

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

ДО ЗАХИСТУ

завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: «**Організація діяльності ресторану
французької кухні в м. Харків**»

Виконала:
студентка 4 курсу групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Тарасова Марія Віталіївна

Керівник:
к.т.н., доц. Червоний В. М.

Рецензент:

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

Голова Екзаменаційної комісії

Харків – 2024 року

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

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

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студента Тарасової Марії Віталіївни

Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Організація діяльності ресторану французької кухні в м. Харків»

затверджена наказом від “12” 04 2024 №4002-5/809

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
1 Теоретичні основи організації закладів ресторанного господарства	1.04.2024	
2 Організація роботи закладу ресторанного господарства «Un Nuage»	1.05.2024	
3 Економічне обґрунтування відкриття закладу «Un Nuage»	1.05.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 15.05.2024 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 17-20.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ _____

Дата видачі завдання 1.12.2023 р.

доцент Віталій ЧЕРВОНИЙ

Завдання прийняте до виконання _____

Марією ТАРАСОВОЮ

Завідувачка кафедри
міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи _____

к.е.н., доцент Наталя ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Тарасова М.В. Організація діяльності ресторану французької кухні в м. Харків

Кваліфікаційну роботу бакалавра присвячено розробці організаційно-проектних рішень щодо відкриття закладу французької кухні в місті Харків. В теоретичному розділі роботи наведено основні поняття види та функції закладів ресторанного господарства, а також розглянуто сучасний стан ресторанного господарства в Україні та Харківській області. В другому розділі роботи розроблено основну концепцію закладу та його виробничі процеси, проаналізовано потенційних конкурентів та цільову аудиторію. В третьому розділі здійснено SWOT-аналіз та PESTLE-аналіз, розроблено фінансовий план ресторану для економічного обґрунтування відкриття закладу.

Ключові слова: ресторан, заклад, ресторанне господарство, організація, виробничі процеси, французька кухня, фінансовий план, економічна ефективність.

ANNOTATION

Tarasova M.V. Organization of a French Cuisine Restaurant in Kharkiv

The bachelor's qualification work is dedicated to the development of organizational and project solutions for the opening of a French cuisine establishment in the city of Kharkiv. In the theoretical section of the work, the main concepts, types, and functions of restaurant establishments are presented, and the current state of the restaurant industry in Ukraine and the Kharkiv region is examined. In the second section of the work, the main concept of the establishment and its production processes are developed, and potential competitors and the target audience are analyzed. In the third section, a SWOT analysis and a PESTLE analysis are conducted, and a financial plan for the restaurant is developed to economically justify the opening of the establishment.

Keywords: restaurant, establishment, restaurant management, organization, production processes, French cuisine, financial plan, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	8
1.1 Поняття, види та функції закладів ресторанного господарства.....	8
1.2 Основні тенденції розвитку ринку надання ресторанних послуг України.....	10
1.3 Характеристика стану ресторанного господарства в Харківській області та м. Харків.....	12
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «UN NUAGE».....	18
2.1 Формування концепції закладу «Un Nuage».....	18
2.2 Аналіз потенційних конкурентів та цільової аудиторії закладу «Un Nuage».....	19
2.3 Характеристика комплексу послуг та маркетингової стратегії закладу «Un Nuage».....	23
2.4 Організація виробничих процесів в закладі ресторанного господарства «Un Nuage».....	25
2.4.1 Визначення прогнозованої кількості споживачів та реалізованої продукції.....	25
2.4.2 Розробка виробничої програми та розрахунково-продуктової відомості закладу.....	27
2.4.3 Організація роботи виробничих цехів закладу.....	34
2.4.4 Розрахунок погодинної реалізації продукції та чисельності робітників цехів закладу.....	39
2.4.5 Планування торгової зали та оформлення інтер'єру закладу...	45
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ «UN NUAGE».....	49
3.1 SWOT-аналіз закладу «Un Nuage».....	49

3.2 Аналіз зовнішнього середовища закладу «Un Nuage».....	50
3.3 Фінансова складова відкриття закладу «Un Nuage».....	53
3.3.1 Розрахунок витрат закладу «Un Nuage».....	54
3.3.2 Прогноз доходів та чистого прибутку закладу «Un Nuage»....	56
3.3.3 Розрахунок показників ефективності та точки беззбитковості закладу «Un Nuage».....	60
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Ресторанний бізнес – це сфера, що активно розвивається впродовж останнього десятиліття. Постійно відкриваються нові заклади та створюються робочі місця, що позитивно впливає на економіку держави. Ресторанне господарство є однією з найрозповсюдженіших видів малого бізнесу, оскільки відкриття власного закладу вважається привабливим та прибутковим.

Заклади, що пропонують відвідувачам французьку кухню, розповсюджені по всьому світу. Наразі прихильників традиційних французьких страв стає все більше, а французька кухня займає одну з лідируючих позицій разом з італійською та американською кухнями в рейтингу популярності. Дана специфіка закладу буде актуальною та перспективною не залежно від місця знаходження, очікуваної аудиторії та типу закладу.

Темою даної роботи є організація діяльності ресторану французької кухні в м. Харків.

Предметом дослідження даної роботи є організація роботи закладу ресторанного господарства, об'єктом дослідження даної роботи є заклад ресторанного господарства, що спеціалізується на французькій кухні.

Метою дослідження є формування концепції закладу французької кухні та аналіз супутніх факторів, розробка основних положень відкриття закладу.

Завданнями дослідження даної роботи є

- охарактеризувати основні теоретичні аспекти організації ресторанного господарства та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні;
- розробити основну концепцію та комплекс послуг закладу французької кухні;
- проаналізувати цільову аудиторію та основних конкурентів;
- сформулювати виробничі процеси в закладі французької кухні та провести відповідні розрахунки;

– проаналізувати ризики відкриття закладу та економічно обґрунтувати відкриття закладу.

Методами дослідження даної роботи є опитування, аналіз веб-джерел та статистичних джерел щодо організації ресторанного господарства.

Основними джерелами інформації є навчальні посібники, наукові статті, інтернет-джерела, статистичні звіти.

Робота складається зі вступу, 3 розділів та висновків. Робота містить 61 сторінку тексту, 20 рисунків, 20 таблиць, 4 додатків. Список джерел складається з 27 найменувань.

В даній роботі знайшли своє відображення тези, представлені на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи» 22 травня 2024 року (м. Харків), III Всеукраїнській науково-технічній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Молодь - науці і виробництву: актуальні питання харчової промисловості» 14 травня 2024 року (м. Кропивницький), II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі» 2 листопада 2023 року (м. Харків).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1 Поняття, види та функції закладів ресторанного господарства

Ресторанна індустрія є однією з найбільших складових індустрії гостинності. Вона зосереджена на наданні послуг з харчування. Ресторани можуть набувати різних форм, від окремих ресторанів до мережевих ресторанів, ресторанів швидкого харчування та інших. Будь-який бізнес, що дозволяє клієнтам увійти до приміщення, замовити їжу та спожити її на місці, може вважатися частиною ресторанної індустрії, навіть за умови, що заклад надає також інші послуги.

Ресторанне господарства (РГ) – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [1].

Підприємство ресторанного господарства (ПРГ) – це заклад (сукупність закладів), який є самостійним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку [1].

Заклад ресторанного господарства (ЗРГ) – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закупних товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів [1].

До сфери ресторанного бізнесу належать наступні типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, домашня кухня, фабрика-кухня, фабрика-заготівельна, заклади швидкого обслуговування, майдани харчування [1].

Існують різноманітні ознаки, за якими можна класифікувати заклади ресторанного господарства. Однією з даних класифікацій є класифікація за видами економічної діяльності.

За видами економічної діяльності заклади ресторанного господарства поділяються на:

- заклади, які здійснюють продаж їжі та напоїв, як правило, призначених для споживання на місці, з показом розважальних вистав або без них;
- заклади, які здійснюють продаж напоїв та обмеженого асортименту страв до них, як правило, призначених для споживання на місці, з показом розважальних вистав або без них;
- заклади, в яких здійснюється продаж їжі та напоїв, переважно за зниженими цінами, для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками;
- заклади, які постачають їжу, приготовлену централізовано, для споживання в інших місцях [2].

В даній роботі в наступних розділах буде розроблятися заклад, що є рестораном. Ресторан відноситься до першого виду економічної діяльності.

Ресторан – заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів [1].

У загальнодоступному ресторані продукцію та послуги може одержати будь-який споживач, у закритому – певний контингент: викладачі вищих навчальних закладів, службовці установ та промислових підприємств тощо. За часом обслуговування ресторани поділяють на: швидке обслуговування і звичайні; за методами обслуговування – з обслуговуванням офіціантами і самообслуговуванням. Ресторан може бути повно сервісним або спеціалізованим [2].

Особливості діяльності закладів ресторанного господарства полягають в одночасному поєднанні трьох функцій (рис 1.1):

1. Виробництво кулінарної продукції (виступає як необхідна передумова для виконання функції організації споживання);
2. Реалізації кулінарної продукції та послуг (функція реалізації підкреслює специфіку підприємств харчування, тобто існування товарного

виробництва і дію закону вартості. Виступає як додаткова, необхідна в умовах товарно-грошових відносин);

3. Організація споживання кулінарної продукції (є його необхідним слідством і завершуючим моментом. Із споживанням продукції зникає її вартість і споживча вартість. та послуг) [3].



Рис 1.1 Функції закладів ресторанного господарства

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Отже, в даному підрозділі були наведені основні поняття, що стосуються ресторанного господарства, охарактеризовано класифікацію закладів за видами економічної діяльності та функції закладів ресторанного господарства.

1.2 Основні тенденції розвитку ринку надання ресторанных послуг України

Протягом останніх років, незважаючи на вплив пандемії, можна відзначити стрімкий розвиток сегменту ресторанного бізнесу, що зумовлено як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, такими як збільшення попиту на ресторанный послуги, мінливість вподобань споживачів та конкурентна

боротьба на ринку. Далі розглянемо основні тенденції розвитку ресторанного господарства на території України.

В період з 2017 року до початку 2020 року спостерігалася позитивна динаміка в сфері ресторанного господарства (рис 1.2). Так в 2017 році кількість закладів становила майже 39 тис. закладів, а на початку 2020 року ця цифра збільшилася до 51 тис. Показники за 2021 рік зменшилися через вплив пандемії, однак в умовах карантину з'явилося багато закладів, що працюють на доставку [4].

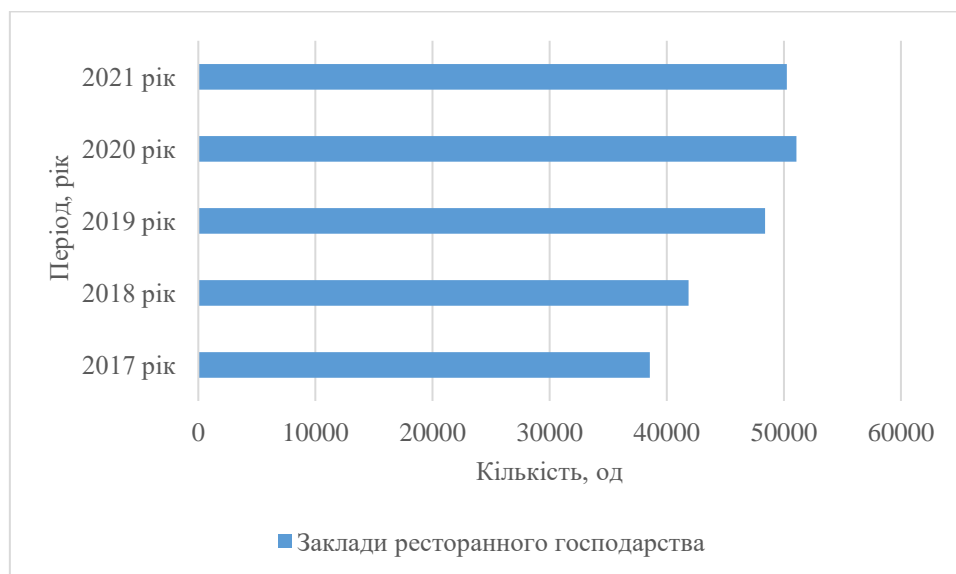


Рис 1.2 Кількість закладів харчування та точок мобільного харчування в 2017-2021 роках

Джерело: розроблено автором за даними [4,5]

Далі розглянемо видову структуру закладів вітчизняної ресторанної сфери (рис 1.3). Як видно з рис. 2, у структурі закладів ресторанного бізнесу 52% займають ресторани, кафе та бари, майже 20% ринку представлені закладами швидкого харчування, 16% – заклади з надання кейтерингових послуг, 7% – паби та нічні клуби, 3% – заклади харчування при готелях і 2% – заклади харчування при АЗС [6].

Таким чином, можна зробити висновки, що в Україні найпопулярнішим форматом закладів є ресторани, кафе та бари, однак послуги швидкого

харчування набувають все більшої популярності через прискорення темпу життя в сучасному світі.

На початку 2021 року найбільша кількість закладів харчування була представлена в наступних регіонах: м. Київ (7769 закладів), Львівська область (4189), Одеська область (3832), Харківська область (3667), Дніпропетровська область (3618), Київська область (3094), Закарпатська область (2372) (рис 1.4). Загальна кількість закладів в цих областях складає більше 70% всього ресторанного господарства України.

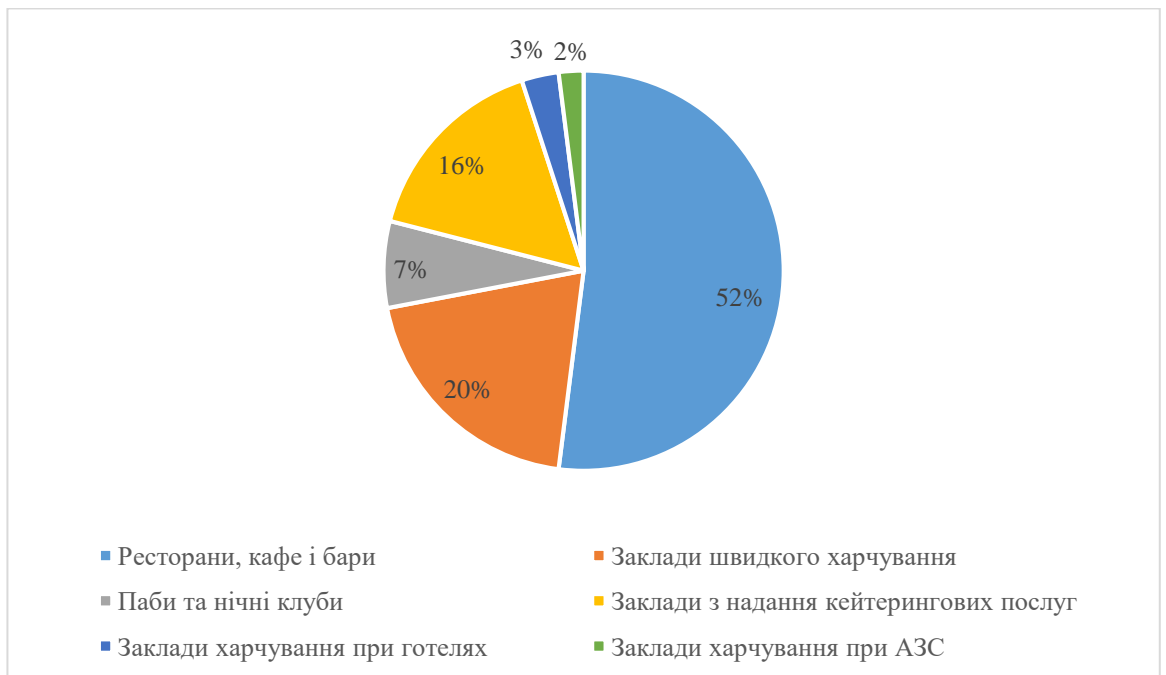


Рис 1.3 Видова структура закладів ресторанного господарства в Україні

Джерело [6]

Таким чином, виходячи з даної статистики, найбільша кількість закладів ресторанного господарства знаходиться в містах, що нараховують найбільшу кількість жителів та відповідно у столиці, а також у містах з високим туристичним потенціалом, куди щорічно прибувають тисячі іноземних та українських туристів.

Дані області довгий час займають ліdersькі позиції за кількістю закладів харчування, тому можна зробити висновок, що COVID-19 та карантинні

обмеження фактично не змінили географічне розташування центри концентрації ресторанної сфери на території України.

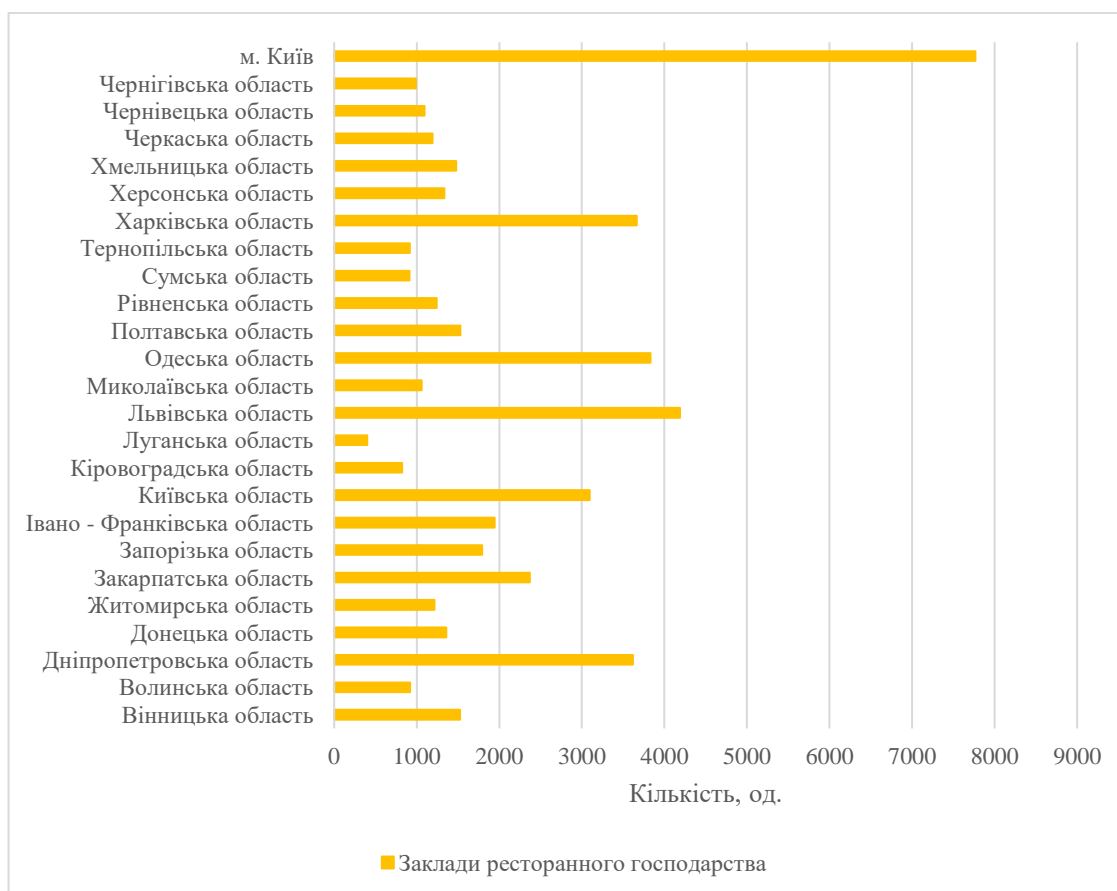


Рис 1.4 Кількість закладів ресторанного господарства в областях України в 2021 році

Джерело: складено автором за даними [4,5]

Отже, в даному підрозділі було розглянуто динаміку розвитку ресторанного господарства на території України. За наведеними вище даними, можна зробити висновок, що в період з 2017 до 2021 року ресторанний бізнес України перебував на піку свого розвитку, не дивлячись на вплив пандемії.

1.3 Характеристика стану ресторанного господарства в Харківській області та м. Харків

Як було зазначено в попередньому підрозділі, Харківська область відзначалася великою кількістю закладів ресторанного господарства, що може свідчити про високий рівень розвитку ресторанного бізнесу в області. Далі детально розглянемо динаміку розвитку та стан ресторанної індустрії в Харківській області та в Харкові зокрема.

Станом на 2017 рік кількість закладів ресторанного господарства в Харківській області становила майже 2700 точок, а вже на початку 2020 року ця цифра збільшилася майже на 1000, що свідчить про стрімкий темп розвитку ресторанного господарства в даному регіоні. Вплив пандемії майже не вплинув на даний показник, в 2021 році кількість закладів становила всього лише на 100 менше, ніж в 2020 році (рис 1.5).

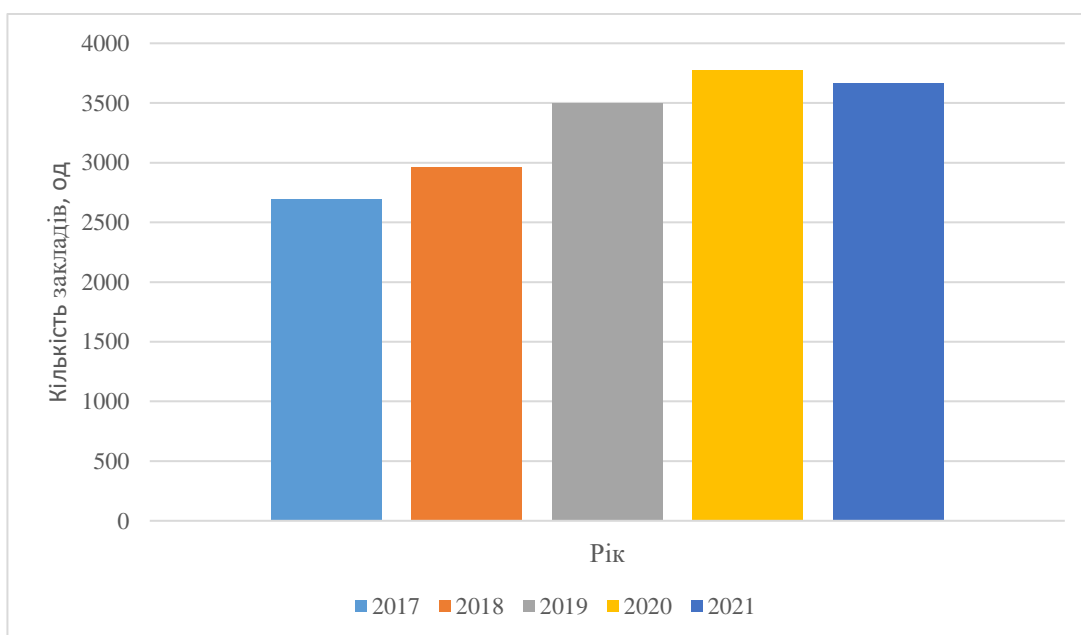


Рис 1.5 Кількість закладів ресторанного господарства в м. Харків в 2017-2021 роках

Джерело: складено автором за даними [5]

Далі для більш детального аналізу ресторанного господарства в місті Харків було проведено гугл-опитування, результати якого наведені нижче (рис

1.6-1.8). Перелік питань, що були запропоновані в гугл-опитуванні, наведено в Додатку А.

Одне з питань, яке було поставлене респондентам, стосувалося загального рівня якості надання ресторанних послуг в м. Харків (рис 1.6). Для відповіді було надано варіанти оцінки від 1 до 10, де найкраща оцінка – 10. Близько 28% опитуваних надали оцінку 9, 26% відповіли 8 і майже 21% надали відповідь 7. В свою чергу 14% респондентів оцінили рівень якості надання ресторанних послуг на найвищому рівні. Дані результати свідчать про високий рівень вдовolenня якістю закладів харчування в м. Харків.

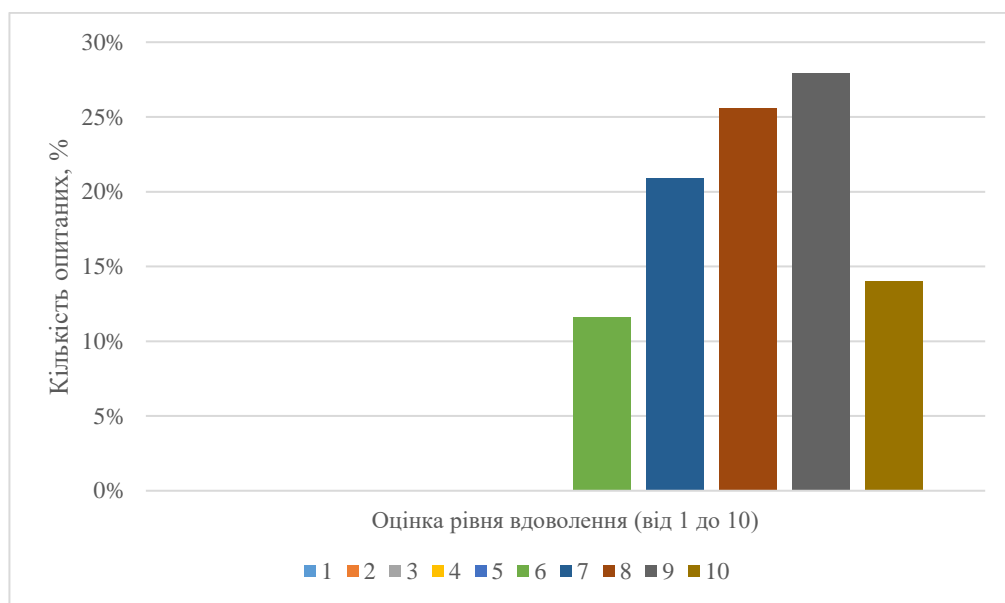


Рис 1.6 Оцінка рівня вдовolenня якістю надання ресторанних послуг в м. Харків

Джерело: складено автором за результатами опитування

На питання «Чого Вам бракує в закладах ресторанного господарства в м. Харків?» найчастішими відповідями стали різноманітність асортименту меню (пива та вина), більш злагодженої роботи обслуговуючого персоналу та персоналізованого сервісу, більш вдалого планування торгової зали (недостатньо місця, некомфортне розташування столиків, зокрема розміщення столиків в прохідній зоні), наявність в закладах спеціально облаштованої

вбиральні для людей з обмеженими можливостями, та закладів з концепцією «pet-friendly».

Також було поставлене запитання щодо відвідування різноманітних типів закладів (рис 1.7). Згідно з опитуванням, найбільш відвідуваними є ресторани, а також кав'ярні та кафе. Також багато людей відвідують бари (близько 50%). Великої популярності набувають заклади швидкого харчування (близько 40% респондентів).

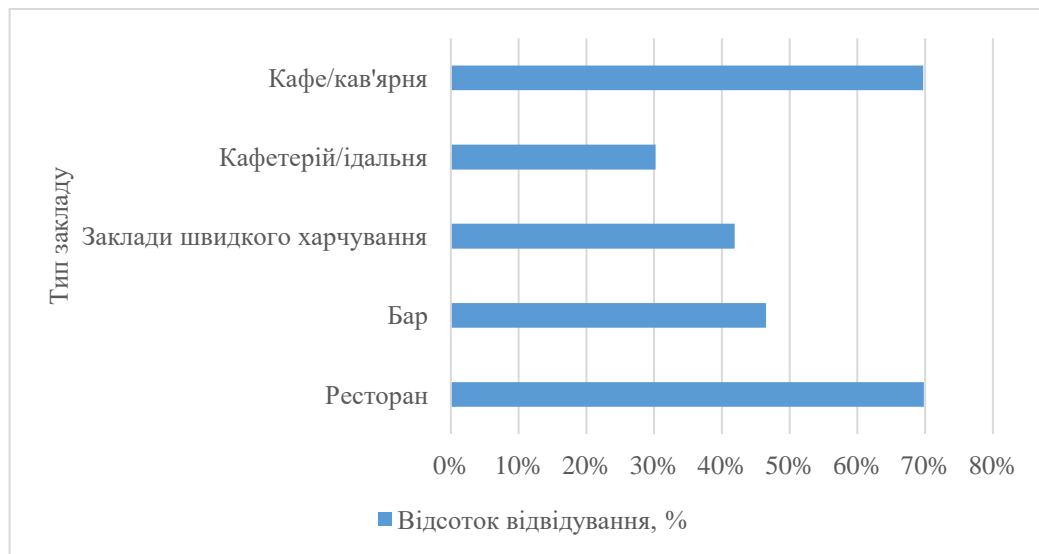


Рис 1.7 Результати опитування щодо найвідвідуваниших типів закладів

Джерело: складено автором за результатами опитування

Ще одне питання, що було поставлене в опитуванні, стосується найулюбленішого та найбільш відвіданого закладу (рис 1.8).

На дане питання було отримано багато різноманітних відповідей з назвами закладів різних форматів, однак лідируючі позиції в даному питанні зайняли такі заклади як «Буфет» (13% опитуваних), «Шо» (11%), «Шато» (10%), «McDonalds» (8%), «Париж» (8%), «Кулиничі» (7%), «Япошка» (7%), «Білий Налив» (6%), «Рот» (6%) та «Fresh Line» (5%). Дані заклади приваблюють різну аудиторію і мають різні концепції, однак їх можна вважати найпопулярнішими у місті Харків.

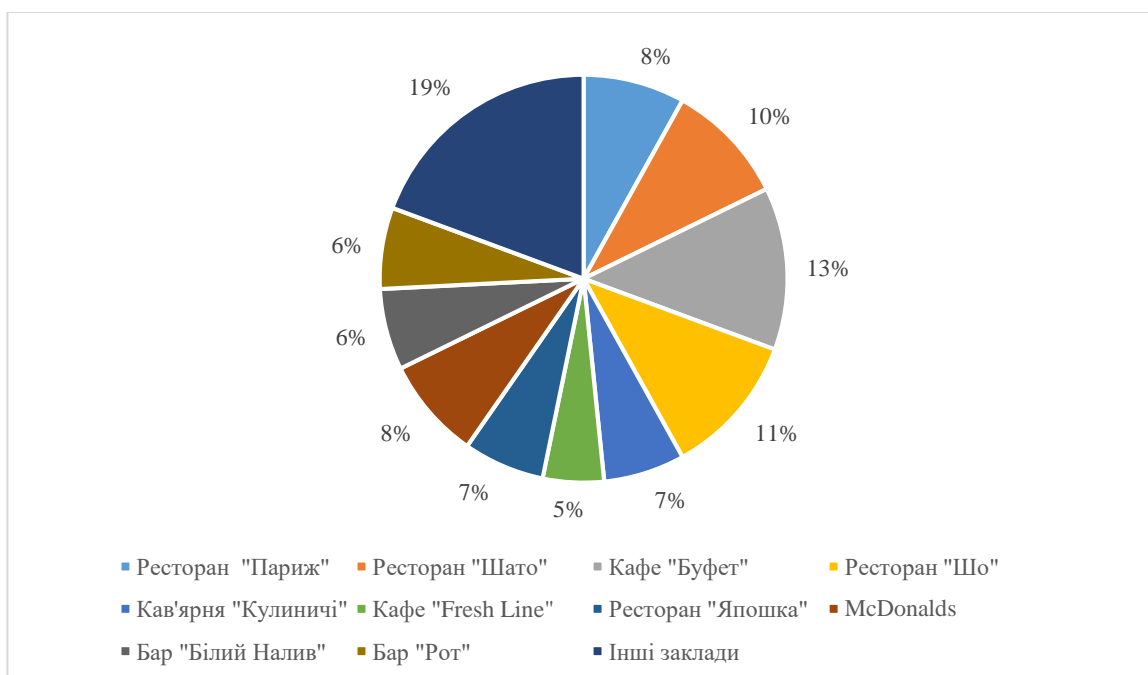


Рис 1.8 Найпопулярніші та найбільш відвідувані заклади в м. Харків за результатами опитування

Джерело: складено автором за результатами опитування

Отже, можна зробити висновки, що Харків був одним з центрів концентрації закладів ресторанного господарства. Результати опитування продемонстрували високий рівень задоволення ресторанными послугами в м. Харків, однак існують певні недоліки, що потребують вдосконалення.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «UN NUAGE»

2.1 Формування концепції закладу «Un Nuage»

Відкриття будь-якого закладу починається зі створення ідеї та цінностей, що потім веде до розробки концепції роботи.

Робота будь-якого закладу ресторанного бізнесу починається з ідеї його засновників та закінчується контролем його функціонування. Практична філософія власника виступає головним чинником. Вона розкривається, як підхід до ведення бізнесу, який визначає цінності, що втілюються в реальність під час процесу функціонування компанії [7].

Далі було розроблено основну ідею та концепцію закладу французької кухні в м. Харків.

Ресторан має назву «Un Nuage». Un nuage – заклад класичної французької кухні з елементами сучасності. В перекладі з французької un nuage означає «на сьомому небі від щастя». Саме такі емоції чекають на відвідувачів після візиту до закладу. Логотип ресторану наведено на рис 2.1.

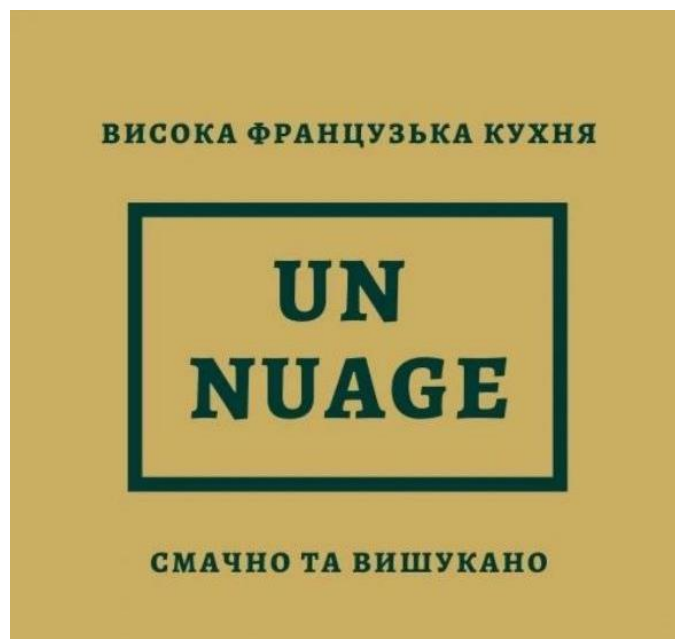


Рис 2.1 Логотип ресторану «Un Nuage»

Джерело: розроблено автором

Головне гасло ресторану звучить наступним чином: «Спробуйте страви високої французької кухні, насолодіться атмосферою цієї чудової країни та відчуйте себе по-справжньому щасливими».

Ресторан працює щодня з 11.00 до 00.00, має одну залу, кількість посадкових місць становить 60 місць, середній чек – 750 грн. Столики в ресторані доступні до бронювання на сайті та за номером телефону. Заклад є «pet-friendly», в ресторані завжди готові прийняти відвідувачів з їхніми улюбленими вихованцями.

Ресторан розташовується в центрі міста, на одній із найбільш поживлених вулиць. Поруч із закладом знаходяться визначні місця міста, вищий навчальний заклад, багато пекарень, кав'ярень, крамниць та зручна транспортна розв'язка.

2.2 Аналіз потенційних конкурентів та цільової аудиторії закладу «Un Nuage»

Аналіз потенційних конкурентів є важливим етапом у створенні ефективної стратегії розвитку, оскільки дозволяє визначити переваги та недоліки конкурентів, оцінити їх потенційні дії щодо змін на ринку, а також ідентифікувати можливості підвищення рівня конкурентоспроможності закладу.

В табл. 2.1 наведено аналіз потенційних конкурентів для відкриття ресторану французької кухні «Un Nuage» в місті Харків. Дані конкуренти були визначені згідно з проведеним опитуванням, що наведено в першому підрозділі. За результатами опитування, дані заклади є одними з найпопулярніших та найбільш відвідуваних закладів в м. Харків, відносяться до типу закладів «ресторан» та розташовуються в центрі, так само як і заклад, концепція якого розробляється в даній роботі. Відповідно ці заклади були обрані як головні потенційні конкуренти.

Таблиця 2.1

Аналіз потенційних конкурентів закладу

Назва та адреса закладу	Характеристика меню	Середній чек	Додаткова інформація	Оцінка закладу споживачами (згідно з даними TripAdvisor)
Ресторан «Париж», вул. Ярослава Мудрого, 30/32	Розмаїття французьких страв, включаючи класичні десерти, паштети, вишукані м'ясні та рибні страви, а також винну карту з великим вибором французьких вин	600-700 гривень	Заклад є pet-friendly, працює театр та кондитерська, проводяться різні заходи	4,0 з 5,0
Ресторан «ШО», вул. Сумська 14	Меню є дуже різноманітним, присутні різні категорії страв італійської, японської та американської кухні. Також є багато закусок до пива та інших алкогольних напоїв	500-600 гривень	В закладі є також пропонуються кальяни, присутня літня тераса	4,0 з 5,0
Ресторан «Шато», вул. Римарська, 30	Меню є обширним, багатий вибір морепродуктів, великий акцент зроблено на основні страви. В меню напоїв також представлено широкий асортимент вин та міцних алкогольних напоїв	500-600 гривень	Присутня літня тераса, великий вибір вегетаріанських страв	4,2 з 5,0

Джерело: складено автором за даними [8], [9], [10], [11]

Цільова аудиторія закладу – це група людей, яка є головною метою чи об'єктом для продуктів чи послуг, які надає заклад ресторанного господарства. Це група осіб, які визначаються спільними характеристиками, що роблять їх специфічною цільовою аудиторією для певного бізнесу. Визначення цільової аудиторії є важливим етапом планування бізнесу, оскільки воно допомагає зрозуміти, які групи клієнтів насамперед слід залучати та обслуговувати, щоб досягти успіху та отримати прибуток.

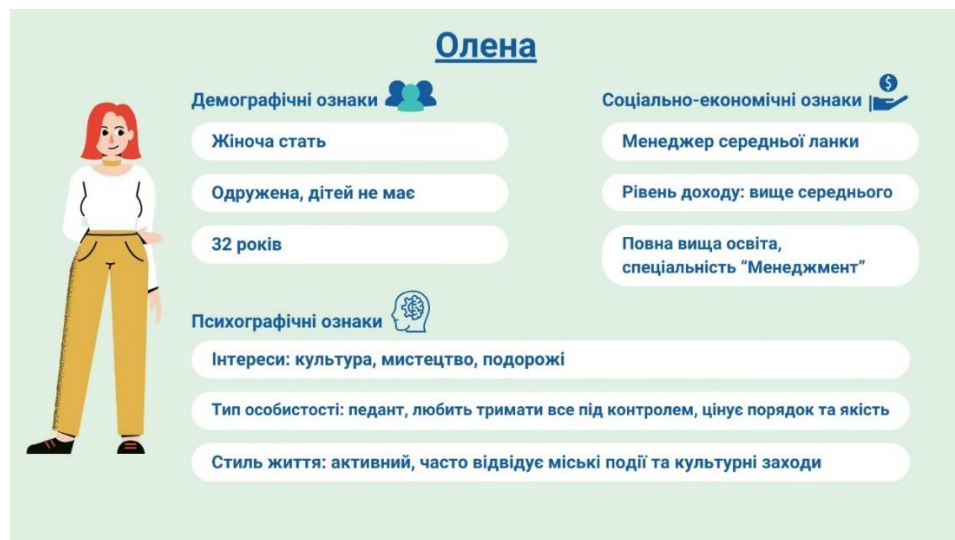


Рис 2.2 Профіль споживача Олени

Джерело: розроблено автором

Цільовою аудиторією закладу «Un Nuage» є люди різної вікової категорії, з доходом від середнього і вище. Це переважно люди інтелектуальної праці, з високим соціальним статусом. Ці особи цінують вишукану кухню та виняткові страви. Вони можуть мати зайнятий графік, але також цінують час для відпочинку та розслаблення в елітному закладі. Часто мають інтереси в культурі, мистецтві та подорожах [12].

Аудиторія закладу «Un Nuage» потребують бездоганного обслуговування, елегантного інтер'єру, вишуканих страв та широкого асортименту напоїв. Ця аудиторія може мати високі вимоги до якості кухні, сервісу та атмосфери. Вони очікують високого рівня ексклюзивності та індивідуального підходу.

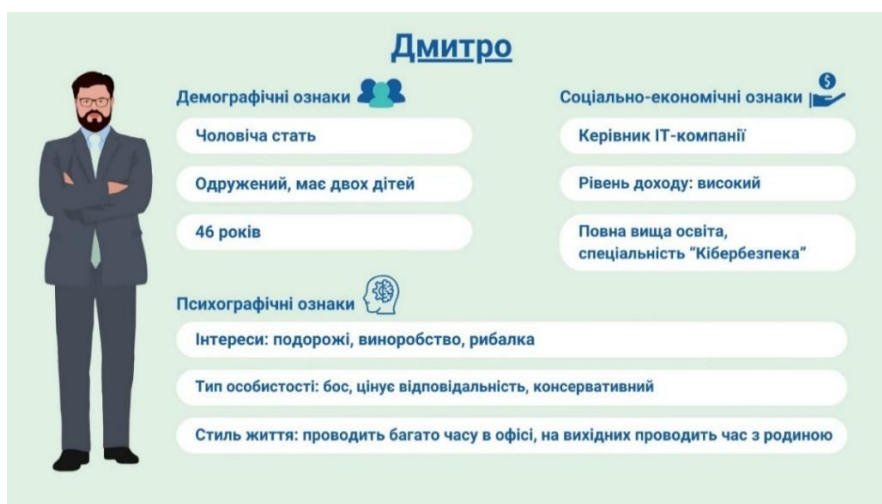


Рис 2.3 Профіль споживача Дмитра

Джерело: розроблено автором

Згідно з визначеними характеристиками цільової аудиторії закладу було розроблено декілька прикладів профілю споживача, які наведені на рис 2.2-2.4.



Рис 2.4 Профіль споживача Ганни

Джерело: розроблено автором

Отже, в даному підрозділі було визначено, що основними потенційними конкурентами закладу «Un Nuage», є ресторани «Париж», «Шо» та «Шато». Дані заклади мають приблизно однакову цінову політику, широкий вибір страв в меню та достатню кількість схвальних відгуків споживачів в інтернет-

джерелах. Також було охарактеризовано цільову аудиторію закладу «Un Nuage», було наведено приклади профілю потенційних споживачів, що має застосовуватися для розроблення подальшої маркетингової стратегії та рекламної кампанії.

2.3 Характеристика комплексу послуг та маркетингової стратегії закладу «Un Nuage»

Ресторан «Un Nuage» надає наступний перелік послуг: організація харчування, виготовлення ресторанної продукції, обслуговування, доставки продукції, організація бенкетів та організації дозвілля. Заклад підходить для бізнес ланчів, сімейних вечерь та романтичних побачень. Обслуговування гостей здійснюється офіціантами, барменами, які мають високий рівень кваліфікації та володіють всіма необхідними знаннями для виконання своїх обов'язків. Також заклад пропонує послуги сомельє.

В меню закладу «Un Nuage» представлений широкий асортимент страв французької кухні, страви поєднують у собі елементи класики та новаторства. Меню є дуже багатогранним, присутні деякі пропозиції для вегетаріанців, любителів морепродуктів, м'ясоїдів та поціновувачів звичайної домашньої кухні. Приклад оформлення меню закладу наведений в додатку Б. Спеціалізацією бару є вина, тому в закладі представлений широкий вибір вин, а також інших алкогольних та безалкогольних напоїв.

Також щотижня в ресторані є «страва тижня» якої немає в меню, тому у відвідувачів завжди є можливість спробувати щось нове. Окрім реалізації кулінарної та кондитерської продукції, ресторан здійснює доставку по місту, яку можна замовити з 11.00 до 22.00.

Серед послуг організації доквілля, заклад проводить різноманітні щомісячні заходи: вечори творчості різних митців та живої музики, майстер клас з приготування равликів та ін.

Маркетингову діяльність в закладі «Un Nuage» проводять з метою просування закладу серед інших конкурентів та збільшення потоку клієнтів. Для залучення відвідувачів та надання швидкого доступу до загальної інформації ресторан використовує сторінку в соціальних мережах та власний сайт.

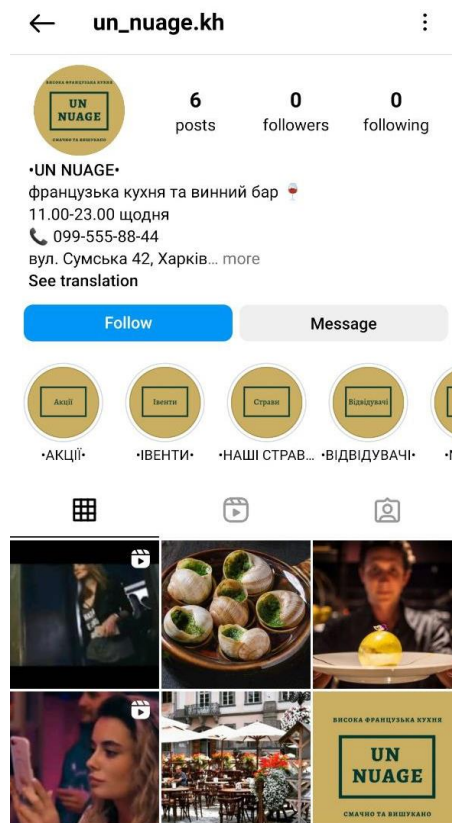


Рис 2.5 Оформлення інстаграм-сторінки закладу «Un Nuage»

Джерело: розроблено автором

Серед методів просування послуг ресторан «Un Nuage» використовує наступні:

- побудова мережі прихильників (за допомогою гарного сервісу та смачної кухні в ресторані);
- соціальні мережі (в усіх соціальних мережах присутні сторінки ресторану, на яких постійно оновлюється інформація (рис 2.5));
- реклама (банери та оголошення в інтернеті).

2.4 Організація виробничих процесів в закладі ресторанного господарства «Un Nuage»

Виробничий процес в закладі ресторанного господарства – це багатогранний процес, що включає в себе всі дії та операції, пов'язані з підготовкою, готуванням та подачею страв для клієнтів. Це стосується вибору та закупівлі інгредієнтів, підготовки кулінарної продукції, організації робочого простору на кухні, розподілу обов'язків між персоналом, контролю якості страв та дотримання санітарних норм і правил гігієни. Правильна організація виробничого процесу дозволяє досягти високого рівня задоволення потреб клієнтів та збільшити ефективності роботи закладу. Далі були описані етапи організації виробничих процесів в ресторані «Un Nuage».

2.4.1 Визначення прогнозованої кількості споживачів та реалізованої продукції

В даному підрозділі було розраховано прогнозовану кількість відвідувачів закладу «Un Nuage» погодинно та за весь робочий день (табл. 2.2). Для цього спочатку було розраховано оборотність місця за годину, визначено коефіцієнт завантаження зали, а потім отримано кількість відвідувачів погодинно. Далі складеними результатами було розраховано кількість споживачів за день та оборотність місця протягом дня.

Таблиця 2.2

Прогнозована динаміка завантаженості зали ресторану-бару на 60 місць

Години роботи, год	Тривалість відвідування, хв	Оборотність місця за годину, разів	Коефіцієнт завантаження зали, частка від одиниці	Кількість споживачів, осіб
1	2	3	4	5
11.00-12.00	40	1,5	0,2	18
12.00-13.00	40	1,5	0,2	18
13.00-14.00	40	1,5	0,4	36
14.00-15.00	40	1,5	0,3	27

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5
15.00-16.00	40	1,5	0,3	27
16.00-17.00	40	1,5	0,4	36
17.00-18.00	150	0,4	0,5	12
18.00-19.00	150	0,4	0,5	12
19.00-20.00	150	0,4	0,8	19
20.00-21.00	150	0,4	0,8	19
21.00-22.00	150	0,4	0,6	14
22.00-23.00	150	0,4	0,3	7
23.00-00.00	150	0,4	0,2	5
Усього споживачів за день				250
Оборотність місця протягом дня				4,2

Розрахунки проводилися за відповідними формулами. Прогнозована кількість споживачів у закладах ресторанного господарства визначалася за формулою:

$$N_{\text{ч}} = P \cdot \varphi K_3, \quad (2.1)$$

де $N_{\text{ч}}$ – кількість споживачів, що обслуговуються за 1 год роботи зали;
 P – місткість зали (кількість місць); φ – оборотність місця у залі за годину; K_3 – коефіцієнт завантаження зали, частка від од.). Загальна прогнозована кількість споживачів за день визначалася за формулою:

$$N_{\text{д}} = \sum N_{\text{ч}} \quad (2.2)$$

Таким чином, провівши розрахунки ми отримали такі результати: загальна кількість споживачів за день становить 250 чоловік, оборотність місця за день становить 4,2.

Далі було проведено розрахунок прогнозованого денного обсягу реалізації продуктів по групах (табл. 2.3). Для обчислень було використано дані з табл. 2.2 щодо прогнозованої кількості споживачів за день та коефіцієнт споживання групи страв.

Розрахунки були проведені за формулою:

$$n = N \cdot m, \quad (2.3)$$

де n – денна кількість страв групи, страв; N – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи зали, осіб; m – коефіцієнт споживання страв.

Таблиця 2.3

Прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах

Група страв	Коефіцієнт споживання групи страв, осіб	Денна кількість страв групи, порцій
Холодні закуски	1,4	352
Гарячі закуски	0,4	101
Основні страви	1,0	251
Супи	0,2	51
Десерти	0,5	126
Гарячі напої (л)	0,25	62,9
Холодні напої (л)	0,2	50,4
Пиво (л)	0,015	3,8
Вино-горілчані напої (л)	0,25	62,5
Хліб та хлібобулочні вироби (г)	100	25080

Таким чином, було отримано денну кількість порцій кожної групи страв. Найбільший денний обсяг реалізації передбачається для холодних закусок і становить 352 порції.

2.4.2 Розробка виробничої програми та розрахунково-продуктової відомості закладу

В цьому підрозділі було розроблено розрахункове меню (виробничу програму) закладу, що складається з переліку найменувань всіх страв та зазначення їхньої кількості та виходу кожної страви (табл. 2.4). Використовуючи орієнтовні коефіцієнти споживання страв окремих груп в залежності від типу закладу, було розраховано кількість порцій кожної страви на день.

Розподіл страв за відсотками в групах було проведено згідно з рекомендаціями, після чого було отримано наступні результати:

1. Холодні закуски: рибні (25%), м'ясні (35%), салати (40%).
2. Гарячі закуски: м'ясні (40%), овочеві (60%).
3. Супи: м'ясні (50%), рибні (35%), овочеві (15%).
4. Основні страви: рибні (35%), м'ясні (65%).

5. Десерти: холодні (30%), гарячі (70%).
 6. Гарячі напої: алкогольні (20%), безалкогольні (80%).
 7. Холодні напої: кожний вид напою 33%.

Таблиця 2.4

Розрахункове меню (виробнича програма) закладу

	Найменування страв	Вихід, г	Кількість страв, порцій
1	2	3	4
Холодні закуски			
1	Тартар з лосося	210	88
2	Тартар з яловичини	210	123
3	Салат Нісуаз	280	47
4	Салат з креветками, сиром камамбер та помідорами чері	275	47
5	Салат з в'яленими томатами та блакитним сиром	260	47
Гарячі закуски			
6	Террін з куркою з вершковим соусом	220	20
7	Салат з телятиною, листям салату, овочами, з горіховим соусом та сирною чіпсою	275	20
8	Рататуй	200	20
9	Суфле зі шпинату та моркви	180	20
10	Салат зі смаженою грушою, блакитним сиром та припущеним шпинатом	240	21
Супи			
11	Консоме	380	13
12	Гарбюр	380	13
13	Біск	250	9
14	Буйабез	250	9
15	Цибулевий суп	250	8
Основні страви			
16	Сібас з овочами з соусом Бешамель	260	44
17	Жаб'ячі лапки в горіховій паніровці з пюре з фенхелю та соусом Голландез	240	44
18	Турнедо Россіні з ягідним соусом	240	55
19	Качка Конфі з апельсиновим соусом	250	54
20	Касуле	320	54
Десерти			
21	Шоколадний фондан з ванільним морозивом	220	22
22	Клафуті з вишнею	180	22
23	Профітролі з заварним кремом	180	22
24	Мільфей з кремом Патісьєр	160	22
25	Сфера з білого шоколаду з м'ятним морозивом та карамельним конфітюром	180	38

1	2	3	4
Гарячі напої			
26	Какао з маршмеллоу	250	100
27	Капучіно з корицею	250	101
28	Глінтвейн	300	42
Холодні напої			
29	Лавандовий лимонад	350	48
30	Фреш яблуко-селера	350	48
31	Молочний коктейль банан-ваніль	350	48

Отже, в таблиці 2.4 було зазначено кількість кожної страви з переліку в меню, що в подальшому дозволяє розрахувати продуктові запаси, визначити кількість необхідного обладнання та працівників цехів.

Також в даному підрозділі розроблялися технологічні схеми страв, що являють собою стандарти приготування кожної окремої страви, яких мають дотримуватися працівники цехів. Приклад розробки такої технологічної схеми наведений на рис 2.6.



Рис 2.6 Технологічна схема страви «Салат зі смаженою грушою, блакитним сиром та припущеним шпинатом»

Наступним етапом проведення дослідження була розробка розрахунково-продуктової відомості, за результатами якої отримали добову

кількість сировини для кожної окремої страви, групи страв та загальну кількість сировини для всього асортименту страв. Загальну кількість сировини для всього асортименту страв наведено в табл. 2.5.

Розрахунки проводилися за формулою:

$$Q = n \cdot gr / 1000 \quad (2.4)$$

де n – кількість порцій (виробів), шт.; gr – норма витрат продукту на порцію/виріб (брутто), г.

Таблиця 2.5

Розрахунково-продуктова відомість

Найменування сировини та продуктів	Разом							
	Холодні закуски	Гарячі закуски	Супи	Основні страви	Десерти	Гарячі напої	Холодні напої	Добова потреба, кг
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Лосось	8,8							8,8
Цибуля червона	2,58							2,58
Каперси	2,11							2,11
Авокадо	4,84							4,84
Сік лимонний	3,003	0,063		0,44				3,506
Олія оливкова	14,076	1,886						15,962
Кунжут	0,264							0,264
Мікрогрін	0,176	0,04						0,216
Сіль	0,704	0,204	0,104	0,392	0,0264			1,4304
Перець мелений	0,129	0,0305	0,0215	0,098				0,279
Яловичина (вирізка)	14,76			8,8				23,56
Цукіні	4,92	1,85		1,76				8,53
Гірчиця діжонська	1,935							1,935
Яйце перепелине	1,41							1,41
Листя салату	1,88	1,68						3,56
Анчоуси	3,055							3,055
Помідор чері	3,76	1,05						4,81
Спаржа	1,88			5,61				7,49
Оливки	2,35							2,35
Креветки	3,76		1,44					5,2
Сир камамбер	1,88							1,88
Рукола	1,41							1,41
Перець солодкий	1,88	1,85						3,73

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Оцет бальзамічний	0,235							0,235
Суміш французьких трав	0,047							0,047
Томати в'ялені	3,29							3,29
Сир блакитний	2,35	1,05						3,4
Шпинат	2,35	3,28						5,63
Базилік свіжий	0,94	0,42						1,36
Бекон		0,6		1,08				1,68
Яйце куряче		1,36	0,299		7,81			9,469
Курка (філе)		1,6						1,6
Цибуля-шалот		0,6		1,08				1,68
Масло вершкове		1,16	0,58	6,76	2,42			10,92
Вершки 33 %		0,8	1,17	5,28	2,78		2,4	12,43
Борошно пшеничне		0,16	0,04	0,66	2,75			3,61
Телятина (вирізка)		1,785						1,785
Насіння льону		0,063						0,063
Сир твердий		0,715						0,715
Горіх волоський		0,21		0,44				0,65
Часник		0,041	0,009	0,098				0,148
Коріандр		0,021						0,021
Помідор		1,6	0,27					1,87
Баклажан		0,8						0,8
Цибуля ріпчаста		0,3	2,725	0,54				3,565
Розмарин		0,205	0,0065	0,0715				0,283
Морква		1,4	0,59	1,86				3,85
Груша		1,68						1,68
Мед		0,315						0,315
Гірчиця		0,105						0,105
Чабер		0,0105		0,027				0,0375
Курка (стегно)			2,34					2,34
Стебло селери			0,195				4,8	4,995
Петрушка			0,104					0,104
Базилік сушений			0,031	0,054				0,085
Картопля			0,39	5,54				5,93
Корінь селери			0,26					0,26

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Квасоля біла (консервована)			0,26	1,62				1,88
Капуста білокачанна			0,39					0,39
Орегано			0,0065					0,0065
Вино біле			0,67	0,54				1,21
Паста томатна			0,18					0,18
Мідії			0,54					0,54
Сібас			0,9	6,16				7,06
Фенхель			0,18	3,08				3,26
Сир Грюйер			0,8					0,8
Горіх мускатний				0,022		0,021		0,043
Жаб'ячі лапки				6,6				6,6
Борошно кукурудзяне				0,44				0,44
Вершки 10%				1,76				1,76
Порошок яечний				1,32				1,32
Фуа-гра				4,4				4,4
Вишня				0,825	1,87			2,695
Цукор				0,272	4,524	1,92	0,96	7,676
Качка (стегно)			1,17	12,96				14,13
Жир качиний				5,94				5,94
Апельсин				1,62		0,42		2,04
Редис				1,08				1,08
Квасоля червона консервована				1,62				1,62
Свинина (лопатка)		1,6		2,7				4,3
Помідор пелаті				1,08				1,08
Шоколад чорний					0,99			0,99
Молоко 3,2%					7,3	40,15	10,08	57,53
Цукор ванільний					0,274			0,274
Лимон					0,044		2,4	2,444
Крохмаль					0,11			0,11
Полуниця					1,1			1,1
М'ята свіжа					0,234		0,144	0,378
Сік лайму					0,38			0,38
Лайм					0,114		0,96	1,074
Шоколад білий					3,04			3,04
Какао порошок						1,0		1,0

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Маршмеллоу						1,5		1,5
Кава мелена						1,515		1,515
Кориця мелена						0,101		0,101
Вино червоне сухе						12,6		12,6
Бадьян						0,042		0,042
Кардамон						0,042		0,042
Паличка кориці						0,084		0,084
Сироп лавандовий							0,24	0,24
Лаванда							0,144	0,144
Яблуко							9,6	9,6
Ваніль							0,048	0,048
Банан (зелений)							2,88	2,88
Сироп ванільний							0,24	0,24

Далі було проведено розрахунок обсягів продуктових запасів за товарними групами відповідно до їхньої добової потреби та термінів зберігання (Додаток В).

Продукти було розподілено на три групи:

- 1) які поставляються кожні 2 дні;
- 2) які поставляються кожні 5 днів;
- 3) які поставляються кожні 20 днів.

Відповідно до першої групи відносяться продукти, термін зберігання яких становить 2-4 доби, до другої групи – від 5 до 19 діб, до третьої групи – 20 діб і більше. Однак також до другої групи було віднесено продукти, що мають термін зберігання понад 20 діб, але добова потреба яких становить більше 3 кг, з метою раціонального використання місця в складських приміщеннях. Таким чином, було визначено обсяг оптимального запасу для кожного продукту.

2.4.3 Організація роботи виробничих цехів закладу

Діяльність закладів ресторанного господарства складається з прийому сировини, її зберігання, механічної обробки й виготовлення напівфабрикатів, теплової обробки продуктів, оформлення страв, подавання їх споживачам та розрахунку із споживачами. Для виконання усіх цих функцій на підприємстві повинні бути передбачені окремі підрозділи. Склад підрозділів, їхній взаємозв'язок у процесі випуску продукції та обслуговування споживачів, кількість, співвідношення за чисельністю працівників, займані площі та територіальне розташування утворюють структуру підприємства ресторанного господарства [3].

Виходячи з концепції закладу, кількості посадкових місць та виробничої програми закладу, для забезпечення виконання всіх виробничих процесів було обрано цехову структуру. Таким чином, в закладі будуть працювати наступні цехи:

1. Заготівельний овочевий цех
2. Заготівельний м'ясо-рибний цех
3. Холодний цех
4. Гарячий цех
5. Кондитерський цех

Виробничі приміщення цехів розташовують так, щоб не порушувалася потоковість виробництва та послідовність операцій технологічного процесу. У всіх приміщеннях в залежності від призначення встановлюється технологічне, електричне, холодильне та інше обладнання. При організації роботи у виробничих цехах необхідно дотримуватися санітарні норми і правила, а також правила техніки безпеки при роботі з обладнанням, протипожежної безпеки та охорони праці, створювати умови для нормального праці працівників ресторану [12].

Далі було проведено вивчення теоретичних даних та аналіз роботи кожного цеху, а також складено схеми виробничих процесів у заготівельних

та доготівельних цехах. В таблиці 2.7 наведено особливості призначення кожного цеху закладу «Un Nuage», а в додатку Г наведено схеми виробничих процесів, що відбуваються в кожному цеху.

Таблиця 2.7

Функціональне призначення цехів ресторану «Un Nuage»

Назва цеху	Функції цеху
Овочевий	Механічна обробка овочів і виробництво з них напівфабрикатів
М'ясо-рибний	Механічна обробка м'яса та риби і виробництво напівфабрикатів з даних продуктів
Холодний	Приготування, порціювання й оформлення холодних страв та закусок, холодних солодких страв та холодних напоїв
Гарячий	Приготування, порціювання й оформлення перших страв, других гарячих страв, гарнірів та соусів, гарячих солодких страв та гарячих напоїв, а також виконується теплова обробка продуктів, що надходять для доробки до холодного цеху для виготовлення холодних і солодких страв
Кондитерський	Виробництво борошняних кондитерських і булочних виробів, борошняних кулінарних виробів, напівфабрикатів із борошна (тісто) для постачання підприємствам-доготівельним і магазинам кулінарії

Джерело: розроблено автором за даними [3, 13, 14]

Далі проводився підбір обладнання для кожного цеху в залежності від виробничих процесів цехів та об'ємів виготовлених страв (табл. 2.8).

Для кожного цеху була підібрана певна кількість обладнання. Вибір устаткування для ресторану «Un Nuage» базувався на чотирьох основних аспектах, а саме функціональних потребах, ефективності, якісних показниках та раціональній ціні.

Таблиця 2.8

Перелік обладнання цехів

Найменування	Марка, виробник, розміри	К-сть од., шт.	Призначення	Заг. пл. обладнання, м ² (без урахування настіл. обл.)
Заготівельний (овочевий) цех				
1	2	3	4	5
Стіл виробничий	СЗМ-7-2-1 (Altezero, Україна) 1000x700x850	3	Очищення ручне, сортування	2,1
Ванна мийна трисекційна	вмт15x70x856 (Altezero, Україна) 1500x700x850	1	Миття	1,05
Стелаж виробничий на 5 полиць	Hendi 812204 (Смак-Тех, Україна) 910x455x1830	4	Зберігання	1,64
Підтоварник	1300x500x230 (Смак-Тех, Україна)	2	Зберігання	1,3
Ваги товарні	(Wimrex, Китай) 400x300x1000	1	Прийняття сировини	0,12
Заготівельний (м'ясо-рибний) цех				
М'ясорубка	10025N (Reber, Італія) 330x210x290	1	Виробництво фаршу	–
Шафа холодильна	A140/2M (Coldline, Італія) 1575x930x2250	3	Зберігання сировини	4,39
Стіл холодильний	SRH S901 (Rauder, Китай) 900x700x850	2	Зберігання сировини	1,26
Ванна мийна трисекційна	вмт15x70x856 (Altezero, Україна) 1500x700x850	1	Миття	1,05
Стіл виробничий	СЗМ-7-2-1 (Altezero, Україна) 1000x700x850	2	Очищення від луски, потрошіння, виробництво напівфабрикатів	1,4
Вакуумний пакувальник	VS120W (GORENJE, Словенія) 300x380x60	1	Пакування шматкових напівфабрикатів	–
Ваги товарні	(Wimrex, Китай) 400x300x1000	1	Прийняття сировини	0,12
Ваги настільні	SW-20W (CAS, Корея) 278x317x141	1	Виробництво напівфабрикатів	–

Продовження таблиці 2.8

1	2	3	4	5
Холодний цех				
Овочерізка	CL 30 BISTRO (Robot Coupe, Франція) 320x304x590	1	Нарізання овочів	–
Слайсер	220 AFP (Essedue, Італія) 510x380x360	1	Нарізання	–
Шафа холодильна	A140/2M (Coldline, Італія) 1575x930x2250	1	Охолодження	1,46
Стіл холодильний	SRH S901 (Rauder, Китай) 900x700x850	1	Охолодження	0,63
Стіл виробничий	СЗМ-7-2-1 (Altezero, Україна) 1000x700x850	2	Підготовка сировини, формування страви	1,4
Ванна мийна односекційна	вм5x7x856 (Altezero, Україна) 500x700x850	1	Миття, підготовка сировини	0,35
Ваги настільні	SW-20W (CAS, Корея) 278x317x141	1	Підготовка сировини	–
Гарячий цех				
Пароконвектомат	iCombi Pro 6-1/1 E (Rational, Німеччина) 850x775x754	1	Випікання, тушкування	–
Плита індукційна	ПК-2І-2ІЧ-14 Н (Кий-В, Україна) 790x640x850	3	Обсмаження, припускання, варіння, підігрівання	1,52
Шафа жарильна двосекційна	ШЖ-1-С (Кий-В, Україна) 910x710x1325	1	Обсмаження, тушкування, доведення до готовності, запікання	0,65
Блендер	BL811D38 Perfectmix (Tefal, Франція) 406x192x215	1	Протирання крем-супу	–
Овочерізка	TM INOX CE M/SWITCH (Sirman, Італія) 280x510x510	1	Підготовка сировини (нарізання овочей)	–
Ванна мийна односекційна	вм5x7x856 (Altezero, Україна) 500x700x850	1	Миття, підготовка сировини	0,35

Продовження таблиці 2.8

1	2	3	4	5
Стіл виробничий	СЗМ-7-2-1 (Altezero, Україна) 1000x700x850	3	Підготовка сировини, формування напівфабрикату	2,1
Кондитерський цех				
Плита індукційна	ПК-2І-2ІЧ-14 Н (Кий-В, Україна) 790x640x850	1	Темперування, підігрівання, доведення до кипіння	0,51
Шафа пекарська трисекційна	ШПЕ 3 (Ефес, Україна) 1390x870x1800	1	Випікання	1,21
Машина для просіювання	А1-БПК (Продмаш, Україна) 1550x800x1275	1	Просіювання борошна	1,24
Машина тістомісильна	L22 2V (GGF, Італія) 400x700x660	1	Замішування тіста	–
Міксер планетарний	PLUTONE LT7 (Sirman, Італія) 240x410x425	1	Взбивання, доведення до однорідної маси	–
Морозивниця	ІСК 5000 (Delonghi, Італія) 426x326x245	1	Приготування морозива	–
Шафа холодильна	А140/2М (Coldline, Італія) 1575x930x2250	1	Охолодження	1,46
Стіл холодильний	SRH S901 (Rauder, Китай) 900x700x850	1	Охолодження	0,63
Стіл виробничий	СЗМ-7-2-1 (Altezero, Україна) 1000x700x850	2	Приготування тіста, формування напівфабрикатів	1,4
Ваги настільні	SW-20W (CAS, Корея) 278x317x141	1	Підготовка сировини	–

Наступним етапом організації роботи цехів є розрахунок площі. Орієнтовна площа виробничого цеху визначається за формулою:

$$S_o = S_{кор} / k \quad (2.5)$$

де S_o – орієнтовна площа цеху, $S_{кор}$ – корисна площа цеху (дорівнює загальній площі устаткування), k – коефіцієнт використання площі приміщення цеху.

Використовуючи дані з таблиці 2.8 за даною формулою були проведені відповідні розрахунки, результати яких занесені до таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Площа виробничих цехів

Назва цеху	Корисна площа цеху ($S_{кор}$), м ²	Коефіцієнт використання площі (k)	Орієнтовна площа цеху (S_0), м ²
Овочевий	6,21	0,35	17,7
М'ясо-рибний	8,22	0,35	23,5
Холодний	3,84	0,35	11,0
Гарячий	4,62	0,3	15,4
Кондитерський	6,45	0,3	21,5
Загальна площа цехів			89,1

Отже, в даному підрозділі було розроблено структуру організації виробничих приміщень ресторану «Un Nuage», підібрано обладнання та розраховано площі виробничих цехів.

2.4.4 Розрахунок погодинної реалізації продукції та чисельності робітників цехів закладу

Графік погодинної реалізації продукції ресторану показує приблизну кількість кожного виду страв, які будуть замовляти клієнти протягом певного проміжку часу впродовж робочої зміни. Кількість порцій одного виду страв за години максимального завантаження визначають за формулою:

$$n_{max} = K \cdot n_{день}, \quad (2.6)$$

де n_{max} . – кількість порцій одного виду страв за години максимального завантаження, шт.; $n_{день}$ – кількість порцій одного виду страв за день, шт.; K – коефіцієнт перерахунку, що визначається як співвідношення прогнозованої кількості відвідувачів, які користуються послугами закладу протягом години

максимального завантаження (N_{\max}) до загальної кількості відвідувачів за день ($N_{\text{день}}$) за формулою:

$$K = N_{\max} / N_{\text{день}} \quad (2.7)$$

Результати розрахунків за даними формулами наведені в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Графік погодинної реалізації продукції

	Години роботи													Кількість страв за день
	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-00	
Кількість споживачів	18	18	36	27	27	36	12	12	19	19	14	7	5	
Коефіцієнт перерахунку	0,072	0,072	0,144	0,108	0,108	0,144	0,048	0,048	0,076	0,076	0,056	0,028	0,020	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Холодні закуски														
Тартар з лосося	6	6	13	10	9	13	4	4	7	7	5	2	2	88
Тартар з яловичини	9	9	18	13	13	18	6	6	9	9	7	3	3	123
Салат Нісуаз	3	3	7	5	5	7	2	2	4	4	3	1	1	47
Салат з креветками, сиром камамбер та помідорами чері	3	3	7	5	5	7	2	2	4	4	3	1	1	47
Салат з в'яленими томатами та блакитним сиром	3	3	7	5	5	7	2	2	4	4	3	1	1	47
Гарячі закуски														
Террін з куркою з вершковим соусом	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	20
Салат з телятиною, листям салату, овочами	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	20
Рататуй	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	20
Суфле зі шпинату та моркви	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	20

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Салат зі смаженою грушою, блакитним сиром	1	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	21
Супи														
Консоме	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	13
Гарбюр	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	13
Біск	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	9
Буйабез	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	9
Цибулевий суп	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	8
Основні страви														
Сібас з овочами з соусом	3	3	6	5	5	6	2	2	3	4	3	1	1	44
Бешамель														
Жаб'ячі лапки в горіховій паніровці	3	3	6	5	5	6	2	2	3	4	3	1	1	44
Турнедо Россіні з ягідним соусом	4	4	8	6	6	8	3	3	4	4	3	1	1	55
Качка Конфі	4	4	8	6	6	8	3	2	4	4	3	1	1	54
Касуле	4	4	8	6	6	8	3	2	4	4	3	1	1	54
Десерти														
Шоколадний фондан з ванільним морозивом	2	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	22
Клафуті з вишнею	2	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	22
Профітролі з заварним кремом	2	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	22
Мільфей з кремом	2	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	0	22
Патісьєр														
Сфера з білого шоколаду з м'ятним морозивом	3	3	5	4	4	5	2	2	3	3	2	1	1	38

Також для наглядного розуміння було створено діаграми погодинної реалізації окремих страв. Приклад наведено на рис 2.7.

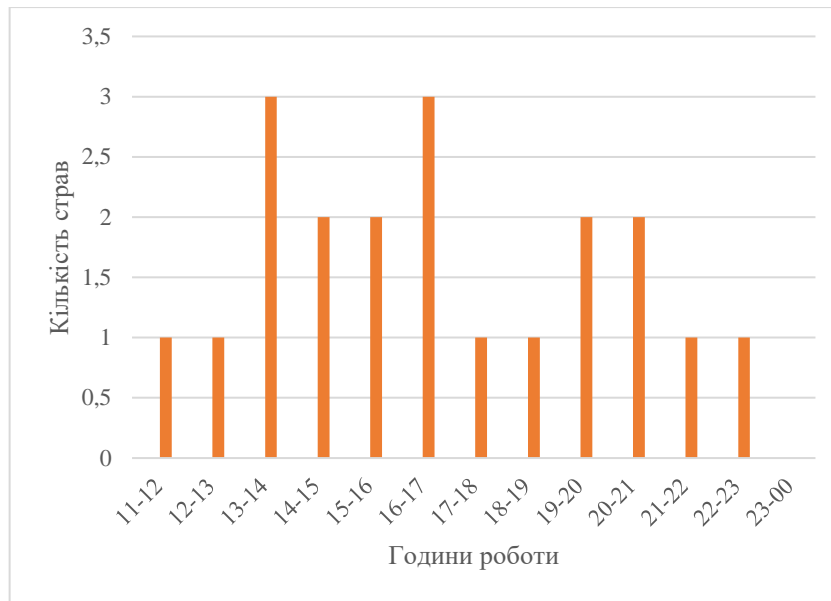


Рис 2.7. Графік погодинної реалізації страви "Террін з куркою з вершковим соусом" (приклад)

Таким чином, за результатами обчислень було отримано кількість кожного виду страв, що реалізовується протягом кожної години, що дозволить реалізувати ефективний розподіл ресурсів в ресторані «Un Nuage».

Наступним етапом обчислень є розрахунок чисельності робітників кожного цеху ресторану «Un Nuage», що дозволяє вирахувати необхідну кількість працівників для робочої зміни.

Кількість виробничих робітників можна визначити за формулою:

$$N = \sum t_z \times \alpha / 3600 \times T = \sum n \times (K_{\text{тр}} \times 100) \times \alpha / 3600 \times T \quad (2.7)$$

де $\sum t_z$ – сума витрат часу на виготовлення страв, с; n – кількість страв даного виду, які готуються протягом дня; $K_{\text{тр}}$ – коефіцієнт трудомісткості виготовлення страви; $K_{\text{труд}} \cdot 100$ – норма часу на виготовлення страви, с; α – коефіцієнт, який враховує режим роботи закладу та відсутність працівників внаслідок поважних причин (1,14 – при 8-годинному робочому дні та наявності двох вихідних; 1,58 – при тривалості робочого дня 11 год. 30 хв. і роботі через день); T – тривалість зміни; N – загальна кількість працівників цехів.

Результати розрахунків за даною формулою наведені в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Розрахунок численності виробничих робітників цехів

Найменування страв	Кількість страв (n), од.	Норма часу на 1 порц., с (Ктр · 100)	Сума витрат часу (Σt_z), с
1	2	3	4
Холодні закуски			
Тартар з лосося	88	60	5280
Тартар з яловичини	123	50	6150
Салат Нісуаз	47	110	5170
Салат з креветками, сиром камамбер та помідорами чері	47	120	5640
Салат з в'яленими томатами та блакитним сиром	47	110	5170
Гарячі закуски			
Террін з куркою з вершковим соусом	20	200	4000
Салат з телятиною, листям салату, овочами, з горіховим соусом та сирною чіпсою	21	160	3360
Рататуй	20	210	4200
Суфле зі шпинату та моркви	20	200	4000
Салат зі смаженою грушею, блакитним сиром та припущеним шпинатом	21	120	2520
Супи			
Консоме	13	100	1300
Гарбюр	13	170	2210
Біск	9	140	1260
Буйабез	9	170	1530
Цибулевий суп	8	250	2000
Основні страви			
Сібас з овочами з соусом Бешамель	44	240	10560
Жаб'ячі лапки в горіховій паніровці з пюре з фенхелю та соусом Голландез	44	100	4400
Турнедо Россіні з ягідним соусом	55	130	7150
Качка Конфі з апельсиновим соусом	54	300	16200
Касуле	54	140	7560
Десерти			
Шоколадний фондан з ванільним морозивом	22	120	2640

Продовження таблиці 2.11

1	2	3	4
Клафуті з вишнею	22	60	1320
Профітролі з заварним кремом	22	80	1760
Мільфей з кремом Патісьєр	22	90	1980
Сфера з білого шоколаду з м'ятним морозивом та карамельним конфітюром	38	190	7220
Гарячі напої			
Какао з маршмеллоу	100	20	2000
Капучино з корицею	101	20	2020
Глінтвейн	42	40	1680
Холодні напої			
Лавандовий лимонад	48	40	1920
Фреш яблуко-селера	48	50	2400
Молочний коктейль банан-ваніль	48	110	5280
Разом			129880
Кількість робітників цехів			6

Отже, за відповідними формулами були проведені розрахунки і в результаті обчислили, що для одного робочого дня необхідно 6 робітників цехів.

Далі в даному підрозділі було проведено складання графіку виходу виробничих працівників на роботу, що є невід'ємною складовою успішного функціонування закладу (табл. 2.12). Загальна кількість робочих часів на тиждень для кожного працівника складає 40 годин.

Таблиця 2.12

Графік виходу працівників закладу на роботу

ПІБ, посада	Дні тижня							Пер.
	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Офіціант 1	10:30-00:30	в	10:30-17:30	10:30-00:30	в	10:30-17:30	10:30-00:30	1 год
Офіціант 2	10:30-00:30	в	17:30-00:30	10:30-00:30	в	17:30-00:30	10:30-00:30	1 год
Офіціант 3	10:30-17:30	10:30-00:30	в	10:30-17:30	10:30-00:30	в	10:30-17:30	1 год
Офіціант 4	17:30-00:30	10:30-00:30	в	17:30-00:30	10:30-00:30	в	17:30-00:30	1 год
Офіціант 5	в	10:30-17:30	10:30-00:30	в	10:30-17:30	10:30-00:30	в	1 год

Продовження таблиці 2.12

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Офіціант 6	в	17:30-00:30	10:30-00:30	в	17:30-00:30	10:30-00:30	в	1 год
Кухар 1	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	1 год
Кухар 2	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	1 год
Кухар 3	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	1 год
Кухар 4	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	1 год
Кухар 5	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	1 год
Кухар 6	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	1 год
Кухар 7	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	1 год
Су-шеф	в	10:30-23:30	10:30-23:30	10:30-23:30	в	10:30-23:30	10:30-23:30	1 год

Таким чином, кожен працівник має 1 годину перерви щодня. Офіціанти працюють за графіком 2 повних робочих дні, 1 день – половина робочого дня і 1 вихідний день. Кухарі працюють за графіком 3 робочі дні, 1 вихідний. Графік виходу на роботу персоналу може змінюватися у зв'язку з визначними подіями та святами.

2.4.5 Планування торгової зали та оформлення інтер'єру закладу

Торгова зала є важливим елементом в закладі ресторанного господарства, оскільки є його обличчям та впливає на перше враження відвідувачів. В цьому підрозділі були проведені розрахунки площі торгової зали, а також розроблено її план.

Площа торгової зали ресторану розраховується за формулою:

$$S_{\text{торг.з}} = (n \cdot S_n + S_{\text{ст}}) \cdot k \quad (2.8)$$

де n – кількість посадкових місць; S_n – площа яку займає одна людина (для ресторану цей показник становить 1,2), м^2 ; $S_{\text{ст}}$ – площа столів, м^2 ; k – коефіцієнт для врахування проходів між столами і гостями закладу (1,3-1,5).

В торговій залі ресторану «Un Nuage» планується розташувати 5 столів місткістю 6 осіб, 4 столи місткістю 4 особи та 7 столів місткістю 2 особи. Розміри стола на 6 осіб становить 900x1950 мм, розміри стола на 4 особи – 600x900 мм, розміри стола на 2 особи – 600x600 мм.

$$S_{ст} = 5 \cdot 1,76 + 4 \cdot 0,54 + 7 \cdot 0,36 = 13,5 \text{ м}^2$$

$$S_{торг.з} = (60 \cdot 1,2 + 13,5) \cdot 1,5 = 128,25 \text{ м}^2$$

Отже, площа торгової зали ресторану «Un Nuage» приблизно становить 130 м². На рис. 2.8 зображено план торгової зали згідно з проведеними вище розрахунками.

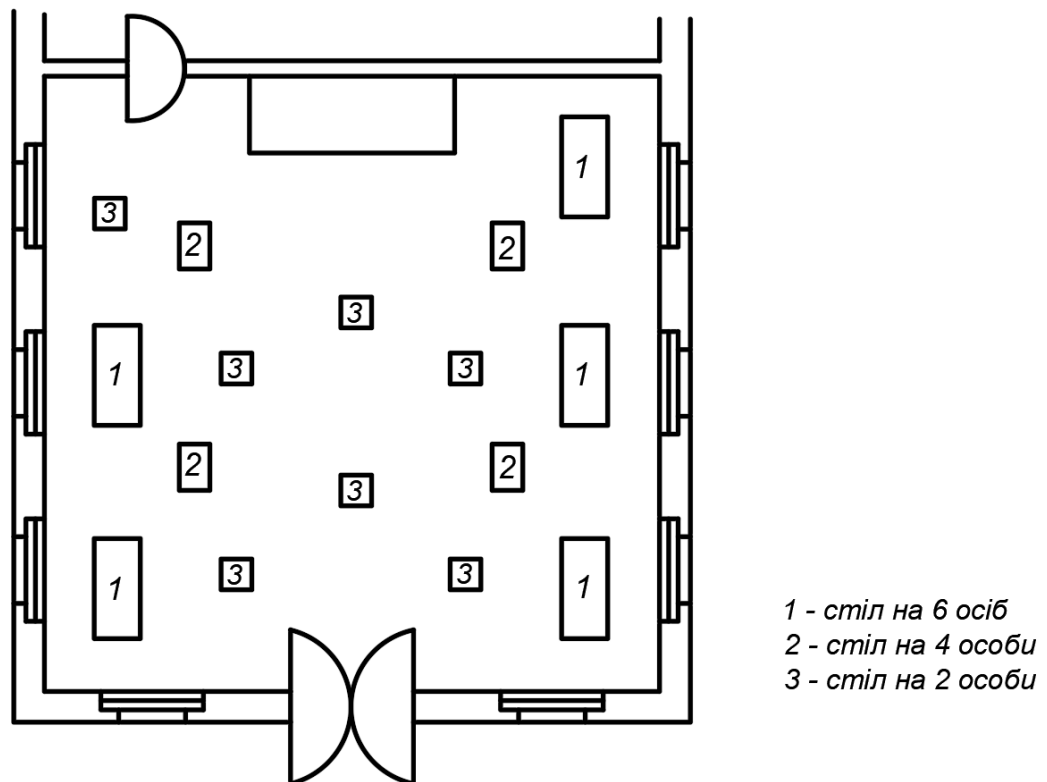


Рис 2.8 План торгової зали закладу «Un Nuage»

Сьогодні через велику конкуренцію серед закладів ресторанного господарства, досить важливо приділити увагу не тільки смачній кухні та обслуговуванню на високому рівні, а ще й зацікавити клієнта концепцією закладу, оформленням просторового середовища та атмосферою. Наразі для створення неповторного інтер'єру закладу існує безліч варіантів. Для втілення

цікавих ідей застосовуються різноманітні дизайнерські стилі та прийоми облаштування з декоративними елементами або з новітніми технологіями. Інтер'єр закладу виконані у стилі лофт.

Лофт – це сучасний досить молодий стиль інтер'єру. Цей стиль насичений колоритом промислових заводів і урбаністичної романтикою. Інтер'єри в стилі лофт наповнені світлом і духом свободи, для них характерні відкриті простори і велика кількість індустріальних елементів (величезні вікна, високі стелі, відкриті балки і труби, необроблені цегляні стіни і бетон) [15].

В інтер'єрі будуть присутні наступні елементи:

- груба штукатурка, голі цегляні стіни, вентиляційні труби;
- меблі з натурального дерева, в тому числі барна стійка з грубого дерева;
- навісні лампи зі слабким рівнем освітлення;
- присутні дзеркала та картини;
- урбаністична палітра кольорів.

Приклад оформлення інтер'єру ресторану «Un Nuage» був розроблений в програмі Homestyler (рис 2.9).



Рис 2.9 Приклад оформлення зали ресторану «Un Nuage»

Вибір стилю лофт для оформлення ресторану французької кухні є нетиповим, адже зазвичай французькі ресторани супроводжуються класичними стилями. Однак акцент серед страв закладу робиться на «сучасності» страв, а саме на їхній сучасній незвичайній подачі та авторських методах приготування. Тому оформлення інтер'єру в такому сучасному стилі є доречним.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ ЗАКЛАДУ «UN NUAGE»

3.1 SWOT-аналіз закладу «Un Nuage»

Одним з ефективних інструментів оцінки зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на підприємство є SWOT-аналіз.

SWOT-аналіз закладу «Un Nuage» наведено на рис 3.1.

SWOT ANALYSIS ЗАКЛАДУ “UN NUAGE”



Рис 3.1 SWOT-аналіз закладу «Un Nuage»

SWOT-аналіз базується на одночасному дослідженні зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. SWOT-аналіз передбачає виявлення сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз, які очікують його у майбутньому, а також встановлення взаємозв'язку між ними [16].

Отже, в даному підрозділі було проведено SWOT-аналіз ресторану «Un Nuage», під час якого було визначено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози роботи закладу.

3.2 Аналіз зовнішнього середовища закладу «Un Nuage»

Зовнішнє середовище бізнесу є дуже мінливим. Через це підприємству треба враховувати фактори зовнішнього впливу, щоб прораховувати подальші дії, розвиватися та утримувати свої позиції на ринку.

PESTLE-аналіз здійснюється з метою попередньої оцінки зовнішнього середовища підприємства, яке лише створюється або в якому відбувається зміна складу власників. Метод передбачає виокремлення шістьох ключових компонентів зовнішнього середовища, аналіз яких отримав назву PESTLE-аналіз (від англ. political – політичні, economic – економічні, social – соціальні, technological – технологічні, legal – правові, environmental – екологічні) [16].

PESTLE-аналіз закладу «Un Nuage» наведений в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

PESTLE-аналіз закладу «Un Nuage»

Назва компонента	Опис чинників впливу	Важливість для підприємства
1	2	3
Політичні	Стабільність уряду: Політична стабільність в Україні та Харкові зокрема важлива для впевненості інвесторів та споживачів. Будь-які політичні зміни можуть впливати на економіку та споживчі настрої.	Політичний чинник є важливим для довгострокового планування та безпеки інвестицій.

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
	<p>Регулювання бізнесу: Законодавство щодо ведення бізнесу, зокрема щодо громадського харчування, може впливати на операції ресторану.</p> <p>Місцева політика: Місцеві органи влади можуть впливати на бізнес через місцеві податки, дозволи та підтримку малого бізнесу.</p>	<p>Він може впливати на умови ведення бізнесу, тому важливо стежити за змінами у політичній ситуації.</p>
Економічні	<p>Економічний стан країни: Загальний економічний стан України, включаючи рівень інфляції та стабільність валюти, впливає на купівельну спроможність споживачів.</p> <p>Рівень доходів населення: Висока цінова політика передбачає орієнтацію на більш заможну аудиторію. Важливо розуміти рівень доходів потенційних клієнтів у Харкові.</p> <p>Конкуренція: Наявність конкурентів у сегменті ресторанів високого класу може впливати на ринкові частки.</p>	<p>Економічний чинник є надзвичайно важливим. Успіх ресторану значною мірою залежить від економічної стабільності та спроможності клієнтів витратити гроші на похід в ресторан.</p>
Соціальні	<p>Культурні вподобання: Зростаюча популярність французької кухні може позитивно вплинути на попит.</p> <p>Соціальні тренди: Зростання інтересу до здорового харчування та екологічних продуктів може стати перевагою для ресторану, якщо додати відповідні страви у меню.</p> <p>Рівень урбанізації: Харків – велике місто з розвинутою інфраструктурою, що сприяє розвитку бізнесу в сегменті громадського харчування.</p>	<p>Соціальний чинник має вагомий вплив на попит на послуги ресторану. Його врахування може допомогти закладу залишатися конкурентоспроможним і привабливим для клієнтів, однак не дивлячись на це соціальний фактор не має вирішального значення для роботи ресторану.</p>

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
Технологічні	<p>Інновації в кулінарії: Використання новітніх технологій приготування їжі та сучасного обладнання може підвищити якість обслуговування та залучити більше клієнтів.</p> <p>Інтернет та соціальні мережі: Активне використання соціальних мереж для просування ресторану може значно підвищити популярність.</p> <p>Автоматизація управління закладом: Використання сучасних систем управління рестораном для відстеження замовлень та уподобань клієнтів, може покращити обслуговування.</p>	<p>Цей чинник не є надзвичайно важливим. Застосування інноваційного підходу та сучасних систем управління, просування в соціальних мережах можуть значно покращити функціонування закладу, але їх відсутність не буде критичною для роботи ресторану.</p>
Правові	<p>Ліцензування та регулювання: Дотримання всіх необхідних юридичних вимог, включаючи ліцензії на продаж алкоголю та санітарні норми, є критично важливим для успішної роботи.</p> <p>Трудове законодавство: Важливо дотримуватися місцевого трудового законодавства щодо умов праці, оплати праці та захисту прав працівників.</p> <p>Захист прав споживачів: Забезпечення високих стандартів обслуговування та безпеки продуктів для задоволення вимог споживачів і уникнення юридичних проблем.</p>	<p>Є критично важливим чинником, щоб забезпечити уникнення проблем і стабільну роботу ресторану. Недотримання юридичних норм може призвести до закриття ресторану або великих штрафів.</p>
Екологічні	<p>Сталий розвиток: Впровадження екологічних практик, таких як мінімізація відходів, використання екологічно чистих продуктів та переробка, може покращити імідж ресторану.</p>	<p>Важливий чинник для репутації, але не є критично важливим для щоденних операцій ресторану.</p>

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
	<p>Локальні продукти: Використання локальних продуктів зменшує вуглецевий слід і може привабити екологічно свідомих споживачів.</p>	<p>Екологічні ініціативи можуть бути важливими для довгострокового стійкого розвитку, але мають помірний вплив на загальний успіх ресторану.</p>

Джерело: розроблено автором з використанням даних [17]

Отже, в даному підрозділі було проведено аналіз чинників зовнішнього середовища, що мають вплив на роботу закладу французької кухні «Un Nuage» в м. Харків.

3.3 Фінансова складова відкриття закладу «Un Nuage»

Важливою складовою відкриття будь-якого закладу є його фінансова складова.

Фінанси підприємств – це економічні відносини, які виникають в процесі формування, розподілу та використання доходів і грошових фондів суб'єктів господарювання [18].

Фінансам підприємств властиві ознаки: загальні і специфічні. Загальною ознакою як для державних фінансів, так і для фінансів підприємств є те, що вони виражають сукупність економічних відносин, які пов'язані з розподілом вартості валового внутрішнього продукту. Специфічні ознаки властиві саме для фінансів підприємств, вони полягають у первинному розподілі вартості валового внутрішнього продукту, формуванні і використанні грошових доходів і децентралізованих фондів [19].

В наступних підрозділах були проведені всі необхідні розрахунки для фінансового плану закладу «Un Nuage».

3.3.1 Розрахунок витрат закладу «Un Nuage»

Контроль витрат є важливою складовою багатогранного процесу управління закладом ресторанного господарства. Ефективне управління витратами є ключовим аспектом успіху бізнесу, адже воно дозволяє підвищити конкурентоспроможність, зайняти стабільну позицію на ринку та збільшити прибутковість. В даному підрозділі було розраховано орієнтовані витрати закладу французької кухні «Un Nuage».

В таблиці 3.2 наведені одноразові витрати, необхідні для відкриття закладу.

Таблиця 3.2

Одноразові витрати закладу «Un Nuage»

Назва компоненту	Вартість, грн
Вартість будівлі та ремонту	4 000 000
Обладнання, меблі, посуд	1 450 000
Розробка сайту	40 000
Загалом	5 490 000

Отже, виходячи з даних в таблиці 3.2 сума інвестицій для відкриття закладу «Un Nuage» становить 5 млн 490 тис. грн.

Іншою складовою витрат є витрати на заробітну плату персоналу, що відносяться до постійних витрат (табл. 3.3). Персонал є ключовим аспектом успіху в роботі ресторану. Кваліфіковані працівники впливають на прибутковість закладу, тому важливим є забезпечити їх достойною заробітною платою.

Великий вплив на конкурентоспроможність будь-якого підприємства має також персонал, оскільки від нього безпосередньо залежить результат діяльності бізнесу. Для забезпечення продуктивної роботи персоналу треба

враховувати чимало факторів, проте найголовнішим з них є вмотивованість працівників [20].

В свою чергу, заробітна плата відіграє велику роль для мотивації персоналу.

Таблиця 3.3

Заробітна плата персоналу закладу «Un Nuage»

Посада	Кількість співробітників	Заробітна плата одного співробітника, грн	Загальна заробітна плата, грн
Директор ресторану	1	45 000	45 000
Адміністратор	2	20 000	40 000
Бухгалтер	1	23 000	23 000
Маркетолог	1	23 000	23 000
HR-менеджер	1	23 000	23 000
Шеф-кухар	1	45 000	45 000
Су-шеф	1	30 000	30 000
Кухар	7	20 000	140 000
Помічник кухаря	2	15 000	30 000
Офіціант	6	15 000	90 000
Бармен	2	18 000	36 000
Сомельє	1	25 000	25 000
Охоронець	2	15 000	30 000
Прибиральник	4	15 000	60 000
Інженер	1	15 000	15 000
Загалом			655 000

Отже, загальний штат працівників закладу «Un Nuage» становить 33 особа. Загальний розмір заробітної плати становить 655 000 грн. Єдиний соціальний внесок становить 144 100 грн. Таким чином, загальний місячний фонд оплати праці становить 799 100 грн.

Також до постійних витрат відносяться витрати на амортизацію, що для закладу «Un Nuage» орієнтовно становлять 45 750 на місяць, відповідно

549 000 на рік, і витрати на комунальні послуги (окрім електроенергії), що складають орієнтовно 38 000 грн на місяць.

Тобто, загалом, постійні місячні витрати становлять 884 850 грн.

Іншим різновидом витрат можна вважати змінні витрати, що залежать безпосередньо від обсягів реалізації продукції ресторану «Un Nuage» і від роботи закладу в цілому. Орієнтовані змінні місячні витрати закладу «Un Nuage» наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Орієнтовані змінні витрати закладу «Un Nuage»

Назва компоненту	Вартість, грн
Електроенергія	12 000
Обслуговування обладнання, ремонт	5 000
Програмне забезпечення	3 000
Інтернет	500
Банківські послуги	1 500
Витрати на сировину	1 470 000
Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг	25 000
Маркетингові витрати	30 000
Загалом	1 547 000

Отже, згідно з даними в таблиці орієнтовані змінні витрати ресторану «Un Nuage» за умови стабільної роботи закладу складатимуть 1 547 000 грн на місяць. Також до цієї суми буде додаватися сума податку на прибуток, що залежить безпосередньо від прибутку і становить 18% від суми даного прибутку.

3.3.2 Прогноз доходів та чистого прибутку закладу «Un Nuage»

Доходи є грошовим еквівалентом результату роботи закладу протягом певного періоду. Розрахунок доходів є важливою частиною фінансового плану

закладу. Прогнозований місячний дохід ресторану «Un Nuage» наведений в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Прогнозований дохід закладу «Un Nuage»

Назва компоненту	Вартість за одиницю, грн	Кількість реалізованої продукції на місяць	Дохід від реалізації, грн
Основні послуги			
Середній чек	750	7 500	5 625 000
Додаткові послуги			
Доставка	70	1 500	105 000
Проведення бенкетів	8 000	5	40 000
Проведення заходів	650	180	117 000
Загалом			5 887 000

Під час розрахунку доходу слід також враховувати коефіцієнт завантаженості закладу, який залежить від багатьох факторів, зокрема популярності закладу, яка на початку буде меншою, а також від сезону. Прогнозований річний дохід закладу «Un Nuage» з урахуванням коефіцієнта завантаженості наведений в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Прогнозований дохід закладу «Un Nuage» з урахуванням коефіцієнта завантаженості

	1 міс	2 міс	3 міс	4 міс	5 міс	6 міс	7 міс	8 міс	9 міс	10 міс	11 міс	12 міс
Коеф. зав.	0,4	0,4	0,45	0,45	0,5	0,5	0,6	0,65	0,7	0,8	0,75	0,7
Сума доходу, грн	2354800	2354800	2649150	2649150	2943500	2943500	3532200	3826550	4120900	4709600	4415250	4120900
Загалом											40 620 300	

Отже, виходячи з даних в таблиці, прогнозований річний дохід від роботи закладу «Un Nuage» становить 40 620 300 грн.

Далі проводився розрахунок чистого прибутку, який являє собою суму коштів, що залишилися після сплати всіх податків та вирахування необхідних витрат.

Чистий прибуток використовується на фінансування реальних і фінансових інвестицій, утримання соціальної інфраструктури, формування резервних фондів, поповнення оборотного капіталу, заохочення членів трудового колективу, проведення благодійних заходів [21].

Для розрахунку даного показника застосовувалися дані, що були розраховані раніше. Результати розрахунків чистого прибутку занесені в таблицю 3.7.

Таблиця 3.7

Прогнозований чистий прибуток закладу «Un Nuage»

	1 міс	2 міс	3 міс	4 міс	5 міс	6 міс	7 міс
Виручка, грн	2354800	2354800	2649150	2649150	2943500	2943500	3532200
Чистий дохід, без ПДВ, грн	1962333,333	1962333,333	2207625	2207625	2452916,667	2452916,667	2943500
Собівартість реалізації послуг, продукції	2 310 670	2 310 670	2 310 670	2 310 670	2 310 670	2 310 670	2 310 670
Валовий прибуток (різниця між виручкою і собівартістю цієї продукції)	-348 337	-348 337	-103 045	-103 045	142 247	142 247	632 830
Витрати адміністративні та витрати на збут	119 180	119 180	119 180	119 180	119 180	119 180	119 180
ЕВІТДА (прибуток до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань)	-467 517	-467 517	-222 225	-222 225	23 067	23 067	513 650
Амортизація	45 750	45 750	45 750	45 750	45 750	45 750	45 750
Прибуток до сплати процентів та податків	-513 267	-513 267	-267 975	-267 975	-22 683	-22 683	467 900
Податок на загальній системі - 18% з прибутку	0	0	0	0	0	0	84 222
Чистий прибуток	-513 267	-513 267	-267 975	-267 975	-22 683	-22 683	383 678

Таким чином, в таблиці наведений розрахунок чистого прибутку за перші 7 місяців роботи закладу «Un Nuage». На сьомий місяць роботи закладу, чистий прибуток перестає бути від'ємним, тобто підприємство перестає працювати на збиток. Також слід зазначити, що до 7 місяця відсутній податок на прибуток, оскільки в перші 6 місяців роботи прибуток фактично відсутній. Для того, щоб простежити динаміку роботи підприємства протягом першого року, на рис 3.2 зображено графік формування чистого прибутку протягом перших 12 місяців.

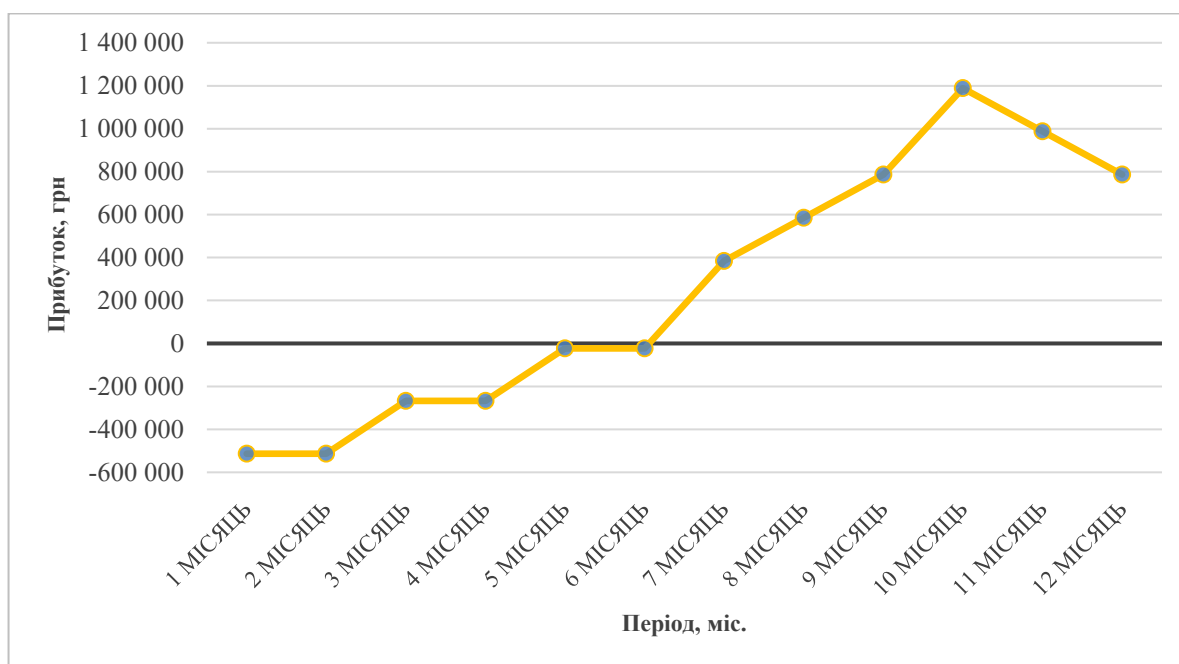


Рис 3.2 Прогнозований чистий прибуток закладу «Un Nuage» протягом першого року роботи

Отже, відповідно до рис 3.1, підприємство починає отримувати чистий прибуток з 7 місяця роботи, далі простежується позитивна динаміка і прибуток збільшується до 10 місяця. Далі відбувається невеликий спад, що пов'язаний з сезонними коливаннями попиту. Для того, щоб більш точно оцінити ефективність роботи закладу, на рис 3.3 зображено зміни чистого прибутку протягом перших 5 років.

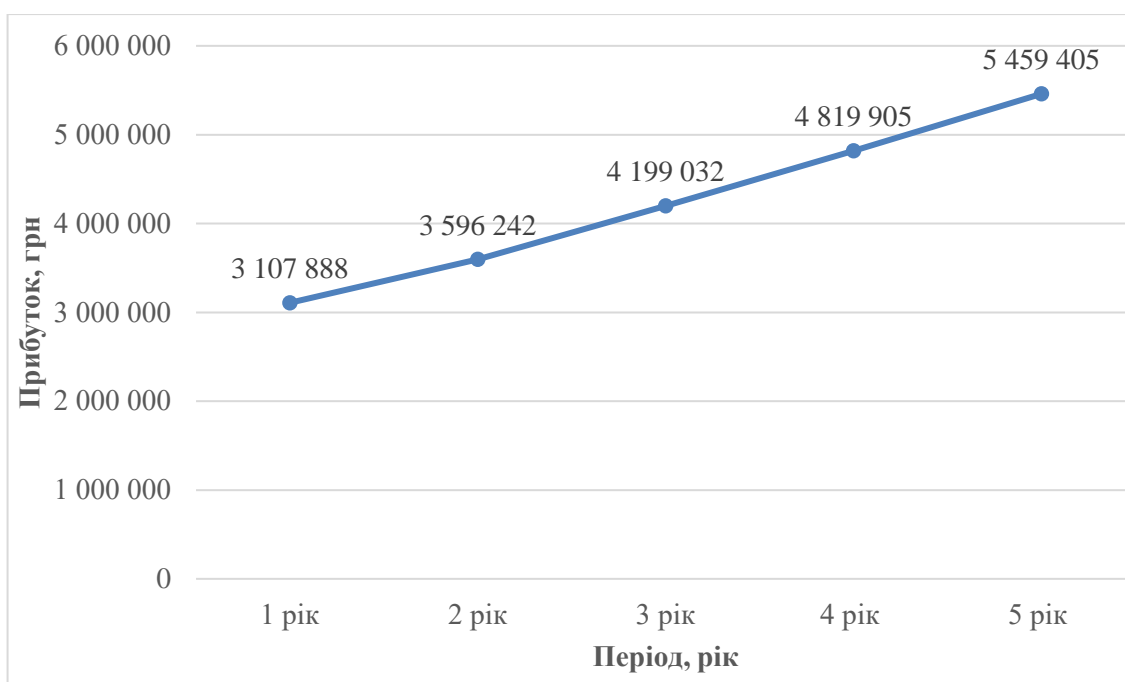


Рис 3.3 Прогнозований чистий прибуток закладу «Un Nuage» протягом перших п'яти років роботи

Отже, з вищенаведеного графіку можна зробити висновки про позитивну динаміку чистого прибутку закладу. Прибуток за перший рік становить 3 107 888 грн і далі стабільно зростає. Протягом наступних чотирьох років сума чистого прибутку збільшується майже на 2,5 млн грн і вже на кінець п'ятого року становить 5 459 405 грн. Таким чином, проект ресторану «Un Nuage» є прибутковим.

3.3.3 Розрахунок показників ефективності та точки безбитковості закладу «Un Nuage»

В даному підрозділі розраховувалися показники ефективності роботи закладу, а саме дисконтований період окупності, чиста поточна вартість проекту, внутрішня норма дохідності, індекс прибутковості вкладень, рентабельність продажу та рентабельність інвестицій. Дані показники

показують наскільки доцільним є відкриття закладу «Un Nuage» та визначають рівень інвестиційної привабливості.

Дисконтований термін окупності — це термін, необхідний повернення вкладених інвестицій у проект за рахунок чистого грошового потоку з урахуванням ставки дисконтування. Ставка дисконтування, використовувана у процесі розрахунку терміну окупності, дозволяє врахувати як очікуваний рівень інфляції, а й норму доходності, прийнятну для інвестора [22].

Чиста поточна вартість – показник, що відображає прибуток інвестора (додаткову вартість інвестицій), яку інвестор очікує отримати від реалізації проекту, після того, як грошові притоки окуплять його початкові інвестиційні витрати та періодичні відтоки, пов’язані зі здійсненням такого проекту [23].

Внутрішня норма прибутковості (доходності) – це таке значення показника дисконту, при якому сучасне значення інвестиції дорівнює сучасному значенню потоків грошових коштів за рахунок інвестицій, або значення показника дисконту, при якому забезпечується нульове значення чистого дійсного значення інвестиційних вкладень [24].

Рентабельність продажу – коефіцієнт, що характеризує доходність продукції, що реалізується, і відображає, який прибуток отримує підприємство на 1 гривню реалізованої продукції [24].

Індекс прибутковості вкладень – це співвідношення витрат і доходів. Проект приймається за умови, якщо його прибутковість більше за одиницю. Відповідно, якщо за проектом індекс прибутковості перевищує одиницю, чиста теперішня вартість є позитивною [25].

Рентабельність інвестицій – показник, що вимірює співвідношення між виручкою або прибутком, отриманим від інвестиції, та витратами на саму інвестицію, і дозволяє з’ясувати, наскільки прибутковою є інвестиція в порівнянні зі збитками чи витратами, які були зроблені для її здійснення [26].

Результати розрахунків наведених вище показників роботи закладу «Un Nuage» зазначені в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Показники ефективності закладу «Un Nuage»

Назва показнику	Значення
Початкові інвестиції, грн	5 490 000
Дисконтований період окупності, DPP (Discount payback period)	наступає з 12 місяця
Чиста поточна вартість проєкту, NPV (Net Present Value), грн	6 687 395
Внутрішня норма дохідності, IRR (Internal rate of return), %	72%
Індекс прибутковості вкладень, PI (Profitability index), од.	1,2
Рентабельність продажу, ROS (Return On Sales, Net Profit Margin), %	7,65
Рентабельність інвестицій, ROI (Return on investment), %	158

Отже, виходячи з даних в таблиці 3.8, проєкт закладу «Un Nuage» демонструє високі показники ефективності роботи, є фінансово прибутковим та інвестиційно привабливим.

Ще одним показником, що є важливим для функціонування закладу є точка беззбитковості.

Точка беззбитковості (Break-even Sales) — характеризує обсяг реалізації, при якому доходи підприємства дорівнюють його витратам, а прибуток, як і збиток, дорівнює нулю [27].

Точка беззбитковості закладу розраховується за формулою:

$$T_6 = ПВ / k_{мд}$$

де T_6 — точка беззбитковості; ПВ — сума постійних витрат; $k_{мд}$ — коефіцієнт маржинального доходу.

$$k_{мд} = МД / Д$$

де $k_{мд}$ — коефіцієнт маржинального доходу; МД — маржинальний дохід (валовий прибуток), Д — загальний дохід від наданих послуг.

$$MD = D - ZB$$

де MD – маржинальний дохід, D – загальний дохід від наданих послуг,
ЗВ – змінні витрати.

Постійні витрати закладу «Un Nuage» становлять 884 850 грн.

$$MD = 40\,620\,300 - 19\,599\,162 = 21\,021\,138$$

$$k_{MD} = 21\,021\,138 / 40\,620\,300 = 0,52$$

$$T_6 = 884\,850 / 0,52 = 1\,709\,844$$

Отже, за даними розрахунками, заклад «Un Nuage» вийде на точку беззбитковості, якщо буде надавати основні та додаткові послуги на суму 1 709 844 грн.

ВИСНОВКИ

Отже, в даній роботі було розроблено проект ресторану французької кухні, що знаходиться в центрі міста Харків. Заклад має назву «Un Nuage», кількість посадкових місць становить 60, а середній чек – 750 грн. Ресторан працює з 11:00 до 00:00, має власний сайт та сторінку в соціальних мережах. Серед додаткових послуг ресторан пропонує доставку, організацію банкетів та проведення майстеркласів.

В першому розділі даної роботи було наведено теоретичні дані щодо класифікації та функцій закладів ресторанного господарства, а також тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні та Харкові. Для детального огляду стану ресторанного господарства в м. Харків було проведено гугл-опитування, основною метою якого став збір даних щодо задоволення якістю надання ресторанних послуг. За результатами опитування, більшість відвідувачів задоволені якістю послуг закладів харчування м. Харків. Також опитувані вказали на недоліки в роботі закладів та обрали найулюбленіший заклад.

В другому розділі даної роботи розроблялася концепція закладу та комплекс послуг, проводився аналіз потенційних конкурентів та цільової аудиторії. Потенційними конкурентами були визначені ресторани «Шо», «Париж» та «Шато». Основними характеристиками цільової аудиторії стали інтелектуальна праця, високий соціальний статус, очікування індивідуального підходу та високої якості обслуговування. Були проведені розрахункові роботи щодо організації виробничих процесів в закладі «Un Nuage», створено меню закладу, графік реалізації продукції, розрахунково-продуктову відомість, було складено графік роботи закладу. Обчислювалися обсяг сировинних запасів та кількість робітників цехів. Згідно за розрахунками, кількість необхідних працівників цехів становить 6 чоловік. Також були виконані підбір обладнання цехів та накреслено структурно-технологічні схеми цехів. В останньому підрозділі розроблявся інтер'єр, зокрема за

допомогою програми Homestyler, та планування торгової зали з розташуванням столів.

В третьому розділі даної роботи оцінювалася економічна ефективність закладу «Un Nuage». Розраховувалися витрати, доходи, чистий прибуток та період окупності ресторану, показники ефективності та точка беззбитковості. Відповідно до розрахунків, прогнозований дохід від роботи закладу «Un Nuage» за перший рік становить 40 620 300 грн, а чистий прибуток – 3 107 888 грн. Дисконтований період окупності настає з 12 місяця. Рентабельність продажу становить 7,65 %, а рентабельність інвестицій – 158%, що є дуже високими показниками. Точка беззбитковості закладу «Un Nuage» становить 1 709 844 грн, що відповідно означає, що коли ресторан буде надавати послуги на дану суму, його витрати будуть дорівнювати його доходам. Також в даному розділі проводився SWOT-аналіз та аналіз зовнішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://dnaop.com/html/34057/doc_4281_2004.
2. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури. 2011. 584 с.
3. Назаренко І.А., Никифоров Р.П., Лохман Н.В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 165 с.
4. Тарасова М.В., Червоний В.М. Аналіз сучасного стану ринку надання ресторанних послуг в Україні. Матеріали III Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Молодь - науці і виробництву: Актуальні питання харчової промисловості» (м. Кропивницький, 14 травня 2024 р.). Кропивницький, 2024. С. 94-95.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 18–19 червня 2020 р.). Львів, 2020. С. 203–205.
6. Ралко О.С., Федченко Н.А. Особливості відкриття ресторанів сімейного типу. Економіка і суспільство. Серія: Економіка та управління підприємствами, 2018. Вип. 19. С. 582-589.
7. Ресторан Paris [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://paris.kharkov.ua/>.
8. Ресторан ШО [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://shobar.com.ua/>.

9. Ресторан Шато [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://reston.ua/ru/kharkiv_catalog/restoran-chateau.
10. Ресторани Харкова [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tripadvisor.com/>.
11. Тарасова М.В., Червоний В.М. Французька кухня як популярний напрям в ресторанному господарстві. Розробка концепції закладу французької кухні. Матеріали Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи» (м. Харків, 22 травня 2024 року). Харків, 2024.
12. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
13. Самодай В.П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
14. Проектування закладів ресторанного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 184 с.
15. Лофт в інтер'єрі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://chezaro.com/uk/loftua>.
16. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор - Видавництво, 2016. 378 с.
17. Гакова М.В. Моніторинг факторів впливу зовнішнього середовища на управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки, 2017. Вип. 23. Ч.1. С. 149-153.
18. Бедринець М. Д., Довгань Л. П. Фінанси підприємств: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
19. Довгань Л.П., Дуксенко О.П. Фінанси підприємств: Методичні вказівки та завдання для самоств.вивч.дисципліни. К.: МАУП, 2006. 192 с.

20. Тарасова М.В., Червоний В.М. Сучасні методи мотивації персоналу як спосіб підвищення конкурентоспроможності закладу. Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі» (м. Харків, 2 листопада 2023 року). Харків, 2023. С. 430-431.

21. Глущенко А. С. Фінанси: Навч. посіб. Львів «Магнолія 2006», 2014, 440 с.

22. Що таке дисконтований період окупності [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://livingfo.com/dyskontovanyj-termin-okupnosti-investytsij/#google_vignette.

23. Що таке чиста поточна вартість (NPV) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://finances.in.ua/shcho-take-chysta-potochna-vartist-npv/>.

24. Базецька Г.І., Суботовська Л.Г., Ткаченко Ю.В. Фінанси підприємства: планування та управління у виробничій сфері: навч. посіб. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012. 292 с.

25. Пересада А.А., Смірнова О.О., Онікієнко С.В., Ляхова О.О. Інвестування: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2001. 251 с.

26. Як обчислити ROI: ключ до успіху інвестицій [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mixfin.com/ua/blog/shcho-take-rentabelnist-investytsii-roi>.

27. Базилінська, О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Центр учбової літератури, 2009. 328 с.