

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: «Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у
м. Харків»

Виконала:
студентка 4 курсу, групи УГР-41
спеціальності Готельно-ресторанна
справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Ємельянова Іліна Олександрівна

Керівник:
к.т.н., доцент Горелков Д.В.

Рецензент:
к.т.н, доцент Подлепіна П.О.

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

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

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 Ємельянової Іліни Олександрівни
Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи :
затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні аспекти організаційно-проектних рішень ресторану української кухні	10.12.2022	
Бізнес-план створення нового закладу ресторанного господарства типу сучасної української кухні	16.03.2023	
Економічне обґрунтування відкриття закладу	21.04.2023	

Термін подання роботи на кафедру 10.06.2023 р.
Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.т.н., доц. Горелков Д.В.

Дата видачі завдання 21.11.2022 р.

Завдання прийняте до виконання

Ємельянова І.О.

Завідувачка кафедри
Міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи,

к.е.н., доц. Данько Н.І.

АНОТАЦІЯ

Ємельянова І.О. «Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у м. Харків»

Роботу присвячено дослідженню організаційно-проектних рішень ресторану української кухні у м. Харків. Висвітлено теоретичні аспекти організаційно-проектних рішень ресторану української кухні. Розроблено бізнес-план створення нового закладу ресторанного господарства типу сучасної української кухні. Економічно обґрунтовано відкриття закладу.

Ключові слова: економічне планування, конкурентна середа, кулінарні традиції, меню, проектні рішення, ресторанний бізнес, ресторан сучасної української кухні, страви національної кухні, Харків.

ANNOTATION

Yemelianova I. O. «Organizational and project solutions of a restaurant of Ukrainian cuisine in the city of Kharkiv».

The work is devoted to the study of organizational and project solutions of a restaurant of Ukrainian cuisine in the city of Kharkiv. The theoretical aspects of organizational and project decisions of a restaurant of Ukrainian cuisine are highlighted. A business plan for the creation of a new establishment of a modern Ukrainian cuisine restaurant was developed. The opening of the institution is economically justified.

Keywords: economic planning, competitive environment, culinary traditions, menu, project solutions, restaurant business, restaurant of modern Ukrainian cuisine, dishes of national cuisine, Kharkiv.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ РЕСТОРАНУ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ	8
1.1 Сучасна українська кухня: основні підходи та концепція	8
1.2 Особливості організації сучасної української кухні	13
1.3 Значення зірки Мішлен для ресторану української кухні	28
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТИПУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ.....	39
2.1 Розробка концептуального меню ресторану.....	39
2.2 Методики дослідження основних економічних процесів	47
2.3 SWOT-аналіз ресторану «Сковорода».....	50
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ ..	54
3.1 Маркетингове дослідження конкурентного середовища	54
3.2 Розробка виробничої програми ресторану.....	57
3.3 Проектування технологічних приміщень ресторану	66
ВИСНОВКИ	70
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Актуальність теми. Ресторани міцно увійшли в життя сучасної людини, зараз дуже складно знайти людину, яка хоча б раз у житті не відвідувала ресторан, а з появою бізнес-ланчів велика кількість людей вважає за краще обідати в ресторанах, а не на робочому місці. Так само банкети, приурочені до будь-яких подій, прийнято відзначати в ресторанах, що показово демонструє як ресторан за рівнем вартості послуг з елітарного закладу ресторанного господарства, стає все більш демократичним.

Широке поширення ресторанів диктує умови розвитку індустрії в цілому, вже недостатньо шикарного інтер'єру та красивих назв страв, щоб залучити клієнта, ресторанам доводиться постійно розвиватися, вносити до своєї політики обслуговування все нові та нові опції, так з'явилися тематичні ресторани, витримані у певному стилі, а з урахуванням моди на глобалізацію величезним успіхом користуються заклади національних кухонь.

У той же час гонка за клієнтом призводить до розмивання ресторанного етикету, вже не рідкість ресторани, в яких присутня зона WI-FI, а як наслідок, деяка частина відвідувачів зайнята більше читанням новин і біржових зведень, ніж насолодою від страв, але у вік комунікацій це здається вульгарністю тільки затягим консерваторам. Враховуючи, що їжа для людини є природною потребою, а також доступність ресторанів населенню, вкладення коштів у даний вид діяльності вважається одним із найбезризиковіших, адже за грамотної маркетингової політики, широкого асортименту страв та поваги до клієнта, ресторан приречений на успіх.

Україна – величезна країна, де можна знайти безліч можливостей для натхнення. Кулінарні традиції настільки великі, що найкращі шеф-кухарі створюють унікальні шедеври, які б прикрасили будь-яке застілля. Заклади, які пропонують українську кухню, прагнуть максимально використовувати весь потенціал цієї великої області. Ось чому так легко можна не тільки насолодитися найкращими стравами, а й чудово провести час, відвідавши ресторан української кухні.

Переваги української кухні відомі у всьому світі. Іноземці, які відвідують країни, що розвивають традиції української культури, відзначають, що кулінарні традиції українців запам'ятовуються їм надовго, оскільки страви української кухні не лише дуже смачні, а й ситні, та різноманітні.

Сьогодні страви української кухні пропонують заклади ресторанного господарства різного формату, такі як столові, ресторани, кафе. Серед них найприйнятнішим, на наш погляд, є ресторан, оскільки асортимент ресторану передбачає велику різноманітність страв, а формат їдальні передбачає організацію харчування без дозвілля, а у кафе досить обмежений простий асортимент страв.

Ресторан - це заклад ресторанного господарства, який не тільки зможе запропонувати своїм гостям широкий асортимент страв української кухні, а й дозволить їм організувати своє дозвілля, а також провести низку різноманітних заходів. Завдяки постійному потоку споживачів, підприємство, що проектується, має перспективи прибутковості та рентабельності. Відповідно, обрана тема роботи «Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у м. Харків» є досить актуальною.

Об'єкт дослідження: процес реалізації організаційно-проектних рішень ресторану української кухні.

Предмет дослідження: механізм організаційно-проектних рішень ресторану української кухні у м. Харків.

Мета дослідження: обґрунтування організаційно-проектних рішень ресторану української кухні у м. Харків.

Згідно поставленої мети маємо такі *завдання*:

1. Розкрити сучасну українську кухню: основні підходи та концепцію.
2. Визначити особливості організації сучасної української кухні.
3. Провести проектні роботи ресторану української кухні у відповідності до світових стандартів якості з метою отримання зірки Мішлен.

Методи дослідження: Робота базується на комплексному застосуванні загальнонаукових (теоретичних та емпіричних) і спеціальних методів

дослідження (історико-порівняльний, формально-типологічний та художньо-композиційний). У науковій роботі, окрім теоретичних (аналогія, порівняння, класифікація, узагальнення) та емпіричних методів наукового дослідження (обстеження, обміри) було використано метод дослідження об'єктів у часовому вимірі (ретроспектива). Комплекс зазначених методів дозволив провести аналіз організаційно-проектних рішень ресторану української кухні у м. Харків крізь призму історичних, мистецтвознавчих та науково-технічних факторів.

Джерела інформації: монографії; статті у фахових та періодичних виданнях; статті з електронної мережі Інтернет; друковані та електронні каталоги і публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників, а також безпосередній огляд та дослідження реалізованих проєктів в ресторанах на території України.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 77 сторінок тексту, 12 рисунків, 21 таблицю, 8 додатків. Список джерел включає 49 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ РЕСТОРАНУ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ

1.1 Сучасна українська кухня: основні підходи та концепція

Українська кухня формувалася протягом багатьох століть, що зумовлює її різноманітність. Нашу кухню посеред інших відрізняють високі смакові та поживні якості, комбіновані способи обробки різноманітних продуктів та складна рецептура.

Наша, українська нація, почала формуватися понад півтори тисячі років тому. Приблизно в той же час почалося і формування самобутньої української кухні.

Приблизно до середини ХІХ століття практично повністю сформувалася територія України. І це не дивлячись на монголо-татарське нашествя на Київ, агресію литовських, польських, угорських, російських та інших феодалів, які постійно намагалися український народ асимілювати. Незважаючи на все це, більша частина України була возз'єднана й одержала можливість об'єднатися в одній державі. Саме це і полегшило утворення та поширення характерних українським стравам рис [9].

Отже, по-перше, національна кухня України створювалася на базі вже існуючих та сформованих елементів кулінарної культури кожної з регіональних частин нашої країни. І зараз можна побачити явні відмінності між стравами Чернігівщини і Галичини, Харківщини і Буковини, Волині і Полтавщини, Закарпаття і Поділля.

По-друге, елементи української національної кухні завжди були дуже різноманітними через величезну територію, яка розкинулася від Карпат до степів Луганщини і від Прип'яті до Чорного моря. Але формуванню на рідкість цільної, навіть трохи однобічної як по відбору характерної харчової сировини, так і схожої за принципами кулінарної обробки української кухні не завадили і відмінності природних умов та історичного розвитку окремих частин нашої

країни, сусідство з безліччю народів (росіяни, білоруси, ногайці, татари, німці, угорці, греки, турки, молдавани), не завадили формуванню національної кухні.

По-третє, в нашу кухню не ввійшли традиції давньоруської кухні, через втрачений з нею зв'язок після монголо-татарського нашествия. Саме цим українська кухня кардинально відрізняється від російської та білоруської, де старі традиції зберігаються століттями, хоча і видозмінюються [14].

Українська кухня поєднує в собі прийоми німецької, угорської, татарської та турецької кухні, звісно, у власному стилі та з частковими змінами. Наприклад, українське «смаження» походить від характерного для турецької кухні обсмажування інгредієнтів у розпеченій олії. Так обсмажують овочі, наприклад, для борщу. Турецька страва, схожа на пельмені – «душвара», спочатку трансформувалася у вареники, які згодом стали відомими як українські вареники з характерною національною начинкою: сиром, картоплею, капустою, цибулею, шкварками або із вишнями. Сьогодні існує безліч начинок для вареників, що дає можливість розгулятися фантазії та догодити будь-яким смакам. Дроблення продуктів, що знайшло вираження в різних українських «січениках» - котлетоподібних страв з фаршів (січеного, подрібненого м'яса, риби, овочів, грибів і т.д.) було запозичено із німецької кухні.

На всі народні кухні перш за все завжди впливає і конструкція місця, де готується їжа, тобто, домашнє вогнище. Таким місцем в Україні була «вариста піч» – кострище закритого типу [16].

Тому варіння, смаження та тушкування є найпоширенішими методами, що використовуються в українській кухні. Навіть у козаків, коли вони впольовували дичину, то варили з неї юшку (бульйон), а не смажили на рожні, як це було поширено серед німців та інших народів.

Умови існування українського народу, як кліматичні, так і географічні, були настільки різноманітними, що давали змогу харчуватися продуктами і рослинництва, і тваринництва. Уже під час існування трипільської культури, а це приблизно 5 тисяч років тому, яку унаслідували слов'яни, населення знало

і пшеницю, і ячмінь, і просо. Жито ж з'явилося близько тисячу років тому, тобто, набагато пізніше вищезазначених культур. Абсолютно різноманітним меню зробили розведення великої рогатої худоби, рибальство і полювання, хоча м'ясні страви в народі вважалися святковими ще до початку минулого століття.

Щодо вибору інгредієнтів, то, на контрасті до східних кухонь, у нашій обиралися ті, що підходять саме для української кухні. Наприклад, культивувати вживати в їжу жирну свинину, сало, стали українські козаки в 16-17 століттях. Водночас споживання української яловичини, поширеної серед найближчих сусідів, було відносно низьким. В Україні яловичину вважали нехарчовою худобою, а скоріше тягловою, робітничою, м'ясо якої вважалося не тільки жорстким і не смачним, але й абсолютно нечистим (пітним) [17].

Проте, все ж таки, в Україні набували поширення деякі іноземні продукти, як ось, наприклад, рослинне масло – олія. Його імпортували з Греції, яка мала тісні релігійні зв'язки з українськими землями, і вважали ціннішим за тваринне масло. З іншого боку, баклажан, який вживався в турецькій кухні і чудово дозрівав на півдні України, не використовувався в українському національному раціоні, як «бусурманський» (але, все одно увійшли у кухню донщини).

Нижче наведені принципи відбору харчової сировини, які були спільними для українців незалежно від місця їхнього проживання у XVII-XIX століттях, і надали українській кухні характерної одноманітності, оригінальності та неповторності [19].

Автентичність української національної кухні виражається:

- по-перше, у наданні переваги використанню у стравах таких продуктів, як, наприклад, пшеничне борошно, сало, свинина, буряк, і деяких інших;
- по-друге, існують особливості техніки приготування страв. Наприклад, численні інгредієнти, що входять до складу страви, піддаються комбінованій

тепловій обробці на тлі моно-продукту, який є головного і ключовим у даній страві [21].

Свиняче сало-найулюбленіший продукт українців, який можна їсти як самостійну страву, наприклад, у вигляді шкварок, або солити чи використовувати як приправу чи жирову основу для різних страв. Таке ставлення до свинини робить українську кухню схожою на західнослов'янську. Сало можна їсти солоним, смаженим, копченим, вареним, на салі можна готувати, шпигувати різноманітне м'ясо, де немає жиру, його навіть використовують у солодких стравах, з'єднуючи з цукром, патокою та шоколадом. Сучасні українські кондитери та повари, аби вразити своїх відвідувачів, створюють різноманітні кондитерські витвори, наприклад цукерки із сала в шоколаді.

Після сала, на другому місці, для українців були та й є городні і дикі овочі та фрукти. Їх можна вживати у виді гарнірів до жирної м'ясної їжі або подавати як самостійні страви. Звичайно, на першому місці серед овочів стоїть буряк. Його можна вважати національним овочем, який їдять не тільки у свіжому, але й у квашеному вигляді. Також, який борщ без буряку. Його можна або попередньо пропасерувати або додати у квашеному вигляді. Борщі в Україні готуються у будь яку пору року [22].

Як вже зазначалося, найвідмітнішою рисою для технології приготування страв в українській кухні є комбінована тепла обробка. Це процес, коли сирий продукт рослинного або тваринного походження спочатку піддається легкому обсмажуванню, або, як кажуть українці, «пасеруванню», а вже потім, після цього, він піддається більш тривалій тепловій обробці, наприклад, варінню, гасінню або запіканню.

Із технологічних прийомів приготування їжі увагу на себе звертають перетирання, шинкування та інші способи подрібнення сировини, зокрема м'яса. Саме тому в українській національній кухні існують різноманітні рулети (завиванці), запіканки, крученики з м'ясним фаршем і «січеники», фаршировані страви [27].

У значній мірі, як і більшість кухонь з багатим історичним минулим, українська у значній мірі регіональна. Так, східноукраїнська кухня і більшості своїй відрізняється від західноукраїнської. Вплив турецької кухні на буковинську, угорську, гуцульську та вплив російської кухні на слобідську взагалі не підлягає сумніву. Найбільш різноманітною є кухня центральної частини України, особливо, областей центра Правобережжя. Той же відомий всьому світові український борщ практично в кожній області готується по своєму, особливому рецепту, що вже казати про сімейні рецепти.

Також не можемо зауважити, що українська кухня завжди вважалася однією з найкорисніших. На те є щонайменше три причини. Перша причина полягає в тому, що вона поєднує три страви, які подаються за обідом. Значення кожної страви вивчалось свого часу І. Павловим. Ним було встановлено, що рідкі страви, які у нас подаються на «перше», готують шлунок до прийому та перетравлення більш ситних других страв через привнесення до нього особливих речовин. Сприятливий ефект доповнюють десерти. Вони в українській кухні містять максимум фруктів або ягід, завдяки чому збагачують організм мікроелементами та вітамінами. Друга причина – багато українців тримають пости. Вони навмисно відмовляються від вживання молочних, м'ясних, рибних та надмірно жирних страв на декілька тижнів. Через це організм очищується та має змогу омолодитись. Третьою причиною можна вважати той факт, що у нашій кухні є величезна кількість рецептів рідких страв таких як борщі, супи, юшки, розсольники тощо. Як зазначалося, вони сприятливо впливають на травлення [30].

Отже, можна зробити висновок, що українська кухня завжди вважалася однією з найрізноманітніших та найбагатших кухонь якщо не світу, то Європи. Процес її розвитку зайняв декілька століть. За цей період вона змогла запозичити кілька іноземних страв і, довівши технологію їхнього приготування до своєї, української досконалості, поділитися ними з усім світом. Про страви української кухні у різні періоди розповідали письменники та поети у своїх творах. Сьогодні ж найвідоміші та знамениті шеф-кухари із

задоволенням готують їх і подають у найкращих та найвишуканіших ресторанах по всьому світу.

1.2 Особливості організації сучасної української кухні

Сьогодні українська кухня в житті українців пострадянського простору займає особливе місце, оскільки в більшості своїй вона пов'язана із ненькою, зі спокоєм, смачними вечерьми та навіть умиротворенням. В повному складі родина, як правило, зустрічається саме на кухні, за кухонним столом, тому тут проходять душевні бесіди, вирішення багатьох питань і, навіть, приймання життєво важливих рішень, не кажучи вже й про те, що «найполітичніше» місце в домі – також кухня. Якщо трохи змінити відомий вислів, то можна сказати, що шлях до фізичного і душевного здоров'я в сім'ї, до злагоди і миру в домі лежить саме через кухню [42].

Можливо, сучасна українська кухня в повсякденному житті нашої людини має і не першорядне значення, але, все ж таки, є місцем, де вона проводить доволі велику кількість часу, тому і є предметом пильної уваги.

З середини 1990-х рр., з приходом у суверенну Україну верств населення з необхідними бюджетними коштами та бажанням розвивати приватний харчово-оздоровчий бізнес, було оновлено посилене функціонування мережі ресторанів національної, української, кухні. Відвідування закладів ресторанної індустрії та закладів відпочинку з яскраво вираженою національною специфікою та естетично-художня насолода від інтер'єру закладу є цілком природніми явищами для сучасних українців [46].

Перспективною складовою функціонування туристичних послуг є послуги центру гастро-розважальної індустрії. Крім національних кулінарних традицій, заклади ресторанного господарства є своєрідним свідченням гостинної культури окремого міста і всієї держави, вільного і щасливого розвитку країни [34].

Безумовно важливо розумно оцінити онтологію та значення у налагодження стосунків між суспільством та індивідом і розмежувати «свого» та «чужого» згідно з етно-соціальними і культурними відмінностями для розуміння феномену їжі та того, як цей феномен працює у сучасному суспільстві.

Сьогодні ресторанне господарство – це матеріалізована форма господарської діяльності суб'єктів господарювання з надання специфічних послуг у напрямку задоволення потреби людини в їжі під час її дозвілля. Здійснюється ця діяльність за рахунок коштів загальної системи коштів підприємства (установи) ресторанного господарства. У цій організаційно-виробничо-збутовій ланці виготовляються та реалізуються певні харчові продукти власного виробництва для споживачів, а доповнюють цей процес завдяки надання послуг з організованого дозвілля [24].

Технології ресторанного господарства пропонують інноваційні форми організації виробництва, наприклад, раціональне поєднання трудових і людських ресурсів за умови організації спеціальних виробничих приміщень для надання ресторанних послуг з новими якісними рисами. Важливою і спільною рисою всіх інноваційних форм організації виробництва є те, що створюється можливість безпосереднього контролю за приготуванням страв

Інноваційні форми організації виробництва як технологія індустрії харчування передбачають раціональне поєднання праці та трудових ресурсів за особливих умов організації виробничого простору для надання ресторанних послуг з новими якісними характеристиками. Надзвичайно важливою і спільною рисою всіх інноваційних форм організації виробництва є те, що вона створює можливість безпосереднього контролю за приготуванням страв.

Процес організації виробництва кулінарної продукції у підприємствах ресторанного господарства можна поділити на такі види, залежно від рівня емпіричного пізнання інновацій:

- «Fresh-time» – приготування їжі на очах у відвідувачів, так зване замовлення з-під ножа;

- «Show-cooking» – кулінарні шоу під час приготування страв;
- «Front cooking» – відкрите виробництво» [21].

Наразі на нашій кухні успішно спеціалізуються фірми «Пузата хата», «Львівські круасани», «Два гуся», «Швидко», «Фрешлайн», «Українське бістро», «Реберня», «Матусина хата», «Три товстуни». Акцент на національно-культурні традиції знайшов своє відображення в організації внутрішнього середовища закладів харчування і відпочинку, і в розробці репрезентативного меню української кухні, яке поєднує обслуговування в приємній обстановці з можливістю для людей насолодитися приємним спілкуванням.

Незважаючи на певні недоліки в українському ресторанному менеджменті, все більше ресторанів і кафе використовують національну кухню України як інструмент брендингу. Таким чином, збереження традиційної культури харчування як важливої складової певних ментальних структур і визначає сферу щоденного раціону українців [22].

Вивчення тенденцій розвитку української культури харчування акцентує увагу на тому, що лише орієнтація на багатовікові національно-культурні традиції харчування українського народу дозволяє в майбутньому мати позитивні перспективи для ресторанно-рекреаційного бізнесу нашої країни з використанням та просуванням високоякісної кулінарії та продуктів харчування, обладнання, посуду та сервірувальних аксесуарів, новітнього розважального оформлення, впровадження програм лояльності, високопрофесійного, на рівні вимог належної морально-етичної культури індивідуального обслуговування споживачів та інших привабливих елементів у вдосконаленні ресторанного бізнесу

Сьогодні існує надзвичайна різноманітність і плинність символічних значень, які використовуються у виробництві, просуванні та споживанні їжі, іноді приймаючи хаотичні, колажні форми. Елементи соціальної пам'яті, що зберігаються в надрах культурної свідомості, рекламуються, актуалізуючи архаїчні значення їжі. Так, символічний зв'язок між їжею та сексуальністю часто фігурує в сучасній рекламі. Водночас з'являються нові міфологізовані

уявлення, до яких, зокрема, відноситься сконструйований ЗМІ та рекламою міф про «здорове харчування» [8].

Напівфабрикати, невибаглива домашня кухня мають низький семіотичний статус, виконуючи, перш за все, функцію тамування голоду. Проте в процесі виходу з цього повсякденного простору у віртуальний світ масової культури та індустрії дозвілля головною стає символічна функція їжі. Престижність, значущість того чи іншого продукту пов'язана, перш за все, зі способом його споживання - диференційованим (ресторан з індивідуальним вибором споживача) або уніфікованим (швидке харчування). Так, в модних і дорогих барах-ресторанах їжа не є основною розвагою. Важливу роль тут відіграє саме особлива атмосфера, яка свідчить про функцію відпочинку та ідентифікації: їжа та різноманітні способи її споживання є невід'ємною частиною індустрії дозвілля. Людина в таких ресторанах отримує задоволення не стільки від фізіологічного процесу прийому їжі, скільки від символічного контексту. Образи та символи, які замінюють реальні харчові продукти, відсилають до інших віртуальних образів, об'єднуючи в собі хоч і хаотичний, але самодостатній, гіперреальний світ успіху та щастя [9].

Сучасний ресторанний бізнес переживає справжні випробовування та дивує своєю стійкістю та згуртованістю. Повномасштабна війна зробила ситуацію на ринку індустрії гостинності надзвичайно складною, вона трансформувалася у неспроможність рестораторів займатися стратегічним плануванням розвитку свого закладу на довгострокову перспективу, а лише на короткий термін.

На сьогодні ринок ресторанного бізнесу скоротився приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 року. У деяких регіонах ринок скоротився більш ніж на 50% (Харківська, Миколаївська, Запорізька та Луганська області), у Києві, Одесі та Дніпрі – до 30%. З іншого боку, позитивні тенденції спостерігалися в західних регіонах, де кількість ресторанів і кафе зросла приблизно на 30% у Львівській області, а також приблизно на 20% у Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях [38].

Ресторанні інвестори починають визнавати західноукраїнські міста як вигідні місця для відкриття нового бізнесу. Прикладів зовнішньої експансії поки що небагато. «Українська Ресторанна Асоціація» вважає, що ресторанний бізнес у Чернівцях, Львові та Івано-Франківську розвивається краще, ніж у багатьох інших містах України. Ці міста знаходяться у кращому становищі, ніж центральні, східні та південні регіони.

За словами власників ресторанної асоціації, ринкова ціна впала більш помітно до початку літа. Однак у червні 2022 року ресторани почали відкриватися в Києві та західних регіонах. Загалом відкрилося понад 2000 ресторанів. Найбільш інтенсивно з початку війни розвивався ресторанний ринок Львова, де відкрилося понад 500 нових закладів. Серед західноукраїнських міст Львів є найбільш космополітичним та жвавим. Засновники також підкреслили, що говорити про «релокацію» ресторанів наразі некоректно [13].

Згідно з даними системи обліку ресторанів «Poster», у квітні українські ресторатори надавали перевагу меншим і гнучкішим форматам, таким як кав'ярні, кафе, пекарні та фаст-фуд. Бари були найгіршим сектором з точки зору тенденцій відкриття у квітні. У той час як кількість нових кав'ярень була вдвічі меншою, ніж торік, кількість нових барів та пабів була меншою в чотири рази. Це відбулося в основному через заборону на продаж алкоголю практично по всій Україні. У закладах буде проста і зрозуміла їжа. Пов'язано це з тим, що для приготування таких страв наразі немає проблем із продуктами, а домашня їжа сама по собі доволі дешева. Італійська та азійська кухні були в тренді протягом деякого часу, але імпорт сировини зараз дорожчий через валютні курси.

Наразі ресторанний менеджмент чітко розділений за регіонами. Про заклади, які розміщені в окупації, поки що не йдеться, оскільки більшість із них закрилася, а якась частина ще намагається якось працювати. Є міста, які сильно постраждали, наприклад Харків, який вважають ресторанним містом. У Києві від початку повномасштабної війни третина ресторанів закрита –

багато киян так і не повернулися до міста, незважаючи на розгром і відступ російської армії з-під столиці.

Тенденції щодо впливу пандемії Covid-19 на сферу послуг також є актуальною темою сьогодення. Тому необхідно сформулювати думки щодо того, як покращити діяльність готельно-ресторанної індустрії в Україні. Зараз карантинні заходи мають як позитивний, так і негативний вплив на сектор HoReCa. Розглянемо основні недоліки та переваги поточного стану справ підприємств ресторанного господарства, спричинені пандемією. Ці трансформації показані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Досвід дослідження впливу пандемії Covid-19 на сектор HoReCa

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Переоснащеність систем розподілу продуктів харчування	Високий рівень банкрутства в HORECA
Створення діджиталізованих систем для закладів	Втрата робочих місць і зниження доходів через зміну робочого часу
Модернізації взаємодії з клієнтами за допомогою QR-кодів та інших систем	Зменшення потоку товарів та гостей, що є основою збитків для компанії у сфері HORECA
Лояльні відносини з кожним гостем	Відсутність прямого зв'язку з клієнтами
Високі стандарти гігієни в закладах	Нові санітарно-гігієнічні стандарти та зміни в протоколах спілкування з клієнтами, які ускладнюють роботу працівників

Джерело: побудовано автором

За даними моніторингу в HoReCa в Україні до початку бойових дій готельно-ресторанний сектор розвивався з траєкторією незначного зменшення кількості готелів та інших закладів тимчасового розміщення з 8838 у 2018 році до 8127 у 2021 році. Водночас кількість закладів ресторанної індустрії у 2018-2020 роках зростає. На рис. 1.1 можна побачити тенденцію появи закладів ресторанного господарства в Україні у 2018-2020 роках.

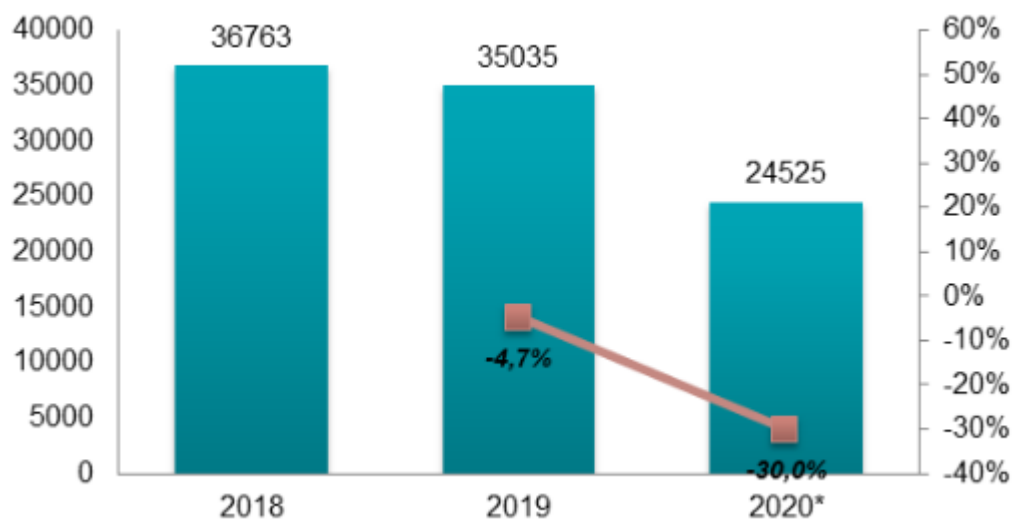


Рисунок 1.1 – Кількість закладів ресторанного господарства в Україні в 2018-2020 рр. в натуральному вираженні, шт.

Джерело: побудовано автором на основі [1]

У 2018 році під впливом фіналу футбольного чемпіонату «Ліга чемпіонів» кількість закладів харчування зросла на 4,8%, що є найвищим показником за останні роки, а вже в 2019 році почала знижуватися. У 2018 році, в той час, як кількість закладів зросла, ціни в них також підвищилися на 20-30% через зростання витрат. У 2018 році реальні доходи українців (з урахуванням інфляції) зросли на 9,9%, що значно нижче за 10-20% зростання цін у закладах ресторанного господарства за той самий період.

Основним драйвером розвитку українського ринку ресторанних послуг стали споживчі тенденції, що відображають бажання громадян збільшити свій вільний час, купуючи продукти швидкого приготування та уникаючи самостійного приготування їжі. У відповідь на цю тенденцію український сектор ресторанних послуг максимально диверсифікувався, включаючи доставку їжі, кейтеринг з розважальними програмами та інші послуги.

У 2020 році ринок HoReCa двічі скоротився, причиною чого послуговували карантинні заходи, спричинені пандемією, що призвело до зменшення зайнятості населення через масштабні скорочення.

Найбільших втрат у 2020 році зазнали ресторани та кафе у 1 та 2 кварталах, ринок скоротився більш ніж на 40% порівняно з попереднім кварталом – понад 48% у 1 кварталі та 42% у 2 кварталі. Внаслідок послаблення карантинних обмежень ситуація дещо стабілізувалася у 3 кварталі 2020 року: доходи від торгівлі зросли приблизно на 94% у 3 кварталі 2020 року та впали трохи більше, ніж на 2% у 4 кварталі 2020 року.

У 2021 році кількість кафе та ресторанів зменшилася, що значною мірою пов'язано з обмеженнями для бізнесу в період антиковідного карантину. Насамперед закривалися заклади з низькими продажами та рентабельністю. Водночас грошова ємність ринку HoReCa в Україні у 2021 році була найвищою за цей період, переважно завдяки високим цінам на продукти харчування.

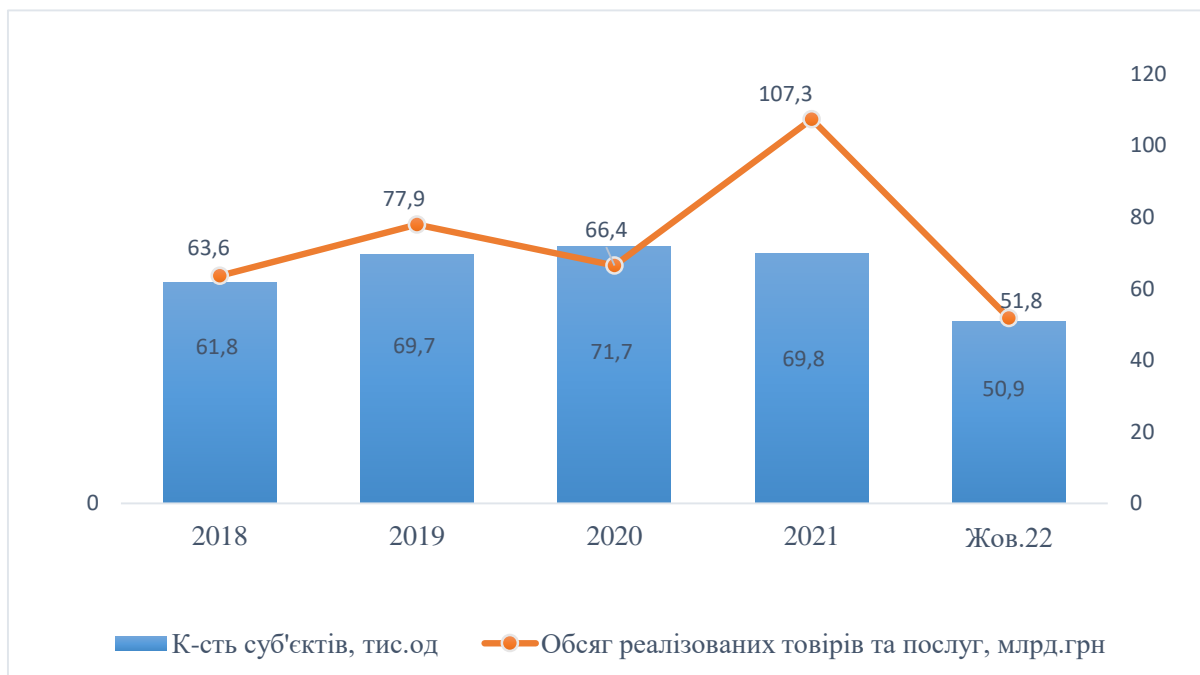


Рисунок 1.2 – Показники діяльності суб'єктів господарювання у сфері «Тимчасове розміщення й організація харчування» у 2018/2022рр.в натуральному і грошовому вираженні, тис. од. млрд. грн

Джерело: побудовано автором на основі [43]

Найбільшу частку українського ресторанного ринку за обсягом у 2020 році займали Київська область та місто Київ – понад 60%, а також Харківська, Одеська, Дніпропетровська та Львівська області.

Не можемо не зазначити, що фінансова потужність цього регіону становить понад 60% ринку, оскільки поточний розподіл кількості закладів у Києві та Київській області становить понад 1/3 всіх закладів в Україні. Згідно з даними по прогнозам від компанії «Poster», можна визначити динаміку кількості відвідувачів кафе, барів та ресторанів у 2022-2023 роках, як показано на рис.1.3:

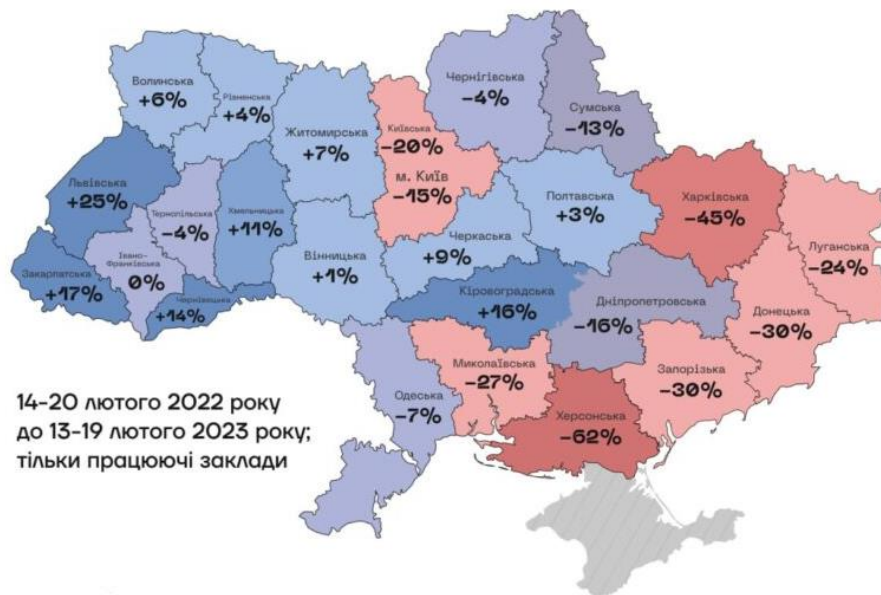


Рисунок 1.3 – Динаміка транзакції в ЗРГ (по областях) [12]

Дані цього дослідження відображають зміну відвідуваності закладів ресторанного господарства в період війни від початку російського вторгнення в Україну в лютому 2022 року до 13-19 лютого 2023 року. Також вони відображають лише транзакції підприємств, що працюють в Україні.

Згідно з даними, у лютому кількість транзакцій у закладах Києва зменшилася на 15% порівняно з 2022 роком. У той же час, трафік клієнтів у Львові зріс на 25% за той самий період.

У лютому 2023 року подібна позитивна тенденція спостерігалася майже в усіх західних та центральних регіонах України. У Закарпатській області

кількість бізнес-транзакцій зросла на 17%, у Кіровоградській – на 16%, а в Чернівецькій – на 14% порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Найскладніша ситуація склалася на півдні, півночі та сході країни. У Херсонській області трафік скоротився на 62%, у Харківській – на 45%, у Запорізькій та Донецькій – на 30%, у Луганській – на 24%. На жаль, за підсумками 2022 року загальна тенденція нових (перезапущених) кафе, барів і ресторанів в Україні, що закрилися, показує негативну динаміку: загальна кількість працюючих закладів скоротилася.

Після початку повномасштабного вторгнення росії у лютому 2022 року, споживання продуктів харчування HoReCa в Україні різко впало. Наразі більшість гравців готельно-ресторанного ринку зосереджують свої зусилля на виживанні бізнесу, а не на його розвитку.

Конкретні тенденції споживання продуктів харчування в сегменті HoReCa в Україні у 2022 році виглядають наступним чином (рис.1.4):

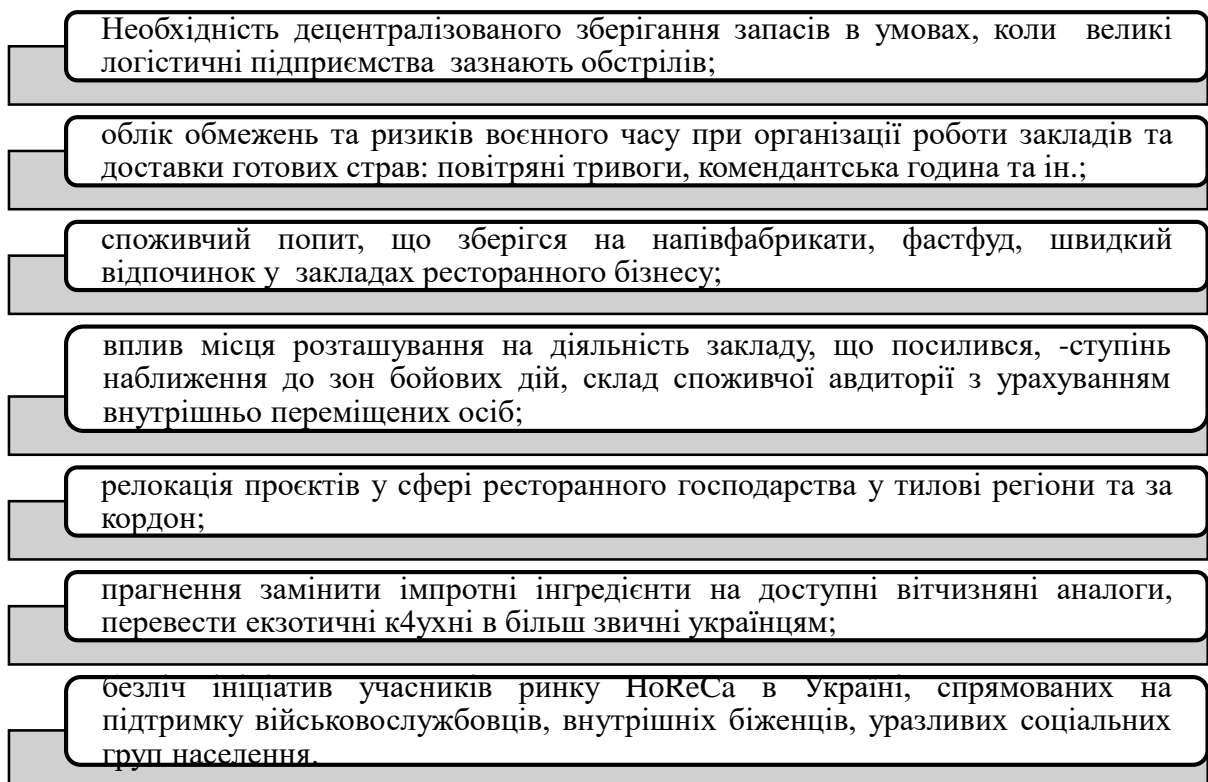


Рисунок 1.4 – Тенденції сфери споживання продуктів харчування в HoReCa в Україні у 2022 році

Джерело: побудовано автором на основі [43]

Аналіз українського ресторанного ринку показує, що якщо наша країна продовжить розвиватися в напрямку європейського рівня життя, то доходи підприємців, які інвестують в цей сектор, будуть зростати. На відміну від фаст-фуду, український ринок ресторанного бізнесу ще довго не досягне повного насичення. Навіть у Києві, який є лідером і законодавцем моди в цьому секторі, на кожні 30 осіб в кафе і ресторанах припадає одне місце в залі, в той час як в Європі середня умовна черга становить лише вісім осіб. Структура українського ринку ресторанних послуг відповідає загальним тенденціям, описаним вище та наведена на рис. 1.5.

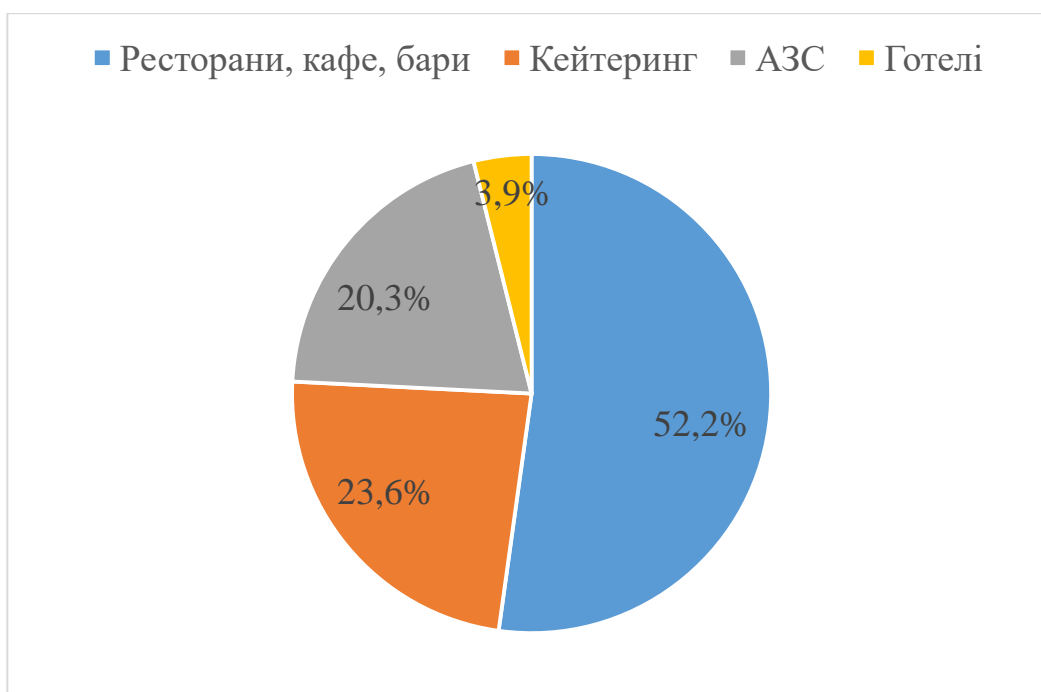


Рисунок 1.5 – Структура ринку ресторанного господарства в Україні за сегментом, %

Джерело: побудовано автором на основі [23]

У 2022 році спеціалізовані заклади харчування, такі як кафе, ресторани та бари, становлять більше половини всього ринку. Кейтеринг, який включає компанії, що забезпечують харчуванням школи та інші навчальні заклади, має частку 23,6%. Точки харчування на АЗС займають 20,3% ринку, тоді як ресторани при готелях мають частку лише 3,9%.

Хто і наскільки відсотків годує наших людей, ми розібралися, а тепер прийшла пора подивитися на реальних і потенційних клієнтів цих закладів (рис.1.6).

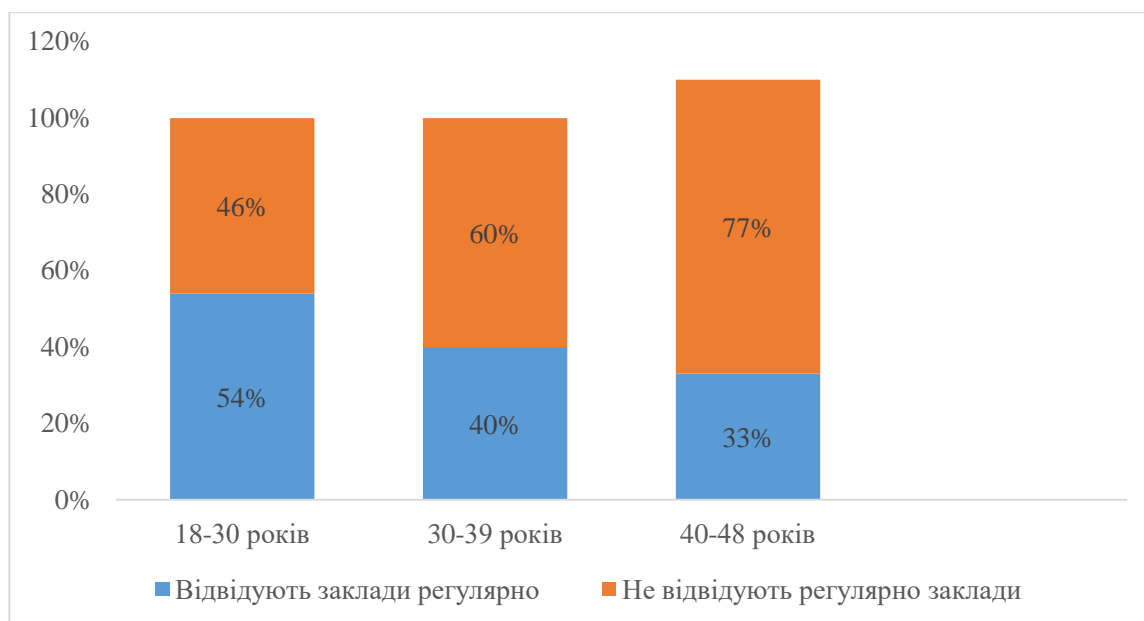


Рисунок 1.6 – Структура регулярних відвідувачів ЗРГ в Україні за віком, %

Джерело: побудовано автором на основі [1]

Аналізуючи ринок закладів ресторанного господарства, ми також звернули увагу на скептичне ставлення до якості їжі поза домом, яке притаманне українському суспільству. Серед українців поширена думка, що домашня їжа набагато смачніша та корисніша. Це переконання особливо сильне серед українців старшого віку. Зараз спостерігається, що молодь частіше втамовує свій голод поза домом, а чоловіки на третину частіше роблять це, ніж жінки.

Аналіз ринку ресторанного господарства показує, що все більше людей хочуть харчуватися поза домом. Питання в тому, де ці люди можуть поїсти. Якщо поглянути на загальну структуру ринку, то можна побачити, що найбільшу частку займають такі заклади, як кафе, ресторани, бари та фаст-фуд. Саме туди більшість людей ходять на легкі перекуси, ситні обіди чи на романтичні вечери (рис.1.7).

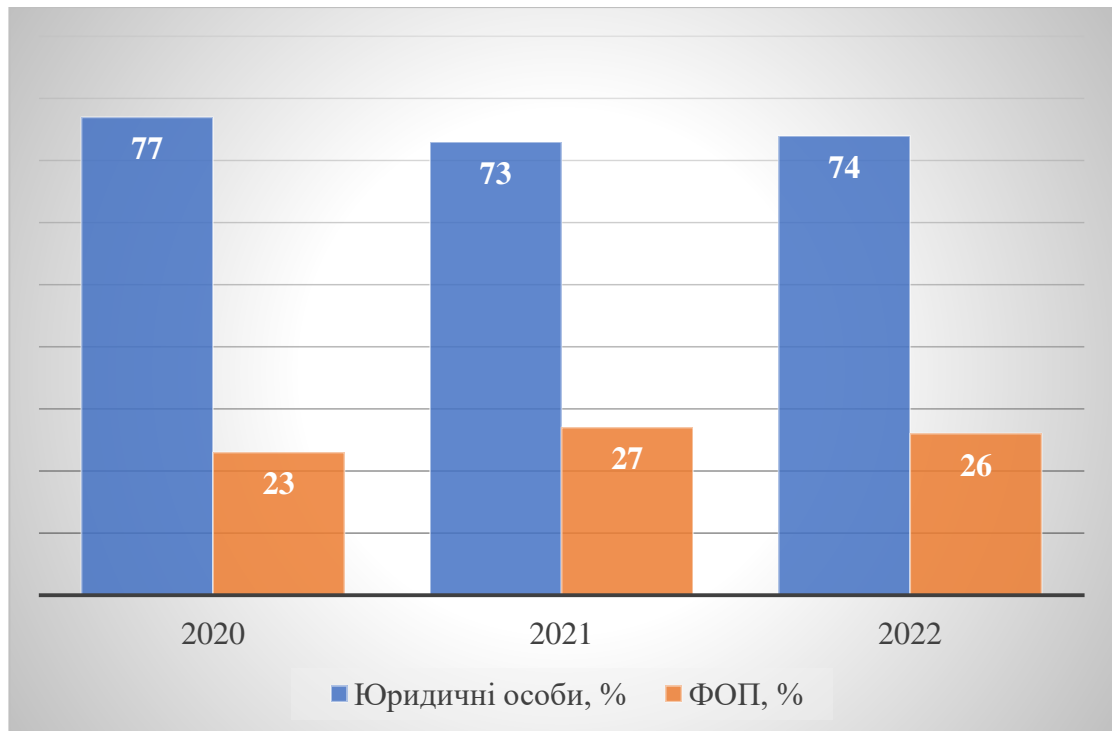


Рисунок 1.7 – Частка ФОП в ємності ринку ЗРГ в грошовому вираженні, %

Джерело: побудовано автором на основі [23]

Звідси робимо висновок, фінансово домінувати продовжують великі суб'єкти ринку, багато з яких об'єднані в мережі.

Заклади з власним неповторним стилем і атмосферою приваблюють своєю незвичайністю, потоком нових вражень, який вони обрушують на клієнта, який зазирнув до них. Придумати і реалізувати вдалу концепцію - запорука паломництва туристів і місцевих жителів. В основі концептуального ресторану може бути все що завгодно, саме, здавалося б, несподіване, і навіть не обов'язково дороге.

Багато закладів ресторанного господарства зараз продовжують безкоштовно готувати, фасувати продуктивні набори, збирати та зберігати продукти для військових, ДСНС, тероборони, лікарень та для місцевих громад. Низка інших закладів продовжують працювати по всій Україні, підтримуючи економічну систему країни, надаючи робочі місця та інші пожертви, зокрема фінансову допомогу.

Показники багатьох підприємств ресторанного господарства майже повернулися до довоєнного рівня. Заклади продовжують відкриватися, а власники не лише відновлюють свою діяльність, а й відкривають нові як в Україні, так і по всьому світу. Перевага надається кафе, кав'ярням, пекарням та закладам швидкого харчування [14]. Однак, окрім воєнних дій на нашій території, ситуація ускладнюється новою хвилею Covid, що є ще одним важливим фактором, який впливає на підприємницьку діяльність ресторанного господарства. Тому доцільно визначити напрями організаційної діяльності таких закладів в Україні під час карантину у стані війни (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Напрями організації роботи підприємств ресторанного господарства
під час карантину у стані війни

Тенденції воєнного часу	Вимоги під час карантину
Зміна графіку роботи (робочих годин)	Карантинні заходи
Зменшення кількості обслуговуючого персоналу (офіціантів)	Організація миття, обробки та використання столових приборів та посуду
Скорочення кількості страв в меню	Мінімізація контакту з меню та офіціантами(використання Qr-кодів)
Розширення обсягу послуг ресторанного господарства	Створення безпечного простору

Джерело: побудовано автором на основі [20]

Протягом більш, ніж року після початку війни в організації бізнесу закладів ресторанного господарства в Україні спостерігаються такі тенденції:

- скорочення меню (приблизно на 40%), зміна кількості страв та технологій їх приготування через підвищення цін на продукти, скорочення асортименту імпортованих продуктів та зменшення кількості клієнтів, які відвідують заклади ресторанного господарства;
- відбулося зменшення кількості обслуговуючого персоналу (офіціантів) у зв'язку з зменшення кількості гостей (без зміни якості обслуговування);

- збільшення кола послуг закладів ресторанного господарства, включаючи комплексні обіди, продуктові набори та доставку їжі;
- зміна графіку роботи з урахуванням місцевих комендантських годин;
- підвищення кваліфікації робочого персоналу: вміння спрацювати в стресових ситуаціях (під час повітряної тривоги);
- вміння забезпечити максимальний комфорт відвідувачам, швидко організувати їх пересування до безпечного місця.

Нижче наведена інструкція з організації роботи закладів ресторанного господарства під час карантину:

- 1) облаштувати територію з точки зору епідеміологічної безпеки;
- 2) мінімізувати всі контакти;
- 3) організувати роботи мийних столового посуду;
- 4) базовий епідемічний контроль [11].

На нашу думку покращити та мінімізувати негативні наслідки у сфері послуг та адаптуватися до сучасних умов роботи в період послаблення карантинних обмежень можна. У ресторанах можна надати можливість резервування столиків і замовлення страв перед входом через онлайн-платформи або додатки, що дозволяють клієнтам уникнути переповнених залів і зменшити контакт з персоналом. Також варто враховувати можливість розширення простору на вулиці або терасу для дотримання соціальної дистанції та забезпечення більш безпечного середовища для гостей.

Ресторани можуть використовувати Qr-коди замість меню та портативних кіперів. Це виключить передачу мікроорганізмів через паперові меню і прискорить передачу замовлень на кухню і в бар. Отже, враховуючи весь вищевикладений досвід пандемії Covid-19 та вплив війни на діяльність сектору HoReCa, можна підсумувати, що криза змусила сферу послуг і весь світ модернізувати та оптимізувати роботу бізнес-процесів та технічного оснащення [39].

Таким чином, сектор ресторанних послуг в Україні перебуває в стадії стагнації. Для збереження та розвитку харчової промисловості важливим є надання державної підтримки (наприклад, законодавчої, податкової тощо), забезпечення організаційної гнучкості менеджменту підприємств харчової промисловості, здатності стрімко реагувати на кризові ситуації та зміни споживчого попиту, а також розробляти та впроваджувати інноваційні технології для виведення підприємств з кризи та їх ефективного функціонування.

Можемо зробити висновок, що обстріли, міграція населення, падіння зарплат та підвищення рівня безробіття не дозволили в повній мірі українцям повернутися до колишнього способу життя і звичок, зокрема, до відвідування закладів індустрії гостинності та розваг. Під час карантину люди не могли або не хотіли ходити в ресторани через ризик заразитися коронавірусом, але з початком повномасштабної війни в Україні відвідування закладів ресторанного господарства повністю зникло з порядку денного сотень тисяч українців. Проте, можемо упевнено сказати, що після перемоги України ресторанний бізнес буде розвиватися не тільки в західній і центральній частинах країни, але і в східній, північній та південній. Тільки вірою в перемогу та невтомною працею всі українці зможуть наблизити цей величний для України день.

1.3 Значення зірки Мішлен для ресторану української кухні

Сучасна індустрія ресторанного господарства розвивається під впливом різноманітних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Гастрономічний туризм цікавий і корисний для туристів, які хочуть долучитися до культури певної країни через її національну кухню, або для людей, які використовують гастрономічний тур з пізнавальною метою, а також

представники туристичних компаній, які вивчають даний туристичний напрямок з метою його популяризації серед користувачів [48].

Зірка Мішлен присуджується вже понад 100 років. Її історія сягає початку 20-го століття, коли Андре Мішлен, президент шинної компанії, хотів допомогти водіям і опублікував путівник. Книга містила перелік автостоянок, станцій технічного обслуговування, готелів та кафе. Спочатку зірочка біля назви кафе означала лише високі ціни. Цей путівник розміщували на автозаправних станціях. Через тридцять років концепція була дещо змінена, і ресторанний рівень був представлений трьома зірками. Втім, навіть одну мішленівську зірку отримати не так просто. Гід – це просто маркетинговий інструмент, розроблений 100 років тому виробниками шин, щоб заохотити водіїв більше їздити між містами, швидше зношувати шини та купувати нові.

«Червоний гід Michelin», який публікується щороку, містить тисячі і тисячі готелів, кафе, барів і ресторанів. Однією зіркою відзначаються цікаві заклади з хорошим обслуговуванням, смачною їжею, відносно чистими туалетами [7].

«Зірка Мішлен» – один з найвідоміших і найвпливовіших ресторанних рейтингів у світі. Всі критерії рейтингу є комерційною таємницею Мішлен, але відомо, що головним критерієм є висока якість їжі. Атмосфера, обслуговування, дизайн інтер'єру та цінова ніша – все це має другорядне значення по відношенню до страв, які подаються в ресторані [24]. Путівник присвоює зірки лише дуже спеціалізованим ресторанам. У таблиці 1.3 наведено статистику мішленівських зірок у 2021 році.

Таблиця 1.3

MICHELIN Guide France 2021 року в цифрах

Ресторани, які мають зірку/и	106
3*	30 +1 новий
2*	74 + 2 нових
1*	543 + 54 нових

Продовження таблиці 1.3

нові ресторани MICHELIN Green Star	33
ресторани Bib Gourmand	524 + 72 нових
ресторани MICHELIN Plate	2093 + 164 нових

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Система оцінки якості зірками спочатку були простими. Ресторани з відмінною кухнею отримували одну зірку і включалися в путівник. За останні 100 років рейтинг став більш складним, з одного боку, і більш демократичним, з іншого. Нинішня рейтингова система поділяє ресторани на три категорії (рис.1.8).

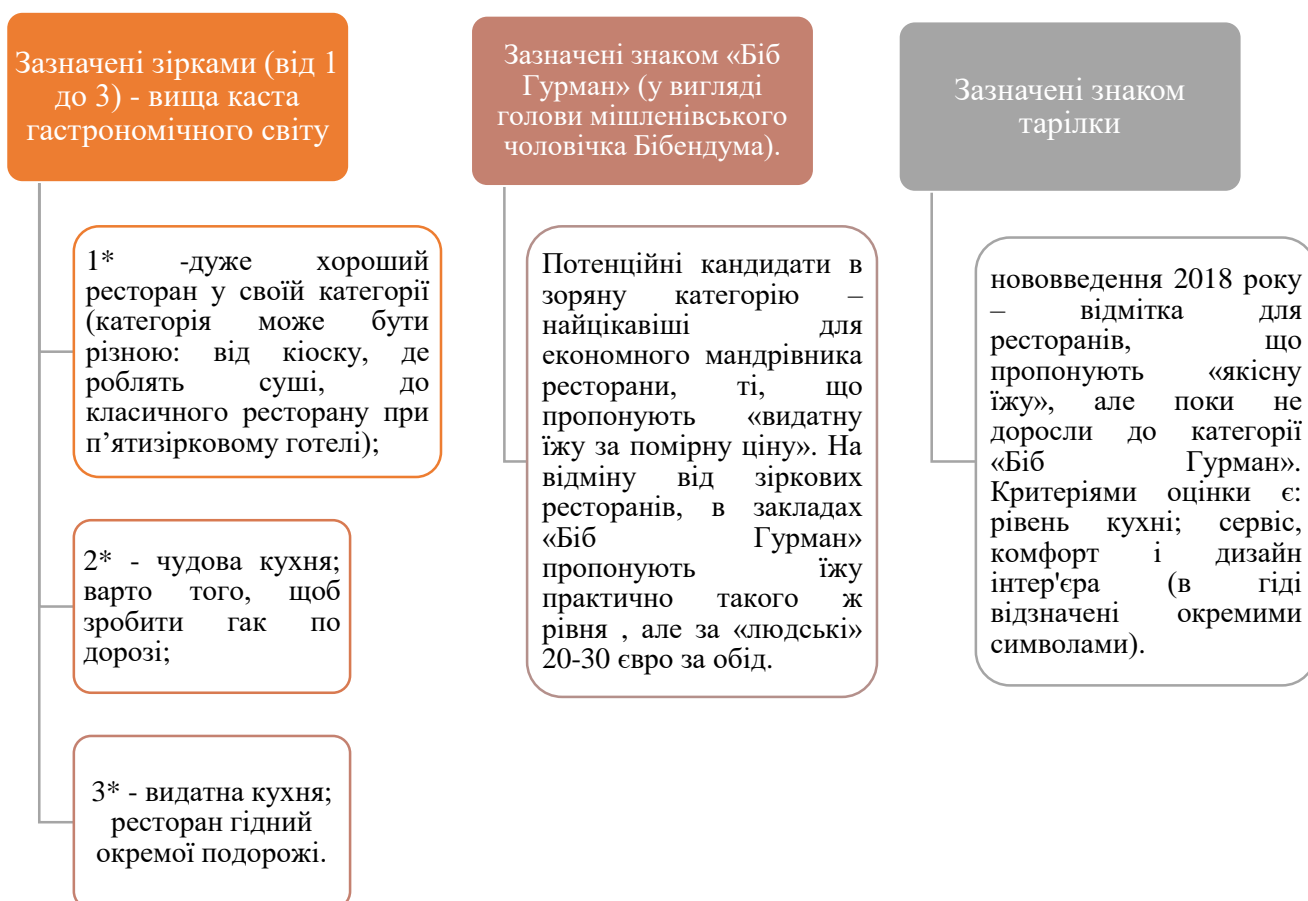


Рисунок 1.8 – Рейтингова система Мішлен

Джерело: побудовано автором на основі [24]

Як відомо, в основі гастрономічного туризму лежить харчова промисловість і кулінарні особливості конкретної країни, часто так званого «туристичного магніту». Згідно з дослідженням Global Data Consumer Survey 2021 року, із загальних витрат на подорожі в розмірі 1,1 трильйона доларів на послуги харчування припадає 278,9 мільярда доларів, простими словами, чверть витрат на подорожі припадає на їжу [18].

Оскільки сектор гастрономії сьогодні є одним з найпопулярніших, розглянемо деякі особливості просування цього бізнесу в розвинених країнах. Наприклад, у жовтні 2021 року в бельгійському місті Антверпен відбулася церемонія визначення найкращих ресторанів світу за версією The World's 50 Best Restaurants 2021 [48].

Золоту нагороду отримав данський ресторан «Noma», відкритий у 2004 році шеф-кухарем Рене Редзепі. [41]. Заклад був визнаний британським журналом «Restaurant» найкращим рестораном світу протягом останніх п'яти років. Він також був нагороджений трьома зірками Мішлен. Ресторан пропонує страви скандинавської кухні, які складаються виключно з органічних, сезонних інгредієнтів зі Скандинавського регіону і були визнані кращими світовими гастрономами.

Ресторан «Geranium» у Копенгагені, Данія, посідає друге місце у списку ресторанів, які готують лише з натуральних, свіжих інгредієнтів. Власники ресторану Расмус Кофед і Сорен Ледет визнані кращими шеф-кухарями Данії. Основне меню представлено стравами скандинавської кухні [37]. Вражаюче і неординарне скандинавське меню, креативний дизайн страв, модернізація старовинних рецептів, незвичайний дизайн і лаконічний інтер'єр. Особливістю ресторану є відкрита кухня. Кожен гість може особисто спостерігати за всім процесом приготування, від вибору продуктів до оригінальної презентації.

Бронзу віддали «Asador Etcheballi», іспанському ресторану, розташованому у сільському кам'яному будинку, збудованому в 1990-х роках шеф-кухарем Віктором Аргінонісом. Їжу готують на відкритому вогні,

використовуючи дрова та деревне вугілля, і навіть десерти готують на грилі. «Asador Etcheballi» – це ресторан, який зберігає багатовікові традиції західноєвропейської кухні [36].

Четверте місце займає «Central Restaurante» – п'ятизірковий флагманський ресторан Віргіліо Мартінеса Веліса – перуанського шеф-кухаря, який являється ще й майстернею для дослідження та інтеграції місцевих перуанських інгредієнтів у меню ресторану [46]. Цей заклад відомий своєю сучасною інтерпретацією та подачею перуанської кухні. Тепла і дружня атмосфера доповнюється привітним англомовним персоналом, який допоможе з вибором страв і напоїв.

До п'ятірки лідерів увійшов ресторан чудового міста Барселона – «Disfrutar», що в перекладі з іспанської означає «задоволення». Одразу три шеф-кухари: Оріоль Кастро, Матеу Касанаста Едуардо Катурку є співвласниками ресторану. Сучасна авангардна кухня «Disfrutar» популярна як серед гурманів, так і серед звичайних туристів, і представлена трьома дегустаційними сетами з 18, 25 і 32 страв. На одній із сторінок меню написано «Наша мета – дивувати та надихати гастрономією [26].

Зірки та рекомендації дають лише ресторанам, а не шеф-кухарям. Michelin – це не про високу кухню. Це про звичайні ресторани, які поступаються багатьом харківським та київським ресторанам за рівнем обслуговування та якістю їжі. І це при тому, що в Україні немає ресторанних шкіл. Молодим кухарям немає де вчитися, і вони змушені їхати на навчання в інші країни.

У найближчі кілька років гастрономічна культура в Україні продовжить розвиватися. Якщо раніше головним викликом було «відірвати» українців від плити, вивести їх з дому в місто, в ресторани та кафе, то зараз виклик полягає в тому, щоб відвести їх від суші, піци, кальяну, караоке та грузинських ресторанів до ресторанів, де подають сучасну українську кухню.

Окрім того, в Україні не дуже добре розвинений туризм. Інакше було б більше якісних місць для відвідування. Із часом українці стануть більш «європейськими» і полюблять свої національні заклади. Так само, як іспанці ходять до іспанських ресторанів, а французи – до французьких пивоварень, українці відійдуть від піцерій та суші-ресторанів і почнуть любити та цінувати своє.

Країна, в якій найбільше ресторанів, які отримали зірку Мішлен, - це Франція. У Франції в цілому 632 ресторани, які мають зірки Мішлен. 74 з цих ресторанів отримали щонайменше дві зірки Мішлен, а 29 ресторанів отримали загалом три зірки. 3 зірки Мішлен-це найбільше, що може отримати ресторан, і ресторану потрібна величезна робота, щоб заслужити це бажане звання. У путівнику Мішлен налічується загалом 600 зіркових ресторанів (рис. 1.9):

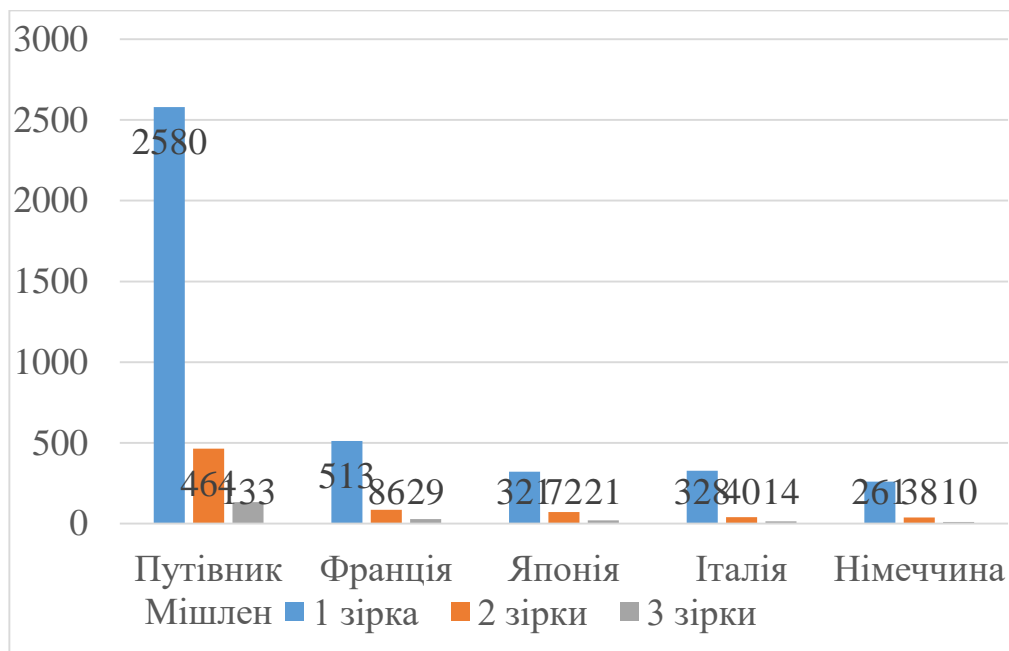


Рисунок 1.9 – Порівняння Путівника Мішлен з зірковими ресторанами Парижу

Джерело: побудовано автором на основі [28]

У 2021 році у всьому світі з однією зіркою знаходяться 2580 ресторанів, 464 з двома та 133 з трьома. Найбільше закладів у Франції: три зірки – 29, дві – 86, одна зірка – 513, всього - 628, а також у Японії: три зірки – 21, дві – 72,

одна - 321, всього 414. Італії: три зірки – 14, дві – 40, одна зірка – 328, всього - 374. Та Німеччина, три зірки – 10, два – 38, одна зірка – 261, всього – 309.

«Червоний Гід» В Україні не випускається з кількох причин:

- по-перше, ми маємо погані дороги, а шини «Michelin» не продаються у великих кількостях.

- по-друге, туризм недостатньо розвинений. Україна наразі не є популярним напрямком.

- по-третє, платоспроможність і гастрономічні смаки наших людей доволі низькі. Ціна вечері в ресторані з мішленівськими зірками коливається в межах 200-300 євро на людину.

Є багато й інших країн, в яких також знаходяться ресторани, відзначені зіркою Мішлен. До таких країн, які займають кілька перших місць, відносять Італію, Німеччину та Іспанію. Сполучені Штати займають 6-е місце за кількістю ресторанів Мішлен у світі, всього їх 193. У Сполучених Штатах, Каліфорнії, Нью-Йорку, Іллінойсі та Вашингтоні, округ Колумбія, є ресторани, які отримали зірки Мішлен. Китай трохи відстає від Сполучених Штатів, загалом 168 ресторанів отримали зірки Мішлен. Коли мова йде про Китай, сюди входять Гонконг і Макао. Деякі інші місця в Китаї, де є ресторани з зірками Мішлен, включають Шанхай, Пекін та Гуанчжоу.

Існує ряд критеріїв, яким ресторани повинні відповідати, перш ніж вони зможуть отримати бажану зірку Мішлен (рис. 1.10).



Рисунок 1.10 – Критерії для отримання зірки Мішлен

Джерело: побудовано автором на основі [28]

Звичайно, це нагорода, яка присуджується за видатну кулінарію. Деякі з найважливіших факторів, які інспектори враховуватимуть, включають якість інгредієнтів, майстерність виняткових методів приготування та гармонію смаків. Крім того, буде враховуватися сталість якості страв з плином часу. Як правило, вони оцінюють якість страв по всьому меню, а не просто зосереджуються на фірмових стравах ресторану.

Як вже зазначалося, зірки Мішлен присуджуються ресторанам, а не шеф-кухарям. Звичайно, якість шеф-кухаря зіграє роль у тому, чи отримає ресторан зірку Мішлен. Одним з найважливіших критеріїв є те, чи відображається індивідуальність шеф-кухаря в стравах, які подаються на тарілці. Шеф-кухар може залишити один ресторан, перейти в інший ресторан і заробити ще одну зірку Мішлен. Можливо також, що друга зірка Мішлен може бути присуджена швидше, враховуючи, що шеф-кухар розуміє, що потрібно для отримання зірки Мішлен. У той же час, коли хтось залишає ресторан із зіркою Мішлен, вони не беруть зірку Мішлен із собою в новий ресторан.

Зірки Мішлен присуджуються щороку і присуджуються дуже скупю. І легко знімаються. Протягом року не відомі нікому гурмани-експерти подорожують і оцінюють Ресторани. Але не інтер'єр, не Сервіс, не ціну і не її співвідношення з якістю, не атмосферу — а саме кухню. Тому головна особа в ресторані-це шеф-кухар. Саме від нього залежить, відзначить Мішлен своєю увагою заклад чи ні.

Французька кухня відома у всьому світі. У Парижі є більше 628 ти ресторанів з зірками Мішлен. Список ресторанів надано у Додатку А. У цьому плані це одне з найуспішніших міст у світі.

Інші довгожителі тризіркової когорти розглянемо в табл.1.4

Таблиця 1.4

Довгожителі Мішлен 3 зірок

Найменування	Рік	Країна
Georges Blanc	1984	Вонна, Франція
The Waterside Inn	1985	Брей, Великобританія
L'ambroisie	1988	Париж, Франція
Arzak	1989	Сан-Себастьян, Іспанія
Le Louis XV	1990	Монако
Enoteca Pinchiorri	1993	Флоренція, Італія
Hotel de Ville	1992	Кріссьє, Швейцарія

Джерело: побудовано автором на основі [18]

Проте все ще є ресторани, які утримують найвищий статус десятиліттями. На даний момент найстаріший тризірник – La Maison Troisgros в Роані, який був оцінений трьома зірками в 1968-му, коли шефом там був П'єр Труагро. Його син Мішель і онук Сезар не упустили сімейної честі, і сьогодні La Maison Troisgros вже 53 роки зберігає високий статус. У Les Prés d'eugénie Мішеля Герара, який навіть сам з'являється на кухні, незважаючи на те що йому недавно виповнилося 87 років, три зірки з 1977 року, і цей ресторан – рекордсмен по довжині тризіркового стажу з одним і тим же шефом [18].

Ми вважаємо, що найбільш очевидним і важливим фактором успіху ресторану є грамотне поєднання національної кухні та відверто складних стилів ф'южн. Як відомо, технічний розвиток, розширення горизонтів, постійне вдосконалення і навчання – основні характеристики всіх відомих шеф-кухарів. Тому вітчизняним рестораторам варто не лише створювати відомі французькі, італійські та японські страви під західними впливами, а й інтегрувати унікальні кулінарні традиції та продукти України, модернізувати старовинні рецепти та робити кухню своєї країни неповторною та свіжою [19].

Саме цей сучасний дизайн створює ефект затишку та гостинності. Він не заважає гастрономічним насолодам, навпаки, своєю простотою і стилем

підкреслює дорожнечу і престижність обраного закладу. А основою будь-якої послуги є професійне обслуговування. Навіть ресторан з п'ятьма зірками Мішлен може справити погане враження, якщо обслуговування буде поганим, і навпаки [38].

Хоча ці елементи, безумовно, важливі для створення престижних і популярних ресторанів, ми вважаємо, що лише загальної туристичної інфраструктури недостатньо для того, щоб гастрономічний сектор досягнув глобального визнання та якісного розвитку. В результаті аналізу вищевикладеного досвіду ресторанного бізнесу в розвинених країнах та аналізу гастрономічних проблем в країні, можна узагальнити та виділити основні правила для успішного ресторанного бізнесу в Україні:

- 1) якість продукції має бути на найвищому рівні;
- 2) грамотне поєднання кухонної автентики з сучасними трендами;
- 3) стильний інтер'єр;
- 4) професійне обслуговування;
- 5) туристична інфраструктура та розвиток гастрономії взаємопов'язані і повинні розвиватися паралельно [31].

Щороку в Україні проходить значна кількість заходів, спрямованих на вшанування традицій – гастрономічних фестивалів. Вони проходять у різних куточках країни, даючи туристам можливість повністю зануритися в атмосферу місця, скуштувавши традиційні страви. Український гастротуризм – відносно молодий вид дозвілля, але має потужний потенціал для поступового розвитку. Сьогодні кожен туристичний регіон України прагне знайти свою гастрономічну особливість і розкрити її унікальність. Головним рушієм розвитку гастротуризму є тематичні фестивалі місцевої їжі та місцевих страв.

Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм активно розвивається як серйозний туристичний напрямок протягом останніх кількох років. Він є невід'ємною частиною систем гостинності в усьому світі, а туристи, які подорожують за кордон, автоматично стають його споживачами: згідно з рейтингом «50 найкращих ресторанів світу у 2021 році», гастротуризм

приваблює групи туристів з різними смаковими уподобаннями та допомагає їм краще пізнати традиції країни, місцевих жителів та культурно-історичну спадщину. Це вважається корисним у пізнанні інших культур. Україна має високий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Пов'язано це з тим, що на території України є велика різноманітність національних страв і продуктів, які цікаві для всіх туристів, які хочуть отримати нові враження і дізнатися про культуру країни. Таким чином, Україна має потенціал стати однією з провідних європейських країн із розвиненою структурою гастрономічного туризму, яка може принести значні економічні та соціальні вигоди учасникам туристичного ринку.

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТИПУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ

2.1 Розробка концептуального меню ресторану

У даній роботі розробляється ресторан сучасної української кухні на 70 місць. Ресторан буде знаходитися в місті Харків. Він буде розташований у центрі міста, на перетині вулиць Сумської та Пушкінської. Тут перетинаються дві лінії метрополітену, а середня кількість пасажиропотоку становить 50000 чоловік. Територію проєктованого закладу оточує низка природних якорів: Харківська хоральна синагога, міська рада, Харківська національна наукова бібліотека, парк Шевченка, Покровський (терасний) сквер, Харківський історичний музей, площа Конституції.

Майбутній ресторан буде володіти незабутнім фасадом і його буде видно здалеку. Потенційними клієнтами будуть шанувальники української національної кухні будь-якого віку середньої і вищої ланки і середньовікові верстви населення.

Мета роботи ресторану – організація харчування, дозвілля, проведення банкетів та інших заходів. Враховуючи сучасні тенденції турботи держави про здоров'я нації і боротьби з тютюновою залежністю українців, було вирішено позиціонувати ресторан, як ресторан, де заборонено палити.

Діюча мережа закладів ресторанного господарства м. Харкова налічує понад 400 організацій, велика частина яких розташована в Центральному районі. Процентне співвідношення типів закладів ресторанного господарства відображено на рис.2.1:

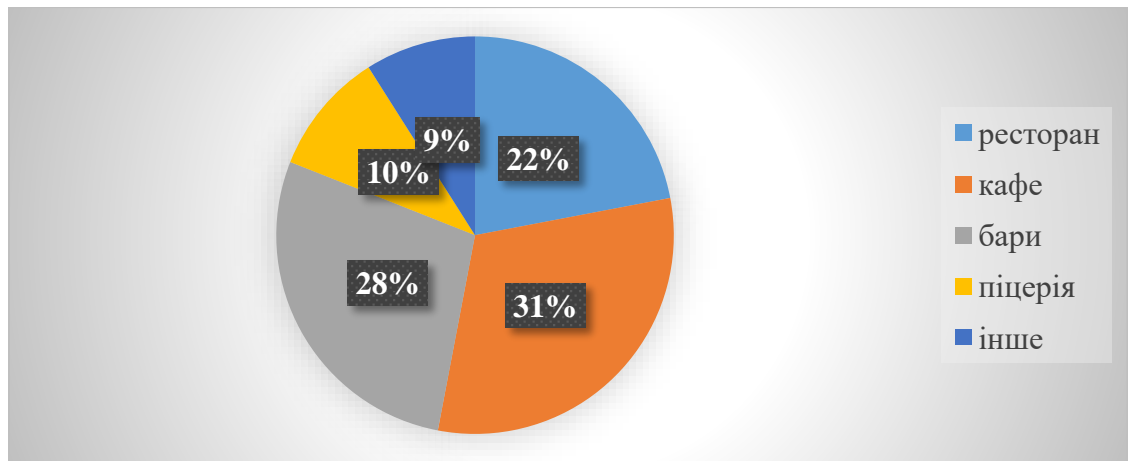


Рисунок 2.1 – Процентне співвідношення типів закладів ресторанного господарства у м. Харкові

Джерело: побудовано автором

Для м. Харкова кількість посадочних місць в закладах ресторанного господарства має становити 50 місць на 1000 чоловік.

Щоб визначити, чи потребує місто додаткових закладів ресторанного господарства, використовують формулу [48]:

$$P = N * P_n / 1000, \quad (2.1),$$

де P – необхідна кількість місць;

N – чисельність мешканців населеного пункту, підприємств, організацій, установ, чол.;

P_n - норма місць на 1000 осіб,

$$P = 5025 * 28/1000 = 140$$

Ступінь забезпеченості місцями у загальнодоступній мережі визначається за формулою 2.2:

$$P = \frac{P_{\text{ф}}}{P} \quad (2.2),$$

де $P_{\text{факт}}$ - фактична кількість місць у загальнодоступній мережі підприємств комунального харчування;

Р-необхідна кількість місць у загальнодоступній мережі закладів ресторанного господарства за нормативом.

Знаходимо ступінь забезпеченості місцями у загальнодоступній мережі:

$$C = 40/140 * 100\% = 28\%$$

Очевидним є брак забезпеченості місцями в загальнодоступній мережі закладів ресторанного господарства, отже, проєктування ресторану в даному районі доцільне. Визначаємо ступінь забезпеченості місцями для цих підприємств з урахуванням проєктованого підприємства за формулою (2.2):

$$(70 + 28 + 40) / 140 * 100\% = 98\%$$

Таким чином, з урахуванням закладу ресторанного господарства ступінь забезпеченості дорівнюватиме 98%, що доводить доцільність будівництва підприємства, що проєктується. З огляду на наявність у цьому районі лише підприємств самообслуговування, у ресторані, що проєктується, буде організовано обслуговування офіціантами.

В якості місця для будівництва ресторану обраний центр міста, це місце вибрано не випадково, адже саме в центрі міста найбільше скупчення адміністративних і офісних будівель, в тому числі Торговий центр «NIKOLSKY», який є флагманом як торгових, так і офісних будівель.

Під будівництво виділено ділянку в межах міста, з урахуванням того, що там пролягають магістральні комунікації, проблема підведення комунікацій відпадає.

Підприємство буде розташовуватися в безпосередній близькості від Торгового центру «NIKOLSKY» і матиме парковку. Крім власної парковки, поруч розташована парковка ТЦ «NIKOLSKY».

Проєктований ресторан пропонує досить широкий асортимент страв, близько 50% з яких готуються за оригінальними рецептами.

Внаслідок труднощів історичного шляху України (монголо - татарське завоювання в XIII столітті, польсько-литовська експансія в XIV—XVI століттях, залежність від Австрійської імперії в XIX—XX століттях), враховуючи, що ресторан будується в м. Харкові, прийнято рішення

акцентувати стилістику на культурі більш близької східній частині України, тобто хуторському, козацькому і сучасному варіанту.

Мікроклімат підтримується системою припливно-витяжної вентиляції. На фасаді будівлі буде світлова вивіска із назвою ресторану та логотипом, тож не звернути на нього увагу буде важко.

Також у ресторані, що розробляється, кухня стане центром уваги і позитивною точкою взаємодії з гостями. Планується створити відкриту кухню, яка дозволить гостям насолоджуватися не тільки чудовими українськими стравами, але і спостерігати за процесом їх приготування. Це інтерактивна взаємодія, де кожен зможе не тільки отримати насолоду від неповторної атмосфери, а й відчути себе спостерігачем неймовірного шоу, або, навіть, стати шеф-кухарем.

Однією з «фішок» нашої кухні стане саме кулінарне шоу, де кухарі виступатимуть перед гостями, демонструючи майстерність та творчість у створених стравах. Вони зможуть проводити майстер-класи, де будуть показувати особливості техніки та секрети страв української кухні. Гості ж матимуть можливість спостерігати за витонченою роботою кулінарних майстрів та навіть брати участь у певних етапах приготування страв. Крім того, будуть використовуватися спеціальні кухонні стійки, де гість повинен буде самостійно приготувати певну страву або додати окремі складові до своєї. Це створюватиме почуття власної творчості та індивідуальності, а також сприятиме зближенню між відвідувачами та кухарями.

Проектований ресторан знаходитиметься в добре організованій транспортній зоні, що забезпечує хороший під'їзд до підприємства.

Враховуючи, те, що в м. Харкові центр міста є діловим і культурним центром, саме ідеальний час для відкриття підприємства це 10 година дня, таким чином можна буде в повній мірі реалізувати виробничі потужності підприємства. Кухня на підприємстві працюватиме до 24:00, що дозволить обслужити навіть найпізнішого гостя, сам же заклад у звичайні дні працює до години ночі у вихідні до останнього клієнта. Щоб привернути інтерес

відвідувачів, в ресторані можуть виступати артисти, коміки, стендапери, а також є танцмайданчик, що має виправдати роботу до такої пізньої години. У закладі буде грати тільки українська сучасна музика, щоб підняти національну свідомість кожного українця. Коефіцієнти завантаження залу наведені в технологічних розрахунках і складені за допомогою нормативів завантаженості подібних закладів.

З огляду на те, що поруч з проєктованим рестораном висока щільність офісних і торгових приміщень, найбільш висока завантаженість залу припадає на обідній час, з високим коефіцієнтом оборотності місця в годину. Найбільш продаваною продукцією в обідні години є супи, закуски і другі страви. У вечірні години зростає прибуток з одного столика, за рахунок алкогольної продукції, десертів, гарячих напоїв.

При виборі постачальника необхідно враховувати: якість, стабільність якості, віддаленість, ціну, можливість негайного виконання екстреного замовлення, транспортну доставку, кредитоспроможність, комерційну стійкість та ін. При виборі партнерів необхідно врахувати, що ці підприємства по можливості повинні бути великими і мати успішну історію на ринку.

Було прийнято рішення назвати ресторан «Сковорода», адже саме на ній смажаться національні українські млинці та сирники і готується безліч інших страв. Також у харків'ян певна асоціація із цим словом йде до Григорія Сковороди, який є також одним із символів Харкова.

У ресторані «Сковорода» можна організувати обслуговування фуршетів, сімейних свят, банкетів та проведення тематичних вечорів. За рівнем обслуговування та номенклатурою послуг, що надаються у ресторані «Сковорода» відноситься до класу «вищий», відрізняється оригінальністю інтер'єру, комфортністю послуг на належному рівні. За характером виробництва заклад є підприємством з повним виробничим циклом, так як поєднує виробництво напівфабрикатів і випуск готової кулінарної продукції.

Структура підприємства – цеховий розподіл на овочевий, м'ясо-рибний, гарячий і холодний цехи. За асортиментом продукції ресторан є універсальним, так як випускає різноманітні страви в широкому асортименті.

Проектований ресторан є постійно діючим підприємством, так як працює весь рік незалежно від пори року.

Число споживачів, що обслуговуються за першу годину роботи підприємства, визначають за формулою [44]:

$$N = P * \frac{60}{t} * K \quad (2.3),$$

де P- кількість місць у залі;

t- тривалість посадки, хв.;

K- коефіцієнт завантаження залу за даний час;

60/t- кількість посадок за годину (оборотність місця за годину)

Графік завантаження торгового залу розглянемо у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Графік завантаження торгового залу на 70 місць

Години роботи зали підприємства	Оборотність місця, год. 60/t	Середнє завантаження залу, %	Планова кількість споживачів, осіб.
10.00-11.00	1	100	70
11.00–12.00	0,5	50	35
12.00–13.00	0,5	50	35
13.00-14.00	0,75	75	52
14.00–15.00	0,75	75	52
15.00–16.00	0,75	75	52
16.00–17.00	1	100	70
17.00–18.00	1,5	150	105
18.00–19.00	1,5	150	105
19.00–20.00	1,5	150	105
20.00–21.00	1,5	150	105
21.00-22.00	1,5	150	105
22.00-23.00	0,5	50	35
23.00-24.00	0,5	50	35
Усього			961

Джерело: побудовано автором

Для закладу ресторанного господарства загальна кількість страв визначається за такою формулою[44]:

$$n=N*m, \quad (2.4),$$

де n - кількість страв, що випускаються підприємством за день;

N – кількість споживачів обслуговуваних цьому підприємстві протягом дня;

m -коефіцієнт споживання страв однією людиною

Значення коефіцієнта споживання страв залежить від типу підприємства, виду раціону. Це усереднена кількість страв, що планується до випуску кожного споживача щодня (раціон). У даному розрахунку значення коефіцієнта = 3,5 [44].

Зважаючи на те, що коефіцієнт споживання за день у закладі ресторанного господарства становить 3,5, а всього за день обслуговується 961 споживач:

$$n = 3,5 * 961 = 3363 \text{ страв.}$$

Таким чином, загальна кількість відвідувачів сучасного українського ресторану за 1 день становить 961 особа. Загальна кількість страв, що реалізуються в торговому залі, становило 3363 шт.

Меню в ресторані, що проектується, планується з вільним вибором страв, а саме меню порційних страв. Воно призначене для обслуговування відвідувачів у закладах ресторанного господарства вищих категорій. У нього включається широкий асортимент фірмових страв, різноманітних закусок, перших, других, солодких страв із зазначенням їхньої ціни. Все це можна побачити у додатках Б-Г. У додатку Г надано приклад оформлення меню. Усі закуски та страви, що включаються до порційного меню, готуються за індивідуальними замовленнями та подаються через 15-20 хв. Про це офіціант наперед попереджає відвідувача [34].

Провівши дані розрахунки з урахуванням асортименту страв, а також за допомогою збірки рецептур страв та кулінарних виробів складаємо виробничу програму підприємства. На підставі проведених розрахунків та з урахуванням асортименту страв, а також за допомогою збірки рецептур страв та кулінарних виробів розробляють виробничу програму підприємства, яка є розрахунковим

меню на один або кілька днів із зазначенням найменування та виходу страви [17]. Концептуальне меню проєктованого закладу, його винна карта та карта авторських напоїв представлені у додатках Б та В.

У ході роботи також було розроблено логотип для закладу, на якому зображено Григорія Сковороду, в честь якого названо заклад, який тримає символічно сковороду (рис. 2.2)

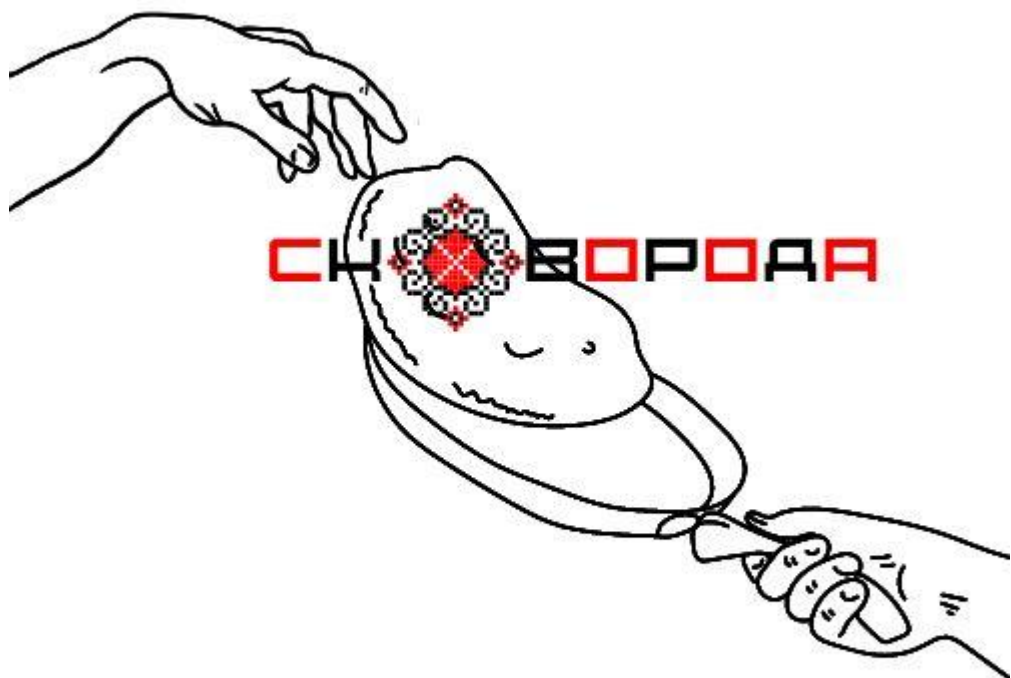


Рисунок 2.2 – Логотип закладу, що розробляється

Отже, у ресторані для відвідувачів є зал, розрахований на 70 посадочних місць, ресторан української кухні «Сковорода» знаходиться в м. Харків, на перетині головних вулиць Сумської та Пушкінської. Режим роботи ресторану з 10.00 до 00.00. Загальна кількість відвідувачів сучасного українського ресторану за 1 день становить 961 особи. Загальна кількість страв, що реалізуються в торговому залі, становило 3363 шт.

2.2 Методики дослідження основних економічних процесів

Планування – це визначення змісту та послідовності конкретних дій для досягнення поставленої мети. Воно дозволяє зазирнути у майбутнє бізнесу, розробити стратегію і тактику виробничо-господарську діяльність підприємства міста і, як наслідок, призводить до наміченої мети з ефективнішим результатом.

У ринковій економіці планування здійснюється через бізнес-планування, яке реалізується в бізнес-плані та має дотримуватися наступних принципів:

- науковості;
- системності (єдність);
- координації;
- інтеграції;
- точності.

За допомогою плану можна виявити всілякі труднощі та проблеми, передбачити напрямки та заходи, що дозволяють усунути, подолати чи мінімізувати наслідки несприятливих подій.

Бізнес план або, іншими словами, проєкт розвитку підприємства, план підприємницького починання або концепція бізнесу відображають вихідну стратегічну ситуацію та перспективу розвитку справи, фірми, підприємства чи його підрозділи.

У бізнес-плані представлені у взаємозв'язку один з одним:

- бізнес-ідея;
- філософія підприємства;
- специфіка становища підприємства на ринку;
- стратегічні цілі підприємства та розроблений на їх основі план

розвитку підприємства [6].

Розробляючи план, керівництво підприємства має систематично продумувати, а потім логічно та чітко викладати свої ідеї та уявлення. На основі бізнес-плану можна, наприклад, зробити висновки про якість та компетентність керівництва, про шанси та ризики підприємства, а також про його можливу прибутковість.

Бізнес-плани вирішують важливі економічні завдання на конкретному підприємстві. Вони обирають найефективніший спосіб розподілу факторів виробництва і водночас вирішують проблему обмеженості ресурсів для найкращого задоволення суспільних потреб. Вони дають об'єктивне уявлення про розвиток підприємства та відповідають на основні питання: «Чи варто вкладати гроші в цей проєкт?» і «Чи принесе цей проєкт дохід, який не тільки окупить витрати, а й принесе прибуток?».

Метою будь-якого бізнес-плану є бажаний результат діяльності, досягнутий на даному просторі в межах деякого інтервалу часу, тобто тут і зараз.

Прийнято розрізняти експериментальні, нормативні, балансові, розрахунково-аналітичні, програмно-цільові, звітно-статистичні, економіко-математичні та інші методи дослідження залежно від головних цілей і основних підходів до використовуваної інформації, нормативної бази та способів досягнення і прийняття конкретних кінцевих цілей.

Об'єктом дослідження є процес організаційно-проєктних рішень ресторану української кухні.

Предметом дослідження є механізм організаційно-проєктних рішень ресторану української кухні у м. Харків.

Для складання бізнес-плану сучасного українського ресторану «Сковорода» використовувалися такі методи дослідження:

– розрахунково-аналітичний метод – розчленування робіт, групування ресурсів, які будуть використовуватися, за елементами та взаємозв'язками, аналіз умов найбільш ефективної взаємодії та підготовка на цій основі проєкту плану.;

– звітно-статистичний метод – підготовка проєктного плану на основі звітів, статистичних даних та іншої інформації, що характеризує зміни в реальності та специфіку діяльності компанії.;

– метод економічного аналізу – дозволяє розчленувати економічні процеси на окремі складові, досліджувати їх зміст та взаємодію між собою, а також вплив загалом на весь бізнес-процес. Визначаються чинники, що впливають рішення основних завдань бізнес-плану, у результаті розробляються заходи, дозволяють досягти основних цілей організації;

– нормативний метод – будується на використанні норм та нормативів, за допомогою яких кількісно обґрунтовують планові показники. Тому достовірність розрахунків у бізнес-плані безпосередньо залежить від якості розробки нормативної бази цієї організації;

– економіко-математичний метод – базується на застосуванні теорії ймовірності, мережевого планування, лінійного програмування та інших математичних методів;

– прогнозний метод планування – ґрунтується на прогнозуванні. Результати прогнозів що неспроможні сприйматися як достовірні і гарантована інформація. Але від реалістичності прогнозу вихідних даних, що використовуються при складанні бізнес-плану, залежить подальше існування бізнесу суб'єкта господарювання [4].

У ринковій економіці планування здійснюється через бізнес-планування, що реалізується у бізнес-плані. Він містить вичерпну, чітку та зрозумілу інформацію про бізнес-ідею, підприємницьку стратегію, правову та пайову структуру, початкове фінансування, про профіль підприємства та послуг, а також про ринкові шанси та ризики. Тому бізнес-план є основою для досягнення підприємством поставленої мети.

Розробляючи бізнес-план, керівництво фірми має систематично продумувати, а потім логічно і чітко викладати свої ідеї та уявлення. Керівництво має так представляти своє підприємство фінансовим установам, інвесторам та іншим адресатам у бізнес-плані, щоб було видно динаміку його

розвитку. На основі бізнес-плану можна, наприклад, зробити висновки про якість та компетентність керівництва, про шанси та ризики підприємства, а також про його можливу прибутковість.

Отже, об'єктом дослідження в роботі буде сучасний український ресторан «Сковорода». При написанні було використано такі методи дослідження: розрахунково-аналітичний, звітно-статистичний, метод економічного аналізу, нормативний, економіко-математичний та прогнозний метод.

Реалізовано проєкт з відкриття сучасного українського ресторану «Сковорода» у місті Харків. Вид діяльності підприємства: виробництво, реалізація, організація споживання продукції ресторанного господарства, надання різноманітних послуг. Ресторан української кухні «Сковорода» розраховано на контингент із рівнем доходу вище середнього.

2.3 SWOT-аналіз ресторану «Сковорода»

Для того, щоб визначити та реалізувати стратегію організації, керівництво повинно мати глибоке розуміння внутрішнього середовища організації, її потенціалу та тенденцій розвитку, а також її зовнішнього середовища, тенденцій розвитку та позиції в цьому середовищі. При цьому зовнішнє середовище в першу чергу вивчається стратегічним менеджментом з метою виявлення загроз і можливостей, які організація повинна враховувати при визначенні своїх цілей для досягнення успіху.

Зовнішнє та внутрішнє середовище ресторану змінюється під впливом різних факторів, таких як економічні, технологічні, міжнародні, ринкові, політичні, соціальні та конкурентні фактори, що вимагає використання методів SWOT-аналізу для виявлення обмежень, сильних і слабких сторін бізнесу.

У таблиці 2.2 наведено SWOT-аналіз, сильних і слабких сторін, що залежать від внутрішніх і зовнішніх факторів.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз для сучасного українського ресторану «Сковорода»

Внутрішній фактор	
Потенційні сильні сторони Підприємства	Потенційні слабкі сторони підприємства
1	2
<ul style="list-style-type: none"> - зручне та вигідне місце розташування в самому центрі Харкова біля ТЦ «Nikolsky»; - унікальна концепція та меню, які представляють сучасну українську кухню; - індивідуальний підхід до кожного клієнта; <ul style="list-style-type: none"> - тільки високоякісна продукція, використання сезонних та місцевих продуктів; - максимально швидке обслуговування, як для ресторану; <ul style="list-style-type: none"> - висококваліфіковані кухарі; - модний інтер'єр, який створює неповторну атмосферу «дому». 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність досвіду підприємницької діяльності та репутації; - потенційні високі витрати на забезпечення постійного постачання свіжих продуктів; - висока конкуренція у ресторанній галузі, зокрема, серед закладів, які пропонують українську кухню; <ul style="list-style-type: none"> - зниження якості роботи персоналу - формат закладу, який не кожен зможе оцінити.
Зовнішній фактор	
Потенційні можливості Підприємства	Потенційні загрози для Підприємства
<ul style="list-style-type: none"> - зростаючих інтерес до української кухні та культури серед місцевих та німецьких туристів; <ul style="list-style-type: none"> - залучення інвесторів, постійних постачальників; - можливість розширення діяльності, відкриття нових точок у інших містах; - розвиток туризму та зростання числа відвідувачів міста; - можливість впровадження нових технологій в ресторанну справу. 	<ul style="list-style-type: none"> - зростання інфляції; - зміни в економічному середовищі, такі як зростання цін на продукти або зміни валютних курсів; <ul style="list-style-type: none"> - несприятлива податкова політика; - висока конкуренція на ринку; - нестабільність економічної ситуації, що може вплинути на споживчу активність та купівельну спроможність населення.

Джерело: побудовано автором

Аналіз таблиці 2.2 показав, що сильними сторонами сучасного українського ресторану «Сковорода» є: вигідне розташування, якісна продукція; унікальна концепція та меню. Все це є важливим для потенційних споживачів. Однією із слабких сторін є відсутність досвіду підприємницької діяльності, який надалі напрацьовуватиметься.

Виходячи з проведеного SWOT-аналізу, необхідно працювати над зниженням впливу зовнішніх загроз та використанням сприятливих можливостей ринку.

Значна частина роботи над бізнес-планом передбачає тривале і детальне вивчення клієнта. Успіх багато в чому залежить від того, наскільки добре ви знаєте своїх клієнтів.

При виборі місця для українського ресторану «Сковорода» був зроблений акцент на близькість розташування метро та торгових комплексів. Таким чином, ресторан «Сковорода» знаходиться у жвавому районі, де проходить великий потік потенційних споживачів. Також можна провести вужчу сегментацію споживачів:

- батьки зі своїми дітьми, можуть завітати у будь-який час з 10-00 до 21-00 годин (поряд розташовано два дитячі садки);
- молодь може зазирнути у будь-який час з 10-00 до 21-00;
- жителі прилеглих будинків можуть зайти з 10-00 до 21-00;
- інша категорія споживачів, які можуть прийти до ресторану сучасної української кухні «Сковорода» з друзями, щоб розслабитися та відволіктися від повсякденних турбот та насолодитися автентичною українською неперевершеною кухнею, чия відвідуваність зростатиме з 18-00 до 21-00.

Для того, щоб охопити широку базу споживачів, необхідно підтримувати середній рівень цін, а також регулярно пропонувати спеціальні пропозиції, але все ж таки заклад, що розробляється, націлений на оцінку від «Червоного гіда» та Зірку Мішлен, тому рівень цін повинен відповідати рівню якості продукції, яка надається, а вона буде найвищою.

Як у комерційної організації, основною метою ресторану є отримання прибутку.

Діяльність ресторану включає виробництво, реалізацію та організацію споживання продукції ресторанного господарства, продуктів і напівфабрикатів, обідньої продукції, гарячих, холодних і солодких страв, закусок і напоїв, а також продуктів харчування, непризначених для тривалого зберігання, готових делікатесних виробів, алкогольної продукції та напоїв на основі їх складників. Також організовує виїзне обслуговування банкетів, весіль, ювілеїв, урочистостей та церемоній, обслуговування населення на дім.

Впровадження нових технологій приготування страв, розширення асортименту та покращення якості в ресторанному бізнесі – також важлива діяльність для підприємств ресторанного господарства.

Хоча смаки та потреби клієнтів змінюються, якість продукції завжди буде на першому місці, створюючи можливість для подальшого збільшення кількості клієнтів ресторану. Наразі діяльність компанії значною мірою орієнтована на задоволення потреб клієнтів, що дає їй конкурентну перевагу над подібними закладами.

Недосконале управління складом і занадто багато ручної праці заважають ресторанам бути на вершині індустрії ресторанного бізнесу. Тому необхідно впроваджувати новітні технології зберігання та вдосконалювати системи дистрибуції.

Таким чином, результати SWOT-аналізу можуть забезпечити компанії конкурентну перевагу, визначивши сильні сторони та можливості, а також врахувавши та обмеживши вплив слабких сторін та загроз. Оцінка сильних і слабких сторін є найважливішим кроком у підвищенні ефективності будь-якого бізнесу. Тому кожен ресторан повинен проаналізувати та оцінити власний потенціал, а також фактори, які можуть вплинути на його стратегію і які керівництво не завжди може контролювати.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ

3.1 Маркетингове дослідження конкурентного середовища

Конкуренція є важливим поняттям, що відображає сутність ринкових відносин. Вона є центром тяжіння всієї ринкової економічної системи і являє собою тип відносин між виробниками, які визначають ціни та обсяги пропозиції на ринку, і споживачами, які формують ціни та обсяги попиту на ринку.

Для визначення необхідності проектування ресторану сучасної української кухні на 70 місць в даному районі, потрібно проаналізувати існуючий ринок ресторанів.

Скориставшись сучасними інформаційними технологіями, зокрема, таким програмним продуктом як «Google Карта», яка дозволяє визначити кількість організацій даного типу і місце їх розташування. На вулиці Сумській функціонує більше дюжини закладів торгівлі та малих приватних підприємств.

У таблиці 3.1 представлений аналіз конкурентної середовища по наступним показникам: ціновий сегмент, градус репутації.

Таблиця 3.1

Аналіз конкурентної середовища

Заклад-конкурент	Ціновий сегмент/ середній чек, грн	Кухня	Шкала репутації
Чехов	450	Мультинаціональна	4,7/5
Jord	500	Європейська	4,6/5
Італійська редакція №2	700	Італійська, середземноморська, європейська	4,5/5

Джерело: побудовано автором

Використовуючи особисті сайти цих організацій, дає нам можливість провести глибокі дослідження конкурентів, зокрема, вивчити меню, кількість позицій та вартість.

Таблиця 3.2

Аналіз продуктового портфеля конкурентів

Показник		Чехов	Jord	Італійська редакція №2
Кількість позицій у групі	Салати	7	5	5
	Супи	6	5	9
	Закуси	3	3	11
	Суші/роли	19	-	-
	Піца/бургери	-	-/9	8/-
Гарячі страви	Гарячі страви	14	8	20
	Гарніри	-	3	8
	Десерти	6	6	10
	Холодні напої	- немає інформації в меню)	16	-(немає інформації в меню)
	Гарячі напої	- немає інформації в меню)	18	- немає інформації в меню)
	Всього страв в меню	63	73	71
Середня ціна	Закуси	120	200	130
	Салати	200	270	200
	Супи	150	180	200
	Закуси	120	245	300
	Суші/роли	250	-	-
	Піца/бургери	-/-	-/300	200/-
	Гарячі страви	350	400	250
	Гарніри	-	100	80
	Десерти	100	130	150
	Холодні напої	-	150	200
Гарячі напої	-	170	190	

Джерело: побудовано автором

Маркетингову активність можна, можливо вивчити на підставі наявних сайтів, сторінок в соціальних мережах, відгуків і спеціальних пропозицій.

Таблиця 3.3

Маркетингова активність конкурентів

Назва	Чехов	Jord	Італійська редакція №2
Концепція	Ресторан	Ресторан	Ресторан
Кухня	Італійська, Середземноморська, Європейська	Європейська, Здорова, Бар, Кафе, Бари з рестораном	Італійська, Середземноморська, Європейська

Продовження таблиці 3.3

Сайт	https://www.facebook.com/HekhovRestaurant/	https://www.facebook.com/jord.kharkiv/	https://www.facebook.com/it.red2/
Годинник роботи	Наразі зачинено	Пн-Нд 08:00-23:00	Пн-Нд 07:00-23:00
Середній чек, грн	450	500	700
Сніданки	€	€	€
Комплексні обіди	€	€	€
Відгуки	4,7	4,6	4,5
Event (події, заходи)	Проведення корпоративу і урочистостей	Проведення корпоративну і урочистостей	Проведення корпоративну і урочистостей

Джерело: побудовано автором

Розглянувши кількість закладів в місті Харків які офіційно заявили себе як ресторани сучасних кухонь, а також проаналізувавши їх ціновий сегмент, асортимент страв і їх вартість, визначимо концепцію проєктованого ресторану. Проєктований ресторан сучасної української кухні в першу чергу являтиме собою просторе світле приміщення, в якому відвідувачі можуть насолодитися смачними і якісно приготовленими стравами разом з дітьми. У відмінність від інших ресторанів, особливу увагу доцільно приділити розробці меню і асортименту страв. Проводячи аналіз продуктового портфеля конкурентів, і вивчаючи меню, можна, зробити висновок, що меню складається в цілому зі страв для дорослих, а для дітей в більшості випадків пропонуються тільки десерти. У нашому ресторані ми розробимо таке меню, де будуть страви як для дорослих так і дітей. У меню буде представлена в основному сучасна українська кухня, з деякими включеннями страв європейської кухні. Геомаркетингові дослідження представлені в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

Геомаркетингові дослідження

Населення	густина населення: в аналізованому мікрорайоні і суміжних, прилеглих територіях сусідніх мікрорайонів населення складає приблизно 18430 осіб. Статевий вік структура: Чоловіки- 47,7%, жінки 56,4%, середній вік 38,8 років Купівельна спроможність: індекс купівельної можливості – 36,96. Транспортна доступність: висока
Конкуренти	Найближчі конкуренти і зони їх впливу: Чехов, Jord, Італійська редакція №2

Продовження таблиці 3.4

Локація	Об`єм і структура трафіку: велика концентрація мікроавтобусів, легкових автомобілів, вантажних автомобілів, висока концентрація автобусів. Візуальна доступність ділянки: висока. Відстань до найближчої зупинки: 30 метрів
Розміщення	Цільова аудиторія: співробітники найближчих установ, сімейні пари з дітьми та дорослі.

Джерело: побудовано автором

Таким чином ми бачимо що, в даний час на території м. Харкова існує велика кількість підприємств закладів ресторанного господарства, які реалізують смачні страви різних національних кухень. Але, спеціалізованих сучасних українських ресторанів у місті немає. Основними перевагами ресторану сучасної української кухні «Сковорода» будуть виготовлення страв за останніми трендами та наявність карт постійного покупця, а також робота топових шеф-кухарів, які відомі багатьом українцям із постійним вдосконаленням та модернізуванням меню.

3.2 Розробка виробничої програми ресторану

На основі меню та виробничої програми проєктованого ресторану розробимо планово-розрахункове меню на 1 день у додатку Д.

Дана таблиця продемонструвала добову кількість необхідної сировини для роботи цеху.

Для виробництва певного асортименту продукції або виконання певного етапу технологічного процесу, підприємства, що проєктуються, організують цехи. Цехи поділяються на зони приготування їжі (м'ясні, рибні та овочеві), зони подальшої обробки (гарячої та холодної) та борошняні цехи. Крім цехів, є допоміжні приміщення, такі як посудомийні, мийні для посуду, пральні та приміщення для зберігання тари.

Структура виробництва проєктованого підприємства – цехова. Планове завдання та обсяг виконуваних робіт встановлюється загалом для всього виробництва, яке очолює завідувач виробництва.

На підприємстві, що проєктується, універсальна організація робочого місця. Організація робочого місця гарантує раціональне розміщення обладнання, ефективне використання простору, безпечні умови праці та належне розташування обладнання та інструментів на робочому місці.

Кожне робоче місце оснащено кухонним приладдям, пристроями для зберігання та переміщення сировини, напівфабрикатів та готової продукції, пересувними візками, стелажми, функціональними ємностями та ін.

У кожному виробничому цеху організовано кілька робочих місць, розташованих у процесі технологічного процесу.

Розрахунок площ складських приміщень

Для завідуючого виробництвом буде доцільно спроектувати приміщення площею 6 м².

Оскільки заклад працює з сировиною, для зберігання м'яса і риби, молочних продуктів і жирів, фруктів, напоїв і зелені було спроектовано холодильні камери, а для зберігання сухих продуктів, овочів, вина і спиртних напоїв – неохолоджувані камери. При плануванні складу були враховані специфічні вимоги до просторового планування та гігієни.

Для зберігання сухих продуктів (борошна, круп, цукру) приміщення обладнуються стелажми та підтоварниками.

У камерах, що охолоджуються, здійснюється зберігання м'яса, риби, молочно-жирові продукти зберігаються в тарі, фрукти і зелень - в коробках.

Зберігання продуктів поза зоною складських приміщень (у коридорах, на розвантажувальному майданчику, на відкритому повітрі) категорично заборонено.

На підприємстві існує кілька способів зберігання та укладання сировини та продуктів:

- стелажний – продукція зберігається на полицях, стелажках;

- ящиківий - продукція зберігається у коробках (плоди, овочі, яйця);
- штабельний – продукція зберігається на підтоварниках;

Відпуск продукції на виробництво здійснюється за вимогами-накладними, підписаними керівником підприємства, старшим бухгалтером, зав. складом та зав. виробництвом. При отриманні продуктів зі складу перевіряється їх відповідність вимогі-накладній за асортиментом, масою та якістю.

Корисну площу складських приміщень визначають як суму площ усіх розташованих приміщень камер, комор, за винятком сходових клітин, ліфтових шахт, внутрішніх відкритих сходів і пандусів.

Площу охолоджуваних і неохолоджуваних приміщень можна, розраховувати по нормативним даними, по питомий навантаженні на 1 м² вантажний площі статі і по площі, займаній обладнанням [44]. Нижче надані таблиці із розрахунками площ складських приміщень.

$$F = \frac{G \times r}{q} \times \beta, \quad (3.1)$$

де, F - площа, м²;

G-добовий запас продуктів, кг; r- термін придатності, доба;

q-питома навантаження на 1м² вантажний площі підлоги;

β-коефіцієнт збільшення площі приміщення на проходи.

Таблиця 3.5

Розрахунок площі камери для зберігання м'яса і риби

Найменування сировини або п/ф	G	R	Q	β	F
Сом с/м	5,350	2 дні	120	2,2	0,196
Форель с/м	26,000	2 дні	120	2,2	0,953
Свинина	10,000	2 дні	120	2,2	0,366
Яловичина	12,950	2 дні	120	2,2	0,475
Сухпродукти	2,300	2 дні	120	2,2	0,084
Курка	9,800	2 дні	180	2,2	0,239
Куряче філе	9,000	2 дні	180	2,2	0,220
Разом:					2,533

Джерело: побудовано автором

Таблиця 3.6

Розрахунок площі камери для зберігання овочів, фруктів і зелені

Найменування сировини або п/ф	G	R	Q	β	F
Картопля	38,600	5 днів	300	2,2	1,415
Огірки	5,000	5 днів	300	2,2	0,183
Помідори	7,900	5 днів	300	2,2	0,289
Цибуля ріпчастий	7,800	5 днів	300	2,2	0,286
Цибуля зелений	2,700	2 дні	100	2,2	0,118
Буряк	8,900	5 днів	300	2,2	0,326
Капуста	7,100	5 днів	300	2,2	0,260
Морква	9,000	5 днів	300	2,2	0,330
Часник	0,200	5 днів	300	2,2	0,007
Петрушка	1,800	2 дні	100	2,2	0,079
Цибуля порей	0,700	2 дні	100	2,2	0,030
Яблука	2,300	2 дні	100	2,2	0,101
Разом:					3,574

Джерело: побудовано автором

Таблиця 3.7

Розрахунок площі комори сипучих продуктів

Найменування сировини або п/ф	G	r	Q	B	F
Цукровий пісок	5,600	5 днів	300	2,2	0,205
Борошно пшеничне	5,500	5 днів	300	2,2	0,202
Гречана крупа	2,400	5 днів	300	2,2	0,088
Пшенична крупа	2,000	5 днів	300	2,2	0,073
Локшина	8,000	10 днів	300	2,2	0,587
Перець горошком	0,100	5 днів	300	2,2	0,004
Сіль	0,500	5 днів	300	2,2	0,018
Желатин	0,510	5 днів	300	2,2	0,019
Лавровий лист	0,100	5 днів	300	2,2	0,004
Кориця	0,100	10 днів	300	2,2	0,007
Крохмаль	0,700	10 днів	300	2,2	0,051
Дріжджі	0,400	10 днів	300	2,2	0,029
Разом:					1,287

Джерело: побудовано автором

Організація роботи м'ясо-рибного цеху

У м'ясо-рибному цеху передбачається обробка м'яса, птиці, риби та приготування напівфабрикатів із них.

У цеху організовано три робочі місця:

- для обробки м'яса та приготування рубаних напівфабрикатів;
- для обробки риби, морепродуктів та приготування напівфабрикатів;
- для обробки та приготування напівфабрикатів із птиці.

Враховуючи специфічний запах рибних продуктів, організовано окремі ділянки для обробки м'яса та риби, птиці. Окрім роздільного обладнання виділено окремі інструменти, тара, обробні дошки, марковані для обробки риби та м'яса, птиці.

Усі робочі місця оснащені найсучаснішим технологічним обладнанням. У м'ясо-рибному цеху працює 2 кухарі 4 розряду, з 09.00 до 18.00 години з перервою на обід 40 хвилин. Керує роботою цеху завідувач виробництва.

Далі розрахуємо площу м'ясо-рибного цеху (табл.3.8). Коефіцієнт використання площі, для м'ясо-рибного цеху складає 0,35–0,4. Візьмемо значення 0,35.

Таблиця 3.8

Розрахунок площі м'ясо-рибного цеху

Найменування обладнання	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм	Площа, займана 1 од обладнання, м ²	Площа займана всім обладнанням м ²
Холодильник	1	540*595*838	0,321	0,321
М'ясорубка Fama TS 8	1	270*260*360	-	-
Шафа холодильна CV105-s	1	697*620*2028	0,433	0,433
Стіл виробничий (РС), (МС), (КС)	3	1500*600*850	0,9	2,700
Ванна мийна	1	600*1500*870	0,9	0,9
Раковина	1	500*400*850	0,2	0,2
Бак для відходів	1	500*450*580	0,225	0,225
Терези настільні	1	245*280*110	-	-
Разом				4,779

Джерело: побудовано автором

Виходячи з розрахунків, площа м'ясо-рибного цеху складає $F_{\text{заг}} = 4,779 / 0,35 = 13,6 \text{ м}^2$.

Організація роботи овочевого цеху

Овочевий цех разом із коморою овочів розміщується в єдиному блоці зі складськими приміщеннями, що забезпечує зручність розвантаження овочів під час вступу. Цех має зручний взаємозв'язок із холодним та гарячим цехами, в яких завершується технологічний процес випуску готової продукції.

Робочі місця в цеху розташовуються в процесі технологічного процесу. Відповідно до технологічного процесу в цеху організовані наступні робочі місця:

- з очищення картоплі та коренеплодів, доочищення та промивання їх;
- з очищення цибулі ріпчастої, часнику, сезонних овочів, обробки капусти свіжої білокачанної, кабачків;
- по нарізці овочів.

Всі робочі місця оснащені найсучаснішим технологічним обладнанням.

В овочевому цеху працює 2 кухарі 3 розряду з 08.00 до 17.00 години з перервою на обід 40 хвилин. Керує роботою цеху завідувач виробництва.

Далі розрахуємо площу овочевого цеху. Коефіцієнт використання площі, для овочевого цеху складає 0,35–0,4. Візьмемо значення 0,35.

Таблиця 3.9

Розрахунок площі овочевого цеху

Найменування обладнання	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм	Площа, займана 1 од обладнання, м ²	Площа займана усім обладнанням м ²
Холодильник	1	697*620*2028	0,432	0,432
Картопличистка	1	630*520*590	0,328	0,328
Стіл виробничий	1	1500*600*850	0,900	0,900
Овочерізка Robot Coupe CL30 Bistro	1	320*304*590	-	-
Ванна мийна	1	700*1500*870	0,900	0,900
Раковина	1	500*400*850	0,200	0,200
Ваги настільні	1	245*280*110	-	-
Бак для відходів	1	540*540*530	0,290	0,290
Разом				3,150

Джерело: побудовано автором

Отже, загальна площа овочевого цеху $F_{\text{заг}} = 3,150 / 0,35 = 9 \text{ м}^2$.

Організація роботи гарячого цеху

Гарячий цех – основний цех підприємства ресторанного бізнесу, де завершуються технологічні процеси приготування їжі, включаючи теплову обробку продуктів і напівфабрикатів, соусів, гарнірів і других страв, а також теплову обробку продуктів для холодних або солодких страв. У гарячому цеху також готують гарячі напої. Страви, приготовані в гарячому цеху, надходять безпосередньо до роздачі для подальшої їх реалізації споживачам.

У гарячому цеху працює два кухарі – 5, один 4 та один 3 розряду по 12 годин (з урахуванням 40 хвилинної перерви). Режим роботи цеху з 10:00 до 00:00 години. Керує роботою цеху завідувач виробництва.

Розрахунок площі гарячого цеху наведено у таблиці 3.10. Коефіцієнт використання площі, для гарячого цеху складає 0,3.

Таблиця 3.10

Розрахунок площі гарячого цеху

Найменування обладнання	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм	Площа, займана 1од обладнання, м ²	Площа займана всім обладнанням м ²
Стіл виробничий	3	1500*600*850	0,900	2,700
Холодильна шафа CV105-s	1	697*620*2028	0,433	0,433
Сковорода електрична ЕСК-80-0,27-40	1	800*800*950	0,64	0,64
Фрітюрниця	1	348*305*286	-	-
Плита Електрична Abat ЕП-6П	1	1475*850*860	1,254	1,25
Пароконвектомат АВАТ ПКА 6-1	1	771×847×782	-	-
Підставка під обладнання ВКП-9/7	2	900×700×860	0,63	1,26
Терези настільні	1	248*280*110	-	-
Раковина ОЗ	1	530×530×230	0,28	0,28
Контейнер для харчових відходів ITerma	1	500×500×800	0,25	0,25
Ванна мийна	2	1200*600*860	0,720	1,440
Разом				8,25

Джерело: побудовано автором

Виходячи з розрахунків, площа гарячого цеху складає $F_{\text{заг}} = 8,25 / 0,3 = 27,5 \text{ м}^2$.

Організація роботи холодного цеху

Холодні цехи призначені для приготування, порціонування та презентації холодних продуктів, закусок, холодних солодких страв і напоїв. Продукція холодного цеху включає холодні закуски, гастрономію (м'ясні та рибні) і салати, а також холодні солодкі страви та холодні напої. Холодний цех пропонує наступні робочі місця:

- для приготування, порціонування та презентації салатів і холодних закусок;
- для нарізання, порціонування та подачі м'ясних і рибних делікатесів; нарізання хліба та приготування бутербродів;
- для приготування та порціонування солодких страв та напоїв.

Усі робочі місця оснащені найсучаснішим технологічним обладнанням. У холодному цеху працює два кухарі – 5 та 4 розряду по 12 годин (з урахуванням 40 хвилинної перерви). Режим роботи цеху з 09:00 до 00:00). Керує роботою цеху завідувач виробництва. Розрахунок площі холодного цеху наведено у таблиці 3.11. Коефіцієнт використання площі, для холодного цеху складає 0,3.

Таблиця 3.11

Розрахунок площі холодного цеху

«Найменування обладнання	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм	Площа, займана 1 од обладнання, м ²	Площа займана всім обладнанням м ²
Стіл виробничий	2	1500*600*850	0,900	1,800
Виробничий слайсер	1	590*460*910	-	-
Овочерізка Robot Coupe CL20	1	325*304*570	-	-
Холодильна шафа CV105-s	1	697*620*2028	0,433	0,433
Ваги настільні	1	248*280*110	-	-
Раковина	1	530×530×230	0,28	0,28
Контейнер для харчових відходів Герма	1	500×500×800	0,25	0,25
Ванна мийна	2	1200*600*860	0,720	1,440
Разом				4,203

Джерело: побудовано автором

Виходячи з розрахунків, загальна площа холодного цеху становить $F_{\text{заг}} = 4,203 / 0,3 = 14 \text{ м}^2$.

Далі розрахуємо площу мийної кухонного посуду із (табл. 3.12). Коефіцієнт для розрахунку площі мийної кухонного посуду дорівнює 0,4.

Таблиця 3.12

Площа мийних

«Найменування обладнання	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм	Площа, займана одиницею обладнання, м ²	Площа займана всім обладнання м, м ²
Трьохсекційна ванна мийна	1	1550*550*870	0,8525	0,8525
Раковина	1	500*600*870	0,3	0,3
Стелаж	1	1200*300*1670	0,36	0,36
Виробничий стіл	1	1500*600*850	0,9	0,9
Контейнер для харчових відходів	1	540*540*530	0,29	0,29
Посудомийна машина	1	725*830*1920	0,601	0,601
Разом				3,303

Джерело: побудовано автором

Виходячи з розрахунку, $F_{\text{заг. мийн.стол.пос.}} = 3,303 / 0,4 = 8 \text{ м}^2$.

У таблиці 3.13 надано зведену площу приміщень виробничої групи ресторану.

Таблиця 3.13

Зведена таблиця виробничих площ приміщень

Приміщення	Площа, м ²	
	Розрахункова	Компонувальна
М'ясо-рибний цех	4,779	13,6
Гарячий цех	8,250	27,5
Овочевий цех	3,150	9
Холодний цех	4,203	14
Мийний цех	3,303	8 (*2)
Комора сипучих продуктів	1,287	1,5
Камера для зберігання м'яса і риби	2,533	2,5
Камера для зберігання овочів, фруктів і зелені	3,574	3,6
Приміщення зав. виробництвом	6	6
РАЗОМ		93 м ²

Джерело: побудовано автором

Отже, можемо зробити висновок, що площа виробничих приміщень у закладі, що проєктується складатиме 93 м².

3.3 Проєктування технологічних приміщень ресторану

До групи приміщень для споживачів відносять вестибюль (включаючи гардероб для відвідувачів, санвузли для відвідувачів), зала ресторану на 70 місць, аванзал (галерею).

При проєктуванні закладу ресторанного господарства на 70 місць було розраховано площу закладу виходячи з норми площі на одне місце.

Площі приміщень для обслуговування споживачів і технічних приміщень (м²) розраховують по формулі[44]:

$$F = P \times d, \quad (3.2)$$

де P - число місць в залі;

d - норма площі на одне місце в залі, м².

Згідно СНІП 2.08,02.03 при розрахунку площі зали, в якій мають бути передбачені естрада і майданчик для танців, норма площі на одне місце для ресторану повинна бути 2 м², отже площа залу дорівнюватиме:

$$F = 70 \times 2 = 140 \text{ м}^2$$

У ресторані також буде спроектовано бар. На площі зали рекомендується проєктувати бар площею 12 м².

У підприємствах з обслуговуванням офіціантами необхідно передбачити вестибюль, приміщення для офіціантів та гардероб. Розрахунки площ надано нижче.

Площу вестибюлю розраховуємо за нормами: 0,3-0,45 м² на одне обіднє місце.

$$S \text{ вестибюлю} = 70 \times 0,4 = 28 \text{ м}^2$$

Площу гардеробу визначаємо з розрахунку 0,1 м² на одного споживача.

$$S \text{ гардеробу} = 70 \times 0,1 \text{ м}^2 = 7 \text{ м}^2$$

Рекомендована площа санвузлів для ресторану з 70 посадковими місцями складає близько 10-15 м². Таким чином, площа санвузлів для

ресторану, що розробляється, складатиме 15 м². Зазвичай рекомендується встановлювати принаймні один унітаз на кожні 25-30 гостей та одну раковину на кожні 40-50 гостей. Враховуючи, що ресторан розраховано на 70 посадкових місць, розумна кількість санітарних пристроїв може бути наступною:

- унітази: 2 шт.
- раковини: 2 шт.

Важливо врахувати місце для розміщення санвузлів у ресторані, включаючи вимоги до доступності, вентиляції та інших нормативів, які можуть варіюватися в залежності від місцевих будівельних кодексів та правил.

Для розрахунку площі санвузлів та душових для персоналу були використані загальноприйняті стандарти. Зазвичай рекомендується виділяти близько 10-15% загальної площі ресторану на побутові приміщення, включаючи санвузли та душові для персоналу. Отже, площа санвузлів для персоналу була розрахована після остаточного розрахунку зведених площ приміщень (15% від загальної площі закладу).

Гардероб офіціантів проєктують з розрахунку площі 0,65 м² на одного, але не менш 6 м². Тому, у ресторані «Сковорода» площа гардеробу для офіціантів складатиме 6 м².

Також необхідно спроектувати білизняну – 5 м² на 50 місць в залі з наступним збільшенням площі на кожні 10 місць – до 10 м².

Отже, білизняна у проєктованому закладі на 70 місць буде мати площу $5 \text{ м}^2 + (1 \text{ м}^2 * 7) = 5 \text{ м}^2 + 7 \text{ м}^2 = 12 \text{ м}^2$.

При проєктуванні ресторану також слід передбачати додаткові приміщення для відпочинку споживачів із розрахунку 0,2 м² на 1 місце в залі. Отже, в ресторані приміщення для відпочинку споживачів буде мати площу

$$S \text{ прим.для відп.} = 0,2 \text{ м}^2 * 70 = 14 \text{ м}^2.$$

Для службових приміщень була взята середня площа виходячи із ДБН. При проєктуванні до службово-адміністративних приміщень також увійшли:

- кабінет директора

- бухгалтерія
- приміщення для персоналу
- приміщення комірника
- комора

Отримана в результаті розрахунку площа адміністративної групи приміщень закладу, що розробляється наведена в табл. 3.14.

Таблиця 3.14

Зведена таблиця службово-побутових та торгових площ приміщень

Приміщення	Площа м ²
Зал	140
Бар	12
Приміщення для відпочинку споживачів	14
Вестибюль	28
Гардероб	7
Санвузол для гостей	15
Санвузли та душові для персоналу (15% від заг.пл.)	60
Гардероб для персоналу	8
Білизняна	12
Кабінет директора	20
Бухгалтерія	30
СБ	36
Приміщення для персоналу	32
Приміщення комірника (10% від заг.пл.)	40
Комора	10
РАЗОМ	464

Джерело: побудовано автором

Отже, виходячи із розрахунків табл. 3.13 та 3.14 була зроблена зведена таблиця площ приміщень, згідно з розрахунками (табл.3.15). При проєктуванні площа була збільшена задля зручності та з урахуваннями правильних показників та коефіцієнтів.

Таблиця 3.15

Зведена таблиця площ приміщень

Приміщення	Площа, м ²
Виробничі	93
Службово-побутові та торгові	464
РАЗОМ (розрахункова площа)	557
РАЗОМ (спроектована площа)	760

Джерело: побудовано автором

У ході роботи було створено креслення ресторану сучасної української кухні «Сковорода», що надано у додатку Е.

Таким чином, в процесі виконання технологічного розділу, були виконані всі необхідні технологічні розрахунки: розраховано кількість споживачів, наведено розрахунок співвідношення різних груп страв, складено меню підприємства, розрахована сировинна відомість, що наведено у додатках, і наведений розрахунок складської, виробничої, службово-побутової та торгової груп приміщень. Загальна площа ресторану склала 560м².

ВИСНОВКИ

Провівши наше дослідження ми можемо зробити наступні висновки:

Українська кухня вважається однією з найбагатших та найрізноманітніших. Процес її розвитку розтягнувся кілька століть. За цей час вона встигла запозичити кілька заморських страв і, довівши технологію їхнього приготування до досконалості, поділитися ними з усім світом. У різні періоди про страви української кухні розповідали у своїх творах письменники та поети. Сьогодні ж їх із задоволенням готують знамениті шеф-кухарі та подають у найкращих ресторанах по всьому світу.

Глобалізація з її новими моделями просторової організації соціокультурної реальності призвела до попиту на одні форми гастрономічної культури та деактуалізувала інші. Через індустріалізацію харчової промисловості кулінарна культура сучасного міста не може представляти якусь одну культурну традицію. Незважаючи на можливість існування кулінарної символіки, місто зазвичай є своєрідним кулінарним «міксом» різних національних кухонь і стилів харчування. Особливий статус мають такі заклади харчування, які, різноманітно функціонуючи, надають додаткового значення самому процесу прийому їжі, який стає способом самоствердження в очах іншого.

В останні кілька років гастрономічний туризм активно розвивається як повноцінний туристичний напрямок. Це невід'ємна частина системи гостинності в усьому світі, туристи, які подорожують за кордон, автоматично стають споживачами. Україна, після закінчення війни та після повного відновлення, матиме високий потенціал у розвитку гастрономічного туризму. Територія нашої країни багата на різноманітні національні страви та продукти, які цікаві для всіх туристів, що бажають отримати нові враження та дізнатися про нашу культуру. Таким чином, Україна має величезний потенціал стати великою європейською країною із міцною структурою гастрономічного

туризму, який може принести значні економічні та соціальні вигоди учасникам туристичного ринку.

Отже, ми розкрили сучасну українську кухню: основні підходи та концепцію, визначили особливості організації сучасної української кухні, провели проєктні роботи ресторану української кухні у відповідності до світових стандартів якості з метою отримання зірки Мішлен. Розроблено SWOT-аналіз для закладу та обґрунтовано доцільність відкриття ресторану «Сковорода» у м. Харків. В ході роботи було також розраховано площі виробничих та адміністративних приміщень, складено концептуальне меню закладу та розроблено дизайн меню та логотип; описана концепція майбутнього закладу ресторанного господарства та її переваги. Таким чином, мета досягнута, всі завдання виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку HoReCa в Україні. 2021 рік URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-horeca-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 04.12.2022)
2. Бовш Л., Гопкало Л., Комарницький І. Наукове обґрунтування відповідності готельного бізнесу в апандемічних умовах // Ресторанно-готельний консалтинг. Інновації. 2020 Вип. 3 № 2.Р. 166–181. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.3.2.2020.219691>[CrossRef] [GoogleScholar] (дата звернення: 04.12.2022).
3. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптева Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм: навч. посіб. / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с
4. Бодріяр Ж. (1998). Суспільство споживання. [Електронний ресурс]. URL: http://lib.ysu.am/disciplines_bk/73df5c34dfa2bcb2dc510d88a301d9d.pdf (дата звернення: 28.11.2022).
5. Бутенко О.П. Стрельченко О.П. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 18-24.
6. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. Київ : *Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв*. 2013. Вип. 31. С. 112–118.
7. Гід MICHELIN Франція 2021: 638 зіркових ресторанів, 57 новачків, 33 «зелені» зірки та перша відзнака веганського ресторану. URL: <https://posteat.ua/obzory/gid-michelin-franciya-2021-638-zirkovixrestoraniv-57-novachkiv-33-zeleni-zirki-ta-persha-vidznaka-veganskogo-restoranu/> (дата звернення 06.12.2022)

8. Гринько Т.В. Максимчук О.С. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 255-260.
9. Гросул В.А. Іванова Т.П. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. Вип. 1(49). Том 1. С. 143-149.
10. Давидова О., Писаревський І., Ладиженська Р. Управління якістю продукції та послуг у готельноресторанному господарстві: навч. посібник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012. 414 с.
11. Джордж, Г., Лахані, К. Р., і Пуранам, П. (2020). Що змінилося? Вплив пандемії Covid на порядок денний досліджень управління технологіями та інноваціями. *Журнал досліджень управління*, 57 (8), 1754–1758. [Cross Ref] [Google Scholar] (дата звернення: 04.12.2022).
12. Динаміка відвідуванності закладів в 2022-2023 роках URL <https://horeca-ukraine.com/dinamika-vidviduvannosti-zakladiv-v-2022-2023-rokah/> (дата звернення: 04.12.2022).
13. З початку війни в Україні закрилося близько 7 тисяч ресторанів та кафе. URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stanta-klyuchovi-tendentsiyi/> (дата звернення: 04.12.2022).
14. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 314-317.
15. Коваленко Л.Г. Асортиментна політика закладів ресторанного господарства України. *Економіка та суспільство*. 2016. №5. С. 160-163.
16. Козлов, А. И. Пища людей. Серія: Наука для всіх. URL: <http://padabum.com/d.php?id=100732> (дата звернення: 28.11.2022).
17. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. *Географія та туризм* : наук. зб. ред. кол. Я.Б. Олійник. 2011. Вип. 14. С. 101–106.

18. Корнілова В., Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 28.11.2022).
19. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bacwс> (дата звернення: 28.11.2022).
20. Литвишко Л.О., Горбенко Ю.А. Адаптація бізнесу до нових реалій пандемії COVID-19 Матеріали і всеукраїнської науково-практичної конференції «Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці» В рамках реалізації проєкту Erasmus+ «Академічна протидія гібридним загрозам» WARN 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP7 грудня 2020. С. 65 URL: https://drive.google.com/file/d/1k3PeCfr_7sJJogv8VydUQn4vwRAqT7xE/view 2 (дата звернення: 04.12.2022).
21. Мальська М., Пандяк І., Занько Ю. Організація готельного обслуговування: Підручник. К.: Знання, 2011. 366 с.
22. Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 304 с.
23. Маркетингові дослідження та аналітика ринку HoReCa в Україні URL: <https://restaurant-consulting.com.ua/uk/marketingovi-doslidzhennja-ta-analitika-rinku-horeca-v-ukraini> (дата звернення: 04.12.2022)
24. Миронова М. Национальное достояние: путеводные звезды Мишлен. Вокруг света. 2019. № 1. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/article/306535/> (дата звернення 5.12.2022).
25. Михальчук І.В. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні . Національний авіаційний університет. Київ, 2020. 97с.
26. Новий «must visit» Барселони: ресторан «Disfrutar». URL: <https://www.disfrutarbarcelona.com/> (дата звернення: 06.12.2022).

27. Островська Г.Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. / Г.Й. Островська. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 268 с.
28. Офіційний сайт Мішлен URL: <https://guide.michelin.com/en/restaurants> (дата звернення: 06.12.2022)
29. П'ятницька Г.Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 9. С. 66-73.
30. П'ятницька, Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація. К: КНТЕУ. 2007. 465 с.
31. Підгірна В., Ємчук Т. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг України в умовах трансформацій-них змін. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 49. С. 46–51.
32. Підгірна, В., Єремія, Г., Хникіна, М. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. *Економіка та суспільство*, № (37). 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72> (дата звернення: 28.11.2022).
33. Поплавська А.В. Національно-культурні традиції харчування в сучасних ресторанах. URL: : <https://journalknukim.com.ua/index.php/culturology/article/download/60/226>. (дата звернення: 28.11.2022).
34. Постова В. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет. *Економіка та суспільство*. 2022. № (36). URL:: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-47>.
35. Прокопюк А. Феленчак Ю.Б. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.4. С. 259-265.
36. Ресторан «Asador Etxebarri». URL: <https://www.asadoretxebarri.com/en/home> (дата звернення: 06.12.2022).

37. Ресторан «Geranium» в Копенгагене (Дания). URL: <https://telehaus.com.ua/hotel/restoran-geranium-v-kopengagene-luchshij-v-danii-michelin-3/> (дата звернення: 06.12.2022).

38. Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади.— URL: https://24tv.ua/business/restoranni-biznespid-chas-viyni-vidkrittya-restoraniv-ukrayini_n2151721 (дата звернення: 04.12.2022).

39. Ресторанний бізнес у воєнний час: яка їжа, приміщення та в яких містах користуються попитом.— URL: <https://delo.ua/uk/business/restoranniibiznes-u-vojennii-cas-yaka-yiza-primishhennya-ta-v-yakix-mistaxkoristuyutsya-popitom-398364/> (дата звернення: 04.12.2022).

40. Ритцер, Д. Макдональдизация общества. А. Лазарев (Пер. з англ.). UR: http://socioline.ru/files/5/316/ritcer_dzhordzh_-_makdonaldizaciya_obshchestva_5_2011.pdf (дата звернення: 28.11.2022).

41. Розенштайн Т. Синдром «Noma»: как ресторан в Копенгагене стал легендой. URL: <https://huarache-shop.ru/raznoe/restoran-noma-sindrom-noma-kak-restoran-v-kopengagene-stal-legendoj.html> (дата звернення: 06.12.2022).

42. Самодай В. П. С Організація ресторанної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай, А. І. Кравченко. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.

43. Споживання продуктів харчування HoReCa в Україні: від карантинних обмежень до реалій війни URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/potreblenie-produktov-pitaniya-v-horeca-v-ukraine-ot-karantinyh-ogranichenij-k-realiyam-vojny> (дата звернення: 04.12.2022).

44. Томишин-Лелекач М.М. Технологічні розрахунки при проектуванні підприємств харчування: навч. посібник. Ужгород: Комерційний технікум В. Подяка, 2010. 196 с.

45. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефек-тивна економіка*. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf (дата звернення: 28.11.2022).
46. Шалімов С. А., Шадуря О. А. Сучасна українська кухня. 5-те вид., доповнене. К.: Техніка, 1984. 271 с.
47. «Central Restaurante». URL: <https://centralrestaurante.com.pe> (дата звернення: 06.12.2022).
48. «The World's 50 Best Restaurants». Журнал «Ресторатор». URL: <https://www.theworlds50best.com.list/1-50> (дата звернення: 06.12.2022).
49. 60+Food tourism statistics. URL: <https://www.jerseyislandholidays.com/food-tourism-statistics/> (дата звернення: 06.12.2022)

ДОДАТКИ

Додаток А

Ресторани Мішлен у Франції

Ресторани 3* МІШЛЕН

<i>Le Meurice Alain Ducasse</i>	Креативна французька кухня Закрито : Сб/ Нд	228 rue de Rivoli 75001 Paris Tél : 01.44.58.10.55 www.lemeurice.com
<i>L'Ambroisie</i>	Класична французька кухня Закрито : Нд /Пн	9 place des Vosges 75004 Paris Tél : 01.42.78.51.45 www.ambroisie-placedesvosges.com
<i>Arpège</i>	Креативна французька кухня Закрито : Сб/ Нд	84 rue de Varenne 75007 Paris Tél : 01.45.51.47.33 www.alain-passard.com
<i>Plaza Athénée</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Вт/Ср обід , Сб/ Нд	25 avenue Montaigne 75008 Paris Tél : 01.53.67.65.00 www.alain-ducasse.com
<i>Le Bristol (Epicure)</i>	Гастрономічна кухня 7/7	112 rue du Faubourg-Saint-Honoré 75008 Paris Tél : 01.53.43.43.00 www.lebristolparis.com
<i>Ledoyen</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Пн обід , Сб / Нд	1 avenue Dutuit 75008 Paris Tél : 01.53.05.10.01 www.ledoyen.com
<i>Pierre Gagnaire</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Сб / Нд обід	6 rue Balzac 75008 Paris Tél : 01.58.36.12.50 www.pierre-gagnaire.com
<i>Astrance</i>	Креативна французька кухня Закрито : Сб/ Нд /Пн	4 rue Beethoven 75016 Paris Tél : 01.40.50.84.40
<i>Le Pré Catelan</i>	Креативна французька кухня Закрито : Нд /Пн	route de Suresnes 75016 Paris Tél : 01.44.14.41.14 www.precatelanparis.com
<i>Guy Savoy</i>	Креативна французька кухня Закритий : Сб обід , Нд /Пн	18 rue Troyon 75017 Paris Tél : 01.43.80.40.61 www.guysavoy.com

Ресторани 2* МІШЛЕН

<i>Le Carré des Feuillants</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Сб / Нд	14 rue de Castiglione 75001 Paris Tél : 01.42.86.82.82 www.carredesfeuillants.fr
<i>Le Grand Vefour</i>	Креативна французька кухня. Закритий : Пт віч /Сб/ Нд	17 rue de Beaujolais 75001 Paris Tél : 01.42.96.56.27 www.grand-vefour.com
<i>L'Espadon (готель Ritz)</i>	Класична французька кухня 7/7	15 place Vendôme 75001 Paris Tél : 01.43.16.30.80 www.ritzparis.com
<i>Sur Mesure (готель Le Mandarin Oriental)</i>	Гастрономічна кухня 7/7	251 rue Saint-Honoré 75001 Paris Tél : 01.70.98.78.88 www.mandarinoriental.fr
<i>L'Ambroisie</i>	Класична французька кухня Закрито : Нд /Пн	9 place des Vosges 75004 Paris Tél : 01.42.78.51.45 www.ambroisie-placedesvosges.com
<i>Relais Louis XIII</i>	Класична французька кухня Закрито : Нд /Пн	8 rue des Grands-Augustins 75006 Paris Tél : 01.43.26.75.96 www.relaislouis13.com
<i>Apicius</i>	Гастрономічна кухня 7/7	20 rue d'Artois 75008 Paris Tél : 01.43.80.19.66 www.restaurant-apicius.com
<i>L'Atelier de Joël Robuchon - Etoile</i>	Класична французька кухня 7/7	133 avenue des Champs-Élysées 75008 Paris Tél : 01.47.23.75.75 www.robuchon.com
<i>Le Cinq (hôtel George V)</i>	Гастрономічна кухня 7/7	31 avenue George -V 75008 Paris Tél : 01.49.52.71.54 www.fourseasons.com
<i>Lasserre</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Вт обід / Ср обід / Сб обід / Нд / Пн обід	17 avenue Franklin-Delano-Roosevelt 75008 Paris Tél : 01.43.59.53.43 www.restaurant-lasserre.com
<i>Senderens</i>	Гастрономічна кухня 7/7	9 place de la Madeleine 75008 Paris Tél : 01.42.65.22.90 www.senderens.fr
<i>Bigarrade</i>	Креативна французька кухня. Закритий : Сб / Нд / Пн	106 rue Nollet 75017 Paris Tél : 01.42.26.01.02 www.bigarrade.fr
<i>Michel Rostang</i>	Класична французька кухня Закритий : Сб обід / Нд /Пн обід	20 rue Rennequin 75017 Paris Tél : 01.47.63.40.77 www.michelrostang.com

Ресторани 1* МІШЛЕН

<i>Le Baudelaire</i> (<i>готель Le Burgundy</i>)	Креативна французька кухня. 7/7	6-8 rue Duphot 75001 Paris Tél : 01.42.60.34.12 www.leburgundy.com
<i>Le Céladon</i>	Креативна французька кухня. Закритий : Сб / Нд	15 rue Daunou 75002 Paris Tél : 01.42.61.77.42 www.leceladon.com
<i>La Tour d'Argent</i>	Класична французька кухня Закрито : Нд / Пн	5 quai de la Tournelle 75005 Paris Tél : 01.43.54.23.31 www.latourdargent.com
<i>La Truffière</i>	Креативна французька кухня. Закритий : Нд / Пн	4 rue Blainville 75005 Paris Tél : 01.46.33.29.82 www.la-truffiere.fr
<i>Hélène Darroze</i>	Креативна французька кухня. 7/7	4 rue d'Assas 75006 Paris Tél : 01.42.22.00.11 www.helenedarroze.com
<i>Le Divellec</i>	Морепродукти Закрито : Сб / Нд	107 rue de l'Université 75007 Paris Tél : 01.45.51.91.96 www.le-divellec.com
<i>Les Fables de La Fontaine</i>	Морепродукти 7/7	131 rue Saint-Dominique 75007 Paris Tél : 01.44.18.37.55 www.lesfablesdelafontaine.net
<i>Le Jules Verne</i>	Креативна французька кухня. 7/7	5 avenue Gustave-Eiffel 75007 Paris Tél : 01.45.55.61.44 www.lejulesverne-paris.com
<i>Lasserre</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Вт обід / Ср обід / Сб обід / Нд / Пн	17 avenue Franklin-Delano-Roosevelt 75008 Paris Tél : 01.43.59.53.43 www.restaurant-lasserre.com
<i>La Table du Lancaster</i> (<i>готель Lancaster</i>)	Гастрономічна кухня Закрито : Сб обід	7 rue de Berri 75008 Paris Tél : 01.40.76.40.18 www.hotel-lancaster.fr
<i>Laurent</i>	Гастрономічна кухня Закрито : Сб обід / Нд	41 avenue Gabriel 75008 Paris Tél : 01.42.25.00.39 www.le-laurent.com
<i>Diane</i> (<i>готель Fouquet's Barrière</i>)	Гастрономічна кухня Закритий : Сб обід / Нд / Пн	46 avenue George -V 75008 Paris Tél : 01.40.69.60.60 www.lucienbarriere.com
<i>Ze Kitchen Galerie</i>	Фьюжн кухня Закритий : Сб обід / Нд	4 rue des Grands-Augustins 75006 Paris Tél : 01.44.32.00.32 www.zekitchengalerie.fr

Концептуальне меню та карта напоїв ресторану сучасної української
кухні «Сковорода»

№ рецептури за Збірником або ТТК	Найменування страв	Вихід, г
1	2	3
	Фірмові страви (гарячі другі страви)	
ТТК	Фірмові вареники (з капустою та грибами/з картоплею, грибами та шкварками/з куркою та вершковим соусом/з бараниною та сметанно-м'ятним соусом/4 сири/з кроликом)	250/250/250/200/185/200
ТТК	Стейк із телятини з картоплею по-селянськи та фірмовим соусом	400
	Холодні страви та закуски	
ТТК	Шпинатні завиванці з лососем ОСЕЛЕДЦЕМ?	220
ТТК	Домашній паштет з карамелізованою цибулею (подається з грінками)	150/40
ТТК	Асорті українського сала з часником та хрінном	250
	Салати	
ТТК	Теплий салат з телятиною су-від та овочами гриль	250
ТТК	Салат з качиним філе, яблуком та полуницею	300
ТТК	Салат з лососем та авокадо, з лляною заправкою та бузиною	300
ТТК	Теплий салат з курячою печінкою під медово-гірчичним соусом	200
ТТК	Салат «Селянський» (салат із квасолі консервованої, картоплі, шпику та цибулі, заправлений ніжним соусом та зеленню)	150
ТТК	Салат з пастромі із сома та фірмовим соусом	300
	Гарячі закуски	
ТТК	Фірмові деруни з грибним соусом та бринзою	250
ТТК	Качина грудка з ананасом гриль	300
ТТК	Печериці в горщику (запечені печериці у вершковому соусі)	130
ТТК	Гречані голубці зі сметаною	250
	Супи	
ТТК	Борщ з реберцем гриль та українськими смаколикami (сало, часник, хрін)	400/10/5/10
ТТК	Пікантний бограч	300
ТТК	Зелений борщ з телятиною та гарбузовим хлібом	300
ТТК	Гарбузовий крем-суп з пармезаном	340/10
	Основні страви	
ТТК	Стейк зі свинини по-українськи (запечена свинина)	400/50

Продовження додатку Б

Концептуальне меню та карта напоїв ресторану сучасної української
кухні «Сковорода»

1	2	3
ТТК	Біфштекс натуральний з баклажанами (обсмажена яловичина з баклажанами, хрінном та петрушкою)	150 /100/ 10/5
ТТК	Курка запечена (запечена курка на овочевій подушці з помідорів, огірків, болгарського перцю)	250
ТТК	Медальйони в беконі	150/5
ТТК	Печеня з курки (у горщику)	350
ТТК	Лосось із вершковим соусом та овочами	160
ТТК	Філе судака, запечене під сиром та зеленню	200
ТТК	Форель на грилі	160
ТТК	Мазанка з млинцями або дранками (свинячі ребра смажені, ковбаса домашня смажена, свинина смажена, соус сметанний, цибуля смажена, млинці, зелень, журавлина)	500/10
ТТК	М'ясо по-українськи на дошці (свиняча шия, картопля смажена, мікс овочей (огірок свіжий, помідор свіжий, перець болгарський), паляниця, гострий соус, зелень, журавлина)	200/195/100 /20/50/15
ТТК	Качина ніжка з локшиною, яблуками та м'ятою	350
	Гарніри	
ТТК	Шпинат тушкований із болгарським перцем	80/70
ТТК	Дикий рис	110/30/10
ТТК	Спаржа смажена на грилі	145/5
ТТК	Гречка з овочами	100/45/5
ТТК	Брокколи лесе (броколі відварні)	145/5
ТТК	Картопля по-селянськи	150
ТТК	Овочі гриль (печериці, томати, перець, кабачок)	150
	Десерти	
ТТК	Вареники з вишнею під заварним кремом із м'ятним соусом	160/20/5
ТТК	Грушевий пиріг з морозивом	150
ТТК	Тірамісу з кремом із сиру	200
ТТК	Львівський сирник з шоколадним соусом	150
ТТК	Пляцок шоколадний глінтвейн	200
	Хлібобулочні вироби	
ТТК	Житній хліб	50
ТТК	Хліб пшеничний	50
ТТК	Паляниця	70

Продовження додатку Б

Концептуальне меню та карта напоїв ресторану сучасної української
кухні «Сковорода»

Назва напою	Ємність пляшки / величина порції, л
1	2
Горілка і горілчані вироби	
Горілка «Срібна», ТМ «Хортиця», Україна	50/0,7
Горілка «Медова», ТМ «Неміров», Україна	50/0,7
Горілка «Stolichnaya», Латвія	50/0,7
Вино	
Білі вина	
Вино SHABO Grande Reserve Шардоне-Совінйон Блан, Україна	100/0,75
Вино ГУЛІЄВИХ - ШАРДОНЕ RESERVE, Україна	100/0,75
Шардоне Колоніст «Висока Гамма», Україна	100/0,75
Рожеві вина	
Вино Father's Wine Рожевий Квадрат, Україна	100/0,75
Вино Розе my Wine by Eduard Gorodetsky, Україна	100/0,75
Вино Розе Мерло by Slivino Village, Україна	100/0,75
Червоні вина	
Вино Каберне my Wine by Eduard Gorodetsky, Україна	100/0,75
Вино Château Kurin Red Dry, Україна	100/0,75
Вино Шато Чизай Cuvée, Україна	100/0,75
Ігристі вина	
Вино Шато Чизай Carpathian Sekt Chersegi, Україна	100/0,75
Вино Колоніст Біссер 2018, Україна	100/0,75
«Крим», червоне напівсолодке, ТМ «ArtWinery», Україна	100/0,75
Коньяк	
Коньяк «Shabo» V,S,O,P 5*, Україна	50/0,5
Коньяк «Карпати», Україна	50/0,5
Коньяк «Україна», 30 років, ТМ «Shustoff», Україна	50/0,5
Коньяк Shustoff Le Grand Royal V.V.S.O.P., Україна	50/0,5
Коньяк Таврія «Дніпро», Україна	50/0,75

Продовження додатку Б

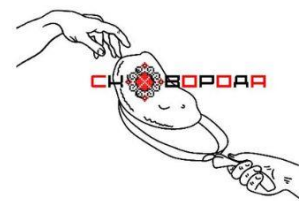
Концептуальне меню та карта напоїв ресторану сучасної української
кухні «Сковорода»

1	2
Лікери	
Лікер «Original», ТМ «Baileys», Ірландія	50/0,7
Лікер «Coffee layered liqueur», ТМ «Sheridans», Ірландія	50/0,7
Мінеральні і фруктові води	
Соса-Сола	0,3
Спрайт	0,3
7up	0,3
Вода Моршинська без газу/слабогазована	0,5
Вода мінеральна «Боржомі»	0,5
Сік	
Сік Сандора Апельсин/яблуко/вишня/ мультівітамін	0,25
Пиво	
Пиво ТМ «Stella Artois», 0%, Бельгія	0,3/0,5
Пиво ТМ «Чернігівське» 4,6%, Україна	0,3/0,5
Пиво ТМ «Lowenbrau», 5,2%, Німеччина	0,3/0,5
Пиво ТМ «Львівське», 4,7%, Україна	0,3/0,5
Пиво ТМ «Corona Extra», 4,5%, Мексика	0,3/0,5
Чай	
Листовий зелений чай з лимоном	0,2
Обліпиховий	0,2
Обліпихово-імбирний	0,2
Імбирний з м'ятою	0,2
Малиновий	0,2
Чай на закарпатських травах	0,2
Кава	
Еспресо	0,030
Американо	0,060
Лате	0,25/0,5
Капучіно	0,25/0,5
Фраппе	0,25

Карта авторських коктейлів

Авторські а коктейлі	
Назва	Мл
Тіні забутих предків (Баккарді окхарт, лікер яблуко, мед, імбирний фреш, яблучний сік)	250
Мавка (Мідорі, лимонний сік, цукровий сироп, білок, диня)	300
Гайдамак (Бомбей Сапфір джин, апероль, лікер персик, лаймовий сік, цукровий сироп, білок) (Абсолют ваніль, лікер какао, малинове пюре, морозиво)	280
Чорна рада (Капітан морган білий, лікер голд страйк, лаймовий сік, сироп груша)	320
Кобзар (Червоний вермут, Апероль, сухе ігристе вино, апельсиновий бітер)	200
Сонячний затишок (Suze, Kombucha, королівський гібіскус, лікер з кропу Suze)	200
Місто (Джин, рубіновий вермут, чорносмородиновий лікер, лимонний кордіал, тонік Gin)	200
Княжна (Сухе ігристе, пюре маракуйї)	200
Зорепад (Бурбон, рубіновий вермут, Чинар, Мараскіно)	250
Метеор (Піско, Стріга, Чинар, грейпфрутовий біттер)	250
Дніпро (Джин Gordon's, Aperol, червоний вермут, Suze)	200
Мальва (Коньяк, коричневий лікер з какао-бобами, рубіновий вермут, шоколадний бітер Cognac)	200
Кайдашиха (BACARDI Carta Blanca, сік лайма, маракуйя, малина)	250
Земля (The Singleton 12 у.о. , бітер Angostura, листя лайма, чилі, цукор тростини, сік лимонний, білок)	300
Каменярі (Ірландський віскі Roe & Co, солодкий херес з нотами сухофруктів, лимонний сік, тростинний цукор)	300

Дизайн меню закладу



МЕНЮ

САЛАТИ

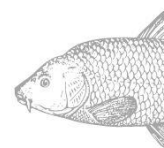
ТЕПЛІЙ САЛАТ З ТЕЛЯТИНОЮ СУ-ВІД ТА ОВОЧАМИ ГРИЛЬ	250 Г
САЛАТ З КАЧИНИМ ФІЛЕ, ЯБЛУКОМ ТА ПОЛУНИЦЕЮ	300 Г
САЛАТ З ЛОСОСЕМ ТА АВОКАДО, З ЛЛЯНОЮ ЗАПРАВКОЮ ТА БУЗИНОЮ	300 Г

СУПИ

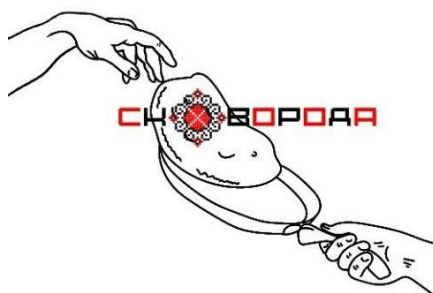
БОРЩ З РЕБЕРЦЕМ ГРИЛЬ ТА УКРАЇНСЬКИМИ СМАКОЛИКАМИ (САЛО, ЧАСНИК, ХРІН)	400 Г
ПІКАНТНИЙ БОГРАЧ	300 Г
ГАРБУЗОВИЙ КРЕМ-СУП З ПАРМЕЗАНОМ	350 Г

ОСНОВНІ СТРАВИ

СТЕЙК ЗІ СВИНИНИ ПО-УКРАЇНСЬКИ	400 Г
МАЗАНКА З МЛИНЦЯМИ АБО ДРАНКАМИ	500 Г
ФІЛЕ СУДАКА ЗАПЕЧЕНЕ ПІД СИРОМ ТА ЗЕЛЕННЮ	200 Г



Дизайн меню закладу



ДЕСЕРТИ

ВАРЕНИКИ

з вишнею, під
заварним кремом із
м'ятним соусом

185 г

ЛЬВІВСЬКИЙ СИРНИК

150 г

з шоколадним соусом



ГРУШЕВИЙ ПИРІГ

з морозивом

150 г

Додаток Д

Добова потреба закладу у сировині, напівфабрикатах, продуктах та закупівельних товарах за товарними групами

Товарна група	Найменування сировини, продукту, напівфабрикату	Ґатунок, термічний стан	Маса, кг або кількість
1	2	3	4
М'ясо, птиця, Субпродукти	Свинина	Охолоджена	50
	Телятина	Охолоджена	26
	Філе курки	Охолоджене	14,4
	Стегно курки	Охолоджене	16
	Печінка курки	Охолоджена	13
	Качка	Охолоджена	9
	Ребра свинячі	Охолоджені	48
	Яйця	Охолоджені	35,56
Риба та морепродукти	Форель	Охолоджений	13,4
	Лосось	Охолоджений	94,62
	Сом	Охолоджений	14.6
М'ясна та рибна Гастрономія	Шпик	фасований, в/г	13,7
	Сало	фасоване в/г	23,3
	Шинка	фасована, в/г	3,7
	Паштет курячий	фасований, в/г	27
Молоко, молочні та жирові продукти	Молоко коров'яче	Пакетоване, 3,2%	62,64
	Сир	фасований, в/г, 8%	46,6
	Сметана	Пакетована, 25%	18,8
	Вершки	Пакетовані, 15%	1134
	Камамбер	фасований, в/г	2,8

Продовження додатку Д

Добова потреба закладу у сировині, напівфабрикатах, продуктах та закупівельних товарах за товарними групами

1	2	3	4
	Пармезан	фасований, в/г	12,8
	Масло вершкове	фасоване, в/г, 75%	3
	Морозиво пломбір	Фасоване, в/г	3
Овочі та зелень	Огірки	Свіжі	2,4
	Помідори	Свіжі	36
	Авокадо	Свіжі	25
	Цукіні	Свіжі	3
	Морква	Свіжі	3
	Цибуля	Свіжі	4
	Перець болгарський	Свіжі	20
	Капуста	Свіжі	4,6
	Пекінська капуста	Свіжі	3
	Салат	Свіжі	128
	Руккола	Свіжі	26
	Шпинат	Свіжі	5,6
	Часник	Свіжі	5,6
	Картопля	Свіжі	8
	Гриби	Свіжі	30
	Синя капуста	Свіжі	3,6
	Петрушка	Свіжі	1,6
	Кріп	Свіжі	15,2
	Кольорова капуста	Свіжі	5

Продовження додатку Д

Добова потреба закладу у сировині, напівфабрикатах, продуктах та закупівельних товарах за товарними групами

1	2	3	4
	Базилік	Свіжі	10
Фрукти та ягоди	Лимон	Свіжий	2,2
	Чорника	Свіжі	12,8
	Персик	Свіжі	3,4
	Манго	Свіжі	1,6
	Обліпиха	Свіжі	12
	Виноград	Свіжі	22,2
	Апельсин	Свіжі	10,2
	Грейпфрут	Свіжі	21,2
	Смородина	Свіжі	1,8
	Малина	Свіжі	26
	Імбир	Свіжий	25
	Банан	Свіжі	4
	Калина	Свіжа	16
Бакалійні товари	В'ялені томати	Консервований	1,2
	Оливки	Консервовані	1
	Маслини	Консервовані	8
	Майонез	Консервований	14
	Мед	Фасований	2
	Соус песто	Фасований	25
	Соевий соус	Фасований	68
	Олія рослинна	Бутильована	5,6

Продовження додатку Д

Добова потреба закладу у сировині, напівфабрикатах, продуктах та закупівельних товарах за товарними групами

1	2	3	4
	Сіль	Фасована, в/г	0,4
	Перець чорний горошком	Фасований, в/г	9,32
	Цукор	Фасована, в/г	152
	Печиво савоярді	Фасоване, в/г	0,4
	Кориця	Фасована	12
	Аджика	Консервована	6
	Суміш сухофруктів	Фасовані	2,16
	Горішки кедрові	Фасовані	0,2
	Шоколад молочний	Фасований	0,12
	Чай чорний	Фасований	2,4
	Чай зелений	Фасований	3,2
	Кава	Фасована	3,2
Сухі продукти	Борошно пшеничне	Фасоване	16
	Рис шліфований	Фасований	2,2
	Локшина скляна	Фасовані	1
	Гречка	Фасована	10,4
	Кукурудзяна каша	Фасована	0,32
Кондитерські та хлібобулочні вироби	Морозиво	Фасований	10,08
	Житній хліб	Фасований	0,04
	Хліб пшеничний	Фасований	9,2
	Паляниця	Фасований	20

Продовження додатку Д

Добова потреба закладу у сировині, напівфабрикатах, продуктах та закупівельних товарах за товарними групами

1	2	3	4
	Львівський сирник з шоколадним соусом	Фасований	10
	Пляцок шоколадний глінтвейн	Фасований	180,66
	Тірамісу	Фасований	10,8
	Грушевий пиріг	Фасований	10,8
Всього			412,36

Креслення закладу ресторанного господарства «Сковорода»

