

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

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

---

**Кваліфікаційна робота магістра**  
на тему: **«РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ ПРОЄКТУ  
РЕСТОРАНУ СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКОЇ КУХНІ НА 120 МІСЦЬ»**

Виконала:  
студентка 2 курсу, гр. УГРЗ-61  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Нагорна Дарина Андріївна

---

Керівник:  
канд. техн. наук, доцент Горелков Д.В.

---

Рецензент:  
канд. техн. наук, доцент Дмитревський Д.В.

---

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

Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

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

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

**ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА**

Студента Нагорна Дарина Андріївна

Курсу \_\_\_\_\_ ІІ \_\_\_\_\_ групи УГРЗ-61

Тема кваліфікаційної роботи «Розробка інноваційних рішень проекту ресторану  
середземноморської кухні на 120 місць»

затверджена наказом від 21.10.2024 р. № 4001-5/3420

1. Графік виконання роботи

| Назва розділів роботи                                                                                 | Дата<br>закінчення | Відмітка про<br>виконання<br>(підпис<br>керівника) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------|
| Теоретичний огляд ринку ресторанних<br>послуг                                                         | 27.09.2024         |                                                    |
| Формування концепції ресторану<br>середземноморської кухні та аналіз<br>перспектив діяльності закладу | 21.10.2024         |                                                    |
| Практичні кроки з впровадження<br>інновацій в ресторані класу люкс                                    | 15.11.2024         |                                                    |

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 20.11.24

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту,  
ступінь готовності роботи у відсотках) 20.11.2024 р.

---

КЕРІВНИК РОБОТИ \_\_\_\_\_ доцент Горелков Д.В.

Дата видачі завдання 01.09.2024 р.

Завдання прийнято дипломником до виконання \_\_\_\_\_ Нагорна Д.А.

Завідувачка кафедри готельно-ресторанного  
бізнесу та харчових технологій \_\_\_\_\_ доцент Данько Н.І.

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить: 85 сторінок, 10 таблиць, 15 рисунків, 32 літературних джерела.

НАЗВА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ: «Розробка інноваційних рішень проєкту ресторану середземноморської кухні на 120 місць»

ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ: процес розробки закладу ресторанного бізнесу із розробкою та впровадженням інноваційних організаційних та технічних рішень.

ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: аналітичні, проєктні, технічні розрахунки ресторану із застосуванням інновацій.

МЕТА РОБОТИ: розробити проєкт закладу ресторанного бізнесу типу ресторан з рекомендаціями щодо впровадження інновацій з організації виробництва та надання послуг.

### ЗАВДАННЯ РОБОТИ:

- обґрунтувати проведення організаційно-проєктних робіт закладу типу ресторан;
- проаналізувати стан розвитку ресторанної індустрії у світі та кураїні;
- проаналізувати світові тенденції щодо розвитку та впровадження інновацій в закладах ресторанної індустрії;
- розробити та обґрунтувати концепцію ресторану середземноморської кухні;
- провести аналіз перспектив діяльності закладу;
- розробити організаційно- проєктні рішення закладу із впровадженням інноваційних заходів.

НАУКОВА НОВИЗНА ДОСЛІДЖЕННЯ: в результаті проведених аналітичних досліджень отримано дані щодо перспектив впровадження інновацій у закладах ресторанної індустрії, тенденцій розвитку, обґрунтовано можливість реалізації проєкту ресторану середземноморської кухні, оцінено ефективність впровадження інновацій.

РІК ВИКОНАННЯ 2024. РІК ЗАХИСТУ 2024.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ресторан, технічні інновації, середземноморська кухня, енергозаощадження, інноваційні рішення.

## ABSTRACT

The qualification work contains: 85 pages, 10 tables, 15 drawings, 32 literary source.

**TITLE OF THE QUALIFICATION WORK:** «Development of innovative solutions for the design of a Mediterranean cuisine restaurant for 120 seats»

**OBJECT OF THE RESEARCH:** the process of developing a restaurant business establishment with the development and implementation of innovative organizational and technical solutions.

**SUBJECT RESEARCH:** analytical, design, technical calculations of a restaurant with the use of innovations.

**OBJECTIVE OF THE STUDY:** to develop a project for a restaurant business establishment with recommendations for the implementation of innovations in the organization of production and provision of services.

**JOB TASK:**

- to justify the implementation of organizational and design work for a restaurant-type establishment;
- to analyze the state of development of the restaurant industry in the world and in the country;
- analyze global trends in the development and implementation of innovations in restaurant industry establishments;
- develop and substantiate the concept of a Mediterranean cuisine restaurant;
- conduct an analysis of the prospects for the establishment's activities;
- develop organizational and design solutions for the establishment with the implementation of innovative measures.

**SCIENTIFIC NOVELTY OF THE RESEARCH:** as a result of the analytical research, data were obtained on the prospects for the implementation of innovations in restaurant industry establishments, development trends, the possibility of implementing a Mediterranean cuisine restaurant project was substantiated, and the effectiveness of the implementation of innovations was assessed.

**YEAR OF IMPLEMENTATION 2024. YEAR OF PROTECTION 2024.**

**KEYWORDS:** restaurant, technical innovations, Mediterranean cuisine, energy saving, innovative solutions.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                                       | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ.</b>                                                                            | <b>7</b>  |
| 1.1. Теоретичне підґрунтя формування та розвитку ресторанної індустрії...                                                               | 7         |
| 1.2. Сучасні тенденції розвитку закладів ресторанної індустрії класу «люкс».                                                            | 8         |
| 1.3. Стан розвитку ресторанної індустрії в Україні.....                                                                                 | 27        |
| <b>РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАНУ<br/>СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКОЇ КУХНІ «САРДИНІЯ» ТА АНАЛІЗ<br/>ПЕРСПЕКТИВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ.....</b> | <b>36</b> |
| 2.1. Концептуальні рішення ресторану середземноморської кухні<br>«Сардинія» .....                                                       | 36        |
| 2.2. SWOT – аналіз діяльності ресторану середземноморської кухні класу люкс<br>«Сардинія».....                                          | 47        |
| <b>РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ КРОКИ З ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В<br/>РЕСТОРАНИ КЛАСУ ЛЮКС «САРДИНІЯ».....</b>                                     | <b>56</b> |
| 3.1 Проєктування мийних столового і кухонного посуду.....                                                                               | 56        |
| 3.2. Компонувальні рішення ресторану «Сардинія».....                                                                                    | 62        |
| 3.3. Оцінка впровадження прийнятих інноваційних рішення.....                                                                            | 73        |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>                                                                                                                    | <b>75</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                                                                                  | <b>77</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                                                                                     | <b>81</b> |

## ВСТУП

*Актуальність дослідження.* Ресторанна індустрія як і решта галузей економіки змінюється у відповідності до потреб та вимог сьогодення. Проте має чіткий взаємозв'язок із купівельною здатністю населення. З її підвищенням зростає попит на заклади ресторанної індустрії високого рівня та якості обслуговування. Такими закладами є зазвичай ресторани класу «люкс», які реалізують надання послуг з харчування та організацію дозвілля. Ці дві складові завжди були рушійними складовими цієї категорії закладів. Проте останнім часом переважна увага закладів класу люкс зведена до надання якісних послуг з організації харчування та обслуговування. В цих напрямках більшість закладів досягли значних якісних успіхів світового рівня. З виникненням складних економічних обставин в країні знизився і попит на цю категорію закладів, і можливість їх ефективного функціонування. Але ще до виникнення складних обставин в цій категорії закладів спостерігався певний спад популярності.

Цей спад пояснюється певною одноманітністю в форматах закладів. І не можна не звернути увагу на те що організація дозвілля у ресторанах перейшла в площину ситуативних заходів – банкети з нагоди днів народжень, весіль тощо. А от такої послуги як «жива» музика, розважальні заходи тощо не застосовуються оскільки ця категорія послуг потребує витрат і не завжди є рентабельною для закладу, але іноді це не пов'язано з рентабельністю – це пов'язано здебільшого з небажанням зайвого клопоту та вживання організаційних заходів. Звертаючи увагу на соціологічні опитування серед населення відповідної споживчої категорії саме відсутність розважальних закладів та музичного супроводу в певний проміжок часу знизила відвідуваність ресторанів. Отже активне впровадження організаційних заходів дозвільного спрямування є перспективним напрямком та ще одним поштовхом для зростання попиту ресторанів. Окрім організації дозвілля ще одним перспективним напрямком є розвиток закладів з тематичним спрямуванням

організації харчування, які ще не представлені на ринку послуг, наприклад, закладів середземноморської кухні та кухонь країн Скандинавії.

*Об'єкт дослідження.* Процес розробки закладу ресторанного бізнесу із розробкою та впровадженням інноваційних організаційних та технічних рішень.

*Предмет дослідження.* аналітичні, проєктні, технічні розрахунки ресторану із застосуванням інновацій.

*Мета випускної кваліфікаційної роботи.* Розробити проєкт закладу ресторанного бізнесу типу ресторан з рекомендаціями щодо впровадження інновацій з організації виробництва та надання послуг.

*Завдання роботи:*

- обґрунтувати проведення організаційно-проєктних робіт закладу типу ресторан;
- проаналізувати стан розвитку ресторанної індустрії у світі та країні;
- проаналізувати світові тенденції щодо розвитку та впровадження інновацій в закладах ресторанної індустрії;
- розробити та обґрунтувати концепцію ресторану середземноморської кухні;
- провести аналіз перспектив діяльності закладу;
- розробити організаційно-проєктні рішення закладу із впровадженням інноваційних заходів.

*Наукова новизна* – в результаті проведених аналітичних досліджень отримано дані щодо перспектив впровадження інновацій у закладах ресторанної індустрії, тенденцій розвитку, обґрунтовано можливість реалізації проєкту ресторану середземноморської кухні, оцінено ефективність впровадження інновацій.

*Джерела інформації.* Статистична інформація, джерела наукової та науково-технічної літератури.

Кваліфікаційну роботу магістра викладено у трьох основних розділах, робота містить вступ, висновки, додатки, викладена на 85 сторінках друкованого тексту. Список використаних літературних джерел містить 32 найменування.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ**

### **1.1. Теоретичне підґрунтя формування та розвитку ресторанної індустрії**

Згідно історичної довідки ресторанна індустрія почала розвиватись декілька тисячоліть тому, звісно, що сформувалась у окрему перспективну для інвестицій галузь орієнтовно лише 150-170 років тому з активним розвитком транспортних засобів та збільшенням рівня трансферу населення світом.

На теперішній час ресторанна галузь це окрема галузь економіки будь-якої держави світу, а деяких держав, особливо туристичного спрямування, майже основним джерелом формування бюджету та доходів як держави так і населення. Прикладами таких держав можна назвати країни Середземномор'я та азіатського регіону. До певних часів вважалось, що заможною є країна, яка є індустріальною, а не аграрною і цей чинник є безперечним адже важка промисловість дійсно є потужним рушієм економіки. Але зі зміною вподобань людства, зміною пріоритетів, популяризацією подорожей заради відпочинку та отримання вражень зросла і вагомість кулінарного туризму та вагомість ресторанного бізнесу у формуванні доходів держави оскільки саме ця галузь разом із харчовою промисловістю робить аграрний сектор привабливим інвестиційним проектом. Ця привабливість полягає у тому, що з'являється внутрішній крупний споживач, який здатен переробляти сировину вітчизняного походження у значних об'ємах і створювати бренд «купуй вітчизняне». Цей чинник змушує розвиватись і низку інших супутніх галузей переробної промисловості задля задоволення потреб ресторанної індустрії. Таким чином можна стверджувати, що ресторанна галузь в умовах трансформації економіки держави може стати одним з локомотивів її руху, адже потребує відносно незначних інвестицій і змушує формуванню внутрішнього туризму. Але є певні умови для запуску цього позитивного поступального руху: врівноважена

соціально-економічна ситуація, державна законодавча підтримка галузі, тісний взаємозв'язок індустрії з профільними навчальними закладами.

## **1.2. Сучасні тенденції розвитку закладів ресторанної індустрії класу «люкс»**

По мірі наближення до 2025 року, ресторанна індустрія стикається з низкою питань різної напруженості: появою нових інновацій, зміною споживчих уподобань і технологічним прогресом. Для власників ресторанів випереджати ці тенденції ресторанної індустрії – це не просто питання йти в ногу, але й має вирішальне значення для підтримки конкурентної переваги та надання виняткових вражень від відвідування закладу сучасним вибагливим споживачем. Сприйняття останніх тенденцій ресторанної індустрії дозволяє власникам ресторанів передбачати зміни у вподобаннях споживачів, вчасно адаптуватися до нових технологій і оптимізувати роботу закладу для підвищення ефективності та задоволення клієнтів. Як відзначають ресторатори, що активно працюють на ринку, наразі можна виділити наступні яскраві тенденції щодо функціонування закладів ресторанної індустрії та їх руху у наступному році [19-25].

Першою тенденцією вони виділяють – екологічність закладу.

На їх думку екологічність продовжує залишатися суттєвою рушійною силою ресторанної індустрії, а споживачі все більше вимагають екологічно чистих страв. Причому для закладів класу «люкс» це стало не просто трендом для розвитку, а майже обов'язковою умовою, яка віддзеркалюється в усіх аспектах їх роботи. Зараз ресторани зосередились на зменшенні рівня відходів, постійному пошуку місцевих і обов'язково органічної сировини, а також впровадженні енергозберігаючих методів. За різними прогнозами у 2025 році очікується, що відбудеться зростання кількості закладів ресторанної індустрії, які приєднуються до політики «безвідходного використання». Низка закладів будуть проводити роботи щодо введення вегетаріанських меню або меню зі

збільшеним вмістом рослинних страв. А також низка закладів долучиться застосування екологічних джерел енергетики [25]. Ця категорія ресторанів, як правило віддає перевагу сталому розвитку. Вони роблять ставку на екологічно орієнтованих клієнтів і позиціонують себе як відповідальні підприємства, які роблять позитивний внесок у навколишнє середовище і не забруднюють його.

Другим кроком щодо інноваційного розвитку прогнозується підвищення рівня автоматизації за рахунок більш активного застосування штучного інтелекту.

Ці прогнозовані тенденції [23,24] ресторанної індустрії на 2025 рік, присутні в списку інновацій як і для будь-якої іншої галузі. На теперішній час автоматизація та штучний інтелект змінюють форму функціонування ресторанної індустрії, впроваджуючи рішення, які оптимізують роботу, покращують взаємодію з клієнтами та зменшують витрати на зайву робочу силу. І спектр застосування цих ресурсів широкий – від чат-ботів, керованих штучним інтелектом, які обробляють бронювання та запити клієнтів, до автоматизованого кухонного обладнання, яке покращує органолептичні показники страв. Проте слід відзначити, що в цьому контексті застосуванні штучного інтелекту в устаткуванні не є можливим без висококваліфікованих фахівців харчових технологій. Ця тенденція актуальна як для закладів класу «люкс» так і закладів швидкого обслуговування, в яких роботи беруть на себе виконання повторюваних алгоритмів, розвантажуючи персонал та вивільняючи час для більш складних задач. Впровадження штучного інтелекту в ресторанну індустрію – це тенденція, яка не є тимчасовою та тією, що розрахована лише наступний рік. Це питання розвитку ресторанів, на нашу думку, на найближчі 10 років.

На відміну від штучного інтелекту та екологічності тренд «кухні-привиди» та «віртуальні бренди» є дещо заниженим і не зовсім розповсюдженим, проте його популярність за прогнозами різних джерел у 2025 ресторанному році зросте на належному рівні.

Взагалі зростання «кухонь-привидів» і «віртуальних брендів» є однією з найважливіших тенденцій ресторанної галузі саме для ресторанів класу «люкс». Робота у форматі такої концепції дозволяють власникам ресторанів зменшити накладні витрати, усуваючи потребу у фізичних приміщеннях. Наступного 2025 року модель «кухні-привида» продовжить розширюватися, і все більше ресторанів використовуватимуть цю тенденцію, щоб експериментувати з новими пунктами меню та орієнтуватися на різні демографічні групи. Тренд «віртуальні бренди», які часто працюють на тій самій кухні, що й існуючий ресторан, забезпечують додаткові джерела доходу без потреби у фізичній присутності.

Незмінним трендом, на думку провідних фахівців [19-22], останніх років залишиться здорове харчування. Це абсолютно логічно оскільки доступність до інформаційних ресурсів різного роду сформувало певну категорію споживачів, які є все більш уважнішими до формування свого здоров'я. Чим змушують рестораторів пропонувати більш поживні та корисні варіанти кулінарних виробів. Стійка тенденція щодо розширення страв на рослинній основі, безглютенових страв низькоалергенних страв гіпотетично продовжить зростати в 2025 році. Ресторани, які використовують ці кулінарні переваги, можуть розширити базу клієнтів, у тому числі з тієї категорії, хто потребує дотримання дієтичного харчування. Концентрація уваги на здоровому меню відображає ширшу зміну пріоритетів споживачів, де вибір страв все більше пов'язаний із загальним станом здоров'я.

Для категорії закладів типу ресторан притаманним є чинник вишуканості страв, але останнім часом спостерігається виокремлення такого чинника як персоналізованість страв. Цей тип притаманний лише для категорії закладів класу «люкс»<sup>5</sup>. Персоналізація в такому випадку стає ключовим фактором задоволення потреб клієнтів. Персоналізація стає можливою завдяки застосування інструментарієв штучного інтелекту. За допомогою аналітики ресторани можуть пропонувати індивідуальний підхід не до певного сектору споживачів, а до особистості. Слід очікувати, що Очікуйте, що у 2025 році

більшість закладів використовуватимуть дані клієнтів, щоб персоналізувати по максимуму процес надання послуг. Це буде стосуватись як меню, так і стратегії рекламної діяльності. Реалізація персоналізації дозволяє підвищити лояльність клієнтів та забезпечити високий відсоток вірогідності повторної появи клієнта та більшу довіру до закладу.

Час пандемії також започаткували напрямок до поширення застосування безконтактних технологій розрахунку. Впровадження продовжує впливати на напрямки розвитку ресторанної галузі. Безконтактні платежі, мобільні замовлення та цифрові меню стали стандартом і буденністю, а їх відсутність у закладі носить характер анахронізму і винятку. Сучасні заклади ресторанної індустрії інвестують у мобільні додатки та системи QR-кодів, які дозволяють клієнтам замовляти та оплачувати з мінімальною фізичною взаємодією виключаючи готівковий розрахунок зовсім. Цей чинник стверджує про прагнення клієнта до безпеки та мінімізації ризиків під час обслуговування.

В своєму прогнозі на наступний рік більшість ресторанних бізнес-аналітиків спираються на тенденцію щодо прагнення галузі більш тісній взаємодії з гіперлокальними та місцевими постачальниками. Така тенденція пояснюється прагненням споживачів до свіжості своєї страв та екологічності сировини з якої вони виготовлені. При чому позиціонування закладу в цьому напрямку сприймається споживачами не просто відсторонено, навпаки викликає більше довіри до закладу та сприяє відвідуваності. Оскільки зростає свідомість щодо чіткого взаємозв'язку діяльності закладу з розвитком місцевої мікроекономічної ситуації у населеному пункті де розташовано заклад. Адже постачальниками в такому разі стають місцеві компанії-виробники, фермерські господарства. Підтримується така тенденція і самим закладом адже зменшується рівень залежності від віддаленого постачальника, зникають ризики відсутності сировини, зменшується логістичне плече, зменшується собівартість сировини, а відповідно і страви.

Разом зі стравами окремим напрямком розвитку для закладів ресторанної індустрії класу «люкс» є напої різного рівня. Складання різних програм

виготовлення напоїв є окремим важелем ресторанної індустрії з акцентами в бік безалкогольних напоїв основою яких є місцева фруктові сировина та крафтові алкогольні та безалкогольні коктейлі. Прогнозується також, що заклади продовжать напрямком удосконалення пропозицій напоїв, які орієнтовані на екологічність та зміцнення здоров'я. Прикладом можуть бути низькоалкогольні коктейлі та комбуча. Прогнозується розвиток також напрямком індивідуально-підібраних напоїв в залежності від особистих фізіологічних показників.

Загальну тенденцію щодо застосування соціальних мереж для просування закладу також буде спостерігатись у наступному році. І вона як ніколи буде важливою для ресторанів. Різні канали соціальних мереж є впливовими ресурсами для маркетингу, сприяння взаємодії з клієнтами та підвищення пізнаваності бренду. Крім того ресторани активно використовують соціальні мережі, щоб демонструвати своє меню, ділитися закулісним вмістом і взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу закладаючи постійну думку про необхідність відвідування ресторану. Особливу роль буде відігравати відеоконтент на таких платформах, як TikTok та Instagram, які відкривають нові можливості для дієвого маркетингу, дозволяючи ресторанам охоплювати ширшу аудиторію залучаючи нових постійних відвідувачів.

Останнім тенденційним вектором розвитку ресторанної індустрії, який буде формувати розвиток на думку фахівців є послуги з доставки та виносу. Цей активний напрямок продовжує користуватись значним попитом, який пропагує зручність і позиціонує себе як пріоритет для споживачів. Прогнозується, що у наступному році ресторатори продовжуватимуть вдосконалювати свій операційний інструментарій з доставки страв, зосереджуючи основні зусилля на впровадження інновацій з пакування, підвищенню ефективності обробки замовлень і партнерстві з платформами доставки. Збільшення популярності кухонь-привидів лише посилить цю тенденцію оскільки дуже привабливим є ведення бізнесу без організації обслуговування та необхідності створення власної торгівельної зали. Отже моделі доставки будуть розвиватись і поширюватись.

Таким чином можна зробити певні висновки та спрогнозувати, що у наступному році ресторанна галузь буде формуватися завдяки поєднанню впровадженню технічних інновацій, зростанню уподобань споживачів і підвищеної уваги до сталого розвитку та персоналізації, із одночасною турботою про здорове харчування. Власники ресторанів, які забезпечать реалізацію зазначених тенденцій галузі, матимуть всі перспективи для досягнення успіху та отримання прибутків належного рівня. Впровадження технічних інновацій інновації та гнучкість до мінливої поведінки споживачів, дозволять ресторанам та їх власникам не лише втриматись у складних економічних та конкурентних умовах, але й набути сталого розвитку. [19]

Керівники ресторанів повинні зосередитися на впровадженні змін, стимулюванні інновацій і пріоритетності благополуччя як персоналу, так і клієнтів. Дотримуючись цих тенденцій, підприємства можуть залишатися конкурентоспроможними та стійкими. [20]

Ресторанна індустрія як і більшість галузей в останні часи перебуває у постійних змінах та трансформації. Ці зміни відбуваються в наслідок низки подій які по різному впливають на темпи її розвитку та напрямки. Для отримання максимально реалістичної картини стану розвитку галузі та спрогнозувати вектори розвитку наступного 2025 року слід проаналізувати реалізацію трендів минулого 2024 року, окреслити можливо перехідні тренди та зазначити появу нових.

Спираючись на прогнози аналітиків та рестораторів [19-26] перед початком 2024 року ми могли побачити, що сформувалась десятка, на думку практиків, найкращих трендів ресторанної індустрії.

Вони відзначають, що хоч індустрія харчових продуктів і напоїв продовжує розвиватися, сприйняття останніх тенденцій стає найважливішим для збереження конкурентоспроможності. Діапазон трендів широкий - від новаторських кулінарних інновацій до трансформаційних технологічних досягнень, і для оцінки ефективності їх реалізації та розвитку слід заглибитись

в провідні ресторанні тенденції, які переосмислюють ресторанне поле поточного року.

Одним з векторів для рестораторів це сміливе впровадження ресторанних тенденцій у бізнесі, яке може запропонувати ряд переваг, які сприятимуть зростанню, успіху та актуальності вашого закладу. Ось кілька вагомих причин, чому слід прийняти ресторанні тенденції:

Однією з причин є необхідність залишатися конкурентоспроможними: сприйняття тенденцій допомагає залишатися конкурентоспроможними в динамічній галузі, що постійно розвивається. Досягти вагомого ефекту коли ресторан залишається привабливим для сучасних і вибагливих клієнтів.

Залучення нових клієнтів: модні пропозиції можуть залучити ширшу аудиторію, включно з тими, хто шукає новітні кулінарні ідеї та концепції.

Кім того впровадження трендів покращує враження від клієнтів: тенденції часто зосереджуються на покращенні загального досвіду харчування, від інноваційних страв до унікальних стилів презентації, що призводить до підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Впровадження трендів дозволяє продемонструвати креативність і готовність ресторану до інновацій, що може викликати позитивну інформацію та увагу з боку засобів масової інформації та незалежних фуд-блогерів з соціальних мереж.

Підвищення присутності в соціальних мережах: модні страви та досвід широко поширюються на платформах соціальних мереж, що заохочує відвідувачів фіксувати та ділитися своїм досвідом, ефективно просуваючи бізнес.

Своєчасне впровадження тенденцій може призвести до збільшення продажів, оскільки клієнти часто готові платити більше за унікальні та захоплюючі страви.

Розширення власної аудиторії за рахунок залучити різноманітних сегментів клієнтів, задовольняючи різні смаки, харчові уподобання та враховуючи спосіб життя.

Від інноваційного ресторанного досвіду до розширення ресторанів та ініціатив щодо сталого розвитку ресторанів – сфера можливостей зростає для рестораторів, які прагнуть захопити своїх клієнтів і підняти свій бізнес.

Основні реалізовані тенденції ресторанного господарства на 2024 рік стосуються, перш за все, сталого розвитку, націлені на обмеження рівня харчових відходів в ресторанах, запровадження нових технологій для зниження витрат на оплату праці та креативних способів надання клієнтам унікальних враження від закладу. За різними даними протягом 2024 року спрацювали наступні тренди.

Меню на рослинній основі. Ресторанна галузь вийшла за межі простого обслуговування вегетаріанських і веганських ресторанів. Ресторатори активно розробляють всебічні рослинні меню, які привертають увагу ширшої аудиторії, яка шукає здоровіші, екологічні та інноваційні страви.

Ось огляд ключових аспектів тенденції рослинного меню показав низку позитивних результатів.

Проведення та впровадження креативних кулінарних досліджень в ресторанах охоплюють кулінарну творчість, щоб створити страви на рослинній основі, які є не лише поживними, але й привабливими та ароматними. Шеф-кухарі експериментують з різноманітними рослинними інгредієнтами, щоб створити страви, які здивують і захоплюють відвідувачів.

Впровадження тенденцій щодо збільшення відсотка рослинної їжі не обмежується лише салатами чи основними стравами. Ресторани запроваджують широкий спектр рослинних страв, включаючи рослинні бургери, піцу, пасту, суші та навіть рослинні версії традиційних м'ясних страв. Значна увага приділяється включенню високоякісних джерел рослинного білка, таких як бобові, тофу, темпе, сейтан та інноваційних рослинних білкових продуктів, щоб страви були водночас ситними та багатими білками. Рослинні меню охоплюють глобальні кулінарні напрямки, пропонуючи рослинні версії традиційних страв різних кухонь світу. Це дає відвідувачам можливість досліджувати різноманітні смаки та культурні нюанси.

Все більше ресторани закуповують сезонні та місцеві рослинні інгредієнти, щоб створювати страви, які не лише свіжі та ароматні, але й підтримують екологічні практики сільського господарства. Значна кількість закладів пропонує сьогодні варіанти персоналізації для рослинних страв, що дозволяє відвідувачам пристосувати свої страви до особистих уподобань і дієтичних потреб.

Ресторани високого класу підвищують досвід харчування на основі рослинної їжі, представляючи складні та майстерно оформлені страви на основі рослин, які кидають виклик упередженим уявленням про рослинну кухню.

Деякі заклади ресторанної індустрії включають освітні елементи у свої рослинні меню, надаючи відвідувачам інформацію про користь для їх здоров'я, переваги сталого розвитку та культурне значення рослинної дієти.

Все більше ресторатори співпрацюють із місцевими фермами, великими виробниками продуктів харчування та постачальниками продуктів рослинного походження, щоб забезпечити найвищу якість інгредієнтів для своїх страв.

Візуальна привабливість рослинних страв спонукає ресторани демонструвати свої пропозиції на платформах соціальних мереж, залучаючи ентузіастів їжі та сприяючи популярності тренду. Тенденція рослинного меню відображає динамічну зміну того, як ресторани з повним набором послуг підходять до розробки меню, ставлячи рослинні страви на перше місце у своїх кулінарних пропозиціях. Ця тенденція не тільки задовольняє зміну споживчих уподобань, але й сприяє загальній стабільності та здоров'ю харчової промисловості.

Тенденція розвитку кухні-привиди (Ghost Kitchen), яку ресторани популяризували у 2024 році, являє собою трансформаційний зсув у способах приготування, приготування їжі та доставки її клієнтам. Також відомі як віртуальні кухні, хмарні кухні або темні кухні, кухні-привиди зосереджені виключно на виробництві їжі для доставки та виносу, без традиційного споживання страв та обслуговування у залі ресторану. Ця тенденція набула

значного поширення через зміни в поведінці споживачів, технологічний прогрес і зростаючий попит на зручні заклади харчування.

Тренд кухні-привид характеризувався такими ключовими елементами:

- кухні-привиди переважно керуються цифровими технологіями. Замовлення приймаються та керуються через онлайн-платформи, мобільні додатки та сторонні служби доставки їжі, що спрощує процес замовлення.

- ці кухні розроблені для максимальної ефективності. Без потреби приймати гостей, які обідають, кухні-привиди можуть повністю зосередитися на приготуванні їжі, скорочуючи час очікування та забезпечуючи швидше виконання замовлень.

- багато кухонь-привидів містять кілька ресторанних брендів або концепцій в одному фізичному просторі. Це дозволяє операторам обслуговувати різні кухні та вподобання клієнтів з однієї кухні.

- кухні-привиди часто мають нижчі накладні витрати порівняно з традиційними ресторанами, оскільки вони потребують менших приміщень, меншої кількості персоналу та мінімальних операцій перед приміщенням.

- власники ресторанів мають можливість експериментувати з різними меню, концепціями та кулінарними тенденціями без обмежень традиційних установок.

- цифрова природа кухонь-привидів надає цінні дані щодо уподобань клієнтів, шаблонів замовлень і ефективності меню, що дозволяє операторам приймати обґрунтовані рішення.

Тенденція технологічної інтеграції, яку популяризують ресторани, означає стратегічне використання передових цифрових рішень для покращення різноманітних аспектів обіду, оптимізації операцій і залучення клієнтів новими та інноваційними способами.

Ця тенденція зумовлена дедалі більшою залежністю від технологій у повсякденному житті та бажанням відповідати зростаючим очікуванням технічно підкованих споживачів.

У 2024 році тенденція технологічної інтеграції характеризується такими ключовими елементами:

1. Безконтактні рішення. Споживачі віддають перевагу ресторанам, які здійснюють безконтактне замовлення, кіоски самообслуговування, оплату та реєстрацію за допомогою мобільних додатків, QR-кодів і цифрових меню. Це мінімізує фізичну взаємодію та підвищує безпеку як для клієнтів, так і для персоналу.

2. Онлайн-бронювання та онлайн-замовлення. Вдосконалені системи бронювання дозволяють клієнтам бронювати столики онлайн, скорочуючи час очікування, витрати на оплату праці та покращуючи загальний досвід харчування. Крім того, дані клієнтів захищені автоматично. Крім того, такі рішення миттєво усувають будь-яку постійну нестачу робочої сили.

3. Застосування технології Tableside: багато ресторанів інтегрують планшети або пристрої за столиками, що дозволяє клієнтам розміщувати замовлення, запитувати обслуговування та навіть налаштовувати свої страви в режимі реального часу.

4. Застосування мобільних програми. Ресторани розробляють спеціальні мобільні програми, які пропонують такі функції, як перегляд меню, програми лояльності, розміщення замовлень і персоналізовані рекомендації, які заохочують клієнтів частіше замовляти їжу.

5. Оптимізація доставки. Передові системи керування доставкою та алгоритми оптимізації маршрутів забезпечують ефективну та своєчасну доставку їжі, підвищуючи задоволеність клієнтів.

6. Інтелектуальне кухонне обладнання. Ресторани встановлюють інтелектуальну кухонну техніку та пристрої Інтернету речей для підвищення ефективності кухні, моніторингу запасів і підтримки незмінної якості їжі. Багато мереж ресторанів швидкого харчування використовують ці інструменти протягом останніх кількох років.

7. Аналітика даних. Ресторани використовують інструменти аналітики даних, щоб збирати інформацію про вподобання клієнтів, шаблони замовлень і

продуктивність роботи. Цей підхід на основі даних допомагає приймати обґрунтовані рішення.

8. Розробка веб-сайтів. Хоча веб-сайти ресторанів не є чимось новим, оператори ресторанів все більше й більше залучаються до процесу розробки. Такі бренди, як UpMenu, пропонують клієнтам безкоштовний конструктор веб-сайтів ресторанів, який не вимагає жодних знань програмування.

Тренд «гіперперсоналізація» в ресторанах відноситься до передової практики адаптації кожного аспекту обіду клієнта до його індивідуальних уподобань, поведінки та потреб. Він виходить за рамки простої персоналізації, використовуючи складний аналіз даних і технології для створення індивідуальних і незабутніх взаємодій для кожного відвідувача.

У контексті ресторанів гіперперсоналізація передбачає використання різних джерел даних, таких як минулі замовлення, дієтичні переваги, історія ресторанів, взаємодія в соціальних мережах тощо, щоб створити унікальний і бездоганний досвід для кожного клієнта.

Гіперперсоналізація проявляється в ресторанній індустрії за наступними напрямками:

1. Ресторани можуть пропонувати динамічно створювані меню, які демонструють страви та рекомендації на основі попередніх замовлень клієнта, дієтичних обмежень і вподобань.

2. Персоналізовані пропозиції та акції. За допомогою аналізу даних ресторани можуть надсилати клієнтам персоналізовані рекламні акції та пропозиції, наприклад знижки на їхні улюблені продукти або спеціальні пропозиції відповідно до їхніх уподобань.

3. Індивідуальні рекомендації. Аналізуючи історію харчування та вподобання клієнта, ресторани можуть запропонувати індивідуальні рекомендації щодо страв або запропонувати добавки, які доповнюють їхній вибір.

4. Бронювання та налаштування місць. Гіперперсоналізація дозволяє ресторонам запам'ятовувати бажані місця для сидіння, освітлення чи навіть музику, завдяки чому вони почуваються комфортніше та цінуються.

5. Історія замовлень та вибору. Ресторани можуть забезпечити легкий доступ до історії замовлень клієнта та збережених вибраних, що робить повторне замовлення швидким і зручним.

6. Визнання особливих подій. Ресторани можуть відзначати особливі події, дні народження та ювілеї, персональними привітаннями та безкоштовними пропозиціями.

7. Алергени та дієтичні міркування. Гіперперсоналізація гарантує, що дієтичні обмеження клієнта та алергени враховуються під час пропозиції чи приготування страв.

8. Миттєвий зворотній зв'язок і взаємодія. ресторани можуть надати клієнтам платформу для надання відгуків і передачі вподобань у режимі реального часу, дозволяючи негайно вносити зміни.

Сталі провірені тренди. У 2024 році ресторани все більше впроваджують екологічні практики, щоб мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище, сприяти добробуту суспільства та відповідати зростаючому попиту на екологічно чисті заклади харчування. Ці екологічні практики спрямовані на вирішення різних аспектів роботи ресторану, від пошуку інгредієнтів до утилізації відходів.

Ось кілька напрямків екологічних практик, які ресторани запроваджували у 2024 році.

1. Місцеві та сезонні джерела постачання. Ресторани віддають перевагу використанню місцевих та сезонних інгредієнтів. Це зменшує вуглецевий слід, пов'язаний з транспортуванням, і підтримує місцевих фермерів і постачальників.

2. Зменшення відходів. Ресторани впроваджують стратегії мінімізації харчових відходів, наприклад, використовують усі інгредієнти, практикують ретельний контроль порцій і пропонують варіанти забрати залишки їжі додому.

3. Компостування та вторинна переробка. Установи впроваджують ефективні програми компостування та вторинної переробки, щоб відволікати органічні відходи та вторинну переробку зі звалищ, сприяючи циркулярній економіці.

4. Енергоефективність. Ресторани впроваджують енергоефективні прилади, освітлення та системи опалення, вентиляції та кондиціонування, щоб зменшити споживання енергії та витрати на комунальні послуги.

5. Багаторазова та біорозкладна упаковка. багато ресторанів обирають багаторазову, біорозкладану або компостну упаковку, щоб мінімізувати одноразовий пластик та відходи упаковки.

6. Економія води. Ресторани впроваджують методи ефективного використання води, як-от використання кранів із низьким потоком води та впровадження методів економії води для миття посуду, щоб зменшити споживання води.

Ідея «Глобальні смаки» (Global Flavors) у ресторанах є важливою тенденцією, яка обертається навколо дослідження та інтеграції різноманітних міжнародних кухонь, інгредієнтів і кулінарних технік у меню. Ця тенденція відображає зростаючий інтерес відвідувачів до автентичних смаків з усього світу, що дає їм змогу вирушити в кулінарні подорожі, не залишаючи свого регіону. Тренд Global Flavors характеризується низкою ключових елементів.

1. Етнічний ф'южн. Ресторани творчо поєднують інгредієнти та технології різних кухонь світу, щоб створити захоплюючі нові смакові комбінації, які інтригують і захоплюють відвідувачів.

2. Регіональні страви. Заклади пропонують менш відомі регіональні страви з різних країн, демонструючи багатий гобелен світових кулінарних традицій.

3. Екзотичні інгредієнти. Ресторани використовують унікальні та незнайомі інгредієнти з різних частин світу, такі як спеції, трави та суперпродукти, щоб додати глибини та складності своїм стравам.

4. Автентичність. Відвідувачі шукають автентичність у світових смаках, спонукаючи ресторани використовувати традиційні інгредієнти та рецепти, щоб запропонувати точне представлення певної кухні.

5. Вплив вуличних страв. На цю тенденцію також вплинула культура вуличної їжі з різних країн, яка привносить у меню ресторанів яскраві та сміливі смаки світових ринків вуличної їжі.

6. Кулінарне дослідження. Ресторани заохочують відвідувачів вийти із зони комфорту та досліджувати нові кухні, надаючи доступні пояснення та описи страв.

7. Різноманітність меню. Global Flavors урізноманітнює меню, дозволяючи клієнтам вибирати з широкого спектру кухонь, від тайської та мексиканської до ефіопської та близькосхідної.

Запровадження використання віртуальної реальності (VR) Dining Experience – це інноваційна тенденція, яка поєднує передові технології з кулінарним світом, щоб запропонувати відвідувачам унікальну та захоплюючу обідню пригоду.

У цій тенденції ресторани інтегрують технологію віртуальної реальності для покращення сенсорних аспектів обіду, створюючи мультисенсорну подорож, яка залучає зір, звук і навіть дотик. На думку провідних експертів віртуальна реальність ресторанів реалізує свій вплив на розвиток ресторанної індустрії за наступними напрямками.

1. Захоплююча атмосфера. Відвідувачі носять гарнітури віртуальної реальності, які переносять їх у різні місця, як-от спокійний пляж, гамірне місто чи екзотичне місце. Це перетворює середовище ресторану та створює захоплюючу атмосферу.

2. Візуальна насолода. Насолоджуючись їжею, відвідувачі можуть віртуально досліджувати мальовничі пейзажі, культурні пам'ятки чи мистецькі витвори, які відповідають кухні чи тематиці ресторану.

3. Розповідь меню. Ресторани використовують VR, щоб представити походження інгредієнтів, шлях створення страви та культурний контекст, що лежить в основі кулінарного досвіду, збагачуючи розуміння відвідувачів.

4. Синхронізовані відчуття. Досвід віртуальної реальності синхронізується з фактичною їжею, покращуючи смак і аромат за допомогою візуальних і звукових сигналів, які доповнюють кожну страву.

5. Подорожі з кількома стравами. Ресторани пропонують дегустаційні меню з декількома стравами, доповнені VR, де кожна страву поєднується з іншим віртуальним середовищем і сенсорною стимуляцією.

6. Інтерактивні елементи. Деякі можливості дозволяють відвідувачам віртуально взаємодіяти з оточенням, наприклад збирати віртуальні фрукти або віртуально досліджувати сад ресторану.

Ще одним безперечним трендом інноваційного розвитку є коктейльні інновації. Ресторани представляють низку інноваційних коктейлів, щоб покращити враження від споживання та задовольнити мінливі уподобання споживачів. Ці коктейльні інновації виходять за рамки традиційних рецептів, включаючи унікальні інгредієнти, техніки та стилі презентації.

На теперішній час сформувались стійкі коктейльні тенденції та інновації в ресторанах.

1. CBD і рослинні настої. Коктейлі наповнені CBD (канабідіолом) і рослинними екстрактами, що забезпечує розслаблення та оздоровлення на додаток до смаку. Ці інгредієнти сприяють створенню заспокійливих і заспокійливих напоїв.

2. Екологічно чисті алкогольні напої. Ресторани зосереджуються на екологічно чистих алкогольних напоях, таких як органічні та місцеві алкогольні напої, а також алкогольні напої, виготовлені з використанням екологічно свідомих методів виробництва.

3. Коктейлі з низьким вмістом та безалкогольними коктейлями. Тенденція до коктейлів із низьким вмістом та безалкогольними коктейлями

продовжує набирати обертів, а бармени створюють вишукані та ароматні напої для тих, хто шукає легкі варіанти.

4. Вплив глобальних смаків. Меню коктейлів черпає натхнення з міжнародної кухні, наповнюючи напої глобальними смаками, як-от спеціями, травами та фруктами з різних регіонів.

5. Покращення диму та аромату. Ресторани використовують такі методи, як копчення, туман і ароматичні вливання, щоб покращити відчуття від коктейлів, додаючи шари смаку та аромату.

6. Їстівні гарніри. Їстівні гарніри, такі як фруктова шкіра, зневоднені фрукти та трави, творчо додаються до коктейлів, покращуючи як смак, так і естетичність.

Тренд щодо роботи з суспільством за рахунок залучення громадськості залишається в центрі уваги для ресторанів, зумовлене зростаючою важливістю встановлення міцних зв'язків із місцевими клієнтами та позитивного внеску в громаду.

Під час аналізу співпраці ресторанної індустрії спостерігалось залучення ресторанної спільноти у 2024 році за наступними напрямками.

1. Місцеві партнерства. Ресторани формують партнерства з місцевими підприємствами, ремісниками та фермерами, щоб продемонструвати та підтримати таланти громади. Спільні заходи, спільні акції та спільні ініціативи сприяють почуттю єдності та взаємної підтримки.

2. Сталі джерела. Ресторани наголошують на екологічно чистих і місцевих інгредієнтах, демонструючи прихильність підтримці місцевих фермерів і зменшенню вуглецевого сліду. Такий підхід підходить екологічно свідомим споживачам, які цінують зусилля громади.

3. Громадські заходи та семінари. Ресторани проводять семінари, кулінарні курси та заходи, пов'язані з їжею, які залучають місцеву громаду. Ці заходи надають освітні можливості та сприяють зв'язкам між відвідувачами та кухарями.

4. Благодійні ініціативи. Ресторани беруть активну участь у благодійних заходах і справах у місцевій громаді. Незалежно від того, чи йдеться про пожертвування їжі, кампанії зі збору коштів чи волонтерські зусилля, ці дії демонструють готовність віддавати гроші.

5. Культурні свята. Ресторани організовують заходи, які відзначають культурне розмаїття, пропонуючи тематичні меню, вистави та враження, які підкреслюють багатий гобелен місцевої спільноти.

В напрямку ресторанної індустрії спостерігається значний зсув у бік здоров'я та благополуччя, коли споживачі все більше віддають перевагу вибору поживних речовин і добробуту.

Тенденцій у 2024 році [20,21] з акцентом на здоров'я та благополуччя зростали за наступними напрямками.

1. Рослинне та вегетаріанське меню. Ресторани розширюють свої варіанти рослинного та вегетаріанське меню, щоб задовольнити клієнтів, які шукають здоровіші та екологічніші страви. Інноваційні рослинні страви представлені, щоб задовольнити різноманітні смаки.

2. Функціональні інгредієнти. ресторани включають у свої страви та напої функціональні інгредієнти, відомі своєю користю для здоров'я, такі як куркума, матча та адаптогени.

3. Прозорість харчування. Ресторани надають детальну інформацію про харчування у своїх меню, що дозволяє клієнтам робити усвідомлений вибір на основі своїх дієтичних потреб і вподобань.

4. Меню, сприятливе для алергіків. Ресторани створюють меню, придатне для алергенів, яке враховує загальні дієтичні обмеження, зокрема варіанти без глютену, без молочних продуктів і без горіхів.

5. Уважне харчування. Ресторани пропагують уважне харчування, пропонуючи повільні обіди, сеанси медитації та сенсорні страви, які заохочують клієнтів смакувати кожен шматочок.

Є кілька тенденцій, які викликали хвилю в 2024 році. Застосовуючи рослинні меню, ресторани реагують на зростаючий попит на більш здорові та

екологічно чисті заклади харчування. Концепція кухонь-привидів набрала обертів, змінивши сцену доставки та виносу з спеціальними кухнями, які зосереджені виключно на задоволенні вимог онлайн-замовлень.

Інтеграція технологій є ще однією ключовою тенденцією, оскільки ресторани використовують цифрові інструменти для оптимізації операцій, пропонують онлайн-замовлення та полегшують безконтактні платежі. Настала ера гіперперсоналізації, коли заклади використовують дані, щоб підготувати страви на замовлення, від персоналізованих меню до індивідуальних акцій, які відповідають індивідуальним уподобанням.

Сталий розвиток є рушійною силою, яка спонукає ресторани застосовувати екологічно чисті практики, зменшувати харчові відходи та використовувати місцеві інгредієнти. Кулінарний світ також стає глобальним плавильним котлом із різноманітними смаками та інтернаціональною кухнею, що прикрашає меню, що відображає смаки відвідувачів, що постійно розширюються.

Обіди у віртуальній реальності змінюють те, як відвідувачі взаємодіють із їжею, переносячи їх у віртуальні місця, насолоджуючись їхніми стравами. Добробут клієнтів є пріоритетом, зосереджуючись на варіантах меню, що враховують здоров'я, дотримання дієтичних уподобань і надання вибору без алергенів.

Залучення громадськості займає центральне місце, оскільки ресторани налагоджують глибші зв'язки зі своїми місцевими громадами через заходи, співпрацю та ініціативи, які сприяють почуттю причетності. Крім того, міксологи струсають традиційну барну сцену, запроваджуючи коктейльні інновації, які поєднують креативність, унікальні інгредієнти та захоплюючу презентацію. [21]

### 1.3. Стан розвитку ресторанної індустрії в Україні

Для оцінки перспектив впровадження світових трендів та інновацій у систему ресторанного бізнесу зокрема заклади типу ресторан слід проаналізувати стан розвитку ринку ресторанної індустрії України за останні 2-3 роки, тобто за період 2022-2024 роки. Доцільності розширення ретроспективи ще на три роки до періоду 2019-2022 роки немає, оскільки цей період відзначався впливом пандемії та карантинних заходів на розвиток та трансформацію індустрії. Сучасний період для ринку відзначився іншими впливовими чинниками і віддзеркалився на сегментах ресторанного ринку зовсім по іншому та з іншими результатами.

Керуючись поставленою задачею, були проаналізовані дані та аналітичні результати низки компаній та відкритих ресурсів. Так, за даними компанії «Poster» [24] можна спостерігати зміну наступних основних показників діяльності закладів індустрії: виручка закладу, середній чек, відвідуваність закладів (рис. 1.1-1.3). У 2023 році спостерігалась адаптація українського ринку ресторанних послуг до факту проведення військових дій на території України в широкому територіальному діапазоні. За цей час заклади боролися з такими основними чинниками як втримання цін, утримання команди фахівців та низки інших проблемних питань. За даними статистики закладів ресторанного господарства у другому півріччі 2023 року спостерігалось зростання виручки на 30 % у порівнянні до 2022 року, відсоток за середнім чеком на 18%. З одного боку показники зростання є позитивним чинником для діяльності закладу, але в даному випадку ці показники не враховують чинники інфляції, зростання ціни страв внаслідок підвищення вартості комунальних послуг та ренти, зростання вартості сировини тощо. Таким чином стверджувати, що галузі було притаманне зростання неможна оскільки слід ще врахувати, що спостерігалась міграція закладів зі сходу на схід, закриття закладів та їх переформатування з закладів типу ресторан у формат кафе або заклади швидкого харчування.

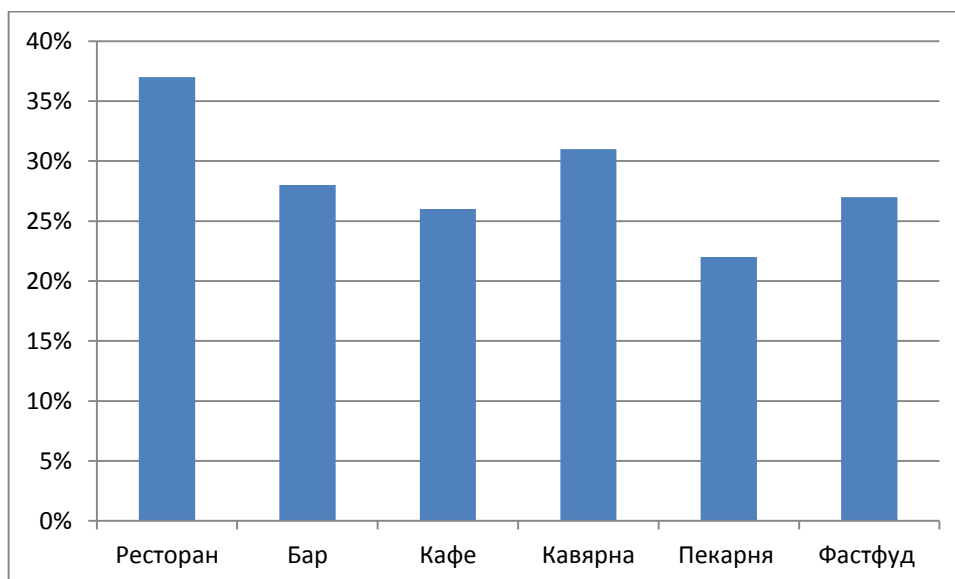


Рисунок 1.1 – Показники зміни виручки закладів ресторанної індустрії 2022-2023 років за даними компанії «Poster» [24]

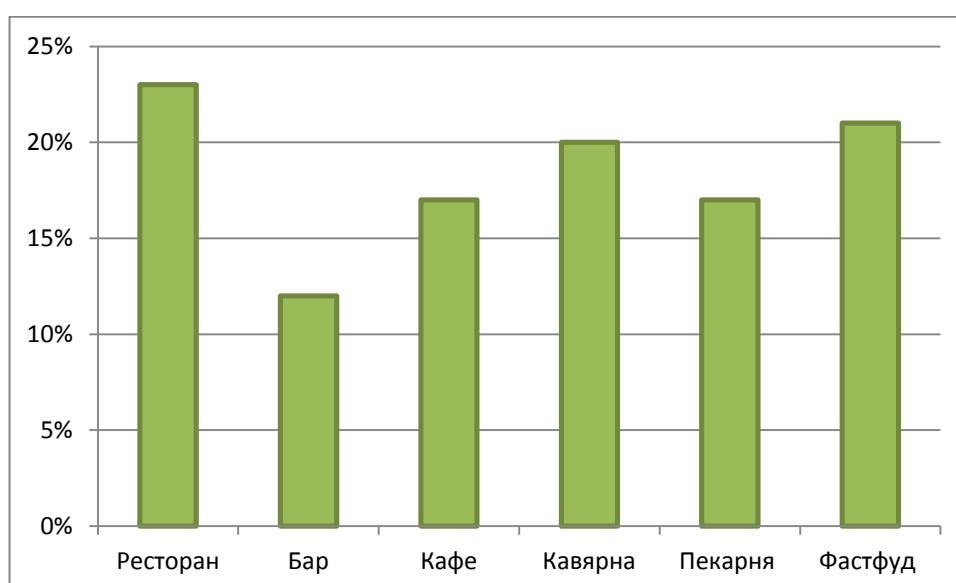


Рисунок 1.2 – Показники зміни середнього чеку 2022-2023 років за даними компанії «Poster» [24]

Єдиним показником який може адекватно підтверджувати ріст показників діяльності закладів можна вважати показник відвідуваності закладів. За даними «PosterX» спостерігається зростання показників відвідуваності в межах 5-15 % для різних закладів ресторанної індустрії. Якщо переглянути дані рис. 1.3, то

можемо спостерігати, що для закладів типу ресторан показник відвідуваності за 2 півріччя 2023 року зріс на 11%.

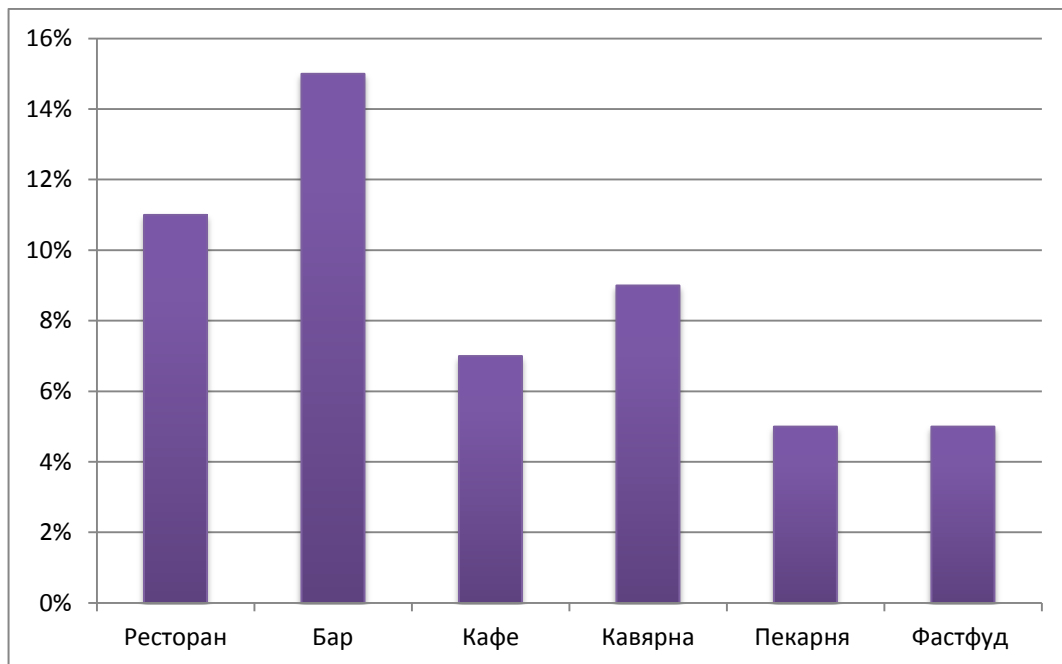


Рисунок 1.3 – Показники зміни відвідуваності закладів ресторанної індустрії 2022-2023 років за даними компанії «Poster» [24]

Це може стверджувати, що діяльність закладів дещо стабілізувалась і увійшла у сталий розвиток. Вище показник лише для барів на рівні 15%. Цей показник щільно корелює і з іншими статистичними даними, які показують ріст популярності закладів типу бар. Ще один показник, який слід врахувати є середній чек який зріс на 23%. Цей показник за даний проміжок часу є дієвим індикатором і враховує як інфляційні чинники, так і чинник зростання рівня доходу окремої частини населення. Ці показники хоч і не є абсолютно лідуючими серед закладів, проте свідчать про доцільність розвитку ресторанів та створення нових проєктів та форматів закладів цієї категорії. Але проєкти, які мають перспективи для реалізації мають враховувати світові тенденції та тренди які відсутні в українській ресторанній індустрії.

Окрім даних щодо відвідуваності, середнього чеку, рівень виручки слід проаналізувати і показники основних викликів.

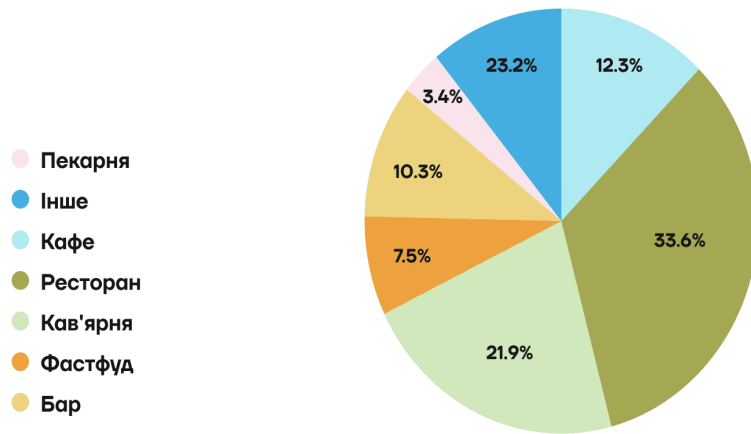


Рисунок 1.4 – Результати опитування закладів ресторанної індустрії в розрізі типізації закладів за 2022-2023 роки

За даними проведеного опитування [21,22], в якому відсоток закладів типу ресторан склав майже 34%, 44% рестораторів зазначають, що показники роботи за 2023 рік задовільнили в цілому їх прогнози. Проте, як свідчить дані рис. 1.5 така ж сама кількість рестораторів притримується діаметрально протилежної думки. Решта говорить про переверщення очікувань. Окрім цифр відзначаються проблемні питання рис. 1.6. з якими боролися всі учасники ресторанного бізнесу незалежно від показників успішності. Цими питаннями були: необхідність утримання цін на страви, утримання команди, проблемні питання пов'язані з перевіряючими органами, ріст комунальних витрат, зміна вподобань та пріоритетів відвідувачів.

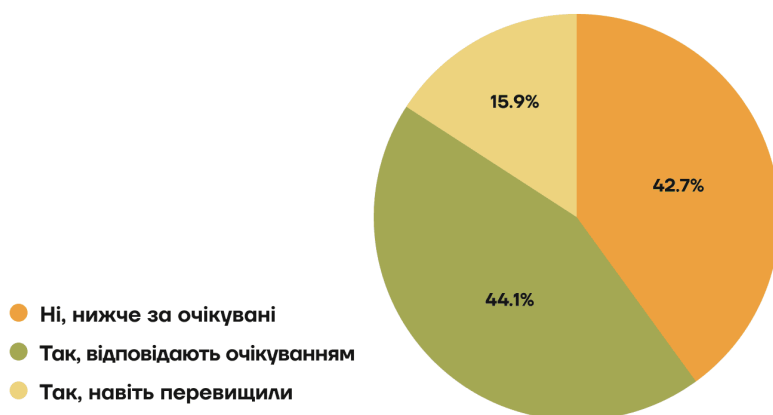


Рисунок 1.5 – Результати опитування власників закладів ресторанної індустрії 2022-2023 років щодо виправдання очікувань показників роботи за даними компанії «Poster» [24]

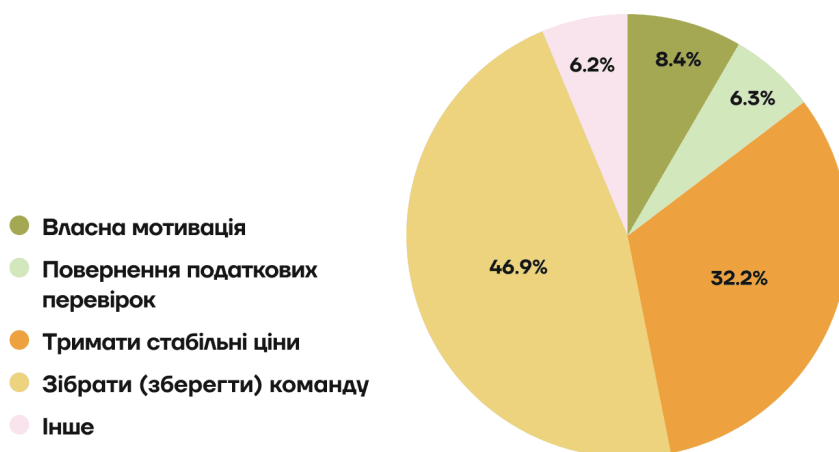


Рисунок 1.6 – Проблемні питання з якими боролися всі учасники ресторанного бізнесу незалежно від показників успішності 2022-2023 років

Незважаючи на показники задоволення та в певній кількості перевищенні очікування на рівні 60% показники рентабельності свідчать про дещо інші результати рис. 1.7.

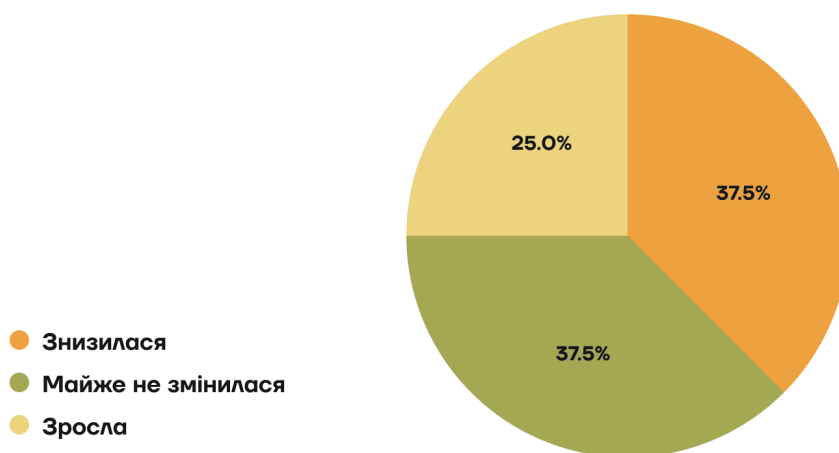


Рисунок 1.7 – Показники зміни рентабельності закладів на думку власників закладів у 2022-2023 роках

Так, 38% респондентів показали, що за їх розрахунками рентабельність їх закладів у порівнянні з 2022 роком зменшилась за зазначений період. Такі самі показники і для тих хто зазначає відсутність зміни рентабельності, що такий короткий період не завжди відображає реальність. Решта опитуваних зазначає про зростання рентабельності закладів. Можна припустити, що це доля закладів

типу ресторан, яких суттєвим чином не торкнулись військові дії, а демографічні чинники були компенсовані за рахунок внутрішньої міграції населення.

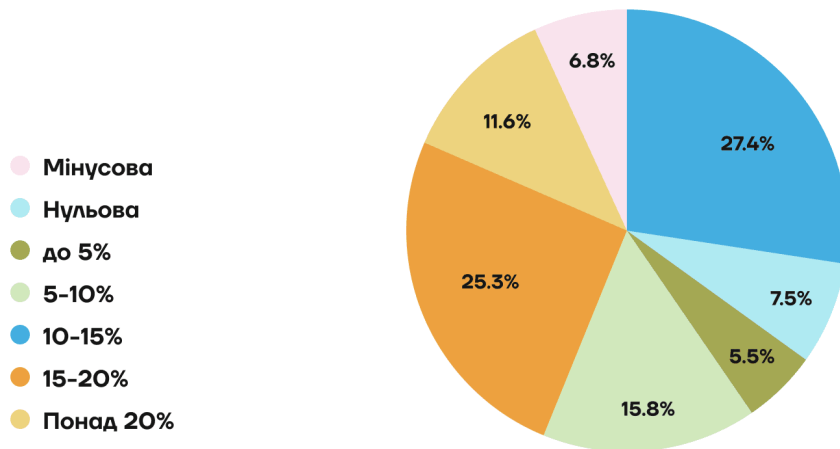


Рисунок 1.8 – Показники середньої рентабельності закладів на думку власників закладів у 2022-2023 роках

За даними опитування [23-26] середньої рентабельності закладу за 2023 рік рис. 1.8 показники рентабельності умовно можна розділити як 40 на 60 %. Де 40% це категорія закладів в яких рентабельність або з від'ємним показником або нульовим. Звісно, що такі показники свідчать про негативні тенденції та стан закладів, рівень їх діяльності.

Для оцінки діяльності закладів та прогнозування перспектив ресторанного бізнесу було проведено оцінку кадрових показників в закладах. Дані опитування рестораторів за період 2023 року рис. 1.8 показують, що більшість закладів на рівні 42 % змогли втримати кадровий склад на сталому рівні, що говорить про відносну стабільність в цьому напрямку. Неможна не зазначити, що 30% відзначають про зростання кількості нових працівників. Але цей показник лише говорить про те, що відбулось заміщення одних працівників іншими без урахування досвіду працівників та їх професійного рівня. Також неможна не зазначити, що 27 % респондентів відзначає зменшення кадрового складу, що може стверджувати про подальші негативні тенденції у наступному році і зростання цього показника.

Як відзначає більшість респондентів в проблемних питаннях різного характеру більшість з них звертають увагу на основну проблему 2023 року –

персонал. Зазначають, що новий кадровий склад переважно поповнюється молоддю без необхідного досвіду роботи, без мотиваційної складової щодо розвитку та роботи на власним професіоналізмом, але із значними запитами за заробітною платнею. Тому показник зростання фонду заробітної плати є скоріше чинником суб'єктивним для оцінки зростання ефективності роботи закладу.

Для отримання більш повної картини стану ринку ресторанних послуг України варто звернути увагу на аналітику надану компанією Pro-consalting. [23] Аналітики цієї компанії за результатами опитувань стверджують, що з початком військових дій закрилися, за різними даними, приблизно 7000 закладів. Долю в 3000 займають кафе та ресторани, тобто заклади з підвищеним рівнем якості обслуговування. Половина цих закладів приходить на східні регіони: Харківська область, Запорізька, Миколаївська, а по суті в областях де тривають бойові дії. Звісно, що такі зміни не стали незворотними і 30-35% відсотків учасників ресторанного ринку повернулись до роботи, але повернення сталось не за місцем попереднього розташування, а за рахунок відкриття у західних областях: Закарпаття, Львівська область, Чернівецька тощо. Загалом в період 2023-2024 років спостерігались постійні коливання кількісних показників відкритих та закритих закладів. Якщо підсумкувати то газу вдалось відновитись на 15-20% відсотків у порівнянні з 2022 роком.

Але відновлення закладу ще не свідчить про стрімкий його розвиток адже втручається такий показник як відвідуваність закладу, а він у зовсім незначній мірі впливає на рентабельність. А от на відвідуваність впливають такі показники як купівельна спроможність населення, соціально-демографічна ситуація, інфляція тощо. За даними тієї ж самої компанії Pro-consalting [23] відбулась зміна частоти відвідування закладів ресторанної індустрії, причому різного рівня. І загальна тенденція показує що відбувається зниження показника відвідуваності по всій країні в межах 7,7-16,6% по всіх видах закладів ресторанної індустрії табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Показники зменшення рівня відвідуваності закладів ресторанної індустрії в період 2022-2023 років у порівнянні з 2021 роком

| Тип закладу | Харків | Дніпро | Одеса | Київ | Львів | Решта областей |
|-------------|--------|--------|-------|------|-------|----------------|
| Кав'ярні    | 8,8    | 9,2    | 13,1  | 7,8  | 8,2   | 8,8            |
| Кафе        | 13,6   | 13,1   | 14,8  | 9,4  | 10,8  | 13,6           |
| Ресторани   | 16,1   | 16,6   | 16,1  | 14,0 | 14,9  | 16,1           |

Звісно, що лідером «невідвідуваності» стали такі заклади як ресторани адже саме вони орієнтовані на клієнтів преміум класу і мають високий цінник своїх послуг. Рівень зниження показника коливається в межах 14-16% і як видно з наведених даних не залежить від регіону, від наявності на території військових дій – це загальноукраїнська тенденція. А таким чином можна зробити висновки, що причина носить суто економічний та соціальний характер. Підтвердженням цього можуть стати міграційні процеси, які негативно впливають на наявність платоспроможної частини населення, інфляційні процеси, зниження рівня доходів громадян тощо. Це далеко не вичерпний перелік чинників, проте саме вони формують мотиваційну складову щодо відвідування закладів з високим рівнем обслуговуванням.

Незважаючи на те, що в 22-23 роках відбувалась трансформація індустрії та зниження рівня її зростання наприкінці 2023 року початку 2024 році тенденція стала вирівнюватись і досягло позитивних результатів у вигляді зростання кількості відвідувачів у закладах з підвищеним рівнем обслуговування табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Кількісні показники відвідувачів в закладах з підвищеним рівнем обслуговування

| Тип закладу | 2021-2022   | 2023-2024   | Показник зміни |
|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Ресторан    | 219,4-174,1 | 193,3-197,5 | +10%           |
| Кафе        | 513,9-416,7 | 445,8-473,2 | 18%            |

Аналітики також зазначають, що збільшився також і рівень середнього чеку табл. 1.3 який показує темпи зростання рівні 17-23%, але як відзначається, що зростання чеку не пов'язано зі збільшенням вподобань відвідувачів та бажанням до нових кулінарних зисків, збільшення чеку пояснюється зростанням витрат відвідувача у закладі, які обумовлені здебільшого підвищенням собівартості сировини та зниженням купівельної здатності національної валюти. До цінників що збільшують чек відвідувача також слід віднести зростання вартості енергоносіїв, зокрема електроенергії, комунальних послуг, зростання ренти у випадку роботи закладу не у власних стінах, необхідності підвищення заробітної платні персоналу. Це далеко не вичерпний перелік чинників, але саме вони є найвагомішими та здійснюють вплив на зростання чеку.

Таблиця 1.3

Порівняльні показники темпів зростання середнього чеку в закладах типу ресторан та кафе

| Тип закладу | 2022-2023 | 2023-2024 | Темп зростання |
|-------------|-----------|-----------|----------------|
| Ресторан    | 518       | 635       | +23%           |
| Кафе        | 193       | 221       | +17%           |

Наведені дані щільно корелюють з даними наданими аналітики компанії Poster і лише підтверджують реальність отриманих даних та свідчать про низку негативних тенденцій з якими прийдеться розбиратися діючим закладам та враховувати тим початківцям які у складні часи намагатимуться відкрити свій бізнес у ресторанній індустрії 2025 року.

Невисокі показники рівня рентабельності закладів у теперішній час не свідчить про відсутність привабливості у відкритті нових форматів закладів ресторанів або кафе, вони свідчать лише про чинники, які треба врахувати під час розробки проєкту закладу, організації його формату та розробки концепції.

## **РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАНУ СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКОЇ КУХНІ «САРДИНІЯ» ТА АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ**

### **2.1. Концептуальні рішення ресторану середземноморської кухні «Сардинія»**

Відкриття ресторану середземноморської кухні в Україні під час військового стану може становити ризик, проте, за певних обставин, може бути й економічно вигідним рішенням. По-перше, під час воєнного стану багато ресторанів і кафе можуть закритися або зменшити свою діяльність через невизначеність, брак ресурсів або складнощів у забезпеченні стабільної роботи. Це може створити нішу для нового бізнесу, який може зайняти порожні місця або компенсувати дефіцит якісних ресторанів із різноманітною кухнею.

По-друге, середземноморська кухня в Україні популярна серед різних груп населення, включаючи місцевих жителів, іноземних гостей та переселенців. Це створює широку базу клієнтів, яка може бути зацікавлена в ексклюзивних і здорових варіантах харчування. Також, ресторан може бути адаптований до різних цінових категорій, що дозволяє залучати широке коло клієнтів. Можна запропонувати як доступніші страви, так і преміальні позиції, що дозволить працювати в різних сегментах ринку [26].

По-третє, пандемія та військовий стан прискорили тренди з доставки та зовнішнього обслуговування. Середземноморський ресторан, що пропонує доставку, може швидко зайняти свою нішу, надаючи якісну їжу без необхідності клієнту виходити на вулицю, що особливо важливо в умовах нестабільності. Ресторан можна відкрити в різних місцях: у великих містах, туристичних зонах, а також менш насичених районах, пропонуючи унікальні страви місцевим жителям. Цей формат буде корисним, якщо використовувати концепцію «кухні на винос» або формат ресторанів з меншими витратами на оренду та персонал.

Після завершення військових дій та стабілізації ситуації Україна прагнучиме відновлення туристичної галузі. Ресторан, який пропонує унікальну кухню, може стати частиною гастрономічної карти для іноземних туристів, що

сприяє подальшому зростанню прибутку. За часів невизначеності люди часто шукають нові враження та шукають усамітнення в атмосфері затишку. Середземноморська кухня з її яскравими смаками, ароматами та унікальною атмосферою може бути привабливою альтернативою традиційним закладам, створюючи культурну різноманітність та пропонуючи нові гастрономічні враження.

Ресторан середземноморської кухні в Україні може стати успішним бізнесом, якщо правильно врахувати ризики, аналізувати ринок і бути гнучким в адаптації до умов, що змінюються. Хоча військовий стан створює невизначеність, ресторан з унікальною концепцією, що пропонує здорове харчування та різноманітність смаків, може знайти свою аудиторію та стати стабільним джерелом доходу у довгостроковій перспективі [27].

Місце розташування ресторану планується в місті Дніпро. Це одне з найбільших міст України, де активно розвивається ресторанний бізнес. У місті зростає попит на нові концепції, зокрема на міжнародні кухні, і середземноморська може стати цікавою альтернативою для місцевих жителів, які шукають щось нове та здорове. Середземноморська кухня славиться своїми корисними і свіжими стравами, багатими на овочі, оливкову олію, рибу та морепродукти. Останнім часом в Україні та, зокрема, в Дніпрі, спостерігається збільшення попиту на здорове харчування (рис. 1). Люди все більше звертають увагу на легкі, низькокалорійні страви з високим вмістом корисних жирів та антиоксидантів, що ідеально відповідає концепції середземноморської кухні [28].



Рисунок 1.1 – Діаграма зростання попиту на здорове харчування

Діаграма відображає рівень попиту, який з 2020 року зростає та станом на 2024 рік становить 75%, це свідчить про зростаючий інтерес до здорового способу життя.

Також, Дніпро — це місто з великою кількістю молоді та професіоналів. Тут розвивається IT-сектор, бізнес і стартапи, а також багато молодих людей, які відкриті до нових гастрономічних ідей. Середземноморська кухня приваблює цю аудиторію, оскільки поєднує в собі смачно, корисно та естетично. В місті є безліч торгових центрів, бізнес-центрів, культурних та розважальних закладів, що створює можливості для відкриття ресторану в популярних зонах, таких як центр міста, набережна, парк Шевченка або біля Дніпропетровського залізничного вокзалу. Це сприяє високому потоку потенційних клієнтів і можливості залучити різні цільові групи. Місто має сучасні торгові комплекси та старовинні будівлі, що створює можливості для реалізації унікальних концепцій дизайну середземноморських ресторанів — від легких, мінімалістичних інтер'єрів до розкішних, стильних ресторанів.

Це місто з більш доступними орендними ставками порівняно з Києвом чи Одесою, що дозволяє зменшити початкові витрати на відкриття ресторану. Крім того, в місті є широкий вибір постачальників продуктів, що може знизити витрати на закупівлю інгредієнтів для середземноморських страв, таких як морепродукти, оливкова олія, спеції, фрукти та овочі.

Активно розвивається гастрономічний туризм. В місті відбуваються кулінарні фестивалі, дегустації, тематичні заходи, на яких можна презентувати середземноморську кухню. Це дозволяє не лише привернути увагу місцевих жителів, а й залучити туристів, які прагнуть спробувати нові смаки.

Відкриття ресторану середземноморської кухні в Дніпрі може стати важливим елементом економічного розвитку міста, створюючи нові робочі місця, стимулюючи попит на місцеві продукти та послуги, а також розвиваючи ресторанну культуру в місті. Це може залучити більше інвестицій у сферу гостинності та допомогти розвивати інші галузі.

Можна зробити висновок, що відкриття ресторану середземноморської кухні в Дніпрі має значний потенціал для успішного розвитку. Місто має активний ресторанний ринок, зростаючий інтерес до здорового харчування, хороший туристичний потік, а також розвивається інфраструктура, що створює сприятливі умови для відкриття нового бізнесу. Дніпро може стати чудовим місцем для ресторану, який пропонуватиме смачну та здорову середземноморську їжу, задовольняючи попит як місцевих жителів, так і туристів.

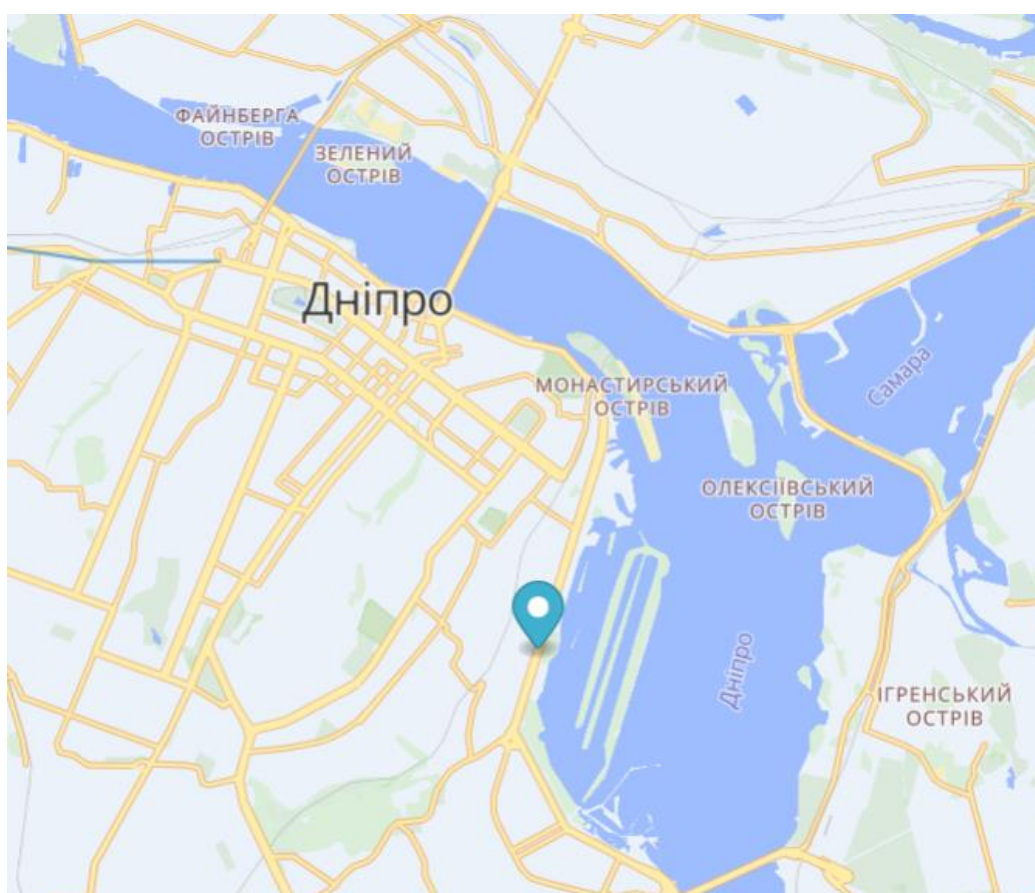


Рисунок 2.1 – Місце розташування ресторану в районі набережної (набережна Перемоги)

На набережній Перемоги можна відкрити ресторан з видом на річку Дніпро (рис. 2) [29]. Це популярне місце для прогулянок, відпочинку та проведення заходів. Такий ресторан привабить місцевих жителів, туристів, які

хочуть насолодитися видом на річку з літньої тераси та атмосферою відпочинку.

Ресторан середземноморської кухні буде мати назву «Сардинія» Сардинія – це острів у Середземному морі, відомий своєю багатою гастрономічною спадщиною. Назва відразу асоціюється зі свіжими морепродуктами та морем. Також, назва «Сардинія» прямо вказує на середземноморський характер закладу, який допомагає залучити нових клієнтів. Така назва не лише сприяє тематиці ресторану, а й викликає позитивні асоціації, які можуть стати ключовим чинником успіху залучення споживачів [30].

Концепція середземноморського ресторану «Сардинія» орієнтована на створення унікальної атмосфери, яка передає дух цієї чудової італійської острівної провінції. Сардинія славиться не лише своїми природними красотами, але й багатою гастрономічною традицією, яка поєднує у собі елементи італійської, арабської, каталонської та африканської культур. Основна ідея ресторану — це відтворення атмосфери Сардинії з акцентом на автентичні смаки, місцеві інгредієнти та елегантний, але простий стиль.

Інтер'єр ресторану має передавати атмосферу затишку та легкості, що відображає дух Сардинії, поєднуючи елементи традиційного сільського стилю з сучасною елегантністю, з використанням натуральних матеріалів та теплих кольорів.

Інтер'єр виконаний у м'яких пастельних відтінках, таких як світло-блакитний, пісочний, теракотовий та білий. Ці кольори нагадують про море, пляжі та яскраве сонце Середземномор'я. Теплі відтінки помаранчевого та блакитного створюють атмосферу затишку та комфорту.

Для обробки стін та стель використовуються натуральні матеріали – дерево, камінь, штукатурка під теракоту. На стінах прикраси у вигляді плитки у середземноморському стилі, з характерними орнаментами та візерунками, що нагадують морську тематику. Меблі переважно з дерева, з елементами кованого металу та ротанга, що додає натуральності та легкості.

Освітлення м'яке та тепле, що створює затишну атмосферу. Використовуючи підвісні світильники у вигляді морських раковин та простих ламп з металевими абажурами, а також свічки у стильних свічниках, додаємо інтимності та романтизму. В ресторані у двох залах великі вікна, що дозволяють природному світлу проникати в інтер'єр, створюючи відчуття простору та відкритості.

В інтер'єрі є безліч декоративних елементів, характерних для Середземномор'я: картини з морськими пейзажами, сушені рослини, традиційні керамічні вазы та кошики. На стінах можуть бути аксесуари, що висять, такі як старовинні карти, декоративні шоломи і рибальські мережі, що створюють атмосферу близькості до моря і традиціям риболовлі.

Меблі в ресторані прості і зручні, виконані зі світлого дерева, з м'якими сидіннями і подушками з натуральних тканин (бавовна, льон). Столи дерев'яні, з мінімалістичним, але стильним оздобленням. У ресторані у двох залах виділені окремі зони: затишні куточки для романтичних вечерь, просторі столи для компаній та невелика барна стійка.

В інтер'єрі використовуються рослини, характерні для Середземномор'я, такі як оливкові дерева, лаванда, пальми та фікуси. Це не лише покращує атмосферу, а й створює відчуття наближеності до природи та моря.

В ресторані організовано відкриту кухню, де гості зможуть спостерігати процес приготування страв. Це створить відчуття прозорості та близькості до традицій середземноморської кулінарії, коли страви готуються просто на очах у відвідувачів.

На рисунку 3 зображено приклади інтер'єрів двох залів ресторану «Сардинія». Інтер'єр ресторану наповнюють аромати свіжих морепродуктів, трав та пряних спецій, що підкреслює дух Середземномор'я. Легка музика на тлі, переважно з елементами традиційної італійської чи іспанської інструментальної музики, доповнює атмосферу.



Рисунок 2.3 – Приклад зображення інтер'єру ресторану «Сардинія»

Барна зона оформлена в стилі «морського портового міста» з винними полицями, які демонструють колекцію місцевих вин та оливкових олій. Барні стільці виконані з ротанга, створюючи легку та невимушену атмосферу (рис.4).



Рисунок 2.4 – Приклад зображення барної зони ресторану «Сардинія»

Ресторан має відкритий літній простір, тераса оформляється в стилі середземноморських кафе з дерев'яними столами, кованими стільцями та вуличними ліхтарями. Це ідеальне місце для вечерів на свіжому повітрі у теплу пору року, з видом на зелені куточки та міські краєвиди.

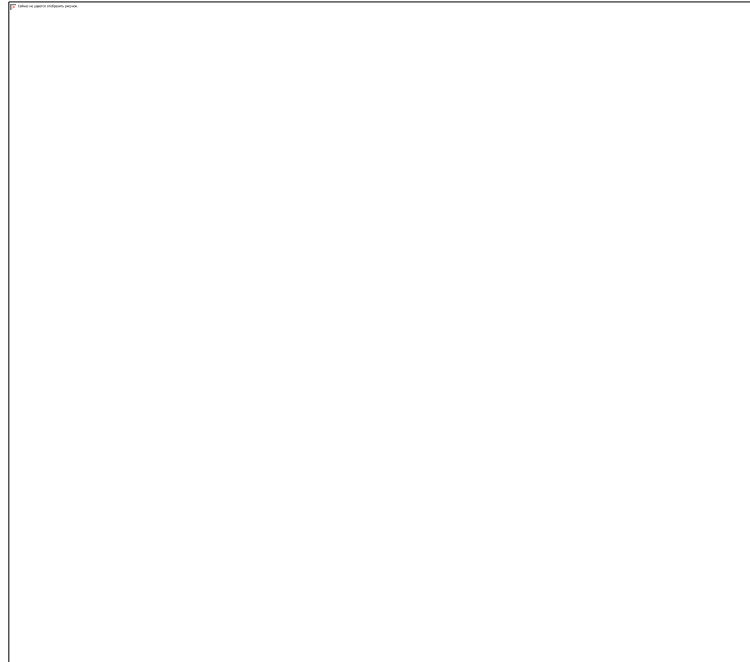


Рисунок 2.5 – Приклад зображення літньої тераси ресторану «Сардинія»

В цілому, інтер'єр ресторану «Сардинія» створює відчуття легкості, відпочинку та задоволення, поєднуючи елементи традиційного середземноморського стилю із сучасними зручностями та комфортом для гостей.

Меню ресторану «Сардинія» буде фокусуватися на традиційних стравах сардинської кухні, де головними інгредієнтами є свіжі морепродукти, оливкова олія, домашні сири, а також трави та спеції, характерні для острова.

#### Закуси:

- Мезе з сардинських делікатесів: хумус, паста з баклажанів, сальса з помідорів та базиліку, оливки, печене м'ясо.
- Фрітті — смажені морепродукти (кальмари, креветки, анчоуси) з лимоном та сіллю.
- Качібу — традиційна сардинська закуска з домашнього сиру, меду та горіхів.

### Основні страви:

- Пасти: Страви з пасти, які є серцем сардинської кухні. Наприклад, пасту з морепродуктами (з мідіями, кальмарами, креветками), фреголе з морепродуктами (сардинський вид пасти, схожий на кускус, з томатами, морепродуктами та оливковою олією).
- Грильоване м'ясо: Агнелло — традиційна страва з ягняти, яке готують на відкритому вогні з оливковою олією та спеціями.
- Пескаторе: Риба або морепродукти на грилі, запечені з оливковою олією та травами.
- Мусака Сардинії: Традиційний сардинський рагу з баклажанами, м'ясом та сиром.

### Салати:

- Сардинський салат з рибою (тунцем або сардинами), оливками, каперсами, помідорами та оливковою олією.
- Фенічка — салат з фенхелю, оливок, апельсинів та оливкової олії.

### Десерти:

- Панна котта з медом та лавандою — традиційний італійський десерт із сардинським акцентом.
- Грецький десерт з м'ятним сиром та горіхами, який є популярним в Сардинії.

### Напої:

- Вина Сардинії: Ресторан запропонує винну карту з кращими сардинськими винами, такими як Vermentino di Sardegna (біле вино) та Cannonau (червоне вино).
- Лікери: традиційні сардинські лікери, такі як Filu e Ferru (саморобний горілчаний напій на основі фруктів та трав), а також Mirto (лікер з мирту).
- Безалкогольні напої
- Кава та чай в асортименті (рис.6).

Sardinia Restaurant

# FOOD MENU

## MAIN COURSE

|                            |      |
|----------------------------|------|
| Паста з морепродуктами     | ₴290 |
| Фрегале з морепродуктами   | ₴310 |
| Грильоване м'ясо "Агнелло" | ₴450 |
| Пескаторе                  | ₴280 |
| Мусака Сардинії            | ₴250 |



## DRINK MENU

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Холодний латте          | ₴80  |
| Свіжий апельсиновий сік | ₴90  |
| Полуничний смузі        | ₴110 |
| Зелений чай матча       | ₴75  |



## DESSERT MENU

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| Панна котта з медом та лавандою             | ₴130 |
| Грецький десерт з м'ятним сиром та горіхами | ₴160 |



Рисунок 2.6 – Приклад зображення сторінки меню ресторану «Сардинія»

В закладі присутні два види меню друковане та електронне. Електронне представлено у вигляді QR-коду для доступу до меню з інтерактивними елементами, такими як фото страв та їх ціна.

Подання меню гостям: Меню подається одразу після того, як гість влаштовується за столом. Офіціант може пояснити особливості меню, звернути увагу на фірмові страви або сезонні пропозиції.

Стиль меню: Мінімалізм і естетика: Меню оформлено лаконічно, без перевантаження тексту. Великі, яскраві фотографії та художні ілюстрації передають свіжість страви.

## СЕЗОННЕ МЕНЮ

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| Капрезе з кавуном та сиром страчателлою          | 265₴ |
| Карпаччо із сезонної риби з цитрусовим маринадом | 320₴ |
| Середземноморський салат з інжиром та прошутто   | 290₴ |
| Рибний суп з шафраном та фенхелем                | 210₴ |
| Дорадо на грилі з соусом із каперсів             | 400₴ |
| Сицилійська граніта з динею                      | 230₴ |

Sardinia  
restaurant



Рисунок 2.7 – Приклад зображення сезонного меню ресторану «Сардинія»

Додаткові послуги: Разом з меню офіціант підносить невеликий комплімент – кошик з хлібом та оливковою олією.

В меню також представлені сезонні та спеціальні пропозиції. Якщо є унікальні страви (наприклад, страви дня), офіціант або адміністратор може запропонувати окрему вкладку або аркуш до основного меню, оформленого у тому самому стилі (рис. 7). Правильне подання меню допомагає створити необхідне враження та посилити інтерес до страв ресторану [31].

Обслуговування у ресторані середземноморської кухні відповідає високій оцінці. Теплий прийом: Персональна зустріч «Ласкаво просимо до нашого середземноморського ресторану «Сардинія!». Якщо це постійні клієнти, їх персонал пам'ятає та звертається до них по імені.

Персонал навчений правильно та смачно описувати страви, розповідати про їх походження та особливості, можуть ненав'язливо розповідати цікаві історії про різні країни, землі з грецькими, італійськими чи іспанськими традиціями. Також, офіціант пропонує гостям рекомендації, угоди стосовно меню. Персонал завжди уважний, але не нав'язливий [32].

Страви подаються з акцентом на естетику. Наприклад, салати прикрашаються свіжими травами, а гарячі страви подаються в керамічному або дерев'яному посуді. Обслуговування організовано так, щоб страви подавалися в розрахунковий час: закуски одразу, основні страви після невеликої перерви [7].

Офіціанти в спеціальній уніформі морської тематики (смугасті сорочки, світлі тони). Це обслуговування буде органічно поєднуватися з концепцією Середземномор'я, де важлива дружелюбність, увага до деталей та затишок.

## **2.2. SWOT – аналіз діяльності ресторану середземноморської кухні класу люкс «Сардинія»**

Базуючись на проведеному огляді стану розвитку ресторанної індустрії в першому розділі роботи можна стверджувати, що відкриття принципово нового закладу типу ресторан має свої перспективи і потенційно може досягти успіху, стати довготривалим бізнеспроектом для інвестування. Але неможна не

відзначити, що відкриття такого закладу на території держави в якій ведуться активні бойові дії, відбуваються коливання економічних показників розвитку суспільства є заходом доволі ризикованим. Але неможна не зазначити, що будь-які військові дії завершуються і суспільство, особливо яке втомлене негараздами, буде прагнути сталого розвитку, певної стабільності та відчуття повноцінного життя. А не секрет, що заклади типу ресторан і створюють таке середовище. Тому підготовка проєкту закладу ресторану середземноморської кухні на сьогодні є перспективною для розв'язання задачею.

Враховуючи вище наведене слід окреслити питання зважування всіх ризиків відкриття проєкту, його підтримки та реалізації. Необхідно проаналізувати всебічно перспективні та актуальні питання ви рішення, можливості на які слід спиратися під час формування діяльності закладу. Звісна річ, що обраний проєкт за нашими розрахунками передбачає використання інноваційних методів як з боку організаційних заходів роботи закладу так і впровадження технічних інновацій. Ці інновації плануються використовувати як рушійні сили у подоланні негативних явищ, які створюються оточуючим середовищем і не залежать від діяльності закладу. Для більш повної достовірності стану питання щодо проєктуємого ресторану ми пропонуємо застосувати метод SWOT – аналізу. Цей метод на початкових етапах створення та становлення закладу дозволить в повній мірі виявити слабкі сторони та загрози, які об'єктивно існують вже сьогодні і, які потенційно можуть виникнути згодом. Окрім негативу цей тип аналіз дозволить зрозуміти наскільки сильні сторони та можливості превалюватимуть над загрозами, наскільки вони реальними для впровадження на теперішній час і перспективи їх розвитку по мірі розвитку закладу, провести оцінку можливостей впровадження інновацій різного роду й використання їх сильного боку закладу.

Для застосування методу слід ознайомитись з його суттю і структурою побудови. Отже, що таке SWOT – аналіз для ресторану. По суті SWOTце аббревіатура від слів які перекладаються:

- сильні сторони;
- слабкі сторони;
- можливості;
- загрози.

Цей тип аналізу дозволить нам отримати дані та вирахувати питання роботи ресторану з різних напрямків: менеджменту, маркетингу, стратегічного планування, питань управління тощо.

Як відзначають практики закладам ресторанної індустрії слід регулярно переглядати SWOT – аналіз закладу та оновлювати його в залежності від реальної картини з метою оперативної адаптації до ринкових умов та корегування своєї діяльності у відповідності до викликів ресторанної індустрії. Це є доцільним ще й з того боку, що потенційні можливості, які заявляються на етапі створення закладу можуть перейти у в категорію сильних сторін і оперативно використані в повній мірі. В нашому випадку – створення проєкту ресторану середземноморської кухні «Сардинія» SWOT – аналіз повинен мати широкомасштабний характер і врахувати максимально можливі фактори, а інновації, які пропонуються до застосування, мають бути оцінені. Крім того аналіз закладу дозволить сформуванати план дій по досягненню стратегічних цілей, сформуванати дорожню карту маркетингових заходів.

Сильні сторони ресторану «Сардинія». Для формування сильних сторін нашого закладу ми пропонуємо розгляну наступні питання. І першим питанням буде – зсування того, що зробить наш заклад популярним серед клієнтів.

Ресторан «Сардинія» позиціонуватиме себе як ресторан з яскраво вираженою середземноморською кухнею, на відміну від тих закладів, що пропонують окремі страви з цієї кухні. В закладі пропонуватимуться страви які готуються на однойменному острові.

Кожні вихідні застосовуватиметься динамічне меню, яке пропонуватиме в якості фірмових страв кухонь різних частин Середземномор'я, що забезпечить постійний інтерес відвідувачів і їх зацікавленість до регулярного відвідування закладу наприкінці тижня створюючи гарну традицію відвідувати заклад як

театр. Враховуючи велику кількість країн та народів, які входять до Середземномор'я, то асортимент таких страв та заходів є майже невичерпним.

Під час організації постачання закладу передбачається застосування місцевої сировини для виготовлення страв і лише частково імпортованої сировини. Така позиція закладу дозволить сформувати чітку позицію відвідувачів, що ресторан є одним цілим із населенням міста підтримує розвиток місцевої економіки та аграрної індустрії. Крім того, застосування місцевих виробників дозволить підтвердити статус екологічної чистоти продуктів та високу якість страв.

За свою структуру заклад матиме як торгівельний зал, так і банкетний зал для проведення спеціальних заходів (весілля, ювілеї, дні народження, банкети до урочистих подій та заходів компаній).

Окремим видом послуг пропонується кейтерінгового обслуговування персоналом ресторану завдяки наявності спеціального кейтерінгового обладнання та фаху персоналу.

Високий рівень підготовки персоналу за рахунок залучення до роботи студентів навчальних закладів різного рівня, які навчаються за профільними спеціальностями: готельно-ресторанна справа, харчові технології.

Невід'ємно сильною стороною ресторану «Сардинія» є застосування інноваційних інформаційних технологій, які передбачатимуть: створення сайту, створення так активна робота сторінок в мережах Instagram, Telegram тощо, можливість розрахунку та створення замовлення через QR-код.

Ще однією сильною стороною закладу буде застосування інноваційного технологічного устаткування та технологій приготування страв, які реалізовуватимуть теплову обробку сировини у ощадних режимах зберігаючи максимально поживні речовини та надаючи стравам не тільки вишуканого смаку, а й підвищеної поживної цінності.

Слабкі сторони ресторану «Сардинія». Враховуючи, той чинник, що від складнощів не застрахований жодний заклад ресторанної індустрії, то і

ресторан, що проєктується, гіпотетично, в певний проміжок часу матиме слабкі сторони. До таких сторін можна віднести низку наступних чинників.

Оскільки ресторан передбачається до розташування у міській агломерації, то може виникнути недостатня кількість паркувальних місць для відвідувачів і вирішити це питання буде або складно та коштовно або взагалі неможливим, буде негативно відображатися на відвідуванні закладу.

На перших етапах може виникнути питання недостатньої кваліфікації керуючого персоналу, тому слід враховувати цей чинник під час підбору кадрів.

Першопочаткові значні витрати на запуск закладу пов'язані з маркетингом та просуванням закладу на ринку ресторанних послуг міста. Вивід закладу та позиціонування серед конкурентів.

Враховуючи, що заклад є самостійним, новим та одноосібним закладом, то складнощі щодо конкурування з мережевими закладами, які вже сформували репутацію та мають успіх у населення.

Відсутність на перших етапах власної служби доставки та вимушена робота зі сторонніми організаціями з доставки.

Можливості ресторану «Сардинія». Для повноти оцінки можливостей закладу слід врахувати першопочаткові умови на яких буде базуватись створення закладу.

Однієї з головних можливостей закладу є той факт, що земельна ділянка на якій буде розташовуватись будівля закладу буде не орендована, а буде власністю підприємця, а отже питання планування будівлі закладу не буде обмежена існуючим проєктом і буде виключене питання зростання оренди приміщень.

Завдяки раціональному проєкту закладу та оптимізації виробничих площ, виробничого запасу обладнання та можливості збільшення обсягів виробництва продукції, виробництва широкої асортиментної лінійки виробів та завантаження виробничих площ в майбутньому в декілька змін.

На території закладу планується організація безпечного дитячого простору, який забезпечить збільшення кількості відвідувачів з дітьми та формування позитивного іміджу закладу в місті.

Проведення майстер класів у залі ресторану з приготування страв із залученням клієнтів та формування кулінарних шоу-програм.

Запровадження електронного додатку для постійних клієнтів з розрахунку персоналізованого раціону з метою підтримання здорового способу життя і за межами закладу.

До додаткових можливостей також слід віднести перспективи зміни постачальників як тих що пропонують максимально-екологічно чисті продукти, за привабливими цінами орієнтуючись на довготривале співробітництво.

В якості додаткових можливостей для закладу можна зазначити перспективи створення власної служби доставки та організації харчування на виніс для офісних співробітників за укладеними договорами з комерційними організаціями.

Як віддалений перспективний напрямок можна зазначити збільшення доходів населення та їх фінансових можливостей щодо відвідування закладів типу ресторан.

Перспективною можливістю закладу є запровадження та розвиток таких екологічних та відповідальних методів виробництва, як сортування та утилізація відходів. Сортування дозволить створити додатковий прибуток від сміття у вигляді складених відходів до пунктів прийомів металобрухту, паперу, пластику. Щодо органічних відходів виробництва, то планується застосування утилізаторів-подрібнювачів відходів та постачання їх на відгодівлю худобі господарствам, які є постачальниками сировини для закладу. Ці заходи нададуть можливість ресторану одночасно знизити витрати на вивіз сміття та отримати додатковий прибуток від сортованого сміття.

Потенційні загрози ресторану «Сардинія». Як вже було відзначено ресторан як і будь-який вид бізнесу піддається загрозам різного рівня. Тому їх

прогнозування та попередження є важливою задачею. Для ресторану «Сардинія» основними загрозами можна назвати такі чинники.

Непрогнозована інфляція яка пов'язана з економічною кризою державного або світового масштабу. Цей чинник є незалежним від закладу тому вплинути на його виникнення та розвиток не є можливим і його можна назвати як вагомим.

Повторний пандемічний сполох на території держави або місцевого рівня розташування закладу. З огляду на попередні пандемічні обставини, то вихід з цієї загрози може бути знайдений за рахунок своєчасного розвитку служби доставки.

Наслідки невправного керування економічними процесами у державі, які приведуть до зростання цін на продукти та енергоносії, зниження доходів клієнтів.

До ймовірних загроз також слід віднести зміна законодавчої бази з боку держави щодо діяльності закладів та зростання кількості бюрократичних перепон.

Загрозою також є зниження рівня кваліфікації персоналу за рахунок виникнення більш привабливих пропозицій з боку інших закладів індустрії або країн як і роблять ставку на кулінарний туризм та активне залучення вітчизняних кадрів до себе.

Безумовною постійною загрозою для закладу також буде конкуренція з боку інших закладів та виникнення закладів аналогічного кулінарного спрямування.

Ще однієї ймовірною загрозою критичного рівня є факт виникнення бойових дій на території де розташовано заклад.

Для більш зручного та оперативного сприйняття, аналізу та формування висновків доцільно сформувати таблицю чинників . SWOT – аналіз діяльності ресторану табл.2.1.

Таблиця 2.1

SWOT – аналіз діяльності ресторану середземноморської кухні «Сардинія»

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-ресторан з яскраво вираженим кулінарним спрямуванням;</li> <li>-застосування динамічного меню;</li> <li>-використання місцевих виробників сировини (диверсифікація поставок);</li> <li>-постачання екологічно чистої сировини;</li> <li>-можливість проведення будь-яких форм обслуговування;</li> <li>- кейтерінгове обслуговування;</li> <li>-висока професійна підготовка персоналу;</li> <li>-застосування інноваційного технологічного обладнання»</li> <li>-застосування широкого інструментарію інформаційних технологій.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-інфляція;</li> <li>-повторна пандемія;</li> <li>-зміна законодавчої бази зростання бюрократичних перепон;</li> <li>-зниження рівня кваліфікації персоналу за рахунок відтоку персоналу закордон;</li> <li>-конкуренція з боку аналогічних закладів;</li> <li>-виникнення бойових дій та території розташування закладу.</li> </ul> |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- виробництва широкої асортиментної лінійки виробів та завантаження виробничих площ;</li> <li>- організація безпечного дитячого простору;</li> <li>- проведення майстер класів, формування кулінарних шоу-програм;</li> <li>- створення власної служби доставки;</li> <li>- запровадження та розвиток таких екологічних та відповідальних методів виробництва.</li> </ul>                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатня кількість паркувальних місць;</li> <li>- значні витрати на проведення маркетингових заходів;</li> <li>- складнощі щодо конкурування з мережевими закладами.</li> </ul>                                                                                                                                                 |

З огляду на отримані дані аналізу можна стверджувати, що запропонований проєкт закладу ресторану класу люкс «Сардинія» має

перспективи для реалізації та відтворення у реальних умовах. Широке коло сильних сторін та можливостей дозволить реалізувати проєкт та створити умови для максимально можливої рентабельності проєкту в подальшому. На даному етапі для оцінки технічної можливості реалізації проєкту слід провести компонувальні рішення та інженерно-технічні розрахунки для оцінки вартості проєкту.

### РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ КРОКИ З ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАНІ КЛАСУ ЛЮКС «САРДИНІЯ»

#### 3.1 Прорєктування мийних столового і кухонного посуду.

Розрахунок площі мийної столового посуду базується на визначенні потреби в устаткуванні. Для цього необхідно визначити наступні показники:

1. Кількість посуду і приладів, що надходять на мийку за годину максимального завантаження залу ( $P_{год}$ , шт.) розраховуємо за формулою 3.1:

$$P_{год} = N_{год} \cdot 1,6 \cdot H, \quad (3.1)$$

де  $N_{год}$  – кількість відвідувачів у максимальну годину завантаження залу, чол.;

1,6 – коефіцієнт, що враховує мийку в машині склянок і приладів;

$H$  – норма тарілок на одного відвідувача (у кафе – 2).

Таким чином, кількість посуду та приладів, становить:

$$P_{год} = 70 \cdot 1,6 \cdot 2 = 224 \text{ шт.}$$

2. Кількість посуду і приладів, що піддаються мийці протягом дня ( $P$ , шт.) розраховуємо за формулою 3.2:

$$P = N \cdot 1,6 \cdot H, \quad (3.2)$$

де  $N$  – кількість відвідувачів протягом дня, чол.

Таким чином, кількість посуду та приладів, що піддаються мийці протягом дня, становить:

$$P = 500 \cdot 1,6 \cdot 2 = 1600 \text{ шт.}$$

3. Необхідну продуктивність посудомийної підбираємо за кількістю посуду, який надходить на мийку у максимальну годину роботи залу. За каталогом підбираємо машину з відповідною продуктивністю K20Q2B і розраховуємо тривалість роботи машини за методикою розрахунку механічного устаткування згідно формули 3.3.

$$t = \frac{P}{G}, \quad (3.3)$$

де  $t$  – тривалість роботи машини;

Таким чином, тривалість роботи машини становить:

$$t = \frac{1600}{224} = 6,6 \text{ год.}$$

Коефіцієнт використання посудомийної машини розраховуємо за формулою 3.4

$$\eta = \frac{t}{T}, \quad (3.4)$$

де  $\eta$  – коефіцієнт використання посудомийної машини.

Таким чином, коефіцієнт використання машини становить:

$$\eta = \frac{6,6}{13} = 0,5$$

За коефіцієнтом використання посудомийної машини достатньо установити 1 машину K20Q2B (520×540×75 мм) продуктивністю 500 тар/год. Чисельність операторів для мийної столового посуду передбачаємо у кількості 1 працівника.

Додатково до машини у мийній столового посуду встановлюємо 2 мийні ванни 1 ВМР (600×600×850 мм) – одну для мийки склянок, іншу для мийки

приладів, а також на випадок виходу машини з ладу встановлюємо ще 2 мийні ванни.

Також відповідно до норм оснащення підприємств харчування устаткуванням встановлюємо у мийній столового посуду водонагрівач.

Для попереднього очищення посуду передбачаємо стіл для збору залишків їжі ССПР-СО 600 (1000×600×850 мм), а також 1 підсобний стіл СПД-600 (600×600×850 мм).

Приміщення обладнуємо шафами для збереження посуду, кількість яких визначаємо за їх місткістю – ШП «Профі» (1200×600×1800 мм).

Площу приміщення розраховуємо за формулами 3.3 – 3.4, приймаємо  $\eta = 0,5$ . Розрахунок площі мийної столового посуду наводимо у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок площі мийної столового посуду

| Устаткування          | Марка, тип | Кількість одиниць устаткування | Габаритні розміри, м |        | Площа одиниці устаткування, м <sup>2</sup> | Загальна площа устаткування |
|-----------------------|------------|--------------------------------|----------------------|--------|--------------------------------------------|-----------------------------|
|                       |            |                                | Довжина              | Ширина |                                            |                             |
| Посудомийна машина    | K20Q2 В    | 1                              | 0,52                 | 0,54   | 0,28                                       | 0,28                        |
| Ванна мийна           | 1 ВМР      | 4                              | 0,6                  | 0,6    | 0,36                                       | 1,44                        |
| Стіл для залишків їжі | ССПР-СО600 | 1                              | 1,0                  | 0,6    | 0,6                                        | 0,6                         |
| Водонагрівач          | ЭВПЗ-15    | 1                              | 0,67                 | 0,56   | 0,38                                       | 0,38                        |
| Стіл виробничий       | СПД-600    | 1                              | 0,6                  | 0,6    | 0,36                                       | 0,36                        |

Продовження табл. 3.1

|                    |            |   |     |     |      |      |
|--------------------|------------|---|-----|-----|------|------|
| Шафи для посуду    | ШП «Профі» | 1 | 1,2 | 0,6 | 0,72 | 0,72 |
| Раковина для рук   |            | 1 | 0,5 | 0,4 | 0,20 | 0,20 |
| Бачок для відходів |            | 1 | 0,5 | 0,5 | 0,25 | 0,25 |
| Разом              |            |   |     |     |      | 4,93 |

Таким чином, площа мийної столового посуду складе:

$$S = \frac{4,93}{0,5} = 9,9 \text{ м}^2$$

Розрахунок мийної кухонного посуду починають із визначення чисельності операторів за формулою 3.5, тільки для  $k$  приймають значення 2340 страв/чол. – при 8-годинному робочому дні. У приміщенні встановлюють 2 мийні ванни на одного оператора, підтоварник для посуду, що був використаний і стелаж – для чистого посуду, а також раковину і бачок для відходів.

$$N = \frac{n}{k \cdot \alpha}, \quad (3.5)$$

де  $N$  – чисельність операторів;

$n$  – кількість страв, що випускається підприємством за день, шт;

$k$  – норма виробітку за робочий день;

$\alpha$  – коефіцієнт, що враховує роботу підприємства без свят та вихідних ( $\alpha = 1,58$ ).

$$N = \frac{2000}{2500 \cdot 1,58} = 0,5$$

Площу приміщення розраховуємо за формулами 3.3 – 3.4.  $\eta = 0,5$ . Розрахунок площі мийної кухонного посуду наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Розрахунок площі мийної кухонного посуду

| Устаткування       | Марка, тип | Кількість одиниць устаткування | Габаритні розміри, м |       | Площа одиниці устаткування, м | Загальна площа устаткування |
|--------------------|------------|--------------------------------|----------------------|-------|-------------------------------|-----------------------------|
|                    |            |                                | Довжина              | Ширин |                               |                             |
| Ванна мийна        | 1 ВМР      | 2                              | 0,6                  | 0,6   | 0,36                          | 0,72                        |
| Стелаж             | СПС-1      | 1                              | 1,47                 | 0,84  | 1,23                          | 1,23                        |
| Підтоварник        | ПТ-2       | 1                              | 1,05                 | 0,63  | 0,66                          | 0,66                        |
| Водонагрівач       | ВКН-25     | 1                              | 0,67                 | 0,56  | 0,38                          | 0,38                        |
| Раковина для рук   |            | 1                              | 0,5                  | 0,5   | 0,25                          | 0,25                        |
| Бачок для відходів |            | 1                              | 0,5                  | 0,5   | 0,25                          | 0,25                        |
| Разом              |            |                                |                      |       |                               | 3,49                        |

Таким чином площа мийної кухонного посуду складе:

$$S = \frac{3,49}{0,5} = 6,9 \text{ м}^2$$

Проектування приміщень для відвідувачів та адміністративно-побутових.

До групи приміщень для відвідувачів входять зали з роздавальними, вестибюль із гардеробом, туалетними кімнатами й умивальниками.

Площу залу ( $S$ ,  $\text{м}^2$ ) розраховуємо за формулою 3.6.

$$S = p \cdot W, \quad (3.6)$$

де  $p$ - місткість залу, місць;

$W$  – площа на 1 місце у залі,  $\text{м}^2$ .

Площа залу дорівнює:

$$S = 100 \cdot 1,4 = 140 \text{ м}^2.$$

Вестибюль повинен бути достатнім для вільного руху відвідувачів. Його площу розраховуємо за нормою – 0,45  $\text{м}^2$  на 1 місце в залі:

$$S = 100 \cdot 0,45 = 45 \text{ м}^2.$$

Площу гардероба визначаємо з розрахунку 0,1  $\text{м}^2$  на 1 відвідувача (10  $\text{м}^2$ ).

Туалетні, умивальні для відвідувачів розміщаємо єдиним блоком.

Убиральні проектуємо з розрахунку 1 унітаз на 60 місць у залі, приймаємо 2 унітази. У шлюзах убиралень улаштовуємо 1 умивальник.

Проектування адміністративно-побутових приміщень кафе визначаємо за нормативною документацією [41]:

- кабінет директора та офісне приміщення приймаємо - 9 м<sup>2</sup>;
- площу білизняної приймаємо – 6 м<sup>2</sup>;
- площу гардеробних персоналу приймаємо – 21 м<sup>2</sup>; приміщення персоналу
- приміщення комори та мийної тари – 8 м<sup>2</sup>;
- площа завантажувальної – 8 м<sup>2</sup>.

До технічних приміщень входять вентиляційна камера та електрощитова. Технічні приміщення служать для забезпечення підприємства, що проектується системами опалення, приточно-витяжною вентиляцією, холодним та гарячим водопостачанням, електропостачанням. Їх площа визначається також за нормативною документацією [41].

- для залу ресторану та бару приймаємо столи на 4 місця у кількості 8 штук та 2 столи на 6 місць;
- для зважування сировини та напівфабрикатів приймаємо ваги настільні порційні виробництва фірми «CAS» - SW (260×287×137 мм) з границею зважування 5 кг та живлення від батареї.

### **3.2. Компонувальні рішення ресторану «Сардинія»**

Отримані у результаті технологічних розрахунків кількісні показники окремих приміщень ресторану, що проектується, є вихідним матеріалом для компоновання будівлі. При цьому визначаються конфігурація будівлі, її габаритні розміри, поверховість.

Проект повинен забезпечувати реалізацію наступних технологічних принципів:

- наявність чітких, послідовно-організованих операцій усіх технологічних процесів цехів, що проектуються;

- наявність коротких, прямолінійних, без перетинань розташованих на одному рівні шляхів сполучення для транспортування продуктів і товарів від місця їх прийому до місця споживання, без зустрічного руху;
- забезпечення чіткої, послідовно-організованої циркуляції столового, кухонного посуду і тари, що підлягає чищенню, мийці;
- запобігання частих перетинань шляхів транспортування відходів зі шляхами сполучення для транспортування продуктів;
- забезпечення раціонального розташування зон для персоналу і технічних приміщень.

В основу компоновання покладено загальну схему технологічного процесу, що показує, який функціональний зв'язок існує між окремими групами приміщень в об'єкті, що проектується.

При угрупованні приміщень різного виробничого призначення враховуємо зв'язок між деякими з них, що вимагає безпосереднього сполучення цих приміщень за допомогою горизонтальних та вертикальних комунікацій.

При компонованні враховуємо фактори, що визначають умови, в яких працюючі будуть здійснювати виробничі функції:

- мікроклімат приміщення (температура, вологість і швидкість руху повітря, а також вміст в ньому шкідливих домішок);
- світловий режим (рівень освітленості робочих місць і розподіл світла в приміщенні);
- акустичний режим (рівень голосності та якісні характеристики звуків, що виникають у приміщенні, чи проникають у нього ззовні);
- просторові характеристики (величина й форма приміщення, наявність проходів між устаткуванням і т. і.).

Площа будівлі визначається за формулою на основі суми площ приміщень, отриманих розрахунковим шляхом:

$$S_{\text{буд}} = S_{\text{виробн}} + S_{\text{торгів}} + S_{\text{техн}} + S_{\text{кор}}, \quad (3.7)$$

де  $S_{\text{буд}}$  – загальна площа будівлі,  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{виробн}}$  – загальна площа виробничих приміщень,  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{торгів}}$  – загальна площа торговельних приміщень,  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{техн}}$  – загальна площа технічних приміщень,  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{кор}}$  – загальна площа, зайнята шляхами сполучення – коридорами,  $\text{м}^2$ .

Отже площа будівлі дорівнює:

$$S_{\text{буд}} = 322 + 1,3 * 3 = 325,9 \text{ м}^2,$$

Загальна площа будівлі розраховується за формулою 3.8

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{буд}} + 35\%, \quad (3.8)$$

$$S_{\text{заг}} = 325,9 + 114 = 439,9 \text{ м}^2$$

Таблиця 3.3

#### Склад приміщень ресторану

| Склад приміщень ресторану                             | Площа приміщень |
|-------------------------------------------------------|-----------------|
| Торгівельні :                                         |                 |
| Вестибюль (включаючи гардеробну, умивальні та уборні) | 25,0            |
| Дитяча кімната                                        | 25,0            |
| Зала кафе                                             | 140             |
| <b>Разом:</b>                                         | <b>190</b>      |
| Виробничі:                                            |                 |
| десертний цех                                         | 20              |
| кондитерський цех                                     | 35              |

|                                             |              |
|---------------------------------------------|--------------|
| Мийна столового посуду                      | 9,9          |
| Мийна кухонного посуду                      | 4            |
| <b>Разом:</b>                               | <b>68,9</b>  |
| Складські:                                  |              |
| Охолоджувані камери для зберігання:         |              |
| - молочних продуктів, жиру, сезонних овочів | 6,6          |
| Неохолоджувані комори:                      |              |
| - сухих продуктів                           | 5,28         |
| Приміщення комори та мийної тари            | 6            |
| Завантажувальна                             | 8,0          |
| <b>Разом:</b>                               | <b>25,88</b> |
| Адміністративно-побутові                    |              |
| Кабінет директора та офісне приміщення      | 9,0          |
| Гардеробні персоналу, приміщення персоналу  | 20,0         |
| Білизняна                                   | 6,0          |
| Технічні                                    | 32           |
| <b>Разом:</b>                               | <b>67</b>    |
| Усього:                                     | 351,78       |

Ширину коридорів визначаємо виходячи з їх функціонального призначення (горизонтальне транспортування продуктів, пересування персоналу тощо) і з урахуванням забезпечення умов для людей при виникненні пожежі .

- виробничі-1,3

- складські - 1,3

- адміністративно-побутові - 1,3

На підставі  $S_{\text{буд}}$  визначають розміри й пропорції будівлі. Задавши ширину будівлі, визначаємо довжину, що проектується:

$$L_{\text{буд}} = \frac{S_{\text{буд}}}{H_{\text{буд}}}, \quad (3.9)$$

де  $L_{\text{буд}}$  – довжина будівлі, м;

$H_{\text{буд}}$  – ширина будівлі, м ( $H_{\text{буд}} = 1,8$ ).

$$L_{\text{буд}} = \frac{439}{1,8} = 244,4 \text{ м}$$

$L_{\text{буд}}$  приймаємо 244 м.

### 3.3. Заходи з організації роботи підприємства

При проектуванні складської групи приміщень враховано як раціональне розміщення їх у плані будівлі з урахуванням вимог, так і раціональне розміщення в них устаткування.

Ефективна організація виробничого процесу закладу ресторанного господарства залежить від правильно спроектованої групи приміщень. У складських приміщеннях здійснюється короткочасне зберігання сировини та напівфабрикатів, необхідних для роботи підприємства, а також предметів матеріально-технічного оснащення, відходів. Залежно від призначення складські приміщення поділяються на приміщення для прийому та відпуску продуктів – завантажувальна та приміщення для їх зберігання.

Складські приміщення в підприємстві призначені для зберігання сировини та напівфабрикатів, проектуються охолоджуваними та не охолоджуваними.

В охолоджуваних збірно-розбірних камерах зберігають швидкопсувні продукти (жири, молоко, молочнокислі, фрукти, холодні напої, напівфабрикати, готові кулінарні й кондитерські вироби, харчові відходи).

У неохолоджуваних приміщеннях зберігають сухі продукти (борошно, цукор, смакові продукти).

Для зберігання господарського інвентарю також передбачають приміщення. У них зберігають посуд, прилади, білизну, засоби для чищення й

таке інше. Якщо при розробці проекту не є можливим передбачити такі приміщення, можна передбачити в коридорах вбудовані шафи.

Склад та розміри складських приміщень залежать від потужності підприємства, що проектується.

Зберігання сировини та напівфабрикатів організовано таким чином, щоб продукти, які були доставлені до складських приміщень у більш ранній термін, використовувалися в першу чергу. Тобто складські приміщення доступні для огляду, тому контроль над збереженими товарами нескладний.

Під час проектування складської групи приміщень необхідно дотримуватися наступних умов товарного сусідства: для забезпечення правильного режиму та зберігання якості продуктів забороняється тримати готові вироби, гастрономічні товари разом із сирими продуктами; товари, що легко поглинають запахи (яйця, сир, молочні продукти, чай, кава, фрукти), продукти – із тарою, що звільнилася.

У великих підприємствах ресторанного бізнесу передбачається приміщення для комірника. На підприємстві, що проектується, функції комірника одночасно виконує завідуючий виробництвом, що дозволяє не передбачити таке приміщення.

Під час проектування десертного цеху необхідно враховувати наступні його особливості:

- продукція цеху безпосередньо перед порціонуванням не піддається тепловій обробці, тому необхідне суворе дотримання санітарних правил при організації технологічного процесу;

- холодні страви повинні виготовлятися в такій кількості, що може бути реалізована за максимально короткий термін. Так, бутерброди, салати, рибні й м'ясні холодні страви готують для реалізації протягом години;

- при відпусці холодні страви і закуски повинні мати температуру 10...14 °С, тому в цеху повинна передбачатися установка достатньої кількості холодильного устаткування.

З огляду на те, що в десертному цеху випускають продукцію із напівфабрикатів, які піддано тепловій обробці й продуктів, що відпускаються без додаткової теплової обробки, необхідно чітко розмежовувати робочі місця для виробництва страв із сирих і варених овочів, а також із м'ясних і рибних продуктів.

Для зберігання продуктів і готових виробів установлюють холодильну шафу та скриню морозильну для короткочасного зберігання морозива та заморожених напівфабрикатів.

Для промивання фруктів, свіжих овочів та інших продуктів використовуються модульний стіл з вбудованою мийною ванною.

Для короткочасного зберігання і транспортування готових страв установлюють пересувний стелаж.

Мийні столового та кухонного посуду передбачаються у закладах ресторанного господарства всіх типів потужності.

Мийна столового посуду повинна зручно пов'язуватися із гарячим, холодним цехами та торгівельними залами.

У мийній столового посуду передбачають лінії з обробки посуду, де встановлюють посудомийну машини, а також лінію мийних ванн.

Додатково до машини в мийній столового посуду встановлюють мийні ванни – одну для мийки склянок, іншу для мийки приладів, а також стіл для попереднього очищення посуду. На випадок виходу машини з ладу встановлюють ще дві мийних ванни і водонагрівач.

Приміщення обладнують однією шафою для зберігання посуду, що є достатнім для закладу, що проектується.

Мийна кухонного посуду повинна мати безпосередній зв'язок із гарячим та холодним цехом. У приміщенні встановлюють дві мийні ванни у розрахунку на одного оператора, підтоварник для посуду, що був використаний і стелаж – для чистого посуду, а також раковину, бачок для відходів, водонагрівач.

Мийні забезпечують природним освітленням, але допускається і штучне.

Зал кафе та інформаційний центр розташовують у південно-східній стороні підприємства з урахуванням того, щоб вікна були звернені у бік головного фасаду будівлі.

У даний час рекомендується під час обслуговування відвідувачів використовувати столи різної форми й місткості. Нормативне співвідношення місць за столами різної місткості в кафе визначаються з урахуванням конкретних умов.

Найбільш зручними є квадратні й прямокутні столи різних розмірів, що дозволяють ощадливіше використовувати площу залу і за необхідності ставити їх в один ряд.

Столи в ресторані повинні мати висоту 1000 – 1100 мм, ширину 700 – 850 мм, довжину з розрахунку 500 мм на одну людину. Під стільницею обладнують лотки для сумок, головних уборів, парасольок.

З усіх варіантів розміщення столів, повинен бути забезпечений вільний доступ відвідувачів до столів, зручність збору й транспортування посуду із залом, зручність роботи офіціантів.

Для цієї мети в залах передбачаються основні й додаткові проходи певної ширини.

Висновки за проектною частиною.

Узагальнені дані, які було отримано під час проектування закладу та лежать в основі розробки інших розділів проекту наведено у таблицях 3.4 -3.6.

Таблиця 3.4

Склад та площі приміщень підприємства

| Найменування приміщень                      | Площа, м2    |               | Спосіб отримання даних |
|---------------------------------------------|--------------|---------------|------------------------|
|                                             | Розрахункова | Компонувальна |                        |
| Для відвідувачів                            |              |               |                        |
| Вестибюль (включаючи гардероб, умивальні та | 25           | 21,8          | ДБН В.2.2.-9-99 [40]   |

|                                                       |      |      |                      |
|-------------------------------------------------------|------|------|----------------------|
| санвузли)                                             |      |      |                      |
| Торговельний зала кафе                                | 140  | 62,0 | Розрахунок           |
| Виробничі                                             |      |      |                      |
| десертний цех                                         | 20   | 28,1 | Розрахунок           |
| кондитерський цех                                     | 35   | 15,3 | Розрахунок           |
| Мийна столового посуду                                | 9,9  | 12,4 | Розрахунок           |
| Мийна кухонного посуду                                | 4    | 8,4  | Розрахунок           |
| Складські приміщення                                  |      |      |                      |
| Камера молочних продуктів, жиру, сезонних овочів      | 6,6  | 3,8  | Розрахунок           |
| Комора сухих продуктів                                | 5,28 | 5,7  | Розрахунок           |
| Комора тари та інвентарю                              | 8,0  | 8,25 | ДБН В.2.2.-9-99 [40] |
| Завантажувальна                                       | 8,0  | 9,7  | ДБН В.2.2.-9-99 [40] |
| Адміністративні та побутові                           |      |      |                      |
| Кабінет директора, контора                            | 9,0  | 10,2 | ДБН В.2.2.-9-99 [40] |
| Гардероб персоналу (включаючи санвузли для персоналу) | 20,0 | 18,7 | ДБН В.2.2.-9-99 [40] |
| Білизняна                                             | 6,0  | 5,45 | ДБН В.2.2.-9-99 [40] |

Таблиця 3.5

Кількісний та якісний склад робітників виробництва та залу

| Посада, місце роботи      | Кваліфікаційний розряд | Кількість |
|---------------------------|------------------------|-----------|
| Кухар (гарячий цех)       | IV                     | 3         |
| Кухар (холодний цех)      | IV/ III                | 3         |
| Кухар (кондитерський цех) | IV /III                | 2         |
| Мийник столового посуду   | —                      | 2         |
| Мийник кухонного посуду   | —                      | 2         |
| Офіціант                  | IV                     | 4         |
| Офіціант                  | V                      | 4         |

Таблиця 3.6

Зведена таблиця інноваційного прийнятого обладнання

| №                    | Найменування обладнання | Тип, марка   | Потужність, кВт | Місце встановлення     | Кількість |
|----------------------|-------------------------|--------------|-----------------|------------------------|-----------|
| 1                    | 2                       | 3            | 4               | 5                      | 6         |
| Механічне обладнання |                         |              |                 |                        |           |
| 2                    | Овочеочищувальна машина | EL 65        | 0,37            | Заготівельний          | 1         |
| 3                    | Овочерізка              | CL 20        | 0,5             | Холодний цех           | 1         |
| 4                    | Міксер                  | CMP 250 V.V. | 0,2             | Холодний цех           | 1         |
| 5                    | Слайсер                 | LADY 25GS    | 0,14            | Холодний цех           | 1         |
| 6                    | Блендер                 | FR-2055      | 0,2             | бар                    | 1         |
| 7                    | Соковижималка           | APOLLO       | 0,15            | бар                    |           |
| 8                    | Посудомийна машина      | K 12Q        | 2,85            | мийна столового посуду | 1         |

Продовження табл. 3.6

| 1                     | 2                              | 3                | 4    | 5                                                          | 6 |
|-----------------------|--------------------------------|------------------|------|------------------------------------------------------------|---|
| 9                     | Кавомолка                      | MPNS             |      | бар                                                        | 1 |
| 10                    | Процесор                       | SUPRA 6E         | 0,75 | бар                                                        | 1 |
| Теплове обладнання    |                                |                  |      |                                                            |   |
| 1                     | Пароконвектома<br>т            | SCC WE-61        | 11   | Гарячий                                                    | 2 |
| 3                     | Багатофункціона<br>льна апарат | Vario VCC<br>112 | 17   | Гарячий                                                    | 1 |
| 6                     | Мікрохвильова<br>піч           | Samsung          | 1,5  | десертний                                                  | 1 |
| 7                     | Водонагрівач                   | ЭПВ3-15          | 15   | мийна<br>столового<br>посуду, мийна<br>кухонного<br>посуду | 2 |
| Холодильне обладнання |                                |                  |      |                                                            |   |
| 1                     | Холодильна<br>шафа             | IL70TB 2         | 0,48 | Холодний цех                                               | 1 |
| 2                     | Холодильна<br>шафа             | ID 40            | 0,38 | Кондитерський                                              | 1 |
| 3                     | Стіл виробничий<br>холодильний | PDT 160          | 0,3  | Холодний<br>цех/гарячий<br>цех                             | 2 |
| 4                     | Скрина<br>морозильна           | 235/930          |      | Холодний цех                                               | 1 |

На основі проведених розрахунків та прийнятих рішень проведено компонування виробничих приміщень ресторану, допоміжних, адміністративно-побутових. Частину площ закладу на цьому етапі прийнято

виходячи з будівельних норм та правил. Креслення компоувального рішення ресторану «Сардинія» наведено у додатку А.

### **3.3. Оцінка впровадження прийнятих інноваційних рішень**

За отриманими розрахунковими даними більшість прийнятого обладнання припадає на холодний цех, проте за традицією найбільшим споживачем електроенергії є гарячий цех. Тому подальші показники щодо оцінки прийнятих рішень щодо впровадження технічних інновацій ґрунтуватимуться за показниками обладнання для гарячого цеху.

В основу інновацій було покладено мету зниження енергетичних витрат та оптимізація виробничої площі. Так, за традиційним технічним оснащенням закладу ресторанної індустрії типу ресторан, згідно норм оснащення, для реалізації технологічних процесів у гарячому цех мали бути встановлені наступні види технологічного устаткування:

- котел стравоварильний,
- сковорода перекидна,
- фритюрниця,
- плита безпосереднього смаження (поверхі різні),
- плита із жарильною шафою,
- шафа пекарська або піч конвекційна.

Середні показники споживаної потужності цієї низки апаратів за 8 годинну робочу зміну становлять 570-590 кВт без урахування роботи холодильного та механічного устаткування в цеху. Завдяки проведеним інноваціям та заміни 6 одиниць устаткування трьома: 2 пароконвектоматами та одним багатофункціональним апаратом Vario VCC 112 [22], які здатні компенсувати у повному об'ємі, показники споживаної електроенергії за той самий проміжок часу буде нарівні 230-240 кВт. Таким чином застосування інновацій дозволить зменшити витрати за гарячим цехом протягом доби на 50-60%. У перерахунку на грошові одиниці з урахуванням середньої вартості ціни за 1кВт/година 9,00 грн., то сума за рекомендованими показниками

становитиме 5130-5310 грн./добу. А за впровадженням інновацій 2070-2106 грн.-добу. Таким чином добова економія від впровадження інновацій лише за гарячим цехом становитиме 3060-3204 грн. В місяць середній показник становитиме на рівні 91800-96120 грн. Враховуючи, що інноваційні витрати пов'язані з придбанням та монтажем устаткування будуть становити на рівні 1 млн. 100 тис грн., строк окупності інновацій лише за гарячим цехом у розрізі теплового обладнання буде 12 місяців. Строк окупності знаходиться в межах гарантійного обслуговування апаратів. Що нівелює ризики пов'язані з витратами на обслуговування апаратів та ризик появи витрат на їх ремонт у разі виходу з ладу. Таким чином можна стверджувати, що запровадження технічних інновацій дозволить вивести заклад ресторанної індустрії типу ресторан «Сардинія» на нові строки окупності та рівень рентабельності.

## ВИСНОВКИ

Виходячи з поставленої мети та завдань роботи були отримані наступні результати.

В результаті проведених досліджень історичної ретроспективи розвитку ресторанної індустрії підтверджено, що ресторанна галузь в умовах трансформації економіки держави може стати одним з локомотивів її руху, адже потребує відносно незначних інвестицій і змушує формуванню внутрішнього туризму. Але є певні умови для запуску цього позитивного поступального руху: врівноважена соціально-економічна ситуація, державна законодавча підтримка галузі, тісний взаємозв'язок індустрії з профільними навчальними закладами.

Проведені дослідження трендів та інновацій показали, що у наступному році ресторанна галузь буде формуватися завдяки поєднанню впровадження технічних інновацій, зростанню уподобань споживачів і підвищеної уваги до сталого розвитку та персоналізації, із одночасною турботою про здорове харчування. Власники ресторанів, які забезпечать реалізацію зазначених тенденцій галузі, матимуть всі перспективи для досягнення успіху та отримання прибутків належного рівня. Впровадження технічних інновацій інновації та гнучкість до мінливої поведінки споживачів, дозволять ресторанам та їх власникам не лише втриматись у складних економічних та конкурентних умовах, але й набути сталого розвитку.

Проведений SWOT – аналіз перспектив діяльності ресторану «Сардинія» виявив, що запропонований проєкт закладу ресторану класу люкс «Сардинія» має перспективи для реалізації та відтворення у реальних умовах. Широке коло сильних сторін та можливостей дозволить реалізувати проєкт і створити умови для максимально можливої рентабельності проєкту в подальшому.

Проведено розрахунок основних виробничих площ та підбір технологічного устаткування окремих виробничих цехів допоміжного та основного складу. Запропоновано впровадження конкретних видів та модельного ряду технологічного устаткування. Проведено первісну оцінку

економічних показників діяльності яка підтвердила висунуту гіпотезу щодо доцільності впровадження інновацій. Розрахунки показали, що добова економія від впровадження інновацій лише за гарячим цехом становитиме 3060-3204 грн. В місяць середній показник становитиме на рівні 91800-96120 грн. строк окупності інновацій лише за гарячим цехом у розрізі теплового обладнання буде 12 місяців.

Проведені технічні та технологічні розрахунки дозволили провести компонувальні проєктні рішення виробничих площ ресторану «Сардинія».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Миколенко О. П., Данько Н. І., Страпчук С. І., Терешкін О. Г., Горелков Д. В., Червоний В. М. Методичний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» : підготовка та захист кваліфікаційної роботи. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 83 с.
2. Мазеракі А.А., Пересічний М.І., Шаповал С.Л.. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посіб./ К.: КНТЕУ, 2008, - 307 с.
3. ДСТУ Б А.2.4-2-95. Система проектної документації для будівництва. Умовні графічні позначення і зображення елементів генеральних планів та споруд транспорту. – К.: Держбуд України, 1995.
4. Сайт Державної служби статистики України. <https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menuu/tr.htm>.
5. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. Т. 2. Ресторани / [А.А. Мазеракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазеракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. унт, 2017. 312 с.
6. Спеціальна виставка для готельно-ресторанного бізнесу – URL: <https://lexinform.com.ua/zakonodavstvo/voyennyj-stan-vsi-normatyvni-materialy-algorytmy-dij-roz-yasnennya-korysni-resursy/>.
7. Гросул В.А, Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2017. Випуск 1 (49). Т. 1. С. 143–149.
8. Гладських О. Бум концептуальних ресторанів закінчується. Що далі? - огляд ресторанного ринку. URL: <https://rau.ua/novyni/obzor-restorannogo-rynka/>.
9. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку // Інфраструктура ринку. 2020. Вип.42. С.117-122. URL: [http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/4\\_2021/13.pdf](http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/4_2021/13.pdf)

10. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 484 с.
11. Ткачова С. С. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: навч. посібник/ С. С. Ткачова, О. П. Ткаченко; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі.– Харків: ХДУХТ, 2009. – 190 с.
12. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства /В.В. Архіпов, – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
13. Ресторанне господарство і туристична індустрія в ринкових умовах : зб. наук. пр. / Київський національний торговельно-економічний ун-т / відп. ред. М. І. Пересічний. К. : КНТЕУ, 2003. 304 с.
14. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація.
15. Система НАССР <https://ukrstandart.net/ua/posluhy/iso-systemy-upravlinnia-iakestiu/ua-haccpr>.
16. Кравченко О.М., Бодюл В.І. Організаційні проблеми управління підприємства ресторанного господарства Одеській національний політехнічний університет // Міжнародна науково-практична конференція «Економіка: реалії часу і перспективи» Одеса 20-21 лютого, 2014, С.58-62
17. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. –2019. –Вип. 4(21). –С. 297–304.
18. Боровік Л.В., Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Роль інформації у формуванні глобальної економіки та економічного розвитку суспільства. Вісник ХНТУ. 1(76), 2021. С.192-197.
19. Топ 10 трендів ресторанної індустрії. URL: <https://applova.io/blog/restaurant-industry-trends/>.
20. Карл Якобс, 7 тенденцій ресторанної індустрії в 2024 році URL: <https://get.apicbase.com/restaurant-industry-trends/>.
21. Кубяк-Падковска Агата, 12 тенденцій розвитку рестораних технологій у 2024 році. URL: <https://www.upmenu.com/blog/restaurant-trends/>.

22. Офіційний сайт торгівельної компанії Корал. URL: [https://koral.biz.ua/kuhonnyj-centr-rational-vario-vcc-112?gclid=Cj0KCQiAr7C6BhDRARIsAOUKifhX1I4p2unNujjKgj2P6t5jngqIy1tTDWMTiCf\\_3JWCkIimdqaHxncaAqI2EALw\\_wcB](https://koral.biz.ua/kuhonnyj-centr-rational-vario-vcc-112?gclid=Cj0KCQiAr7C6BhDRARIsAOUKifhX1I4p2unNujjKgj2P6t5jngqIy1tTDWMTiCf_3JWCkIimdqaHxncaAqI2EALw_wcB).

23. Аналітичний журнал «Pro Consulting». URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rinok-kafe-ta-restoraniv-v-ukrayini-zafiksovano-zrostannya-serednogo-cheka-na-18>.

24. Ракша Л., Як змінилась виручка, середній чек та відвідуваність закладів. Підсумки 2023 від Poster. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2023-roku-vid-poster>.

25. Журнал HoReCa. Рестораний ринок у 2023 році. Зміни та підсумки. <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/>.

26. Бритвенко А.С., Бригіна С.І. Тенденції ресторанного бізнесу України в умовах війни. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства. 2022. С.487-489.  
URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/brytvenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/brytvenko.htm)

27. Матвійчук К. О., Осіпчук А. С. Перспективи розвитку підприємств ресторанного бізнесу в умовах сучасних викликів. Сучасні вектори відновлення та розвитку України на засадах сталості та безпеки. 2023. URL: [https://doi.org/10.54929/conf\\_21\\_11\\_2023-05-06](https://doi.org/10.54929/conf_21_11_2023-05-06)

28. Тренди ринку здорового харчування: тренди, новинки, тенденції в здоровому харчуванні. NEWFOOD. URL: <https://newfood.ua/2022/01/27/trendy-rynku-zdorovoho-kharchuvannia-trendy-novynky-tendentsii-pravylnoho-kharchuvannia-u-2022-rotsi/>

29. Google Карти/Дніпро. <https://www.google.com.ua/>.  
URL: [https://www.google.com.ua/maps/place/Днепр,+Днепропетровская+область,+49000/@48.4624085,34.8355479,11z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x40dbe303fd08468f:0xa1cf3d5f2c11aba!8m2!3d48.464717!4d35.046183!16zL20vMDN4NDVw?hl=ru&entry=tту&g\\_ep=EgoyMDI0MTEyNC4xIKXMDSOASAFQAww=](https://www.google.com.ua/maps/place/Днепр,+Днепропетровская+область,+49000/@48.4624085,34.8355479,11z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x40dbe303fd08468f:0xa1cf3d5f2c11aba!8m2!3d48.464717!4d35.046183!16zL20vMDN4NDVw?hl=ru&entry=tту&g_ep=EgoyMDI0MTEyNC4xIKXMDSOASAFQAww=).

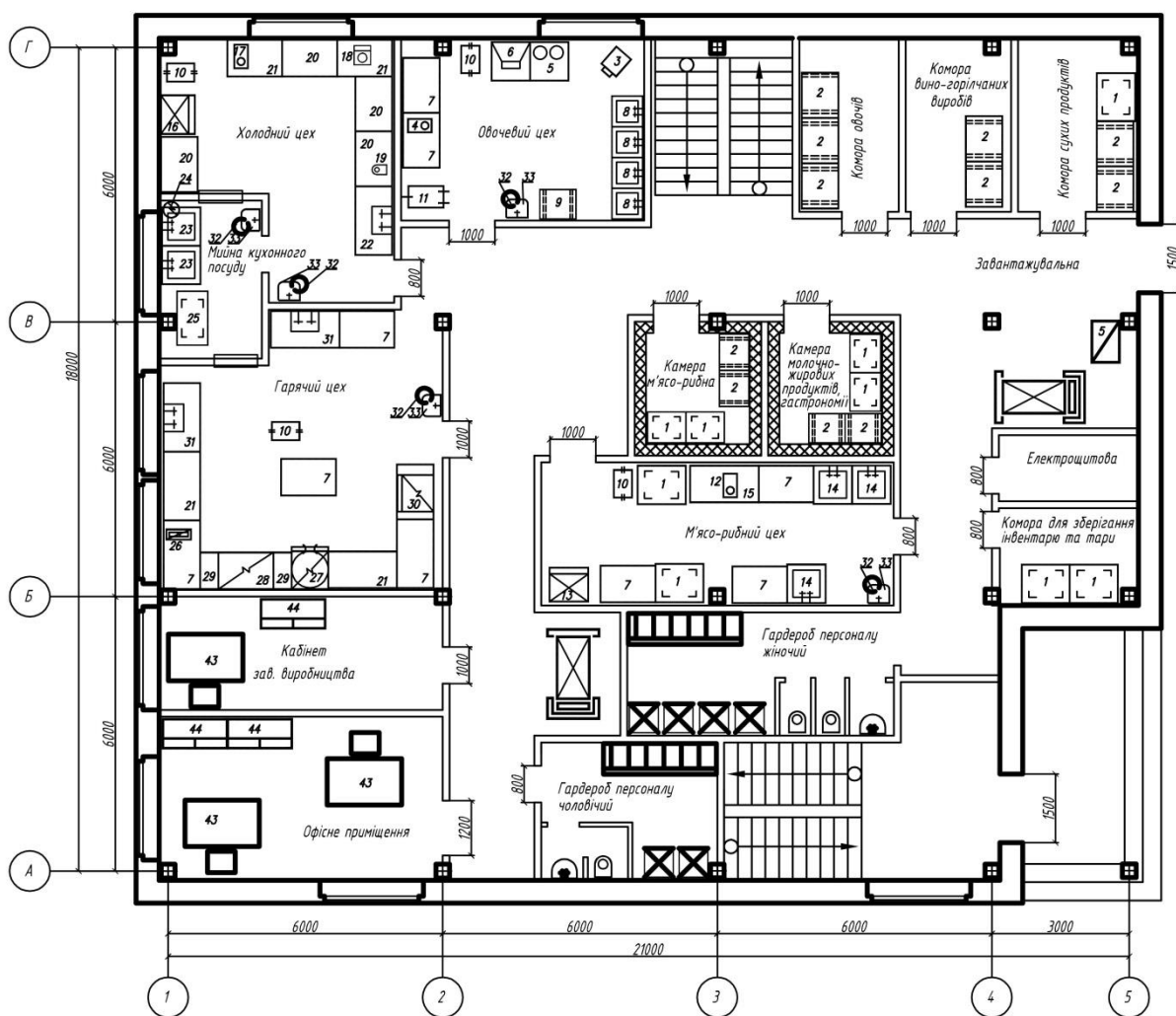
30. Матеріали про Сардинію. Wikipedia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Сардинія#Кухня>.

31. Силівейстр В. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році – Poster POS. Poster POS – програма автоматизації. URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>

32. Ресторанне обслуговування: безліч способів задовольнити клієнта. Maresto. URL: <https://maresto.ua/ua/news/obzor/typy-restorannogo-obsluzhivaniya-mnozhestvo-sposobov-udovletvorit-klienta.html>

## **ДОДАТКИ**

# Додаток А Компонувальне рішення ресторану «Сардинія»



## Додаток Б Участь конференціях та публікація результатів роботи



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
 Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації  
 Харківська торгово-промислова палата  
 Державний біотехнологічний університет,  
 Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю  
 Харківська торгово-промислова палата  
 Краківський економічний університет (Польща)  
 Резекненська академія технологій (Латвія)  
 Варшавський університет наук про життя (Польща)  
 Азербайджанський університет кооперації (Азербайджан)  
 Стамбульський університет Айдин (Туреччина)  
 Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)  
 Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
 Сумський національний аграрний університет  
 Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний  
 університет»  
 Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр  
 Міністерства внутрішніх справ України



**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
 АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,  
 ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей  
 III Міжнародної науково-практичної конференції**

*5 листопада 2024 р.*

**Харків**

## НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ РІВНЯ РЕСТОРАНУ КЛАСУ «ЛЮКС»

Горелков Д.В., канд. техн. наук, доц.

Нагорна Д.А., магістрант

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна,  
м. Харків, Україна

Ресторанна індустрія як і решта галузей економіки змінюється у відповідності до потреб та вимог сьогодення. Проте має чіткий взаємозв'язок із купівельною здатністю населення. З її підвищенням зростає попит на заклади ресторанної індустрії високого рівня та якості обслуговування. Такими закладами є зазвичай ресторани класу «люкс», які реалізують надання послуг з харчування та організацію дозвілля. Ці дві складові завжди були рушійними складовими цієї категорії закладів. Проте останнім часом переважна увага закладів класу люкс зведена до надання якісних послуг з організації харчування та обслуговування. В цих напрямках більшість закладів досягли значних якісних успіхів світового рівня. З виникненням складних економічних обставин в країні знизився і попит на цю категорію закладів, і можливість їх ефективного функціонування. Але ще до виникнення складних обставин в цій категорії закладів спостерігався певний спад популярності.

Цей спад пояснюється певною одноманітністю в форматах закладів. І не можна не звернути увагу на те що організація дозвілля у ресторанах перейшла в площину ситуативних заходів – банкети з нагоди днів народжень, весіль тощо. А от такої послуги як «жива» музика, розважальні заходи тощо не застосовуються оскільки ця категорія послуг потребує витрат і не завжди є рентабельною для закладу, але іноді це не пов'язано з рентабельністю – це пов'язано здебільшого з небажанням зайвого клопоту та вживання організаційних заходів. Звертаючи увагу на соціологічні опитування серед населення відповідної споживчої категорії саме відсутність розважальних закладів та музичного супроводу в певний проміжок часу знизила відвідуваність ресторанів. Отже, активне впровадження організаційних заходів дозвільного спрямування є перспективним напрямком та ще одним поштовхом для зростання попиту ресторанів. Окрім організації дозвілля ще одним перспективним напрямком є розвиток закладів з тематичним спрямуванням організації харчування, які ще не представлені на ринку послуг, наприклад, закладів середземноморської кухні, китайської кухні, мексиканської кухні, кухонь країн Скандинавії.