромат та відмінну текстуру.

3. Фритюрниці: Використовуються для смаження креветок, кальмарів, окалян, а також для приготування хрусткої шкірки на рибі або морепродуктах.

4. Холодильні камери та морозильні шафи: Незамінні для зберігання свіжих морепродуктів та інших інгредієнтів при необхідних температурних режимах. Вони дозволяють зберегти якість продуктів і попередити можливу псування.

5. Шинковки та нарізчики: Ці пристрої допомагають нарізати тонкі та рівні шари морепродуктів, таких як лосось, тунець або ракові хвостики. Вони дозволяють точно контролювати товщину нарізки, що є важливим для деяких французьких страв, де естетика і рівномірність розмірів мають велике значення.

6. Швидковарочні апарати: Це спеціалізоване обладнання, яке дозволяє швидко та ефективно готувати різноманітні морепродукти. Вони можуть бути використані для приготування равликів, устриць, креветок та інших морських делікатесів у швидкому темпі, зберігаючи їх смак та текстуру.

7. Пристрої для відкривання устриць: Відкривання устриць є окремою навичкою, і спеціальні пристрої, такі як острівці для устриць, допомагають виконувати це завдання безпечно та ефективно. Вони дозволяють відкрити устрицю без пошкодження м'яса та зберегти її натуральний смак.

6. Спеціалізовані посуд та аксесуари: У ресторанах французької кухні, особливо тих, що спеціалізуються на морепродуктах, використовуються спеціальні посуд та аксесуари. Це можуть бути скляні або керамічні тарілки для подачі остраціонних страв, декоративні штучки для прикраси страв, спеціальні виделки для равликів та інші аксесуари, що додають аутентичності та естетичної привабливості стравам.

Обладнання та персонал ресторанів класу «Люкс» французької кухні з урахуванням французьких традицій виноробства мають свої особливості. Враховуючи виноробні традиції Франції, особлива увага приділяється якості вина та його правильному сервіруванню. Ось деякі аспекти, які важливі для таких ресторанів:

1. Винна карта: Ресторани класу «Люкс» французької кухні мають розгорнуті винні карти з великим асортиментом французьких вин. Карта включає в себе широкий вибір вин різних регіонів Франції, включаючи вина з Бордо, Бургундії, Шампані та інших престижних винодельчих областей. Спеціалісти з винної карти мають глибокі знання про вино та його поєднання зі стравами, що допомагає гостям зробити оптимальний вибір.

2. Винний погріб: Ресторани класу «Люкс» французької кухні можуть мати винний погріб, де зберігаються вина при необхідній температурі та вологості. Це дозволяє підтримувати якість та зберігати вина в оптимальних умовах до подачі гостям. Винний погріб може бути представлений як відкритим, де гості можуть самостійно обирати вино, так і закритим, де наречений спеціаліст з винної карти допомагає вибрати відповідне вино.

3. Винні аксесуари: У ресторанах французької кухні класу «Люкс» використовуються винні аксесуари, такі як декантери, відкривачі для вина, келихи різних типів та форм. Декантери допомагають розкрити аромати та смаки вина, забезпечуючи його правильне провітрювання. Відкривачі для вина використовуються для ніжного відкривання пляшок, зберігаючи пробку у цілості. Келихи різних типів і форм використовуються для різних сортів вина, що допомагає підкреслити його аромат та смак.

4. Професійний сомельє: Важливою складовою ресторану класу «Люкс» є наявність кваліфікованого сомельє. Сомельє – експерт у сфері виноробства, який має глибокі знання про вина, їх походження, виноградні сорти, регіони та методи виробництва. Вони допомагають гостям вибрати вино, що найкраще підходить до страви та вподобань, розповідають про його характеристики та надають рекомендації щодо комбінування зі стравами.

5. Кухонне обладнання: Для ресторанів класу «Люкс» французької кухні також важливе наявність високоякісного та спеціалізованого кухонного обладнання. Це можуть бути професійні плити, духовки, грилі, шинковки, блендери та інші пристрої, які дозволяють шеф-кухарям готувати страви відповідно до французьких кулінарних традицій.

Усе це обладнання та персонал відображають підвищений рівень сервісу та вміння задовольнити вишукані смаки гостей. Спеціалізоване кухонне обладнання допомагає шеф-кухарям готувати страви з морепродуктів, равликів, устриць та інших особливостей французької кухні з використанням найкращих технік та методів приготування.

Персонал ресторану класу «Люкс» також має велике значення. Кожен член персоналу повинен мати знання про французьку кухню, вино, традиції сервірування та етикет ресторанного бізнесу. Офіціанти повинні бути професійними та ввічливими, знати правила сервірування столів, розуміти різні види вина та його поєднання зі стравами. Сомельє повинен бути експертом з виноробства, здатним надати консультацію гостям і забезпечити їхнє задоволення вибором вина.

Крім того, ресторани класу «Люкс» французької кухні також можуть мати спеціально підготовлений персонал, який спеціалізується на морепродуктах, равликах, устрицях та інших особливостях рецептури французьких страв. Цей персонал має знання про підготовку, обробку та сервірування морських делікатесів і забезпечує високу якість приготування та подачі цих страв.

Усі ці фактори – винна карта, винні аксесуари, професійний сомельє, спеціалізоване кухонне обладнання та висококваліфікований персонал - сприяють створенню атмосфери розкішного та вишуканого закладу ресторанного господарства.

За умови врахування всіх цих особливостей, проектування та функціонування ресторанів класу «Люкс» французької кухні буде ефективним.

### 1.3. Аналіз найкращих світових ресторанів французької кухні класу «Люкс»

Проведемо дослідження найкращих світових практик функціонування ресторанів французької кухні класу «Люкс». Особливості кожного ресторану можуть варіюватися, але нижче наведені приклади успішних європейських та американських ресторанів класу «Люкс» з французькою кухнею з докладним описом їх особливостей:

1. «Le Bernardin» (Нью-Йорк, США) є одним з найпомітніших ресторанів у Нью-Йорку та володарем трьох зірок Мішлен. Він спеціалізується на морепродуктах та пропонує неперевершені страви з риби та морепродуктів з акцентом на свіжість та вишуканість. Його особливості включають майстерне поєднання різних видів риби та морепродуктів зі смаковими соусами та складними композиціями. Крім того, «Le Bernardin» славиться своєю винною карткою, яка містить широкий вибір французьких та світових вин, що доповнюють страви ресторану. Ресторан очолюють шеф-кухари Ерік Ріпперт та Магуір Сидель, які поєднують класичні французькі техніки готування зі своїм особистим підходом до смаків. «Le Bernardin» відомий своєю бездоганною якістю і свіжістю морепродуктів, елегантним сервіруванням та вишуканим інтер'єром.

2. «Alain Ducasse au Plaza Athénée» (Париж, Франція), розташований в розкішному готелі «Plaza Athénée», є одним з флагманів відомого французького шеф-кухаря Ален Дюкаса. Він володіє трьома зірками Мішлен і пропонує справжнє гастрономічне досвід французької кухні. Особливості цього ресторану включають використання найкращих сезонних інгредієнтів, техніку сучасної кулінарії та креативне поєднання смаків і текстур. «Alain Ducasse au Plaza Athénée» також відомий своєю розкішною атмосферою та елегантним сервісом.

3. «Mirazur» (Ментон, Франція) – це ресторан, розташований навпроти французького міста Ментон, недалеко від кордону з Італією. Володарем ресторану є шеф-кухар Мауро Колагреко, який також отримав три зірки Мішлен. «Mirazur» пропонує унікальну комбінацію французької та італійської кухні, використовуючи натуральні продукти зі свого власного саду та місцевих ферм. Особливістю цього ресторану є принцип «земля-море-сад», що відображається у створенні страв з використанням морепродуктів, овочів, трав і натуральних інгредієнтів. Ресторан розташований на пагорбі, звідки відкривається захоплюючий вид на Середземне море, що додає до атмосфери романтики та розкоші.

4. «The Fat Duck» (Брей, Велика Британія) є одним з найпомітніших ресторанів Великої Британії та володарем трьох зірок Мішлен. Він очолюється шеф-кухарем Гестоном Блюменталем, який відомий своїми інноваційними підходами до кулінарії. Ресторан пропонує дегустаційне меню, яке включає в себе експериментальні та унікальні страви з французькою основою. Особливістю «The Fat Duck» є використання наукових методів, таких як молекулярна гастрономія, молекулярна кухня для створення неперевершених смакових комбінацій. Ресторан також славиться своїм інтерактивним підходом до сервірування та незабутнім досвідом для гостей.

5. «Alinea» (Чикаго, США) є одним з найінноваційніших ресторанів у світі, очолюваним шеф-кухарем Грантоном Атц. Ресторан володіє трьома зірками Мішлен та визнаний як один з кращих у світі. Він пропонує молекулярну гастрономію та експериментальні підходи до кулінарії. Особливості «Alinea» включають використання новітніх технологій та інгредієнтів, створення унікальних смакових комбінацій та нестандартне сервірування страв. Ресторан пропонує дегустаційне меню з декількома ходами, кожен з яких є справжнім шедевром кулінарного мистецтва.

6. «Osteria Francescana» (Модена, Італія) – це ресторан, який володіє трьома зірками Мішлен та розташований у місті Модена в Італії. Він очолюється шеф-кухарем Массімо Ботурою, який вважається одним з найталановитіших шеф-кухарів світу. Ресторан пропонує сучасну інтерпретацію французької кухні з італійським впливом. Він відомий своїми інноваційними та естетично привабливими стравами, які викликають почуття, емоції та здивування. «Osteria Francescana» став одним з найкращих ресторанів у світі, завоювавши перше місце у списку «The World's 50 Best Restaurants».

7. «Ayrè» (Париж, Франція) є одним з найпрестижніших ресторанів у Парижі та володарем трьох зірок Мішлен. Він очолюється відомим шеф-кухарем Альеном Дюкассом, який відомий своїм талантом у творенні

витончених французьких страв з акцентом на овочі. «Arpège» практикує концепцію «філософії овоча», де вони використовують тільки свіжі органічні овочі, отримані з власних ферм шефа. Цей ресторан славиться своїм винятковим підходом до готування овочів, де вони виявляються у центрі уваги, створюючи витончені та багатогранні смакові комбінації. «Arpège» також славиться своєю великою винною картою, яка включає в себе розкішний вибір французьких вин, що ідеально підходять до страв.

З наведених прикладів можна виокремити загальні риси та зробити висновки:

- Інноваційність та експерименти: успішні ресторани класу «Люкс» з французькою кухнею надають велику увагу інноваціям та експериментам. Вони використовують новітні технології, нестандартні інгредієнти та техніки готування для створення унікальних смакових комбінацій та вражаючих страв.

- Унікальність та естетика: видатні ресторани класу «Люкс» з французькою кухнею прагнуть до створення унікального досвіду для своїх гостей. Вони ретельно працюють над естетикою та вишуканим сервіруванням страв, надаючи кожному блюду особливу увагу до деталей.

- Якість інгредієнтів та традиції: ресторани класу «Люкс» з французькою кухнею покладають великий акцент на якість інгредієнтів. Вони вибирають найкращі продукти, використовуючи органічні та свіжі складники, що впливає на смак та якість страв. Крім того, вони поважають традиції французької кухні та використовують класичні рецепти та техніки готування.

- Фокус на деталі та обслуговування: ці ресторани приділяють велику увагу деталям. Вони створюють розкішну та вишукану атмосферу, надаючи уважну та персоналізовану обслуговування для своїх гостей.

- Виноробство та гастрономічні пари: в таких ресторанах велика увага приділяється гармонійним поєднанням страв з винами. Французька кухня славиться своїм багатством вин та вмінням створювати гастрономічні

пари. Успішні ресторани у цьому класі володіють великими винними картами, де представлені найкращі французькі вина, що доповнюють та підкреслюють смак страв.

- Творчість та індивідуальність: ресторани класу «Люкс» з французькою кухнею намагаються виходити за рамки стандартних рецептів та представляти унікальність своєї кулінарної майстерності. Шеф-кухарі та їхні команди виявляють творчість у створенні нових комбінацій смаків та незвичайних текстур, надаючи кожній страві особливий підпис.

Загалом, успішні ресторани класу «Люкс» з французькою кухнею виконують високі стандарти якості, пропонуючи гостям незабутній кулінарний досвід. Вони поєднують інновації та експерименти з класичними традиціями, вишуканість сервірування з неперевершеною якістю інгредієнтів, створюючи атмосферу розкіші та елегантності. Виняткові смаки, вишукане обслуговування та неперевершений дизайн роблять ці ресторани справжніми скарбами гастрономії світу.

Отже, техніко-економічне обґрунтування відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні у місті Харків має великий потенціал для успішного розвитку. Важливим є проведення детального дослідження ринку та розробка ефективної стратегії, щоб зменшити ризики та забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

Концепція ресторану класу люкс з французькою кухнею в місті Харків повинна передбачати створення унікального середовища для гостей з високими вимогами до якості страв та обслуговування. Основними складовими такої концепції повинні бути:

Дизайн інтер'єру. Ресторан повинен мати елегантний дизайн з використанням натуральних матеріалів, таких як дерево, мармур і шовк. Меблі та декор повинні бути відповідати стилю ресторану та виробляти високоякісними виробниками.

Кулінарна концепція. Ресторан повинен мати майстерну французької кухні з шеф-кухарем, який має досвід роботи в ресторанах зі зірками

Michelin. Меню повинно бути складено з використанням найсвіжіших інгредієнтів та представляти класичні французькі страви в авторській інтерпретації.

Вино. Ресторан повинен мати широкий вибір французьких вин, включаючи рідкісні і ексклюзивні види, що доповнюють смак страв.

Обслуговування. Ресторан повинен мати висококваліфікований персонал, який знає все про кухню та вина, а також може надати персональний підхід до кожного гостя.

Музика та атмосфера. Ресторан повинен мати приємну музику, яка не заважає спілкуванню гостей, та створювати затишну та романтичну атмосферу.

Концепція ресторану класу люкс з французькою кухнею у місті Харків має високий потенціал на місцевому ринку ресторанів, забезпечуючи клієнтам комфорт та незабутні враження.

Крім того, меню ресторану класу люкс зазвичай складається з різноманітних страв, які готуються з використанням найкращих інгредієнтів. Воно має бути складним і розширеним, включаючи страви з різних регіонів Франції та з найкращими стравами від шеф-кухарів.

Щодо дизайну, ресторан класу люкс повинен мати стильний і розкішний інтер'єр, з орнаментальними деталями, використанням дорогих матеріалів та освітленням. Важливо враховувати, що дизайн ресторану повинен відповідати його концепції та забезпечувати комфорт для клієнтів.

Крім того, ресторан класу люкс повинен мати професійний персонал, який забезпечить високий рівень обслуговування, увагу до деталей та дотримання стандартів.

Отже, концепція ресторану класу люкс з французькою кухнею у місті Харків має бути спрямована на створення розкішного та елегантного простору з великим меню та високоякісним обслуговуванням, що забезпечить унікальний досвід для гостей.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАНІВ КЛАСУ «ЛЮКС»

### 2.1 Аналіз динаміки ринку послуг ресторанів класу «Люкс» в Україні та Харкові

Ресторанні заклади мають свої особливості. У відмінні від багатьох інших галузей, де підприємства займаються лише однією або двома простими функціями, такими як виробництво або продаж продукції, ресторани виконують три взаємопов'язані функції:

- виробництво страв;
- реалізацію страв;
- організацію споживання.

Різноманітність страв в ресторанах залежить від характеру попиту та особливостей контингенту клієнтів, таких як їх професійний склад, вік, національність, умови праці, навчання та інші фактори. Графік роботи ресторанів залежить від графіка роботи тих клієнтів, яких вони обслуговують, таких як промислові підприємства, установи, навчальні заклади. Це означає, що ресторани повинні працювати особливо інтенсивно в години найбільшого потоку клієнтів, наприклад, під час обідньої перерви або після робочого дня. Попит на страви ресторанів схильний до змін залежно від пори року, дня тижня та навіть часу доби. Влітку збільшується попит на страви з овочів, прохолодні напої та холодні супи. З маркетингової точки зору, кожен ресторан повинен аналізувати та досліджувати ринок збуту, оскільки це впливає на асортимент страв та методи обслуговування [11].

Ринок закладів громадського харчування в Україні є одним з найбільш динамічно розвиваються сегментів бізнесу і залишається ненасиченим навіть на сьогоднішній день. Протягом останніх років, на ринку ресторанів відбувається активне зростання кількості нових закладів, які спрямовані на задоволення потреб основної цільової аудиторії - середнього класу. Ці

заклади пропонують розумне співвідношення ціни та якості, а також економію часу на приготування їжі вдома.

Незважаючи на це, ринок громадського харчування в Україні ще далеко поступається середньоєвропейському ринку за показником насиченості. Наприклад, у містах з населенням мільйон жителів, припадає приблизно 30 мешканців на одне посадкове місце в закладах громадського харчування, таких як фаст-фуди, кафе, бари, ресторани і т.д., тоді як у Європі цей показник становить 8 мешканців [33]. Це свідчить про значний потенціал для розвитку галузі в майбутньому.

На українському ринку громадського харчування за останні декілька років виділяються наступні тенденції:

### 1. Здоровий спосіб життя, вегетаріанська та органічна їжа.

Зростає популярність здорового способу харчування, що відображається в форматах закладів громадського харчування. Замість традиційних фаст-фудів з важкими стравами, з'являються заклади, що пропагують здорову їжу. Українські мережі, такі як FreshLine та Salateira, є прикладами таких закладів, які поширюють тенденцію до здорового харчування. Крім того, в Україні постійно відкриваються заклади, що спеціалізуються на здоровому харчуванні. Ці "healthy" фаст-фуди часто працюють за франчайзинговою моделлю. Іншим трендом є здорова їжа без глютену та інших шкідливих інгредієнтів.

### 2. Локалізація виробництва продуктів харчування.

В останні роки спостерігається зростання популярності місцевих виробників продуктів харчування. Наприклад, українські сири та м'ясні вироби не поступаються європейським аналогам. Також збільшується популярність вітчизняних морепродуктів, зокрема устриць. Розкриття потенціалу місцевих виробників сприяє розвитку національної гастрономічної сцени та стимулює інтерес до українських продуктів харчування.

### 3. Фуд-холи та фуд-корти.

Останнім часом в Україні з'явився новий формат харчування, який вже широко використовується за кордоном - фуд-холи або гастроринки. Це великі приміщення, де знаходяться невеликі заклади різних кухонь. Відвідувачі приходять до таких місць, щоб спробувати щось нове. Фуд-холи, порівняно з фуд-кортами, пропонують свіжі продукти та авторську кухню.

#### 4. Розвиток франчайзингу.

Франчайзингові мережі стають все більш розповсюдженими і різноманітними з кожним роком, віддаляючись від інших гравців в своєму успіху. На сьогоднішній день на території України існує близько 80 можливих франшиз в галузі громадського харчування. Найбільш популярні серед них є марки середнього та низького цінового сегменту, такі як фаст-фуди та кав'ярні.

#### 5. Зростання популярності послуг доставки їжі.

Велика кількість ресторанів у столиці інвестують у створення власних служб доставки їжі, організацію корпоративного харчування для компаній і надання кейтерингових послуг. Також швидко розвиваються зовнішні служби доставки, такі як Glovo та UberEats. Ця тенденція стала особливо помітною в 2019 році, причому близько 30% загального прибутку закладів припадає саме на доставку. Послуга доставки їжі стає все більш популярною серед середнього класу. Замовлення готової та смачної їжі на обід або вечерю допомагає заощадити значну кількість часу для відпочинку або робочих справ [43].

Останні 3-4 роки передвоєнні роки в Україні стали більш сприятливими для складання довгострокових економічних та інвестиційних прогнозів. Поведінка валютного курсу стала більш передбачуваною, а ставки на банківські депозити знизилися. Загалом, середовище для залучення інвестицій стало більш благоприємним. Війна у значній мірі зруйнувала економіку України та негативно вплинула на інвестиційні процеси. Але, не зважаючи на це, прогнози післявоєнного розвитку української економіки

дуже сприятливі. Передбачається швидке зростання економіки та великий приплив інвестицій.

Суттєвим фактором, що впливає на ринок ресторанного господарства, є гнучкість у величині необхідних вкладень у ресторанний бізнес. Таким чином, діапазон інвестицій у відкриття ресторанного бізнесу надзвичайно широкий: він починається вже від \$30 тис. і часом навіть перевищує \$1 млн. Крім того, ресторанний бізнес приваблює підприємців з різними можливостями, оскільки він є престижним і перспективним сектором. Зараз стати ресторатором є модною тенденцією [53].

Особливо варто відзначити, що ресторанний бізнес в Україні відрізняється тим, що він привертає іноземних ініціаторів та інвесторів. Ці люди, які вже мають досвід ведення ресторанного бізнесу на своїй батьківщині, приходять в Україну зі значними інвестиціями та чітким розумінням того, яким має бути їхній бізнес. Вони впроваджують власні готові рішення, особливо звертаючи увагу на інтер'єр, меню та технологічні аспекти.

У 2021 році реальні доходи українців (з урахуванням інфляції) зросли на 9,9%, що було значно нижче, ніж показник зростання цін у закладах харчування поза домом, який становив 10-20% за той самий період. Я вважаю, що стратегія таких закладів полягає в тому, щоб залучити людей до відвідування громадських закладів харчування або замовлення їжі з доставкою, а не готувати самостійно вдома.

Аналіз ресторанного ринку України показує, що якщо наша країна продовжить рухатися в напрямку досягнення європейського рівня життя, то підприємці, які вклали свої кошти в цей сектор, можуть очікувати зростання прибутків. Український ринок харчування поза домом, на відміну від відвідувачів закладів сегменту fast casual, ще має потенціал для подальшого розвитку та насичення.

На сьогоднішній день заклади, що надають послуги харчування, а також готельно-ресторанна галузь, знаходяться в складному становищі через

світову кризу, що призводить до зменшення кількості відвідувачів та зниження попиту на ресторанный послуги. Багато споживачів вважають, що вечеря в розкішному ресторані виходить занадто дорого і вони надають перевагу закладам більш економічного та простого сегменту або просто готують вдома. У зв'язку з цим ресторани різних сегментів і класів використовують різні стратегії, такі як зниження цін і пропозиції зі знижками та акціями.

Однак, відповідно до графіка, який представлений нижче, можна виокремити позитивну динаміку розвитку ресторанных закладів в Україні протягом останніх років.

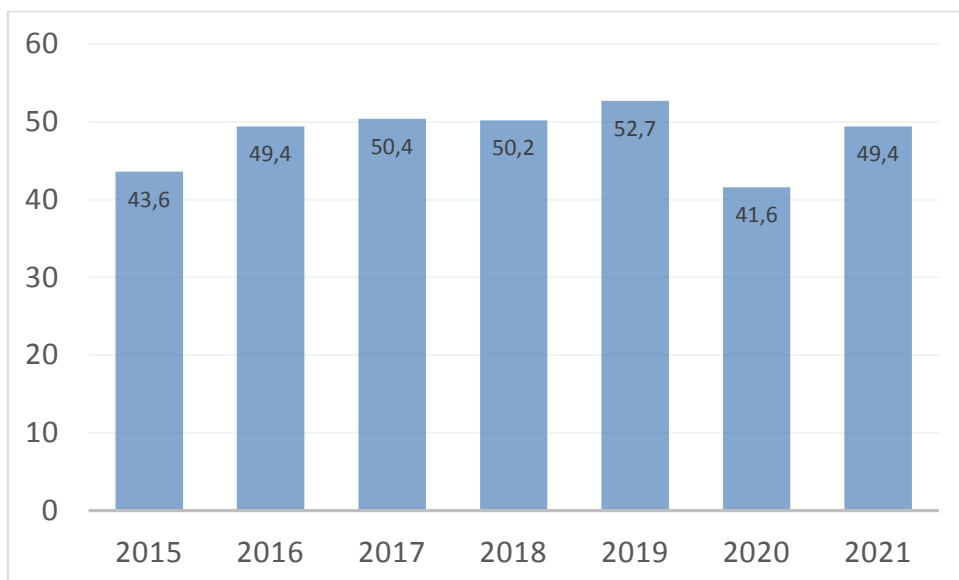


Рис. 2.1. Динаміка кількості закладів ресторанного господарства в Україні на період 2015-2021 рр., тис. одиниць

Аналіз ринку ресторанного бізнесу, проведений з використанням Державної служби статистики України та провідних інвестиційних компаній, таких як Pro Consulting, дозволив виявити переважні тренди, що впливають на діяльність ресторанів в Україні. Деякі з них включають:

Досвідчені новачки: Більшість нових ресторанів, що відкриваються в Україні, належать вже відомим рестораторам, які мають успішний досвід у країні або за кордоном, або використовують відомі франшизи.

Популярні локації: З врахуванням зростання попиту, орендодавці з радістю підвищують вартість оренди якісних приміщень для кафе та ресторанів у перспективних локаціях.

Зростання цін: Вартість їжі у ресторанах поза домом зросла на 10-15% протягом 2018 року, випереджаючи рівень інфляції.

Фрашниси у сфері фаст-фуду: Кожного дня з'являється все більше різноманітних та привабливих франшиз у сфері громадського харчування в Україні. Кількість бізнес-моделей для відкриття ресторанного бізнесу вже перевищила вісімдесят. Особливо популярні серед підприємців-початківців є доступні формати кав'ярень та фаст-фудів.

Вуличні фаст-фуди, такі як fast casual заклади, стають все більш привабливими. Аналіз ринку швидкого харчування свідчить про те, що все більше закладів, які спеціалізуються на швидкому харчуванні, прагнуть розширити свою діяльність до рівня низького або навіть середнього класу ресторанів, розширюючи своє меню та покращуючи якість обслуговування.

Концептуальність також привертає відвідувачів. Багато людей бажають не тільки ситно поїсти, але й отримати нові враження у ресторані, який має свій унікальний стиль.

Послуги доставки продовжують набувати популярності. Доставка їжі активно розвивається, задовольняючи потреби тих, хто вважає за краще пообідати вдома, але не бажає готувати самостійно. Служби доставки забезпечують широкий вибір наїдків для задоволення смакових потреб.

Співпраця громадського харчування і торгівлі стало невід'ємною частиною успішного торгово-розважального центру, приносячи вигоду як рестораторам, так і ріелторам[43]. Ці тренди свідчать про позитивну динаміку та потенціал подальшого розвитку ресторанного господарства в Україні.

На сьогоднішній день структура ринку громадського харчування в Україні відповідає описаним трендам. За даними на 2021 рік, більше половини загального обсягу ринку займають спеціалізовані заклади, такі як

кафе, ресторани, бари та інші. Кейтеринг, що включає компанії, що забезпечують харчування у школах та інших навчальних закладах, складає 23,6% ринку. Розділи громадського харчування на АЗС займають 20,3% ринку, тоді як ресторани, пов'язані з готелями, складають лише 3,9% [43].

Якщо звернутися до першої гістограми, можна помітити, що кількість кафе та ресторанів в Україні майже не змінювалася протягом 2016-2018 років. Це не випадково співпадає з періодом зниження наявного доходу населення в нашій країні. Однак, коли у 2018 році падіння доходів зупинилося і почалося зростання, ринок громадського харчування одразу відчув підвищений попит, що призвело до збільшення пропозиції на ринку до кінця 2019 року. Потім негативно відбилася введення карантинних обмежень, але, вже на кінець 2021 року ситуація майже виправилася.

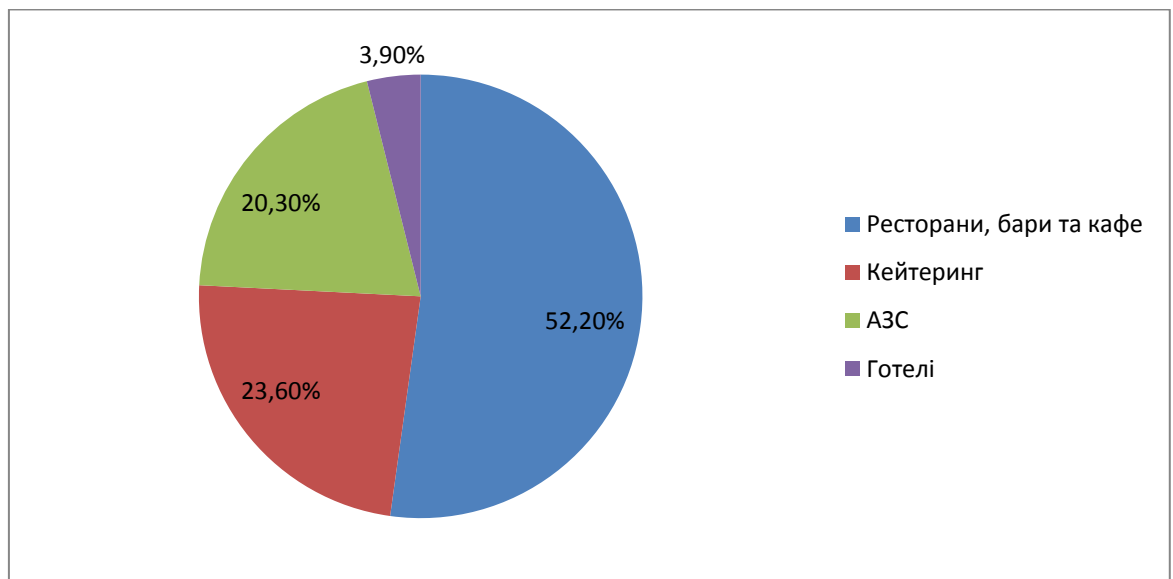


Рис. 2.2 Структура ринку послуг ресторанних закладів України по сегментам станом на 2021 рік

Аналіз конкурентного середовища закладів ресторанного господарства будь-якого регіону починається з вивчення структурних змін в мережі за певний час. Рис 2.3. містить дані щодо динаміки кількості закладів харчування у м. Харкові у 2016–2021 рр.

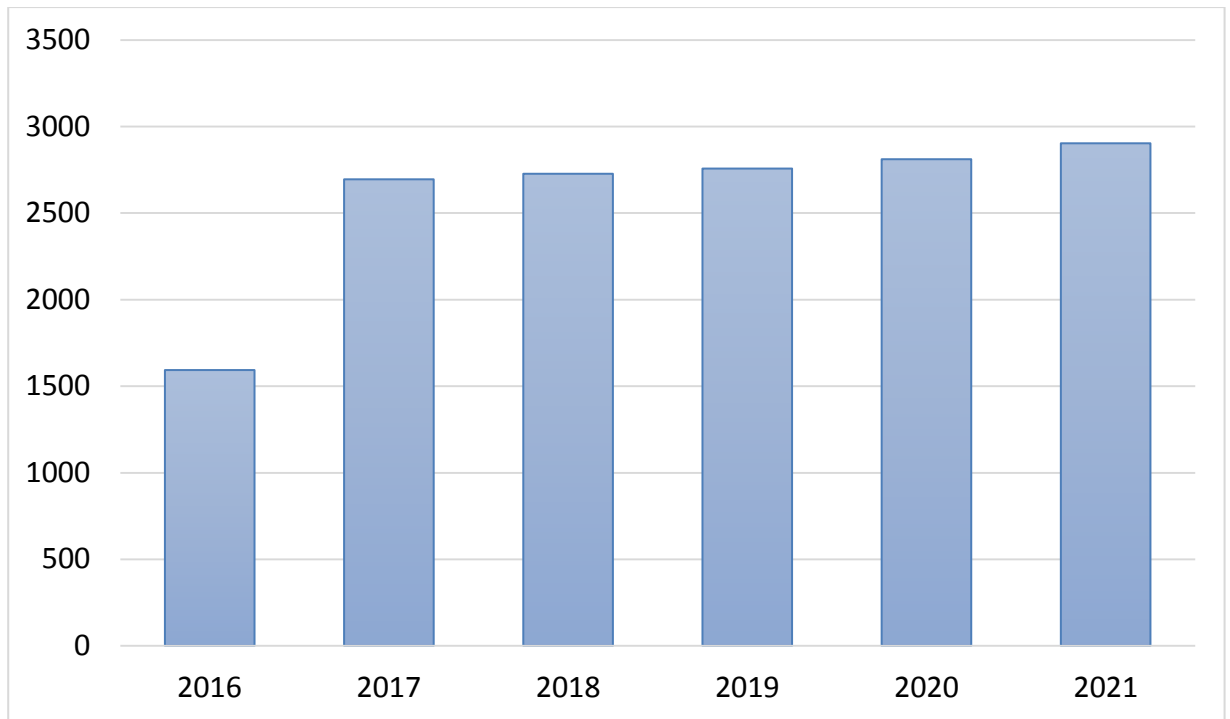


Рис 2.3. Динаміка кількості закладів харчування у м. Харкові у 2017–2020 рр., одиниць. Діаграму складено за [23]

На сьогоднішній день загальна ситуація ринку громадського харчування в місті Харкові формується під впливом війни. Дуже значна кількість харків'ян покинула місто, тому кількість споживачів ресторанних послуг значно скоротилася. За оцінками харківської міської ради на кінець травня працювало близько 50% закладів ресторанного господарства порівняно з довоєнним часом.

Але, прогнозуючи післявоєнний розвиток, можна зробити наступні прогнози щодо видової та кількісної структури закладів ресторанного господарства у місті Харків. В харківській галузі громадського харчування очікується збільшення популярності концептуальних ресторанів, а також закладів з паназіатською кухнею, зокрема в'єтнамською та корейською. Ресторатори зауважують, що минулого року українці проявили інтерес до рибних ресторанів. Більшість українців готові платити до 300 гривень за вечерю, і популярність бургерів та стейків стрімко знижується. Також грузинська та японська кухні втрачають свою популярність.

За даними експертів, у найближчий час харківський ресторанний бізнес буде сильно пов'язаний зі швидким ростом франчайзингу. Він може стати потужним каталізатором розвитку ресторанного сегменту в наступному році.

За підтримання поточного темпу розвитку ресторанного ринку, для задоволення потреб Харкова в їжі знадобиться близько п'яти років, а загальне насичення ринку займе щонайменше 10 років. Навіть у найактивнішому сегменті швидкого харчування цей процес може тривати 8-10 років. Насичення залежатиме не лише від можливостей та бажань споживача, а й від об'єктивних факторів, таких як наявність відповідних приміщень, зростання орендних ставок та податкові політики. Стратегічно вигідні місця зазвичай вже зайняті або можуть бути зайняті іншими, більш прибутковими видами бізнесу. Виняток складають невеликі міста, де є можливість розміщення в перспективних місцях. Тому ресторатори продовжать активно розширювати свою присутність в регіонах. У цьому процесі все більше уваги буде приділятися не лише великим містам, але й невеликим районним центрам.

Загалом, харківський ресторанний бізнес очікує перспективний розвиток, зокрема через зростання популярності концептуальних закладів, паназіатської кухні та рибних ресторанів. Франчайзинг також відіграє значну роль у стимулюванні росту цього сегменту. Хоча насичення ринку може зайняти певний час, ресторатори мають потенціал для успішного розвитку, якщо враховуватимуть вимоги споживачів, ефективно управлятимуть бізнесом та знаходитимуть нові можливості для розширення своєї діяльності.

## 2.2. Оцінка конкурентного середовища ринку ресторанних послуг Харкова

Перед прийняттям рішення щодо створення нового закладу ресторанного господарства краще провести аналіз конкурентів, ціна якого завжди буде значно нижчою від можливих втрат від дій наосліп.

Зараз конкуренція на ресторанному ринку вже не така висока, як два роки тому. Зараз ресторанна галузь Харкова тільки поступово відновлюється після початку війни 1 лютому 2022 року, та регулярних обстрілів навесні 2022 року, побоювань щодо зникнення електрики та опалення минулої осені та взимку. Крім того, ще у довоєнні роки ресторанна галузь ще відносно була далека від насичення. Навіть у Харкові були можливості для зростання та розвитку, яких зараз з'явилося ще більше – є повністю незаповнені формати та цілі ніші. До Харкова поступово повертаються люди. З такою чисельністю населення, як у Харкові, ресторатори мають велике майбутнє. Поява компаній, які знаходять можливості інвестувати у ресторанний бізнес, позитивно позначається на всій галузі. Однак поки що події в країні порушили питання існування багатьох підприємств. Насамперед постраждали ті, хто не був готовий до змін. Зараз важливо наголосити на ситуації з війною, яка внесла суттєві зміни у діяльність закладів громадського харчування.

Карантинні обмеження, пов'язані із поширенням COVID-19, стали ударом для галузі громадського харчування України. Під час жорсткого весняного карантину всі підприємства зазнавали збитків, наголошувалося, що деякі з них вичерпали 50-90% фінансових заощаджень. Через війну багато закладів взагалі зачинилися. За оцінками харківської міської ради нзараз працює тільки 50% довоєнної кількості харківських закладів ресторанного господарства.

У 2023 р. очікується поступове відновлення роботи галузі та попиту[21].

Розвиток будь-якого бізнесу, включаючи ресторанний сектор, підпорядковується багатьом факторам, як на мікро-, так і на макрорівні. У випадку ресторанного бізнесу в Україні, деякі загальноекономічні фактори впливають на його стан і розвиток, такі як економічний розвиток країни, рівень інфляції та податкове середовище. При вивченні тенденцій у ресторанному секторі можна виділити кілька основних напрямів:

Кількість ресторанних підприємств: Аналізується кількість ресторанів та інших закладів громадського харчування на ринку.

Територіальна насиченість: Вивчається розподіл ресторанних підприємств за територією, включаючи рівень населення та густоту населення.

Види ресторанних підприємств: Аналізуються різні види ресторанів та їх спеціалізація, такі як фіне дайнінг, швидке харчування, кафе тощо.

Цінова політика: Вивчається стратегія ціноутворення ресторанів та їх конкурентоспроможність на ринку.

Меню та кухня: Аналізуються різноманітність та привабливість страв, їх відповідність смаковим уподобанням споживачів.

При оцінці ринку ресторанного бізнесу важливо враховувати показник кількості посадкових місць на одного споживача. Наприклад, у середньому по Європі припадає 8 мешканців на одне посадкове місце в ресторані, тоді як у Харкові цей показник становить 35 мешканців на одне посадкове місце.

Дослідження свідчать про значний потенціал для розвитку ресторанного ринку в Україні, навіть порівняно з європейськими стандартами. Найбільші міста країни мають свої ресторанні традиції та можуть забезпечувати рівень обслуговування, що не поступається європейському рівню. Однак, проведені дослідження також вказують на наявність нерозвинутого сегменту ринку ресторанного господарства в Україні, зокрема ресторанів класу "люкс". В цьому сегменті Харків займає малу частку ринку, а його розширення відбувається повільними темпами.

Одним з найпопулярніших світових трендів, який може мати перспективи в Україні, є створення "smart casual" ресторанів з цікавими гастрономічними стравами. Цей сегмент ресторанів постійно зростає. Однак, такий розвиток створює конкуренцію для традиційних ресторанів і призводить до банкрутства деяких з них. Основна цільова аудиторія таких проєктів – це молоді люди віком 20-30 років, які цінують новаторство та

сучасні ресторанні концепції і готові платити за якісний сервіс та відвідування таких закладів.

Більша частина ресторанів преміального сегменту зосереджена в столиці – Києві. Там знаходиться декілька десятків таких закладів, найкращі та найпопулярніші з них це: ресторан «Coin», «Sauvage», «BAO», «Alask» та ресторан «Прага».

Оцінка рівня конкурентоспроможності товарів і послуг полягає в комплексному аналізі споживацьких намірів, коли покупці вирішують придбати певний продукт в конкретному місці, надаючи йому перевагу порівняно з аналогічними товарами і послугами на ринку закладів ресторанного господарства [38]. Параметри конкурентоспроможності визначаються на основі дослідження ринку, збору даних про конкурентів та аналізу побажань потенційних споживачів.

Досліджуючи ресторанний ринок Харкова в довоєнний період, ми провели аналіз, узагальнивши інформацію з сайтів «Pro Consulting» та «TripAdvisor». В результаті нашого дослідження, ми встановили, що основними конкурентами ресторану у преміальному сегменті «люкс» є заклади «Osteria Il Tartufo», «The Terrace», «Kinoshniki», «Jord» та «Nikas». Перед тим, як розглядати цих ресторанів як конкурентів, необхідно проаналізувати їх характер та надані послуги.

Один з таких конкурентів – «Osteria Il Tartufo». Цей ресторан відкрився у 2016 році і здобув популярність у преміальному сегменті ресторанів міста. Середній чек становить приблизно 800 грн. «Osteria Il Tartufo» - це невеликий італійський ресторан, розташований у центральному районі міста. Він відомий своєю домашньою атмосферою, а шеф-кухар Сальваторе Лео особисто виходить у зал, рекомендує страви, обслуговує гостей та створює фінальні нотки на очах у відвідувачів.

Ще один конкурент – «The Terrace». Цей гриль-ресторан розташований у п'ятизірковому готелі Kharkiv Palace і пропонує відкриту кухню та

«середземноморський» інтер'єр. Ресторан має терасу з видом на площу Свободи. Середній чек тут становить 550-600 грн.

Конкурентом також є ресторан «Kinoshniki» – це недавно з'явившийся заклад харчування на ресторанному ринку Харкова, який вже встиг проявити свою стійкість у преміальному сегменті. Розташований у старому приміщенні колишнього кіноклубу, що діяв у минулому столітті, «Kinoshniki» пропонує своїм відвідувачам середній чек у розмірі 650-700 грн.

«Jord» – ресторан, розташований у самому центрі Харкова на площі Свободи, зосереджується на датській кухні і має нестандартний дизайн. Однак, особливістю «Jord» є те, що всі сезонні інгредієнти постачаються з приватних фермерських господарств і є абсолютно натуральними. Середній чек у ресторані становить близько 600 грн.

«Nikas» – це один з ресторанів класу «люкс», що успішно утримується на конкурентному ринку протягом п'яти років. Ресторан пропонує європейську та азіатську кухні і позиціонує себе як перший заклад у місті з бренд-шефом світового рівня. В «Nikas» особлива увага приділяється преміум-якості продуктів, страв, команді кулінарів і офіціантів, а також обслуговуванню гостей та їхньому задоволенню. Середній чек у ресторані перевищує 1000 грн.

Визначивши потенційних конкурентів, був створений порівняльний багатокутник конкурентоспроможності для аналізу ресторанного ринку Харкова.

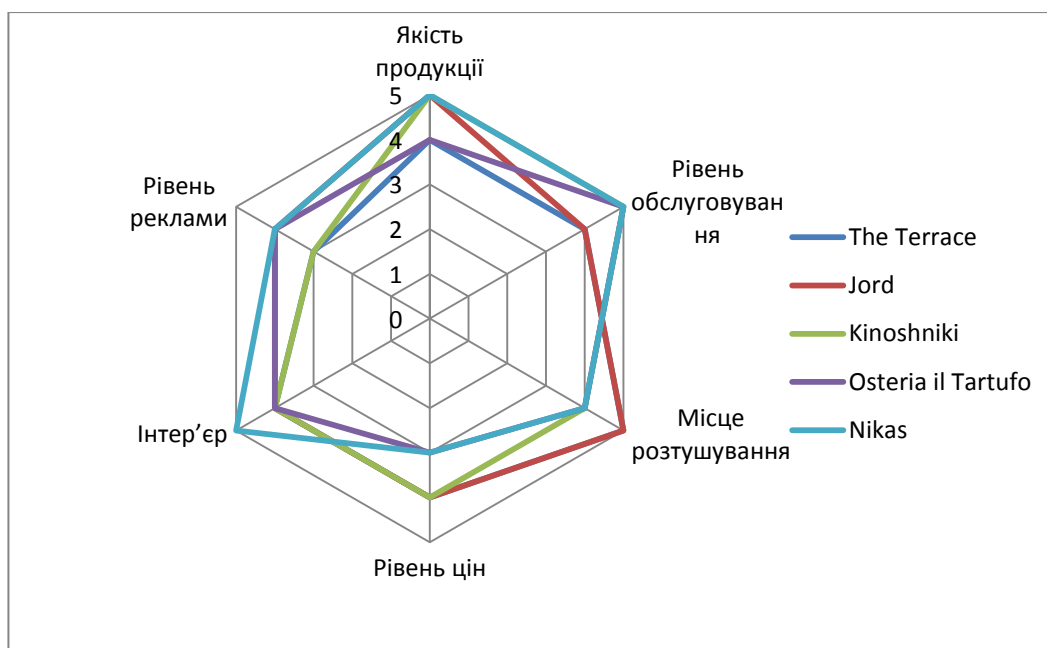


Рис. 2.4 Багатокутник конкурентоспроможності для аналізу ресторанного ринку Харкова

Таблиця 2.2

Показники конкурентоспроможності для аналізу ресторанного ринку Харкова

Фактор конкурентоспроможності	Бальна оцінка, max – 5 балів				
	«The Terrace»	«Jord»	«Kinoshniki»	«Osteria il Tartufo»	«Nikas»
Якість продукції	4	5	5	4	5
Рівень обслуговування	4	4	5	5	5
Місце розташування	5	5	4	4	4
Рівень цін	4	4	4	3	3
Інтер'єр	4	4	4	4	5
Рівень реклами	3	4	3	4	4

аналіза відгуків споживачів на сайтах «Pro Consulting» та «TripAdvisor».

Т  
аб  
ли  
цю  
ск  
ла  
де  
но  
на  
ос  
но  
ві

На основі проведених досліджень конкурентного середовища було виявлено наявність сегменту "люкс" на ресторанному ринку Харкова, який наразі не є насиченим, як свідчать кількість потенційних конкурентів у цьому сегменті. В порівнянні зі столицею, Харків має значно меншу кількість ресторанів класу «Люкс». Таким чином, на ринку є простір для конкуренції.

### 2.3. Аналіз та прогнозування перспектив розвитку ринку послуг ресторану класу «люкс» у Харкові

Аналіз показує, що харчування завжди залишатиметься одним з обов'язкових атрибутів людського життя, і харчова індустрія є дуже прибутковою, якщо бізнес організований належним чином. З кожним роком кількість закладів, зокрема фастфуду, зростає, проте люди готові платити більше за якісне обслуговування та смачну їжу. Ресторани повинні зорієнтуватися на свою аудиторію, а власники закладів повинні зробити все можливе для залучення більшої кількості клієнтів та захисту свого бізнесу від ризиків і збитків.

Розглянемо сучасну класифікацію закладів ресторанного господарства, що запропонована у [6]. На сьогоднішній день, актуальний поділ закладів ресторанного господарства включає такі типи: fast casual, quick service restaurant, casual dining, street food, fast food, fine dining. Детальніше розглянемо новий розподіл ресторанних закладів.

Ресторани Fast Casual є надзвичайно перспективними як у європейських містах, так і в Україні, зокрема в Харкові. Вони знаходяться між фаст-фудом та закладами демократичного сегменту, і їх популярність стрімко зростає в ресторанній індустрії. Основною перевагою цього формату є можливість отримати смачну та різноманітну їжу в одному закладі за доступну ціну. Гості цього сегменту особливо цінують якісну їжу, у порівнянні з фаст-фудом, та швидке обслуговування, як у ресторані.

Quick Service Restaurant - це заклади громадського харчування, де основний акцент приділяється швидкому обслуговуванню відвідувачів. Вони пропонують обслуговування офіціантами за столиками, але з вагомим акцентом на швидкість, порівняно з іншими ресторанами. Меню в закладах швидкого обслуговування може бути подібним до ресторанів інших типів, але з обмеженим асортиментом. Ресторани такого формату працюють з напівфабрикатами високої готовності, що дозволяє забезпечити постійну якість та швидкість обслуговування. Цей формат особливо підходить для ділових зустрічей та обідів, а найкращі місця для розташування - це ділові центри та офісні будівлі. За останні 5 передвоєнних років кількість офісних будівель та бізнес-центрів у Харкові суттєво збільшилась. Це пояснює популярність закладів швидкого обслуговування в місті і відкриває їм великі перспективи розвитку.

Крім того, варто зазначити, що зростання економіки та зміна споживацьких пріоритетів спонукають людей шукати швидкі та зручні варіанти харчування. Заклади швидкого обслуговування відповідають цим потребам, надаючи широкий вибір страв у зручній для клієнтів формі.

Таким чином, ресторани типу Fast Casual та Quick Service Restaurant є дуже актуальними в сучасному ресторанному господарстві. Вони відповідають попиту на швидке та якісне харчування за доступною ціною. Розміщення таких закладів у ділових центрах та офісних будівлях Харкова сприяє залученню широкої аудиторії клієнтів. З урахуванням зростання економіки та зміни споживацьких уподобань, можна очікувати подальшого розвитку цих сегментів ресторанного господарства у місті.

Ресторани типу Casual Dining є широкою категорією закладів ресторанного господарства, включаючи кафе-кондитерські, паби, бари та нічні клуби. При розробці проекту такого закладу необхідно враховувати цільову аудиторію та його місце розташування. Сучасні споживачі ресторанних послуг мають різні уподобання. Деякі з них хочуть просто поїсти, іншим важлива атмосфера приміщення, а для деяких головним

фактором є кухня, представлена в закладі. Деякі клієнти відвідують ресторани, щоб розважитися з друзями або відпочити після робочого дня. У середньому, чек в таких закладах трохи вищий, ніж у попередніх категоріях.

Серед найпопулярніших концепцій Casual Dining можна виділити кондитерську, кав'ярню, пивну, стейк-хаус, національний ресторан та бар. Цей сегмент є найбільш популярним серед ресторанних закладів, оскільки він привертає широку аудиторію. У Харкові заклади такого формату представлені у значній кількості.

Street food - це формат вуличного фаст-фуду, який включає автобуфети, МАФи (малі архітектурні форми) та будь-яку вуличну торгівлю, яка спеціалізується, як правило, на одному продукті. У цьому сегменті середній чек є найменшим. В майже всіх таких точках немає спеціальних місць для споживання їжі, а зазвичай передбачається, що покупець бере з собою все замовлене і їсть його під час ходьби. Негласним правилом вуличного фаст-фуду є "правило однієї руки", за яким людина, купивши їжу на вулиці, може тримати її однією рукою, а друга залишається вільною. Тому підприємці цього сегменту постійно працюють над розробкою та поліпшенням упаковки для зручності своїх клієнтів.

У Харкові такі заклади представлені в паркових зонах та місцях відпочинку, де збирається велика кількість людей, а ресторани, кафе чи бари відсутні. За останні кілька років цей сегмент став дуже популярним і заслужено зайняв своє місце.

Фаст-фуд (Fast food) - це формат швидкого харчування, де гість може зробити замовлення, оплатити його і самостійно отримати їжу. Заклади цього формату спеціалізуються на одному продукті та пропонують акційні пропозиції, сезонні меню та спеціальні пропозиції для своїх клієнтів. В таких закладах зазвичай є торговий зал для гостей, а обслуговування здійснюється самостійно.

Фуд-корт (Food Court) - особливість цього формату полягає в тому, що в одному місці, наприклад, у торгово-розважальному центрі, знаходиться

велика кількість точок харчування. В Food Court можуть бути присутні як заклади стріт-фуду, так і фаст-фуду. Цей формат дозволяє зменшити витрати на організацію та приваблює постійний потік людей. Заклади в цьому сегменті часто представлені мережами, і на ринку вже сформувалися абсолютні лідери.

Ресторани преміум-класу, відомі також як ресторани «люкс» (Fine Dining), є престижним сегментом, що має багато переваг порівняно з іншими сегментами ресторанного господарства. Ці заклади характеризуються розкішним інтер'єром, створеним провідними дизайнерами, які використовують найновітніші тенденції моди. Крім того, вони мають професійний персонал, пропонують виняткову кухню та широкий асортимент напоїв. Заклади цього сегменту мають найвищий середній чек у порівнянні з іншими сегментами.

В Харкові ресторани класу «люкс» представлені в невеликій кількості порівняно з іншими видами закладів. Цей сегмент є найдорожчим, тому не кожен початківець у ресторанному бізнесі готовий ризикувати та займатись ним. Щоб успішно працювати в цьому сегменті, необхідна вдала та конкурентоспроможна стратегія, професійно розроблений бізнес-план і, звичайно ж, інвестиції. [42].

Війна є найжахливішим і найбільш нестабільним періодом для країни у всіх аспектах, зокрема в економічній сфері. Незважаючи на виклики, з якими Україна стикається останнім часом, український бізнес продовжує вражати своєю стійкістю. Це стосується і готельно-ресторанної галузі, де учасники ринку не лише успішно борються за виживання, але й демонструють надзвичайну об'єднаність та взаємну підтримку.

Незважаючи на війну, харчова промисловість залишається однією з найоптимістичніших галузей в українській переробці. Хоча харчовики зазнали значних втрат через поломку ланцюгів постачання та блокування морських шляхів експорту, а також пошкодження виробничих потужностей в деяких регіонах, галузь продемонструвала відносну стійкість порівняно з

іншими видами діяльності. Харчова галузь, яка задовольняє базові потреби населення, має постійний попит як в межах країни, так і за її межами.

Згідно з дослідженням Інституту Економічних Досліджень, виробники продуктів харчування найчастіше працюють на повній потужності або навіть більше, ніж до війни. Зокрема, 18% підприємств показали такі результати у вересні 2022 року. Харчова галузь зберігає свій потужний потенціал і сприяє як громадянам, так і економіці країни навіть під час воєнного конфлікту.

Опитування фахівців-практиків у ресторанній галузі показує, що всі формати ресторанного бізнесу на ринку будуть спрощуватись. Наприклад, заклади доставки, азійська кухня, пивні місця, мережі фаст-фудів, кав'ярні, концептуальні ресторани, заклади «біля дому» та «на районі», гібридні формати та м'ясні концепції продовжать розвиватися.

Під час війни деякі експерти називають фаст-фуд, шаурму, стріт-фуд, пивні точки, кав'ярні, пекарні, бари та паби у підвалах, кафе в житлових комплексах, персоналізовані заклади з відомим власником або шеф-кухарем, dark kitchen та заклади з мангалом як перспективні формати. Також відзначається зростання довіри до великих промислових виробників.

Загалом, повномасштабна війна суттєво вплинула на ресторанний бізнес, зменшивши конкуренцію та платоспроможну аудиторію в два-три рази. Комендантська година та повітряні тривоги призвели до зменшення кількості відвідувачів, особливо серед сімейного сегменту. Однак одночасно спостерігається приплив нової аудиторії до західних областей країни, що створює додатковий попит на відкриття нових закладів.

Незважаючи на складні умови, ресторанна галузь проявляє гнучкість та вміння адаптуватись до нових викликів. Бізнеси шукають інноваційні рішення та стратегії, щоб забезпечити виживання та розвиток під час воєнного конфлікту.

Розглянемо прогнози та перспективи розвитку ресторанного бізнесу класу «люкс» у Харкові. Зазначимо три сценарії: оптимістичний, песимістичний та очікуваний.

У оптимістичному сценарії очікується, що протягом року ситуація повернеться до рівня, що був до війни. Харків'яне повернуться додому, а світ нарешті повернеться до звичного життя.

Прогнозуючи розвиток у цьому сценарії, слід зазначити, що навіть після перемоги України не очікується раптового різкого зростання, оскільки відновлення такого виду бізнесу потребує певного часу. Проте, з поверненням громадян до кінця року можна очікувати зростання ринку ресторанних послуг на рівні приблизно 50-60%.

У песимістичному сценарії можливе тривале затягнення війни, або поява заморожування воєнних дій, що призведе до продовження коменданської години та неможливості забезпечити безпеку населення. Незважаючи на зусилля з відновлення, ринок ресторанних послуг буде страждати. В такому випадку, перспективи розвитку ринку ресторанів класу "люкс" можуть бути обмежені та залежатимуть від загальної ситуації та прийнятих заходів.

У очікуваному сценарії, розвиток ринку ресторанних послуг буде залежати від поступового повернення населення та бізнесу до Харкова. Якщо ситуація покращуватиметься, можна очікувати попередньо зростання ринку ресторанного бізнесу класу «Люкс» у Харкові. Проте, точні прогнози в такий ситуації не можливі.

Таблиця 2.3.

SWOT-аналіз відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні у місті Харків:

Strengths:	Weaknesses:
<p>Харків є крупним індустріальним містом, з великою кількістю населення, що забезпечує потенційну кількість клієнтів для ресторану.</p> <p>Французька кухня вважається елітною та престижною, що може привернути клієнтів із високим рівнем доходу.</p> <p>Розташування ресторану у центрі міста, близько до головних вулиць та транспортних магістралей, що полегшує</p>	<p>Відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні може бути високим у плані витрат на оренду приміщення, ремонт, меблі, обладнання та рекламу.</p> <p>В Україні вже є декілька ресторанів французької кухні, що може спричинити конкуренцію.</p> <p>Ресторан класу «Люкс» може вимагати високих цін на страви, що може знизити кількість клієнтів з меншими доходами.</p>

доступ клієнтів до закладу.	Недостатня кількість клієнтів з високим рівнем доходів у Харкові внаслідок їх виїзду закордон, або в більш безпречні регіони України
Opportunities:	Threats:
<p>Ростуть тенденції до збільшення кількості відвідувань ресторанів та кафе в Харкові.</p> <p>Можливість привернення клієнтів за допомогою ексклюзивних пропозицій та програм лояльності.</p> <p>Можливість розширення асортименту страв та напоїв для привернення різноманітної аудиторії.</p>	<p>Погіршення економічної ситуації в країні може призвести до скорочення кількості клієнтів у ресторанах.</p> <p>Зміна моди та смакових уподобань клієнтів</p> <p>Висока конкуренція серед ресторанів в місті, особливо серед закладів вищого класу.</p> <p>Нестача популярності серед місцевих жителів та туристів.</p> <p>Погіршення економічної ситуації країни та підвищення цін на продукти харчування.</p>

Розроблено автором.

За результатами SWOT-аналізу можна зробити висновок, що відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні має як позитивні, так і негативні сторони. Щоб зменшити ризики, пов'язані зі стартом бізнесу, необхідно провести детальне дослідження ринку та аналіз конкурентів, розробити ефективну стратегію маркетингу та продажів, а також створити команду професіоналів, яка забезпечить високу якість обслуговування та страв.

Прогнози. Ресторани адаптуються. Сучасні події показали, що харківський ресторанний ринок досить гнучкий. Коли війна тільки-но почалася, здавалося, що закриються усі заклади. Поки що це не так. Деякі ресторани та кафе не просто вижили, а ще й заробили, відкривши нові заклади.

## РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЕКТУ РЕСТОРАНУ КЛАСУ «ЛЮКС» ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ

### 3.1. Розробка концепції закладу ресторанного господарства класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

В концепції ресторанів класу «люкс» присутній абсолютно унікальний стиль, який виявляється в інтер'єрі, атмосфері, обслуговуванні, музичному оформленні та сервіруванні столу. Зазвичай, ресторани преміум-класу розташовані у центральній частині міста та мають індивідуально розроблений унікальний інтер'єр. Однак, це лише кілька ознак, які відрізняють ресторан від закладу більш нижчого сегменту, наприклад, кафе.

Ресторани є закладами з підвищеним рівнем обслуговування. Люди відвідують їх, щоб насолодитися стравами високої якості, які готує шеф-кухар, відпочити та гарно провести час, відзначити особливу подію. Відвідування ресторану часто передбачає тривале перебування там.

Кафе є закладами комунального харчування, які в певних параметрах схожі на ресторани, але, як правило, мають менше розмаїття страв у меню та відрізняються в деяких аспектах обслуговування гостей. Головна мета кафе - надати можливість швидко перекусити або випити чашку кави під час ділової або особистої зустрічі.

Планується створити концепцію розкішного французького ресторану в місті Харков. Чим саме французька кухня так приваблює і що робить її особливою? По-перше, відвідуючи справжній французький ресторан, гості погружаються у неповторну атмосферу розкіші, аристократизму та вишуканості. Французька кухня передає не лише секрети приготування автентичних страв, а й атмосферу гостинності, що поколіннями передається у спадок.

На сьогоднішній день відкриття ресторану французької кухні стало дуже популярним. Багато підприємців вважають, що наявність французької кухні автоматично забезпечить йому популярність, швидке залучення гостей та стабільний прибуток. Однак, це не завжди правда. Хоча прибуток для підприємця важливий, він не повинен бути єдиним фактором при відкритті ресторану французької кухні. Останні роки на ринку з'явилося багато подібних закладів, що призвело до більш скептичного ставлення гостей до відвідування французьких ресторанів. Сучасний гість бажає відчутти "правдивість" ресторану, насолодитися атмосферою, отримати високоякісний сервіс та, звісно, насолодитися смачною кухнею.

Після вивчення кухонь різних країн Європи, аналізу ринку та конкурентів, ми прийшли до висновку, що концепція справжнього розкішного французького ресторану в класі "люкс" є перспективною і має потенціал на ринку ресторанних послуг у місті Харков. З урахуванням популярності французької кухні та попиту на ексклюзивні заклади, розробка концепції розкішного ресторану французької кухні може забезпечити високу зацікавленість серед місцевих жителів та туристів.

Одним із ключових аспектів успіху такого ресторану буде створення неповторної атмосфери, яка передасть усю грандіозність та шарм французької культури. Інтер'єр повинен бути розроблений з урахуванням деталей, щоб відтворити аутентичну атмосферу Франції. Крім того, обслуговування повинно бути на вищому рівні, з урахуванням уваги до дрібниць і вміння створювати особливі відчуття для гостей.

Окрім цього, меню ресторану повинно пропонувати широкий вибір автентичних французьких страв, які готуються з використанням найкращих інгредієнтів. Кулінарні шедеври, створені за оригінальними рецептами, допоможуть передати смак та унікальність французької кухні. Крім класичних страв, можна також включити елементи сучасного підходу до гастрономії, що дозволить привернути увагу молодіжної аудиторії.

Необхідно також врахувати розташування ресторану. Вибір центральної частини міста дозволить привернути більше клієнтів та забезпечити зручний доступ до закладу. Крім того, важливо розробити ефективну стратегію маркетингу та просування, щоб залучити клієнтів.

Проект розкішного ресторану передбачає використання просторого приміщення площею близько 300 м<sup>2</sup> у центральному районі міста Харкова. Один з привабливих варіантів є п'ятиповерховий будинок на вулиці Сумській, 116, у Київському районі. Ця вулиця є найбільш центральною у Харкові. Крім того, в цьому районі немає значної концентрації ресторанів. Поруч розташовані Dim Kavu кав'ярня, Some Like It Hot ресторан, а в радіусі одного кілометра знаходиться культурно-розважальний парк ім. Горького. Враховуючи це, можна з упевненістю сказати, що за цією адресою немає потенційних конкурентів у сегменті "люкс".

Одним з ключових аспектів концепції ресторану є створення особливої "атмосфери". Гості ресторану приходять не тільки за їжею, але й за "атмосферою", в якій вони можуть насолодитися їжею, спілкуванням та проведенням часу. Атмосфера ресторану є дуже чутливим і змінним елементом. Вона створюється через кухню, декор ресторану, персонал, музику та навіть гостей. Створення відповідної атмосфери є гарантією привабливості ресторану.

Концепція французького ресторану класу «люкс» наведена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Характеристика концепції ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

№ з/п	Ознаки концепції	Характеристика ознак концепції
1.	Тип підприємства	Ресторан
2.	Місце розташування	Харківська область
3.	Рівень комфорту	Преміальний, високого рівня
4.	Цільовий сегмент	Цільова аудиторія закладу ресторанного господарства: 40-55 років, люди з доходом від 30 000 грн., менеджери середньої та вищої ланки, керівники підприємств
5.	Формат закладу	«Magie noire», заклад ресторанного господарства класу «люкс»

6.	Формат виробництва	Повний цикл виробництва
7.	Кількість місць	90 місць
8.	Режим роботи	10:00-23:00
9.	Кухня (асортимент страв)	Класична французька кухня. По асортименту присутні страви: з м'яса, риби, морепродуктів, страви на вогні, у печі та страви приготовлені безпосередньо у торговельному залі кухарем перед гостем (у виді шоу)
10.	Асортимент послуг	Послуги з організації споживання продукції та обслуговування споживачів
11.	Система лояльності	Дисконтна програма
12.	Дизайнерський стиль та інтер'єр	Середземноморський стиль класичного французького ресторану
13.	Середній рівень цін на послуги	Середній чек 700 грн
14.	Наявність офіційного сайту, сторінок в соціальних мережах та на спеціалізованих ресурсах	Сторінка Instagram, Facebook

Таблицю складено автором

Наступним кроком є визначення цільової аудиторії ресторану. Цільова аудиторія - це група людей, яка ідеально відповідає загальній концепції закладу. Вона об'єднується не тільки статтю або віком, а й рівнем доходу, інтересами, захопленнями та стилем життя. Виходячи з концепції ресторану класу "люкс", можна сформулювати потенційну цільову аудиторію майбутнього закладу.

Для ефективного планування та розробки маркетингової стратегії ресторану важливо ретельно та послідовно визначити цільову аудиторію. Один з інструментів, який часто використовується для цього, - метод Шеррінгтона. Він дозволяє максимально звузити коло потенційних гостей закладу.

Метод розподілу по сегментах споживачів за допомогою п'яти W-питань є одним з найпопулярніших підходів. За цим принципом потрібно відповісти на п'ять питань щодо потенційних клієнтів: "Чому вони прийдуть до закладу?", "Що можна їм запропонувати?", "Хто це буде?", "Коли вони будуть відвідувати ресторан?" та "Де вони зможуть знайти заклад?". Цей підхід допомагає детальніше розібратися в питанні щодо майбутньої цільової аудиторії.

Основні питання методу Шеррінгтона 5W:

Чому? (Why?) - Чому вони будуть відвідувати ресторан?

Що? (What?) - Що можна їм запропонувати?

Хто? (Who?) - Хто буде входити до цільової аудиторії?

Коли? (When?) - Коли вони будуть відвідувати ресторан?

Де? (Where?) - Де вони зможуть знайти заклад?

Відповіді на ці питання допоможуть розкрити характеристики цільової аудиторії та краще спланувати маркетингові активності ресторану.

За допомогою аналізу даних про конкуруючі заклади можна визначити середньовікову цільову аудиторію ресторану:

18-27 років - 10%

27-40 років - 25%

40-55 років - 40%

50-65 років - 20%

65+ років - 5%

Після цього слід врахувати рівень доходів потенційних гостей закладу. З огляду на те, що середній чек в ресторані класу "люкс" у місті Харков складає 700 гривень, можна припустити, що дохід потенційної аудиторії є високим. Місячний дохід цільової аудиторії можна виразити у відсотковому співвідношенні:

Менше 15 000 гривень - 8%

15 000-18 000 гривень - 12%

18 000-25 000 гривень - 20%

25 000-30 000 гривень - 30%

30 000-50 000 гривень - 35%

Отже, цільовою аудиторією ресторану класу "люкс" є люди віком від 40 до 55 років з середнім доходом від 30 000 гривень. Це можуть бути менеджери вищої ланки, бізнес-підприємці, ІТ-спеціалісти та інші. Їх спосіб життя характеризується активною роботою, багатьма діловими зустрічами, відрядженнями та активними подорожами.

Як вже зазначалося, кухня є одним із основних факторів формування "атмосфери" у ресторані. Італійська кухня виявляється привабливою для

багатьох споживачів, і це підтверджується рейтингами популярності національних кухонь у ресторанних журналах, статтях, форумах та виданнях.

Французька кухня також має безліч переваг і грає важливу роль у світовій кулінарній спадщині. Вона відома своїми витонченими смаками, складними техніками приготування та використанням вишуканих інгредієнтів. Французька кухня дарує естетичне задоволення і підкреслює важливість якості продуктів та дотримання кулінарних традицій.

Поряд з італійською кухнею, французька кухня внесла величезний внесок у формування світової гастрономічної культури. Вона славиться своїми неповторними соусами, елегантними десертами, розкішними винами та різноманітністю страв, що представляють різні регіони Франції.

У ресторанах класу "люкс" меню відіграє одну з найважливіших ролей. Воно не просто перелік страв, які пропонуються у закладі, але й спосіб запропонувати гостю саме те, що його зацікавить та захопить його увагу. Меню в ресторані класу "люкс" розробляється безпосередньо шеф-кухарем, який враховує вишукані смаки і витонченість французької кухні. Воно може містити страви з використанням вишуканих інгредієнтів, унікальних поєднань смаків та елементів шоу-програми, що робить прихід до ресторану особливим і запам'ятовується гостям. [45].

Велике значення для успіху будь-якого закладу має його персонал. При підборі співробітників для роботи в ресторанному закладі важливо звертати увагу не лише на їхній досвід та кваліфікацію, а й на їхні особисті якості. Особливу увагу слід приділяти таким якостям, як відповідальність, здатність до командної роботи та доброзичливість.

При розробці плану відкриття ресторанного закладу, важливо заздалегідь відібрати персонал, який буде займатися процесом становлення ресторану на ринку послуг. У цей перелік можуть входити такі посади, як шеф-кухар, керівник ресторану та менеджер торговельного приміщення. Кожен з цих співробітників відіграє важливу роль у формуванні і успішному функціонуванні закладу.

Шеф-кухар відповідає за приготування вишуканих страв, розробку меню та контроль за якістю продуктів. Керівник ресторану координує роботу всього персоналу, забезпечує високий рівень обслуговування гостей та відповідає за ефективну організацію робочих процесів. Менеджер торговельного приміщення відповідає за забезпечення належного стану приміщення, замовлення необхідного обладнання та забезпечення його регулярного обслуговування.

Всі ці співробітники мають великий вплив на якість обслуговування та загальну репутацію ресторану. Тому їхні вміння, досвід та особисті якості грають ключову роль у створенні успішного та привабливого закладу ресторанного господарства.

З метою забезпечення ефективного обслуговування гостей, ресторан класу "люкс" планує мати широкий штат співробітників, враховуючи значну ємність торговельного залу. Планується створити заклад з 90 посадковими місцями, що дозволить нам одночасно обслуговувати до 90 осіб. Для забезпечення ефективного функціонування ресторану був розроблений відповідний штат співробітників, який наведений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

#### Штат персоналу ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

Назва посади	Кількість осіб	Посадові обов'язки	Заробітна плата (грн)
Керуючий	1	Контроль та управління усіма процесами ресторану, управління фінансовою діяльністю	40000
Шеф-кухар	1	Розробка та оновлення меню, планування та організація навчання персоналу, контроль якості продукції, підбір персоналу	35000
Су-шеф	2	Допомога шеф-кухарю в організації приготування страв, зберігання продукції, контроль персоналу	60000
Менеджер залу (адміністратор)	2	Контроль якості сервісу, чистоти торгових приміщень, контроль та набір персоналу	40000
Бухгалтер	1	Забезпечення та контроль фінансового потоку ресторану, розрахунок заробітної плати, контроль податків	20000
Офіціант	8	Якісне обслуговування гостей в торговельному залі	96000
Старший бармен	1	Розробка та виготовлення алкогольної та безалкогольної продукції, контроль якості інгредієнтів, підбір персоналу (барменів)	20000
Бармен	3	Розробка та виготовлення алкогольної та	45000

		безалкогольної продукції, дотримання санітарних норм	
Сомель'є	1	Планування та розробка винних дегустацій, контроль постачання винної продукції в ресторан	15000
Кухар	3	Приготування страв	45000
Прибиральниця	4	Прибирання усіх приміщень (торговельних та виробничих) закладу та миття посуду	32000

Таблицю складено автором.

Маючи достатню кількість кваліфікованого персоналу, ресторан готовий до постійного функціонування. Крім того, планується проведення регулярних навчальних курсів для всього персоналу з метою підвищення їх кваліфікації.

Ресторан – це складна структура, і в ній повинен бути забезпечений необхідний мінімум, комфорт та ергономіка. З ціллю врахування цінової політики для кухонного обладнання, залу та дизайн-проекту ресторану було складено орієнтований список у таблиці 3.1 (без врахування ремонтних робіт, оренди приміщення та отримання ліцензій на продаж продукції).

Таблиця 3.3. Розрахунок бюджету проекту ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

Найменування	Середній бюджет (грн)
Дизайн-проект	100 000
Технологічний проект (кухні та бару)	100 000
Декоративне та технічне освітлення	150 000
Звукове обладнання	100 000
Звукоізоляція	150 000
Меблі (торговельний зал)	500 000
Обладнання для бару та кухні	1 500 000
Вивіска	50 000
Вентиляція	150 000
Сантехніка	170 000
Декор (озеленіння, декоративні предмети інтер'єру, художнє оформлення)	100 000
Ремонтні роботи	3 000 000
Разом	5 720 000

Таблицю складено автором.

Заклади ресторанного господарства, які пропонують французьку кухню, займають почесне місце на ринку ресторанних послуг у Харкові та в Україні в цілому. Харків нараховує десятки таких закладів, але небагато з

них здатні забезпечити справжній сервіс, атмосферу та смаколики, які належать до вимогливих смаків споживачів.

### 3.2. Проектування ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie poire»

На сучасному ринку ресторанного господарства спостерігається нова фаза розвитку, яка характеризується не лише зростанням кількості закладів та обсягу продажів, але й розширенням різноманітності сегментів та появою нових форматів закладів, що відповідають різним смаковим уподобанням, видам споживання та ціновим рівням. Це призводить до зростання конкуренції на ринку громадського харчування і необхідності розробки нових стратегічних напрямів, а також оперативної маркетингової інформації для успішної боротьби за досвідчених споживачів [22].

Маркетинг виступає як комплексна система організації виробництва та збуту продукції, спрямована на задоволення потреб конкретних споживачів та досягнення прибутку через аналіз та прогнозування ринку, вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища, розробку стратегій і тактик у сфері послуг [22].

Не секрет, що привернути нових гостей коштує більше, ніж утримати існуючих. Однак задоволення потреб гостей у відношенні ціни, якості продукції та рівня обслуговування є ключовим фактором для їх утримання.

Регулярна оцінка задоволеності гостей дозволяє встановити, наскільки емоційно пов'язані вони з закладом. Сучасні маркетингові дослідження дозволяють виміряти емоції гостей і розробити відповідні стратегії для правильного спрямування цих емоцій.

Вимірювання індексу задоволеності гостей допомагає своєчасно розробляти та впроваджувати поліпшення, які не лише забезпечують стабільний прибуток підприємства, але й сприяють його зростанню.

Задоволеність гостей є важливим фактором для збереження клієнтів і формування їх лояльності. Кожен гість приходить до ресторану зі своїми очікуваннями щодо якості товару чи послуги, ціни і рівня обслуговування. Від того, наскільки ресторану вдасться задовольнити ці очікування, залежить його успіх, фінансові показники та загальний розвиток.

Час роботи ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire» з 12.00 до 2.00.

Ресторан надає обслуговування споживачам за допомогою адміністратора та офіціантів, які мають відповідну професійну підготовку. Вони також забезпечують дотримання санітарних норм і правил особистої гігієни на всіх етапах виробництва, зберігання, реалізації та сервісування кулінарних страв.

Розроблено графік завантаженості ресторану з розрахунку на 75 місць, результати наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Графік завантаженості торгівельного залу ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire» на 75 місць

Години роботи ресторану	Оборотність 1 місця за годину, раз		Завантаження %		Кількість відвідувачів, осіб	
	Загальна зала	Комплексний обід	Загальна зала	Комплексний обід	Загальна зала	Комплексний обід
12-13	-	0,7	-	40	-	21
13-14	-	0,7	-	40	-	21
14-15	-	0,7	-	40	-	21
15-16	-	0,7	-	30	-	16
16-17	-	0,6	-	25	-	11
17-18	0,3	-	20	-	5	-
18-19	0,3	-	30	-	7	-
19-20	0,2	-	30	-	8	-
20-21	0,3	-	50	-	12	-
21-22	0,5	-	50	-	19	-
22-23	0,3	-	50	-	12	-

23-24	0,2	-	30	-	7	-
24-01	0,2	-	20	-	4	-
01-02	0,3		20		5	
Разом					79	90

Розроблено автором

Ми створюємо меню нашого підприємства, враховуючи особливості французької кухні, сезонність продуктів, різні методи приготування та смакові вподобання наших відвідувачів. Наше меню включає широкий вибір страв, закусок, кулінарних виробів і напоїв. Ми складаємо меню, керуючись Збірником рецептур і технічно-технологічними картками, розробленими спеціально для нашого підприємства.

Ми пропонуємо рекомендоване меню з різноманітним страв, а також працюємо з меню «бізнес-ланчу», яке має два варіанти: вегетаріанський та м'ясний. Ці бізнес-ланчі включають обмежений вибір страв, але за доступною ціною. Детальне меню ресторану з вільним вибором страв представлено в таблиці 3.2, а меню бізнес-ланчу - в таблиці 3.3.

Ресторан створює затишну атмосферу, оформлену в класичному стилі, що сприяє релаксації та відпочинку гостей. З метою максимального залучення гостя до ресторану сьогодні використовується величезна кількість способів, які неможливо залишити без уваги. Абсолютно усі формати закладів харківського ресторанного ринку використовують хоча б декілька з інструментів з метою зацікавити гостя відвідати заклад.

Таблиця 3.2.

Меню з вільним вибором страв ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire» на 75 місць

Назва	Опис	Вихід, г	Склад
«Юсе»	Морський півень із соусом із цибульної карамелі	360	200 г морського півня, 100 г соусу, 5 г прованських трав
«Кресі»	Фрікас з телятини з печерицями, мускатним горіхом під вершковим соусом	320	150 г фрікасу з телятини, 60 г печериць, 5 г мускатного горіха, 100 г вершкового соусу
«Борегар»	Свинина запечена з сидром та	380	120 г свинини, 60 г

	грушами під ялівцевим соусом		сидру, 80 г груш, 5 г ялівцевого соусу
«Барбарі»	Смажена качина грудка з банановим пюре та корицею	250	150 г качиної грудки, 100 г бананового пюре, 5 г кориці
"Маренго"	Фламбе з качиною фуа-гра зі свіжими ягодами	180	80 г фуа-гра з качиною, 100 г свіжих ягід
<b>Салати</b>			
«Мрій»	Коктейль з м'яса крабів, листя салату, огірка та свіжого перцю	200	М'ясо крабів, листя салату, огірок, свіжий перець
"Лаура"	Салат зі свіжих овочів, зелені, скибочок брин		
<b>Холодні закуски</b>			
«Шамбір»	Башточки з баклажанів та сиру Фета	200	150 г баклажанів, 50 г сиру
Сирна тарілка	Різні сорти м'якого та твердого сиру	250	
<b>Гарячі страви</b>			
«Нантюа»	Мідія «Аля Барезе», запечений у вершках із сиром Пармезан	220	100 г мідій, 50 г вершків, 70 г сиру
«Дюкас»	Жульєн із білих грибів	150	
«Гаспар»	Сир Брі запечений з пеканом та медом	100	60 г сиру Брі, 10 г пекану, 15 г меду
<b>Супи</b>			
«Буйабес»	Марсельський рибний суп із часниковими крутонами	250/60	250 г супу, 60 г часникових крутонів
«Ляньєн»	Паризький цибульний суп із часниковими крутонами	250/60	250 г супу, 60 г часникових крутонів
«Сен-юбер»	Суп із курчати з мигдалем та часниковими крутонами	250/60	250 г супу, 60 г часникових крутонів
<b>Други страви</b>			
<b>Страви з риби</b>			
"Шербург"	Омар обсмажений у коньяку, стомлений з овочами в білому вині	400	250 г омара, 100 г овочів, 50 г вина
«Сегюр»	Запечена форель з білим вином і фенхелем	300	200 г форелі, 50 г білого вина, 50 г фенхелю
«Ланже»	Стейк із сьомги з ікорним соусом, часточками лимона та маслинами	250	100 г стейку з сьомги, 80 г ікри, 50 г лимона, 20 г маслин
<b>Страва з м'яса</b>			
"Лагранж"	Телятина, фарширована сиром Фонтін, пармською шинкою та базиліком	250	200 г телятини, 15 г сиру Фонтін, 10 г пармської шинки, 5 г базеліку
«Діжон»	Стейк із яловичої вирізки із соусом із смажених помідорів	150/100	150 г стейку з яловичої вирізки,

			100 г соусу з смажених помідорів
"Ферранд"	Печеня з баранини з червоною квасолею, перцем, прованськими травами, картопляними часточками та червоним вином	400	160 г печені з баранини, 50 г червоної квасолі, 140 г картоплі, 60 г перцю, прованських трав, 160 г червоного вина
«Амбуаз»	Фрикасе з курчати з часником, часточками картоплі, зеленим горошком, приправлене ароматними спеціями	300	120 г фрикасе з курчати, 100 г картоплі, 50 г зеленого горошку, 5 г спецій
<b>Гарніри</b>			
Картопля фрі	100	-	-
Картопля «Дофіне»	130/25	-	-
Рис по-прованськи	200/80	-	-
<b>Десерти</b>			
Десерт із «П'яної груші», ванільного морозива під карамельним соусом	200	-	-
Банани в карамелі, посипані кунжутним насінням	145	-	-
Класичний французький пиріг Клафуті з вишнями	150	-	-

Таблицю складено автором

Меню бізнес-ланчу ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie poire» на 75 місць

Найменування страв	Вихід, р.	Опис страви	Кількість порцій, прим.
Вегетаріанське меню			
Салати			90
"Лаура"	250	Салат зі свіжих овочів, зелені, скибочок бринзи, лимона та оливкового маринаду	15
"Ліберал"	200	Салат зі свіжих овочів, квасолі, зеленого горошку, спаржі та зелені	23
Супи			90
Суп-пюре грибний	250		27
Суп Сен-Жермен із зеленого горошку	200		10
Другі страви			90
Запечені томати	200		14
Овочі, запечені у молочному соусі із сиром Пармезан	250		20
М'ясо-рибне меню			
Салати			
Андалузський салат	200	Салат з шинки, яловичої мови, кукурудзи, моркви	26
Вальфодор	250	Салат із яблук, цибулі шалот, волоських горіхів, м'яса курки	27
Буйабес	250/60		19
«Сен юбер»	250/60		26

Другі страви			
Сьомга по-французьки з соусом з апельсина, лікеру та журавлини	350		33
Баранині котлети під цибульним соусом	150/80		23
Гарніри			
Рис по-прованськи	200/80		45
Картопля фрі	100		45

Таблицю розроблено автором

Таблиця 3.4.

Кількість напоїв, хліба, борошняних та кондитерських виробів, що реалізуються в торговому залі

Найменування продукції	Середня норма споживання на одну особу, л.	Кількість продукції на особу
Холодні напої	0,09	15,21
Фруктова вода, л	0,02	3,38
Мінеральна вода, л	0,02	3,38
Ананасовий сік	0,02	3,38
Гарячі напої, л	0,1	16,9
Кава чай	0,2	33,8
Хлібобулочні вироби	0,075	11,83
Вино - горілчані вироби, л	0,05	8,45
Ігристі вина	0,05	8,45
Коньяки	0,05	8,45
Пиво	0,025	4,23

Таблицю розроблено автором

Виробнича програма ресторану розміщена у додатку А.

Розроблено маркетингову стратегію просування ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire» на 75 місць.

Розроблено логотип закладу, який наведено на рис 3.1



Рис. 3.1. Логотип ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

Для просування ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire» у місті Харків можна запровадити наступну маркетингову стратегію:

1. Розробка унікального бренду: створюється унікальний бренд ресторану «Magie noire» з чіткою ідентичністю та концепцією, яка відображається у всьому - від логотипу та дизайну до обслуговування та атмосфери в ресторані. Розробка привабливого бренду допоможе привернути увагу цільової аудиторії та вирізнитися серед конкурентів.

Використання уніформи офіціантів у відповідному стилі, що також сприяє створенню особливої атмосфери.

2. Виділення цільової аудиторії: Визначте цільову аудиторію, яка цінує вишукану кухню, елегантну атмосферу та високий рівень обслуговування. Можливі цільові аудиторії включають людей з високим рівнем доходу, бізнес-еліту, туристів, закордонних гостей та цінителів гастрономічних вражень.

3. Кулінарний досвід: Забезпечте високу якість і стандарти кулінарного досвіду в ресторані. Розробіть меню з автентичними французькими стравами, використовуйте тільки найсвіжіші інгредієнти та ретельно підбирайте вина. Постійно оновлюйте меню, щоб забезпечити різноманітність і задовольнити смаки різних гостей.

4. Атмосфера та дизайн: Створіть елегантну та затишну атмосферу у ресторані "Magie noire". Використовуйте стильний дизайн інтер'єру, який відображає французьку естетику, використовуйте високоякісні матеріали та деталі. Забезпечте комфортність та відчуття розкошів та аристократизму.

5. Реклама та маркетингові комунікації: Розробіть комплексну стратегію реклами та маркетингових комунікацій. Включіть в неї офлайн та онлайн канали комунікації. Для офлайн реклами можна використовувати престижні глянцеві журнали, білборди, радіо та телебачення, а також спонсорство престижних подій та заходів. Для онлайн промоції варто створити профіль у соціальних мережах, запустити офіційний веб-сайт та блог, вести контент-маркетингові кампанії, співпрацювати з інфлюенсерами та запровадити програму лояльності для постійних клієнтів.

6. Ексклюзивні події та спеціальні пропозиції: Організуйте ексклюзивні події, такі як дегустації вин, гастрономічні вечери з шеф-кухарем або тематичні заходи. Пропонуйте спеціальні пропозиції, знижки та акції для святкування особливих подій або днів народжень.

7. Взаємодія з місцевою спільнотою: Побудуйте партнерство з місцевими готелями, туристичними агентствами та іншими закладами гастрономічної індустрії. Розгляньте можливість організації спільних промо-кампаній, обміну рекомендаціями та співпраці для залучення нових клієнтів.

8. Залучення клієнтів для проведення різних івентів та сімейних свят та урочистостей: святкування весіль, ювілеїв, днів народження.

9. Високий рівень обслуговування: Надайте особливу увагу якості обслуговування. Навчіть персонал ресторану професійному етикету та гостинності. Використовуйте персоналізований підхід до кожного гостя, створюйте незабутні враження.

10. Співпраця зі знаменитостями: Розгляньте можливість співпраці зі знаменитостями, такими як відомі шеф-кухари або гурмани. Запросіть їх на ексклюзивні події або запропонуйте спільні проекти, які зможуть привернути увагу преси та шанувальників цих особистостей.

11. Оцінка та зворотний зв'язок: Приділіть увагу оцінці задоволеності гостей і збиранню зворотного зв'язку. Запровадьте систему збору відгуків та реагуйте на них, щоб вдосконалювати якість обслуговування та виправляти можливі недоліки.

12. Співпраця з місцевими ЗМІ: Залучайте увагу місцевих ЗМІ та гастрономічних журналістів. Пропонуйте їм унікальні історії, ексклюзивні інтерв'ю зі шеф-кухарем, або організуйте медіа-тур по вашому ресторану.

13. Онлайн-бронювання та зручність: Забезпечте можливість онлайн-бронювання столиків через ваш веб-сайт або мобільний додаток. Постійно оновлюйте інформацію про ресторан, меню та акції, щоб гості могли з легкістю знайти потрібну інформацію.

14. Залучення впливових осіб: Працюйте з впливовими особистостями з місцевих блогерів, журналістів або експертів з гастрономії. Запросіть їх на дегустацію або організуйте спільні події, що допоможуть розповісти про ваш ресторан широкому загалу через їхній вплив та аудиторію.

15. Освітні заходи: Організуйте освітні заходи, майстер-класи та дегустації для гостей. Приверніть увагу до французької кухні, проводячи заходи, на яких шеф-кухар або експерт з гастрономії розповідають про французькі страви, інгредієнти та традиції. Це не лише підвищить інтерес до вашого ресторану, але й покращить свідомість клієнтів про французьку кухню.

16. Співпраця з готелями та туристичними агентствами: Укладіть угоди з місцевими готелями та туристичними агентствами для рекомендації вашого ресторану своїм гостям. Забезпечте спеціальні умови для готельних гостей або спеціальні пакети, що включають відвідування ресторану «Magie poire».

17. Гастрономічні конкурси та визнання: Беріть участь у гастрономічних конкурсах та фестивалях, де ви можете продемонструвати свою унікальну кухню та здобути визнання. Отримання нагород та відзнак може значно підвищити репутацію вашого ресторану та привернути нових клієнтів.

18. Збереження клієнтів: Розробіть програму лояльності, яка надає переваги постійним клієнтам, такі як знижки, спеціальні обіди або пріоритетне бронювання столика. Подбайте про задоволеність клієнтів, надавши високий рівень обслуговування та персоналізований підхід до їхніх потреб.

19. Онлайн-репутація: Слідкуйте за вашою онлайн-репутацією і відгуками клієнтів на різних веб-платформах, таких як TripAdvisor, Google My Business або спеціалізовані гастрономічні сайти. Реагуйте на відгуки і коментарі клієнтів, надаючи вдячність за позитивні відгуки і вирішуючи будь-які проблеми або незадоволення, виявлені в негативних відгуках. Створюйте активну комунікацію з клієнтами онлайн, відповідаючи на їх запитання і коментарі.

20. Співпраця з місцевими компаніями та організаціями: Встановіть співпрацю з місцевими компаніями та організаціями для організації корпоративних заходів або бізнес-ланчів у вашому ресторані. Забезпечте професійне обслуговування та особливі умови для цих подій, що сприятимуть залученню нових клієнтів.

21. Міжнародна співпраця: Розгляньте можливість співпраці зі зарубіжними ресторанами або шеф-кухарами, що представляють французьку кухню. Організуйте кулінарний обмін або гостьові виступи зарубіжних експертів, що дозволять привернути увагу міжнародної аудиторії та розширити вашу клієнтську базу.

Загалом, успішна маркетингова стратегія для ресторану «Magie noire» повинна включати поєднання офлайн та онлайн промоцій, створення унікального бренду та вражень, акцентування на високій якості страв та обслуговування, співпрацю зі знаменитостями та використання усіх можливостей для привертання та збереження клієнтів. Пам'ятайте, що постійне оновлення та адаптація стратегії до змін у ринкових умовах та смакових переваг клієнтів.

### 3.3. Розрахунок фінансової частини ресторану класу «люкс» французької кухні «Magie noire»

Розрахунок та проектування діяльності ресторану є ключовою і найважливішою частиною майбутнього проекту. Ця робота полягає в дослідженні та розрахунку показників різних типів даних.

На початку необхідно розглянути початкові вкладення, які дозволять запустити проект. Наразі, першими витратами при створенні ресторанного бізнесу є придбання приміщення. Після вивчення ринку комерційної нерухомості у центральному районі Харкова було отримано середню ціну за квадратний метр приміщення без ремонту - 1300 доларів США. Виходячи з того, що площа ресторану становитиме 200 квадратних метрів і орієнтуючись на поточний курс долара, можна розрахувати приблизну суму для придбання приміщення за необхідною адресою, яка складатиме 10 530 000 гривень.

Дизайн-проект приміщення закладу та технологічний проект (для кухні, бару та підсобних приміщень) обійдуться у 200 000 гривень. Після завершення цієї роботи буде проведено придбання необхідного обладнання, такого як кухонне, барне та підсобне обладнання, обладнання для торговельного залу, меблі, сантехніка та інше. Після дослідження сучасного ринку та середньої цінової політики на різні види обладнання, зазначених вище, було розраховано приблизну суму, яка становить 2 870 000 гривень.

Розглянувши ціновий ринок ремонтних робіт, також було розраховано приблизну суму на ремонт закладу відповідно до дизайн-проекту, яка становить 3 000 000 гривень. Отже, ми можемо розрахувати загальну необхідну суму початкових капіталовкладень для реалізації проекту ресторану класу «люкс» 10 530 000 гривень (придбання приміщення) + 200 000 гривень (дизайн-проект) + 2 870 000 гривень (придбання обладнання) + 3 000 000 гривень (ремонт приміщення) = 16 600 000 гривень. Це є сумою

першочергових капіталовкладень, необхідних для реалізації проекту ресторану класу «люкс».

Враховуючи площу та кількість посадкових місць, розрахунок денної кількості гостей є важливим аспектом загального функціонування ресторану. Попередньо були враховані місце розташування закладу та його площа. Ресторан "Magie noire" буде розташований за адресою вулиця Сумська 116, місто Харків. Заклад розташований на першому поверсі п'ятиповерхового будинку і має площу 300 квадратних метрів.

Середня денна кількість гостей визначається за допомогою графіка завантаження залу, який враховує такі аспекти, як режим роботи ресторану, середню тривалість прийому їжі одним відвідувачем (тобто обертання місця) і приблизну завантаженість в різні години роботи закладу.

Для розрахунку погодинної кількості гостей використовується формула:

$$n = (S * P * R) / T,$$

де:

n - погодинна кількість гостей в ресторані,

S - кількість посадкових місць,

P - середня тривалість прийому їжі одним відвідувачем,

R - приблизна завантаженість залу у відсотках,

T - тривалість робочого дня ресторану.

Таблиця 3.4  
Середній оборот кількості гостей ресторану класу "люкс"

День тижня	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П'ятниця	Субота	Неділя
Кількість	200	230	300	340	400	400	430

Розраховано автором

З рисунку 3.2 можна отримати інформацію про щоденну завантаженість закладу.

Таким чином, ми можемо побачити приблизну денну кількість відвідувачів ресторану, яка складає 327 осіб. Нижче наведені дані щодо погодинної завантаженості закладу з робочим графіком 11:00 – 23 :00.

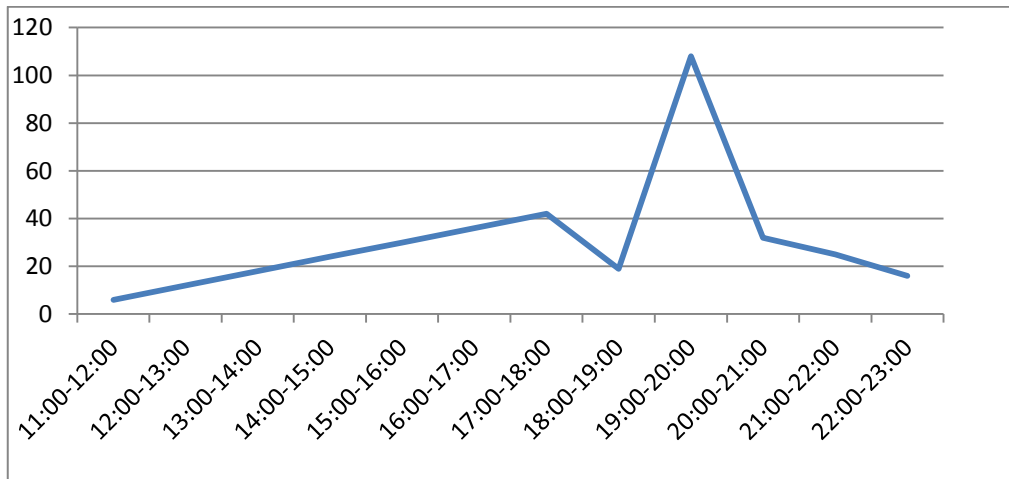


Рисунок 3.3. Щоденна завантаженість ресторану класу "люкс"

Для розрахунку приблизної місячної виручки ресторану класу "люкс" необхідно використовувати дані про денну кількість гостей і середній чек. Згідно з дослідженнями, денна кількість гостей складає 368 осіб, а середній чек ресторану становить 700 грн. Ураховуючи той факт, що середня сума чеку включає відвідування двох або більше осіб, для точнішого розрахунку виручки ми враховуємо відвідування 3 осіб у середньому чеку.

Отже, можемо здійснити приблизний розрахунок виручки ресторану за місяць:

Виручка = (Денна кількість відвідувачів / 3) \* Середній чек \* Кількість днів

$$\text{Виручка} = (368 / 3) * 700 * 30 = 2,289,000 \text{ грн}$$

Де:

368 - денна кількість відвідувачів

3 - кількість людей, які зробили замовлення на суму середнього чеку

700 - середній чек при відвідуванні ресторану

30 - кількість днів

Отже, приблизна місячна виручка ресторану класу "люкс" становить 2289000 грн.

Наступним елементом фінансової діяльності ресторану є регулярні поточні витрати, які включають фонд заробітної плати з урахуванням оподаткування, собівартість продукції, оплата комунальних послуг та інші витрати.

Важливим елементом аналізу фінансової діяльності ресторану є розгляд фонду заробітної плати для співробітників. Для розрахунку щомісячної оплати праці співробітникам, спираємось на рівень середньої заробітної плати в сфері ресторанного господарства та кількість співробітників у закладі. Докладні розрахунки фонду заробітної плати було проведено у підрозділі 2.2.

Фонд оплати праці також включає оподаткування ЄСВ (єдиний соціальний внесок) при виплаті заробітної плати, який становить 22%. Для розрахунку фонду оплати праці з урахуванням податку ЄСВ, можемо використати наступну формулу: фонд оплати праці \* (1 + ставка ЄСВ). Наприклад, якщо фонд оплати праці становить 568 000 грн, то розрахунок виглядатиме так:  $568\ 000 * (1 + 0.22) = 693\ 000$  грн. Отже, місячна оплата праці співробітникам з урахуванням податків складає 693 000 грн.

Варто зазначити, що місячна заробітна плата співробітників буде зростати кожного року на 5%. Це важливо враховувати при розрахунку фонду оплати праці на майбутні періоди.

Наступним етапом у визначенні поточних витрат закладу є комунальні платежі за електричну енергію, воду, опалення тощо. З урахуванням середніх витрат закладів ресторанного господарства на комунальні послуги та використанням поточних тарифів на комунальні послуги у місті Харкові, можна припустити, що місячна сума комунальних платежів для ресторану становитиме не менше 250 000 грн.

Зазначені розрахунки є важливою складовою фінансового аналізу ресторану і допомагають визначити розмір поточних витрат, необхідних для

забезпечення нормального функціонування закладу. Наступною частиною поточних витрат є собівартість продукції. Як правило, дана сума складає 3% від загального обороту закладу.

Отже, з урахуванням фінансових даних щодо початкових вкладень, прибутку ресторану, поточних витрат та інших факторів, можемо розробити фінансовий план на перші п'ять років діяльності закладу ресторанного господарства класу "люкс".

Нижче наведена таблиця 3.5, яка відображає фінансовий план діяльності ресторану класу "люкс" на період перших п'ять років.

У цій таблиці вказуються дані щодо року, початкових вкладень, прибутку, поточних витрат та чистого прибутку на кожен з років першого п'ятирічного періоду. Заповнюючи цю таблицю з урахуванням фінансових прогнозів та показників, можна отримати уявлення про дохідність та стан фінансових показників ресторану на кожен з років.

Фінансовий план є важливим інструментом для стратегічного планування та управління діяльністю ресторану. Він допомагає визначити фінансові цілі, розрахувати потреби в ресурсах, оцінити рентабельність проекту та забезпечити фінансову стабільність закладу.

Таблиця 3.5

## Розрахунок ефективності капіталовкладень у створення

Рік	Початкові капіталовкладення, тис. грн	Виручка, тис. грн	Поточні витрати, тис. грн	Амортизація, тис. грн	Прибуток до оподаткування, тис. грн	Податок на прибуток 18%, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Грошовий потік, тис. грн	Коефіцієнт дисконтування, K=20%	Дисконтований грошовий потік, тис. грн	Дисконтований грошовий потік, накопиченим загально, тис. грн
0	-16 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-16 600,00	1,00	-16 600,00	-16 600,00
1	0,00	27 470,00	22 303,52	3 320,00	5 166,48	929,97	4 236,51	7 556,51	0,83	6 297,09	-10 302,91
2	0,00	28 000,00	22 515,52	3 320,00	5 484,48	987,21	4 497,27	7 817,27	0,69	5 428,66	-4 874,24
3	0,00	32 000,00	24 115,52	3 320,00	7 884,48	1 419,21	6 465,27	9 785,27	0,58	5 662,77	788,53
4	0,00	33 000,00	24 515,52	3 320,00	8 484,48	1 527,21	6 957,27	10 277,27	0,48	4 956,25	5 744,78
5	0,00	33 500,00	24 715,52	3 320,00	8 784,48	1 581,21	7 203,27	10 523,27	0,40	4 229,07	9 973,85

Таблицю складено автором

Отже, підбивши підсумки фінансових розрахунків, можна проаналізувати фінансову діяльність та прибутковість ресторану класу "люкс" протягом перших п'яти років його функціонування. У розрахунки були включені всі важливі показники. Першим і найважливішим показником була сума початкових капіталовкладень, яка включала витрати на дизайн та технічний проект, ремонтні роботи та придбання приміщення. Важливим етапом було прогнозування майбутньої приблизної виручки ресторану на основі кількості гостей та середнього чеку.

Аналіз поточних витрат дозволив детально проаналізувати всі витрати закладу, включаючи річний фонд заробітної плати з урахуванням податку на єдиний соціальний внесок, собівартість продукції та оплату комунальних послуг.

Також були розраховані амортизаційні витрати на основі початкових капіталовкладень протягом п'ятирічного періоду. Податки на прибуток також були враховані у розрахунках.

При оцінці проектів методом дисконтування, який виражає майбутні грошові потоки, пов'язані з реалізацією проектів, через їхню вартість у поточний момент часу, була використана середня статистична ставка дисконтування 20%.

Було розраховано показник NPV (чистого грошового потоку), який становить 4 229 067,64 грн. Це свідчить про те, що проект має позитивну вартість NPV і може бути доцільним з фінансової точки зору. Також було визначено період окупності проекту, який становить 9 973 845,52 грн. на 5-му році реалізації проекту. Це означає, що ресторан класу «люкс» має потенціал для прибутковості та може повернути початкові інвестиції протягом цього періоду. Загалом, ці дані свідчать про доцільність відкриття ресторану класу «люкс», а також про його перспективи функціонування та позитивну фінансову динаміку у майбутньому.

## ВИСНОВКИ

Отже, у даній кваліфікаційній роботі бакалавра були досліджені основні теоретичні та практичні аспекти, пов'язані з техніко-економічним обґрунтуванням відкриття ресторану класу «Люкс» французької кухні у місті Харків. Після проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1) Було розглянуто поняття та класифікацію закладів ресторанного господарства, а також проаналізовано особливості закладів з французькою кухнею та ресторанів класу «Люкс». Це дозволило отримати уявлення про те, що передбачається від ресторану класу «Люкс» та які особливості його функціонування.

У другому розділі роботи була проведена аналітична оцінка динаміки ринку ресторанних послуг в Україні та місті Харкові. Виявлено, що ринок закладів громадського харчування в Україні є одним з найбільш динамічно розвиваються сегментів бізнесу, і на сьогоднішній день він залишається ненасиченим. Аналіз трендів, що впливають на діяльність закладів харчування в Україні, дозволив отримати уявлення про переважні напрямки та можливості розвитку в цій галузі.

Зроблено висновок, що харківський ресторанний бізнес має значний потенціал для росту, успішного розвитку та просування на ринку. Ринок закладів громадського харчування в Харкові характеризується відносно низькими бар'єрами для вступу нових гравців. Орієнтування на європейський ринок ресторанних послуг є однією з головних причин розвитку ресторанного бізнесу в місті. Багато підприємців та рестораторів вже визнали привабливість та успішність європейської індустрії ресторанного бізнесу.

Український ринок ресторанного бізнесу продемонстрував свою готовність до викликів та жорстку конкурентну боротьбу. Навіть після суворих карантинних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19, спостерігається динамічний ріст закладів, що свідчить про потенціал індустрії харчування для відновлення та реабілітації.

Не зважаючи на воєнний конфлікт та загальний економічний спад в Україні, українська ресторанна галузь має великий потенціал для відродження та швидкого відновлення. Навіть у таких важких умовах, ринок продовжує розвиватися, що свідчить про впевненість українських підприємців та їх бажання займати важливу позицію в економіці країни та задовольняти потреби населення.

Отже, українська ресторанна галузь має всі передумови для успішного розвитку у майбутньому, незважаючи на тимчасові труднощі та виклики. Прагнення досягти значущої ролі в економіці країни та стати невід'ємною частиною повсякденного життя населення свідчить про перспективи та потенціал українського ресторанного ринку.

Проведений аналіз конкурентного середовища ресторанного ринку у місті Харкові дозволив зробити наступні висновки: За отриманими оцінками, ресторани "Jord", "Kinoshniki", "Osteria il Tartufo" та "Nikas" виявилися висококонкурентоспроможними за більшістю досліджуваних факторів. Ресторан "The Terrace" також представляється конкурентоспроможним, хоча з незначними меншими оцінками у деяких категоріях, але зі збереженою хорошою репутацією. Кожен з ресторанів має свої сильні сторони, наприклад, високу якість продукції, високий рівень обслуговування та привабливий інтер'єр. Зокрема, ресторан "Nikas" виділяється своїм особливо привабливим інтер'єром та сильною рекламною стратегією. Оцінки рівня цін свідчать про різницю в ціновій політиці ресторанів, деякі з них пропонують більш доступні ціни, тоді як інші позиціонуються як преміальні заклади. Всі ресторани мають потенціал для успішної діяльності, залежно від їх унікальності, маркетингових стратегій та вміння задовольняти потреби клієнтів. Загалом, конкурентне середовище Харкова у післявоєнний період відбудови є сприятливим для входу нових гравців.

4. У третьому розділі даної кваліфікаційної роботи була розроблена концепція ресторану класу «люкс». Була досліджена актуальність

французької кухні та її потенціал в харківському ресторанному середовищі. Додатково, було підготовлено меню, представлено майбутній персонал та розраховані необхідні витрати для реалізації проекту ресторану. Була також визначена цільова аудиторія та проведено сегментування споживачів згідно з географічним, демографічним та психологічними характеристиками.

Також запропоновано перелік маркетингових заходів як важливу складову діяльності ресторану класу «люкс». Були висвітлені сучасні методи та стратегії для залучення якомога більшої кількості гостей до закладу. Здійснення SWOT-аналізу зіграло важливу роль у розумінні майбутніх можливостей закладу, виявленні потенційних загроз, а також визначенні сильних та слабких сторінок.

7. В процесі розрахунку інвестиційних витрат були розглянуті всі важливі фінансові аспекти діяльності ресторану. Були враховані початкові вкладення у розмірі 13,6 млн. грн., необхідні для успішного запуску проекту. Здійснюючи обчислення, було встановлено, що заклад буде окупатися вже на третьому році роботи та забезпечить дохід у розмірі 788 тис. грн.. На п'ятому році діяльності проєкт має потенціал принести 9,9 млн. грн. чистого доходу. Таким чином, можна зробити висновок, що залучення інвестицій у дану ініціативу є доцільним, і проєкт має перспективи збільшувати прибуток у майбутньому.

Отже, у сфері ресторанного бізнесу в Україні відображаються сучасні тенденції, які притаманні світовому ринку ресторанних послуг. Безумовно, майбутній успіх індустрії харчування в Україні потребує належної уваги та підтримки, зокрема з боку держави, особливо щодо створення сприятливого маркетингового середовища для приваблення інвестиційних коштів і впровадження сучасних інновацій у ресторанний бізнес.

Таким чином, ресторан класу "люкс", який планується відкрити у місті Харкові за адресою вул. Сумська 116, має чудові перспективи у майбутньому. Аналізуючи динаміку зростання ресторанних закладів в

Україні та Харкові, проводячи аналіз конкурентного середовища та розраховуючи привабливість проекту для інвесторів, було встановлено актуальність відкриття ресторану класу "люкс" у Харкові.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3862-99. «Громадське харчування. Терміни та визначення»
2. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: Від 01.07.04. - К. : Держспоживстандарт України, 2004.
3. ДСН 3.3.6.042-99. Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень. – К., МОЗ України, 1993.– 8 с.
4. ДБН В.2.5.-28-2006. Державні будівельні норми України. Природне і штучне освітлення. – К. : Мінбуд. України, 2006.– 76 с.
5. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. / В.В. Архіпов. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 280 с.
6. Анісімов Г. Аналіз стану мережі закладів ресторанного господарства адміністративних районів міста Харкова / Г. Анісімов, Є. Жуков, Д. Липовий. // ХТЕІ. – 2018. – С. 1001–1012.
7. Алексєєва А.І., Васильєв Ю.В., Малєєва А.В., Ушвицький Л.І. Комплексний економічний аналіз господарську діяльність. – К.: КноРус, 2014. – 718 с.
8. Басовський Л.Є., Басовська О.М. Економічна оцінка інвестицій: Навчальний посібник.-М.: ІНФРА – М, 2007. – 241с. .
9. Бакаєв Л. О. Кількісні методи в управлінні інвестиціями: [навч. посіб.]/ Л. Бакаєв. — К.: КНЕУ, 2000. — 151 с
10. Бланк І.А. Основи інвестиційного менеджменту. Т. 1/І.А. бланк. - К.: Ельга, Ніка-Центр, 2001. - 348 с.
11. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: Навчальний курс/І.А. бланк. - К.:Ельга, Ніка-Центр, 2004. - 656 с
12. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 400 с., с.127
13. Бутко М.П. Проектний менеджмент: регіональний зріз. Навчальний посібник/М.П. Бутко, М.І. Мурашко, І.М. Олійченко та інш.; За заг. ред. М.П. Бутко. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 416 с.

14. Вергун В.А. Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі: навчальний посібник / В.А. Вергун, О.І. Ступницький. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 415 с
15. Віленський П.Л., Лівшиць В.М., Смоляк С.А. Оцінка ефективності інвестиційних проектів. Теорія та практика. – К.: Справа, 2011. – 888 с.
16. Вітлінський В.В. Модель вибору інвестиційного проекту / В.В. Вітлінський, В.О. Макаренко // Фінанси України. — 2002. — № 4. — С. 63 — 68.
17. Гаврилов А. О. Використання бізнес-планування як інструменту для прийняття інвестиційних рішень / А. О. Гаврилов // Фондовый рынок. –2009.–№ 20. –С. 18-26.
18. Герасименко О.В. Фінансово-інвестиційний словник / О.В. Герасименко, Б.А. Карпінський. — Львів: Магнолія Плюс, 2005. — 304 с.
19. 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. вилучено із <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/10020>
20. Данько Н. І. Брендинг як напрям вдосконалення рекламної стратегії туристичного підприємства / Данько Н. І. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. - №1086. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – Вип. 2. – С. 137-142.
21. Департамент адміністративних послуг та споживчого ринку Харківської міської ради веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.city.kharkov.ua/uk/gorodskaya-vlast/ispolnitelnyie->

organyi/departamentyi/departament-predprinimatelstva-i-potrebitelskogo-ryinka.html

22. Державна служба з надзвичайних ситуацій веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dsns.gov.ua/>].
23. Довгаль Г. В. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікація економіки України / Г. В. Довгаль, І. Н. Данько // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2013 – №1042 – С. 115-118.
24. Доценко В. Ф. Методичні рекомендації до виконання дипломного магістерського проекту для студентів спеціальності технології ресторанного господарства [Електронний ресурс] / В. Ф. Доценко, Т. І. Іщенко, О. Б. Шидловська // К.:НУХТ. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43.44.pdf>.
25. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк та ін.. - К.: Ельга-Н: КНТ, 2007. - 777 с.
26. Інвестування української економіки: Монографія/ Аркадій Сухоруков, Сергій Пирожков. - К.: Віпол, 2005. - 440 с.
27. Євсенко, О. С. Інвестиції у питаннях та відповідях / О.С. Євсенко. – К.: ТК Велбі, Проспект, 2017. – 256 с.
28. Золотогорів, В. Г. Інвестиційне проектування [Текст]: навчальний посібник/В. Г. Золотогорів. - Мінськ: Екоперспектива, 1998. - 463 с.
29. Ковальов А.І. Аналіз господарської діяльності підприємства / А.І.Ковальов, О.М.Волкова: Підручник - М.: ТК Велбі, 2004. – 424 с.
30. Ковальов В.В. Методи оцінки інвестиційних проектів. - М.: Фінанси та статистика, 2001. - 144 с.
31. Кримська Б.А. Маркетинг продукції та послуг підприємств масового харчування: навч. посібник. – Донецьк: ДГКІ, 1994.– с. 50.
32. Курочкіна О. Ресторан. Робота над помилками / О. Курочкіна. - 2015. - 336 с.

33. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навчальний посібник / Л.А. Лаврів. – Тернопіль : Крок, 2013. – 320 с.
34. Лаврів Л. А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи / Л. А. Лаврів // Інноваційна економіка. - 2013. - № 10. - С. 104-111. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_10\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_10_19)
35. Ліпсіц, І. В. Інвестиційний проект: методи підготовки та аналізу [Текст]: навчально-довідковий посібник / І. В. Ліпсіц, В. В. Коссов. - М.: БЕК, 1996. – 304 с. - (Економіка та право: інвестиції)
36. Момот В.М. Способи управління якістю на підприємствах ресторанного типу / В М. Момот, В.В. Нежурко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 3 (15) – С. 71 – 78.
37. Мелкумов Я.С. Організація та фінансування інвестицій: навчальний посібник - М.: ІНФРА М, 2000. - 248 с.
38. Марголін А.М., Бистряков А.Я. Економічна оцінка інвестицій: [навч.]. - М.: Видавництво "ЕКМОС", 2001. - 240с.
39. Пікалев, Л.В. Як збільшити прибуток ресторану, бару, кафе / Л.В. Пікалев, А.П. Маївська. – СПб.: Бізнес – преса, 2004. – 168с.
40. Прянікова, Ю. Очевидні секрети ресторанного бізнесу / Ю. Прянікова. – Київ: Компаньйон, 2002. – 97с.
41. Про-консалтинг. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pro-consulting.ua>
42. Савчук В. П. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Учб. посібник/ В. П. Савчук, С. И. Прилипко, Е. Г. Величко. – : Абсолют-В, 2012. – 302с.
43. Райс, В. Розробка меню ресторану/В. Райс. – М.: Креатив Холдинг, 2006. – 96с.

44. Сазонець І. Л. Інвестування: міжнародний аспект/ І. Л. Сазонець, В. А. Федорова; М-во освіти і науки України. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 270 с.
45. Стрекалова Н. Д. Бізнес-планування / Н. Д. Стрекалова – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
46. Таргетована реклама у соцмережах: що це таке і в чому її переваги: веб-сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ag.marketing/targetovana-reklama-u-socmerezah/>.
47. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / Л.А. Швайка. –[вид. 4-те., стер.]. –Львів: «Новий світ-2000», 2010. –268 с
48. Шевчук, Д. А. Бізнес-планування: навч. посібник / Д. А. Шев-чук. - Ростов н / Д.: Фенікс, 2010. – 208 с.
49. Щукін, Б. М. (2014). Інвестування: курс лекцій. Київ: МАУП.
50. Щербань В. Маркетинг: Навчальний посібник/ Володимир Щербань,; М-во освіти і науки України, Черкаська академія менеджменту. -К.: Центр навчальної літератури, 2006. -202 с.
51. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учеб. Пособие / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. – Мн.: Новое знание, 2001. – 216 с.
52. SWOT-аналіз як інструмент стратегічного менеджмента веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [//http://www.iteam.ru](http://www.iteam.ru).

ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

Таблиця А1

## Виробнича програма ресторану

		Зал ресторану	Магазин кулінарії	Комплексні обіди	Харчування персоналу	Разом
ТТК	Фірмові страви					
ТТК	«Юсе»	12				12
ТТК	«Кресі»	27	30			57
ТТК	«Борегар»	16	30			46
ТТК	«Барбарі»	16				16
ТТК	"Маренго"	8				8
ТТК	Салати та холодні закуски					
ТТК	Салат «Грізак»	16	60			76
ТТК	Салат «Лаура»	12	60			72
ТТК	Салат «Паризьєн»	19	100			119
ТТК	Салат Цезар"	19				19
ТТК	Андалузський салат		100	26	20	146
ТТК	Салат "Вальфодор"		100	27		127
ТТК	Салат "Ліберал"		100	23		123
ТТК	«Шамбір»	4	30			34
ТТК	Сирна тарілка	9				9
	ГАРЯЧІ ЗАКУСКИ					
ТТК	«Нантюа»	31				31
ТТК	«Дюкас»	24				24

ТТК	«Гаспар»	24				24
ТТК	Гарячий бутерброд із шинкою				20	20
ТТК	Омлет із 3-х яєць				20	20
	Супи					
ТТК	«Буйабес»	28		19		47
ТТК	Суп «Ляньєн»	16				16
ТТК	Суп «Сен-юбер»	35		26	20	81
ТТК	Суп пюре грибний			27		27
ТТК	Суп «Сен-Жермен»			10		10
ТТК	ДРУГІ СТРАВИ					
	Страва з риби					
ТТК	"Шербург"	7				7
ТТК	«Сегюр»	12	50			52
ТТК	«Ланже»	12				12
ТТК	Сьомга по-французьки			33		33
	Страва з м'яса					
ТТК	Лагранж	12	50			62
ТТК	«Діжон»	12				12
ТТК	"Ферранд"	12				12
ТТК	«Амбуаз»	12				12
ТТК	Баранині котлети з цибульним соусом		50	23	20	93
	Гарніри					
ТТК	Картопля фрі	31	100	42		173

ТТК	Картопля «Дофіне»	24				24
ТТК	Рис по-прованськи	24		42		66
	Десерти					
ТТК	«П'яна груша».	27	50			77
ТТК	Банани в карамелі,	28	50			78
ТТК	Клафуті з вишнями	24	50			74
	Напівфабрикати					
	Філе сьомги без шкіри без кістки		15			
	Філе сьомги зі шкірою без кістки		15			
	Яловичина (вирізка), філе		10			
	Яловичина (котлетне м'ясо), фарш		24			
	Яловичина (товстий, тонкий край), ромштекс		11			
	Свинина (вирізка), ескалоп		11,76			
	Свинина (тазостегнова частина), шніцель		14,3			
	Свинина (котлетне м'ясо), фарш		16			
	Баранина (корейка), ескалоп		7,95			