

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему «Розробка ресторанного концепту з урахуванням сучасних
гастрономічних трендів»

Виконала здобувачка 4 курсу
групи ГРС 2022-1
спеціальності
241 – Готельно-ресторанна справа
Присяник Христина Володимирівна
(прізвище та ініціали)

Керівник: Соколенко А.С.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: Угоднікова О.І.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2026 р.

Керівник роботи _____
(підпис)

«19 » «червня» 2026 р.

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу.

Кваліфікаційна робота розглянута.

Здобувач Просяник Христина Володимирівна допускається до захисту даної
роботи в екзаменаційній комісії

Зав. кафедри ТiГГ

доц., канд. екон. наук Писарева І.В.

(прізвище, ініціали)

(підпис)

« 19 » «червня» 2026 р

Харківський національний університет міського господарства імені
О. М. Бекетова
Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту
Кафедра туризму і готельного господарства
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр
Спеціальність 241 – «Готельно-ресторанна справа»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Писарева І.В.

«01» червня 2026 року

З А В Д А Н Н Я **ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Просяник Христина Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Розробка ресторанного концепту з урахуванням сучасних гастрономічних трендів»
керівник роботи Соколенко А.С., канд. екон. наук, доц. затверджені наказом вищого навчального закладу від 19 травня 2026 р. № 428-03
2. Строк подання студентом роботи 19.06.2026
3. Вихідні дані до роботи державні стандарти, державні будівельні норми, нормативна література, санітарні правила, джерела Інтернету
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретико-аналітичні засади розробки ресторанного концепту в умовах розвитку сучасних гастрономічних трендів. 1.1. Роль концептуалізації у формуванні конкурентоспроможності сучасних закладів ресторанного господарства. 1.2. Обґрунтування вибору місцезнаходження закладу ресторанного господарства в м. Дніпро. 1.3. Конкурентне середовище на ринку ресторанних послуг. 1.5. Формування ключових елементів концепції майбутнього закладу ресторанного господарства. Розділ 2. Аналіз організаційно-виробничої діяльності ресторану «Marani». 2.1. Моделювання сервісно-виробничого процесу. 2.2. Розрахунок складських приміщень ресторану. 2.3. Визначення площі виробничих приміщень. 2.4. Визначення площі адміністративно-побутових, технічних приміщень та загальної площі закладу. Розділ 3. Проектно-економічне обґрунтування концепції ресторану «Marani». 3.1. Організація управління

рестораном «Marani».3.2. Розрахунок економічних показників концепції ресторану.3.3. Оцінювання ефективності інвестицій та терміну окупності концепції ресторану «Marani». Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 1. Титульний аркуш. 2. Актуальність, мета, завдання роботи. 3. Класифікація концепцій за форматом обслуговування. Роль концептуалізації у формуванні конкурентоспроможного закладу ресторанного господарства 4. Місцезастосування закладу ресторанного господарства 5. Профіль конкурентоздатності ресторанів, які знаходяться поблизу закладу ресторанного господарства. 6. Концептуальна характеристика ресторану «marani» з урахуванням сучасних гастрономічних трендів. 7. Схема сервісно – виробничого процесу ресторану. 8. Приміщення ресторану. 9. Список документів, необхідних для проведення державної реєстрації з метою створення ресторану. 10. Планування поточних витрат на рік. 11. Планування основних результатів діяльності ресторану. Основні показники ефективності.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основна частина	Соколенко А.С., доц.	19.05	16.06
Нормоконтроль	Покоłodна М.М. , доц.	19.05	16.06

7.Дата видачі завдання 19.05.2026

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Збір і обробка первинної інформації</i>	<i>11.05. – 18.05</i>	
2	<i>Робота над теоретичною частиною</i>	<i>19.05 – 23.05</i>	
3	<i>Робота над аналітичною частиною</i>	<i>01.06 – 04.06</i>	
4	<i>Робота над рекомендаційною частиною</i>	<i>05.06 – 09.06</i>	
5	<i>Розробка і оформлення графічного матеріалу</i>	<i>10.06 – 12.06</i>	
6	<i>Оформлення пояснювальної записки</i>	<i>13.06 – 14.06</i>	
7	<i>Перевірка на плагіат. Передзахист</i>	<i>15.06 – 20.06</i>	

Студентка

(підпис)

Просьяник Х.В.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

Соколенко А.С.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕСТОРАННОГО КОНЦЕПТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРЕНДІВ.....	8
1.1. Роль концептуалізації у формуванні конкурентоспроможності сучасних закладів ресторанного господарства.....	8
1.2. Обґрунтування вибору місцезнаходження закладу ресторанного господарства в м. Дніпро.....	15
1.3. Конкурентне середовище на ринку ресторанних послуг.....	18
1.4. Попит споживачів у зоні діяльності закладу ресторанного господарства.....	22
1.5. Формування ключових елементів концепції майбутнього закладу ресторанного господарства.....	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «MARANI».....	38
2.1. Моделювання сервісно-виробничого процесу.....	38
2.2. Розрахунок складських приміщень ресторану.....	46
2.3. Визначення площі виробничих приміщень.....	51
2.4. Визначення площі адміністративно-побутових, технічних приміщень та загальної площі закладу.....	58
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАНУ «MARANI».....	63
3.1. Організація управління рестораном «Marani».....	63
3.2. Розрахунок економічних показників концепції ресторану...	74
3.3. Оцінювання ефективності інвестицій та терміну окупності концепції ресторану «Marani».....	89
ВИСНОВКИ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ.....	97

ВСТУП

Сучасний ресторанний бізнес функціонує в умовах високої конкуренції, динамічних змін споживчих уподобань та постійного розвитку гастрономічної культури. У таких умовах успішність закладу ресторанного господарства значною мірою залежить не лише від якості продукції та рівня сервісу, а й від наявності чітко сформованої концепції, яка визначає його позиціонування на ринку, особливості взаємодії зі споживачами та конкурентні переваги. Саме концепція є основою створення цілісного образу закладу, що об'єднує асортимент продукції, інтер'єрні рішення, стандарти обслуговування, маркетингову політику та корпоративну культуру.

Однією з найважливіших тенденцій розвитку ресторанного господарства є орієнтація на сучасні гастрономічні тренди. Сьогодні споживачі все більше цінують автентичність, використання якісних локальних продуктів, відкритість виробничих процесів, екологічність, індивідуальний підхід до обслуговування та оригінальні гастрономічні враження. Поряд із традиційними критеріями вибору закладу, такими як якість страв і рівень сервісу, значної ваги набувають атмосфера закладу, його унікальна концепція та здатність відповідати сучасним тенденціям ресторанного ринку.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена необхідністю розроблення конкурентоспроможних концепцій закладів ресторанного господарства, які б відповідали сучасним потребам споживачів та враховували актуальні гастрономічні тенденції. Формування сучасного ресторанного концепту дозволяє забезпечити ефективне функціонування підприємства, підвищити його привабливість для цільової аудиторії та створити передумови для стабільного розвитку в умовах ринкової конкуренції.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка концепту ресторану «Marani» з урахуванням сучасних гастрономічних трендів та обґрунтування організаційно-економічної доцільності його створення.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Дослідити теоретичні засади формування ресторанних концепцій та їх роль у забезпеченні конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.
2. Проаналізувати сучасні гастрономічні тренди та визначити можливості їх використання при створенні ресторанного концепту.
3. Провести аналіз ринку ресторанних послуг та конкурентного середовища в районі розміщення майбутнього закладу.
4. Дослідити споживчі вподобання потенційних відвідувачів і визначити цільовий сегмент ресторану.
5. Розробити концепцію ресторану «Marani», включаючи дизайнерські рішення, меню, систему обслуговування та комплекс додаткових послуг.
6. Виконати проектування функціональних груп приміщень закладу та організації виробничо-сервісного процесу.
7. Обґрунтувати організаційну структуру управління підприємством та визначити потребу в персоналі.
8. Провести економічні розрахунки діяльності ресторану та оцінити ефективність реалізації проєкту.

Об'єктом дослідження є діяльність закладів ресторанного господарства в умовах формування сучасних ресторанних концепцій.

Предметом дослідження є процес розробки ресторанного концепту з урахуванням сучасних гастрономічних трендів на прикладі ресторану «Marani».

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, державні стандарти у сфері ресторанного господарства, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні дані, спеціалізовані видання з питань ресторанного бізнесу, маркетингу та гастрономії, а також матеріали мережі Інтернет.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, зокрема методи аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення,

анкетного опитування, статистичного аналізу, економічних розрахунків, прогнозування та графічного представлення результатів. Для виконання розрахунків та оформлення результатів дослідження використовувалися програмні продукти Microsoft Word та Microsoft Excel.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання розробленої концепції ресторану «Marani» під час створення та функціонування сучасного закладу ресторанного господарства. Запропоновані організаційні, технологічні та економічні рішення можуть бути використані суб'єктами ресторанного бізнесу для підвищення конкурентоспроможності підприємств і вдосконалення процесу формування ресторанних концепцій відповідно до сучасних гастрономічних тенденцій.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи – 101 сторінка, зокрема основного тексту – 94 сторінки. Робота містить 29 таблиць, 7 рисунків, 19 формул, список використаних джерел (53 найменування, викладених на 5 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕСТОРАННОГО КОНЦЕПТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРЕНДІВ

1.1. Роль концептуалізації у формуванні конкурентоспроможності сучасних закладів ресторанного господарства

Сучасний розвиток ресторанного господарства характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими змінами споживчих уподобань, впливом глобалізаційних процесів та активним впровадженням інноваційних технологій. У таких умовах успішне функціонування закладу ресторанного господарства дедалі більше залежить від його здатності формувати та підтримувати унікальні конкурентні переваги. Одним із найважливіших інструментів досягнення цієї мети виступає концептуалізація діяльності ресторану, яка дозволяє створити цілісну систему взаємопов'язаних характеристик закладу та забезпечити його ефективне позиціонування на ринку.

У науковій літературі поняття концепції ресторану розглядається як комплексна ідея функціонування закладу, що визначає його основні характеристики та особливості взаємодії зі споживачами. На думку Мальської М.П. та Пандяка І.Г., концепція закладу ресторанного господарства являє собою систему організаційних, технологічних, маркетингових та сервісних рішень, які формують індивідуальний образ підприємства та визначають його місце на ринку ресторанних послуг [1]. Подібної позиції дотримується Архіпов В.В., який визначає концепцію як загальну модель діяльності ресторану, що охоплює формат закладу, цільову аудиторію, асортимент продукції, рівень сервісу, цінову політику та атмосферу обслуговування [2].

Концепція ресторану виступає своєрідною стратегією розвитку підприємства, яка визначає напрями його функціонування та забезпечує узгодженість між усіма елементами діяльності. Вона формує основу для прийняття управлінських рішень, розробки меню, організації виробничих процесів, створення інтер'єру та побудови маркетингових комунікацій. Саме тому концептуалізація є важливим етапом створення нового ресторанного проєкту та необхідною умовою його подальшого успішного функціонування.

У сучасних умовах ресторанне господарство перестає виконувати виключно функцію забезпечення населення харчуванням. Заклади ресторанного господарства дедалі частіше стають простором для комунікації, відпочинку, отримання нових вражень та знайомства з різними культурами. У зв'язку з цим концепція ресторану повинна враховувати не лише гастрономічну складову, а й емоційний аспект споживання послуг. Сучасний споживач прагне отримати комплексний досвід, який включає якість страв, атмосферу закладу, рівень обслуговування та унікальність пропозиції. Важливість концептуалізації обумовлена також зміною характеру конкуренції на ринку ресторанних послуг. Якщо раніше конкурентні переваги забезпечувалися переважно за рахунок цінової політики або вигідного місцерозташування, то сьогодні ключовими факторами успіху стають унікальність концепції, якість клієнтського досвіду та здатність формувати емоційну прив'язаність споживачів до бренду. Саме концепція дозволяє ресторану виділитися серед великої кількості аналогічних закладів та сформувати власну нішу на ринку.

Однією з основних функцій концепції є забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність ресторану визначається як здатність ефективно задовольняти потреби споживачів порівняно з іншими суб'єктами ринку, отримуючи при цьому стабільний прибуток та забезпечуючи довгостроковий розвиток. Досягнення цієї мети можливе лише за умови створення чіткої та зрозумілої концепції, яка відповідає сучасним ринковим тенденціям та очікуванням цільової аудиторії.

У практиці ресторанного бізнесу існує значна кількість підходів до класифікації ресторанних концепцій. Найбільш поширеним є поділ за форматом обслуговування. Відповідно до цього підходу виділяють заклади швидкого обслуговування (fast food), заклади швидкого повсякденного обслуговування (fast casual), ресторани формату casual dining, заклади преміального сегмента (fine dining) та спеціалізовані тематичні ресторани.

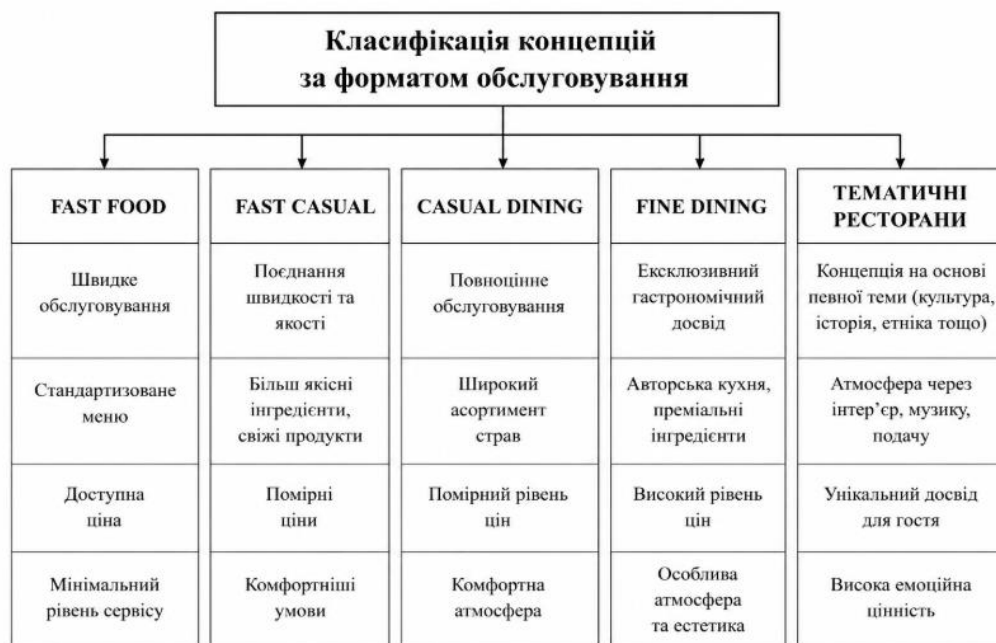


Рис. 1.1 Класифікація концепцій за форматом обслуговування

Формат fast food характеризується стандартизованим меню, швидким приготуванням страв та мінімальним рівнем сервісу. Основною конкурентною перевагою таких закладів є швидкість обслуговування та доступна ціна. Формат fast casual поєднує оперативність обслуговування із підвищеною якістю продукції та більш комфортними умовами перебування гостей. Останніми роками цей сегмент демонструє стабільне зростання завдяки орієнтації на здорове харчування та використання якісних інгредієнтів.

Ресторани формату casual dining займають проміжне положення між закладами швидкого обслуговування та преміальними ресторанами. Для них

характерні помірний рівень цін, широкий асортимент страв, комфортна атмосфера та повноцінне обслуговування офіціантами. Саме цей формат сьогодні є одним із найбільш популярних серед споживачів завдяки оптимальному співвідношенню ціни та якості.

Заклади формату *fine dining* орієнтовані на створення ексклюзивного гастрономічного досвіду. Їхніми характерними особливостями є авторська кухня, високий рівень сервісу, індивідуальний підхід до гостей та використання преміальних продуктів. У таких ресторанах значна увага приділяється не лише смаковим характеристикам страв, а й естетиці їх подачі та створенню особливої атмосфери. Окрему групу становлять тематичні ресторани, концепція яких базується на певній культурній, історичній, етнічній або гастрономічній тематиці. Такі заклади створюють для гостей комплексний досвід занурення у відповідну атмосферу через інтер'єр, меню, музичний супровід та особливості обслуговування. Саме тематичні концепції сьогодні користуються значною популярністю серед споживачів, оскільки дозволяють отримати нові враження та задовольнити потребу в емоційному споживанні.

Іншим критерієм класифікації ресторанних концепцій є гастрономічна спеціалізація. За цією ознакою виділяють ресторани національної кухні, авторські ресторани, моноконцепції та заклади змішаного типу. Особливої популярності набувають ресторани, орієнтовані на конкретну гастрономічну культуру, що дозволяє створити виразну ідентичність та сформувати стійкий інтерес з боку споживачів.

У сучасних умовах значний вплив на процес формування ресторанних концепцій справляють гастрономічні тренди. Гастрономічний тренд являє собою стійку тенденцію зміни споживчих вподобань у сфері харчування, яка впливає на розвиток ресторанного бізнесу та визначає напрями його трансформації. Аналіз сучасних гастрономічних трендів є необхідною умовою створення конкурентоспроможної ресторанної концепції. Одним із провідних світових трендів є орієнтація на здорове харчування. Зростання

рівня обізнаності населення щодо питань здоров'я сприяє підвищенню попиту на страви зі зниженою калорійністю, високим вмістом білка, натуральними інгредієнтами та мінімальним рівнем технологічної обробки. У меню сучасних ресторанів дедалі частіше з'являються вегетаріанські, веганські та безглютенові позиції, а також страви функціонального харчування.

Іншим важливим трендом є розвиток локальної гастрономії. Концепція «від ферми до столу» (farm-to-table) передбачає використання місцевих продуктів та співпрацю з локальними виробниками. Такий підхід забезпечує високу якість інгредієнтів, підтримує регіональну економіку та відповідає принципам сталого розвитку. Крім того, локальна гастрономія дозволяє ресторанам підкреслити власну автентичність та сформувати унікальну пропозицію для споживачів. Суттєвий вплив на ресторанний бізнес має тренд екологічної відповідальності. Споживачі дедалі більше звертають увагу на екологічні аспекти діяльності підприємств. У зв'язку з цим ресторани впроваджують практики сортування відходів, скорочення використання пластику, оптимізації споживання ресурсів та зменшення харчових втрат. Екологічна орієнтація стає важливим елементом конкурентної стратегії сучасних закладів.

Особливої актуальності набуває персоналізація ресторанних послуг. Сучасні споживачі прагнуть отримати індивідуалізований сервіс, який враховує їхні особисті вподобання, дієтичні обмеження та спосіб життя. Для реалізації цього тренду ресторани активно використовують цифрові технології, системи управління взаємовідносинами з клієнтами та мобільні додатки.

Важливим напрямом розвитку ресторанного господарства є цифровізація бізнес-процесів. Використання QR-меню, електронних систем бронювання, мобільних застосунків, програм лояльності та автоматизованих систем управління дозволяє підвищити ефективність діяльності підприємства та покращити якість обслуговування гостей. Крім того, цифрові технології

забезпечують додаткові можливості для збору та аналізу інформації про споживчу поведінку.

Одним із найбільш помітних трендів останніх років є розвиток гастрономічного досвіду як основного продукту ресторану. У сучасних умовах відвідувачі оцінюють не лише смакові характеристики страв, а й загальні враження від перебування у закладі. Саме тому ресторани приділяють значну увагу дизайну інтер'єру, музичному супроводу, інтерактивним елементам та створенню унікальної атмосфери.



Рис.1.2. Роль концептуалізації у формуванні конкурентоспроможного закладу ресторанного господарства

Значного поширення набувають концепції, пов'язані з культурною та етнічною автентичністю. Споживачі дедалі частіше виявляють інтерес до національних кухонь, традиційних технологій приготування страв та автентичних кулінарних практик. Це створює сприятливі умови для розвитку

тематичних ресторанів, концепція яких базується на культурній спадщині певного регіону або народу. Важливим фактором формування конкурентоспроможності ресторану є бренд. Концепція виступає основою брендингу, оскільки саме вона визначає цінності закладу, його комунікаційну стратегію та особливості взаємодії зі споживачами. Сильний бренд сприяє формуванню лояльності клієнтів, підвищенню впізнаваності закладу та забезпечує стійкі конкурентні переваги.

Особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє узгодженість усіх елементів концепції. Успішний ресторан повинен забезпечувати єдність між дизайном інтер'єру, меню, сервісом, маркетинговими комунікаціями та загальною атмосферою закладу. Наявність суперечностей між окремими складовими концепції негативно впливає на сприйняття бренду та знижує рівень задоволеності гостей.

Для підприємств ресторанного господарства України питання концептуалізації набуває особливого значення в умовах економічної нестабільності та трансформації споживчого ринку. Високий рівень конкуренції змушує заклади шукати нові формати діяльності, впроваджувати інновації та орієнтуватися на актуальні гастрономічні тренди. Саме тому створення чіткої та обґрунтованої концепції стає необхідною передумовою успішного функціонування ресторанного підприємства.

Таким чином, концептуалізація є важливим стратегічним інструментом розвитку сучасних закладів ресторанного господарства. Вона забезпечує формування унікальних конкурентних переваг, сприяє створенню сильного бренду, підвищує рівень лояльності споживачів та дозволяє ефективно реагувати на зміни ринкового середовища. Урахування сучасних гастрономічних трендів під час розробки ресторанної концепції створює передумови для формування конкурентоспроможного закладу, здатного успішно функціонувати в умовах динамічного розвитку ресторанного бізнесу.

1.2. Обґрунтування вибору місцезнаходження закладу ресторанного господарства в м. Дніпро

У межах даної кваліфікаційної роботи передбачається розробка ресторанного концепту та обґрунтування доцільності його реалізації на території міста Дніпро. Місто є одним із найбільших економічних, промислових і транспортних центрів України та виконує функції адміністративного центру Дніпропетровської області. Вигідне географічне розташування, розвинена інфраструктура та значна чисельність населення створюють сприятливі умови для розвитку сфери гостинності та ресторанного бізнесу. За кількістю мешканців Дніпро належить до найбільших міст країни та характеризується високою концентрацією потенційних споживачів ресторанних послуг.

Ресторанне господарство сьогодні є однією з найбільш динамічних галузей сфери послуг. Незважаючи на вплив економічних ризиків та мінливість ринкового середовища, інвестування у створення нових закладів ресторанного господарства залишається актуальним напрямом підприємницької діяльності. Це пояснюється відносно швидким поверненням інвестицій, постійним попитом на послуги харчування та зростанням інтересу населення до сучасних форматів дозвілля і гастрономічного відпочинку.

Важливим етапом розробки ресторанного концепту є вибір місця розташування майбутнього закладу. Саме локація значною мірою визначає потенційний потік відвідувачів, доступність об'єкта для цільової аудиторії та рівень його конкурентоспроможності. Аналіз ринку ресторанних послуг міста Дніпро показав, що забезпеченість закладами ресторанного господарства в різних районах міста є нерівномірною. Поряд із центральними районами, де спостерігається висока концентрація ресторанів, кафе та барів, існують території, потенціал яких використовується недостатньо.

Одним із таких районів є Амур-Нижньодніпровський район, розташований на лівому березі міста. Ця адміністративна одиниця характеризується значною площею території, розвиненою житловою забудовою та високою щільністю населення. Чисельність мешканців району перевищує 160 тис. осіб, що формує суттєвий споживчий потенціал для підприємств ресторанного господарства.

Додатковою перевагою району є наявність розвиненої торговельної та транспортної інфраструктури. На його території функціонують великі торговельні комплекси та об'єкти роздрібної торгівлі, зокрема «Metro» та «Епіцентр», які щоденно відвідує значна кількість мешканців міста. Такі об'єкти генерують додатковий потік потенційних споживачів та підвищують інвестиційну привабливість району для розміщення закладів ресторанного господарства.

Для реалізації ресторанного концепту пропонується використати локацію за адресою: проспект Мануйлівський, 12. Обране місце має вигідне розташування відносно житлових кварталів, транспортних маршрутів та торговельних об'єктів. Крім того, дана територія характеризується високою інтенсивністю пішохідного та автомобільного руху, що позитивно впливає на потенційну відвідуваність майбутнього закладу.

Амур-Нижньодніпровський район традиційно відносять до районів із переважанням житлової забудови. Саме тому розміщення ресторану на даній території можна вважати економічно доцільним та перспективним з погляду подальшого розвитку підприємства. Для більш детального вивчення потенційного ринку споживачів було проведено аналіз соціально-демографічної структури населення району та його зайнятості. Результати дослідження дозволяють оцінити купівельну спроможність населення, визначити основні сегменти потенційних відвідувачів та сформулювати концепцію закладу відповідно до потреб цільової аудиторії. Отримані статистичні дані наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Соціально-демографічна структура населення Амур-
Нижньодніпровського району м. Дніпро

№	Категорія населення	Частка, %	Кількість осіб
1	Особи, які навчаються у закладах вищої освіти	16	25 620
2	Учні закладів загальної середньої освіти	10	16 012
3	Діти дошкільного віку	6	9 607
4	Непрацююче населення працездатного віку	5	8 006
5	Особи пенсійного віку	6	9 607
6	Економічно активне працююче населення	52	83 264
7	Особи з інвалідністю	5	8 006
	Разом	100	160 123

Дані таблиці свідчать, що найбільшу частку населення району становлять працюючі громадяни — 52 %, що дорівнює 83 264 особам. Значною також є частка студентської молоді (16 %) та учнів закладів загальної середньої освіти (10 %). Така структура населення свідчить про наявність достатнього потенціалу для функціонування закладу ресторанного господарства, орієнтованого на широке коло споживачів із різними потребами та рівнем доходів. На рис. 1.2. вказано місцезнаходження проєкту

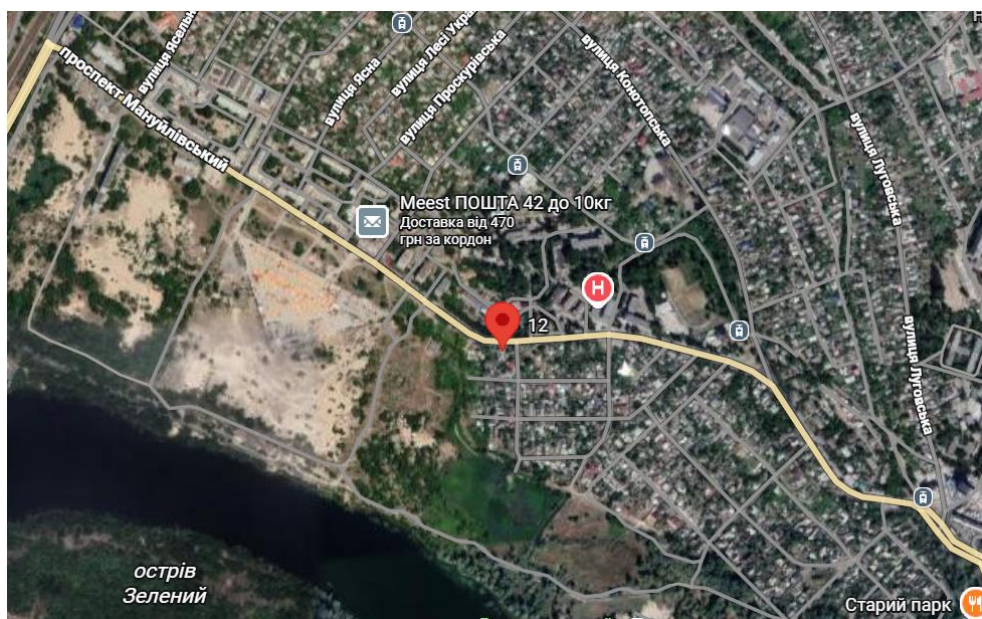


Рис. 1.3. Місцезнаходження закладу

Для комплексного обґрунтування вибору місця розташування та визначення ринкових перспектив майбутнього закладу ресторанного господарства необхідно здійснити аналіз конкурентного середовища. З цією метою досліджено діяльність закладів ресторанного господарства, які функціонують у районі проспекту Мануйлівського, 12 у місті Дніпро та можуть розглядатися як потенційні конкуренти майбутнього підприємства.

1.3. Конкурентне середовище на ринку ресторанних послуг

Одним із важливих етапів розробки ресторанного концепту є дослідження конкурентного середовища, яке дозволяє оцінити рівень насиченості ринку, визначити сильні та слабкі сторони існуючих закладів, а також виявити перспективні напрями розвитку майбутнього підприємства. Аналіз конкурентів дає можливість сформулювати ефективну ринкову стратегію та забезпечити конкурентні переваги нового закладу ресторанного господарства.

З метою оцінки стану локального ринку було проведено дослідження закладів ресторанного господарства, які функціонують у районі передбачуваного розташування майбутнього ресторану в місті Дніпро. Результати аналізу свідчать, що безпосередньо за адресою проспект Мануйлівський, 12 заклади ресторанного господарства відсутні. Разом із тим у прилеглий зоні розташовано декілька підприємств, які можуть розглядатися як потенційні конкуренти майбутнього закладу.

До основних конкурентів належать ресторан «Старий парк», розташований на проспекті Слобожанському, ресторан «4TOWER» на вулиці Маршала Малиновського, ресторан «Рів'єра» та ресторан «Нептун», які також знаходяться на вулиці Маршала Малиновського. Вказані заклади обслуговують мешканців прилеглих районів та пропонують широкий спектр ресторанних послуг, що дозволяє розглядати їх як основних учасників локального ринку.

Проведене дослідження показало, що в межах досліджуваної території спостерігається порівняно невисока концентрація закладів ресторанного господарства. Особливо це стосується району проспекту Мануйлівського, де відсутні підприємства ресторанного бізнесу, здатні повною мірою задовольнити попит населення на якісні послуги харчування та дозвілля. Крім того, аналіз асортиментної політики існуючих закладів свідчить про певну обмеженість пропозиції та недостатню кількість концептуальних рішень, орієнтованих на сучасні гастрономічні тенденції.

Отримані результати підтверджують доцільність відкриття нового закладу ресторанного господарства, який зможе запропонувати відвідувачам конкурентоспроможний рівень сервісу, сучасну гастрономічну концепцію та широкий асортимент продукції. Реалізація такого проєкту сприятиме підвищенню рівня забезпеченості населення ресторанными послугами та створить додаткові можливості для розвитку локального ринку.

Для більш глибокого вивчення конкурентного середовища було використано методи маркетингового аналізу. Оцінювання діяльності підприємств-конкурентів здійснювалося за допомогою експертного методу та анкетного опитування споживачів. Рівень розвитку окремих характеристик закладів визначався за п'ятибальною шкалою, де 0 балів відповідає найнижчому рівню показника, а 5 балів – найвищому. Такий підхід дозволив комплексно оцінити ринкові позиції конкурентів та визначити перспективи функціонування майбутнього ресторану.

Для визначення конкурентних позицій досліджуваних закладів ресторанного господарства було проведено експертне оцінювання за сукупністю найбільш значущих для споживачів показників. До переліку критеріїв оцінки включено рівень цін, якість та різноманітність кухні, атмосферу закладу, спектр додаткових послуг, організацію дозвілля відвідувачів, рівень обслуговування та результативність маркетингових комунікацій. За результатами проведеного аналізу розраховано інтегральний

показник конкурентоспроможності кожного підприємства ресторанного господарства (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльна оцінка конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства

Заклад ресторанного господарства	Цінова політика	Кухня	Атмосфера закладу	Додаткові послуги	Організація дозвілля	Рівень сервісу	Рекламна активність	Інтегральний показник
Ресторан «4TOWER»	4,1	4,6	4,0	4,5	4,6	4,5	4,5	4,4
Ресторан «Нептун»	4,4	4,2	4,1	4,0	4,0	4,1	4,5	4,2
Ресторан «Старий парк»	3,0	3,8	3,9	3,5	3,5	3,9	3,0	3,5
Ресторан «Рів'єра»	4,2	4,0	4,5	4,0	4,0	4,2	4,0	4,1

Аналіз результатів експертного оцінювання свідчить, що найвищий інтегральний показник конкурентоспроможності має ресторан «4TOWER» (4,4 бала). Високі оцінки заклад отримав за якість кухні, рівень сервісу, організацію дозвілля та маркетингову активність. Другу позицію займає ресторан «Нептун» із загальним показником 4,2 бала, тоді як ресторани «Рів'єра» та «Старий парк» отримали відповідно 4,1 та 3,5 бала.

Отримані результати дають змогу зробити висновок про наявність конкурентного середовища на досліджуваному ринку, проте водночас виявляють можливості для виходу нового закладу ресторанного господарства. Формування сучасного ресторанного концепту, орієнтованого на актуальні гастрономічні тренди, високий рівень сервісу та унікальний клієнтський досвід, дозволить створити додаткові конкурентні переваги та успішно конкурувати з існуючими учасниками ринку.

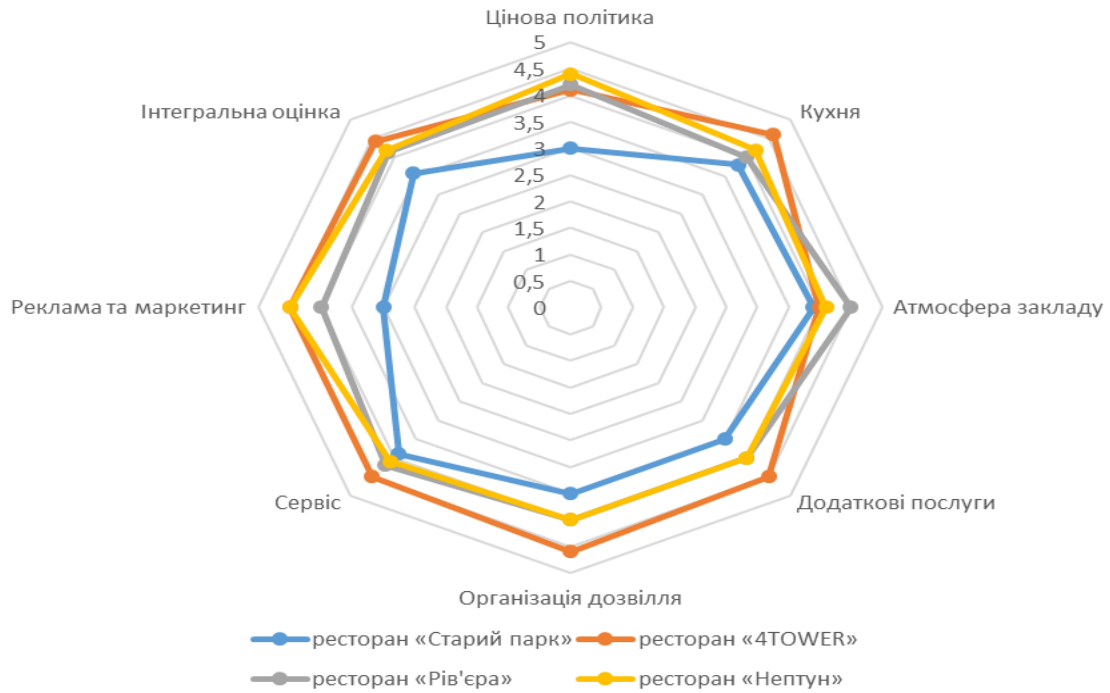


Рис. 1.4. Порівняльний профіль конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, розташованих у зоні функціонування проєктованого ресторану

Результати проведеного аналізу свідчать, що серед досліджуваних підприємств ресторанного господарства найвищий рівень конкурентоспроможності демонструє ресторан «4TOWER», інтегральний показник якого становить 4,4 бала. Високі оцінки заклад отримав за такими критеріями, як якість кухні, рівень сервісу, організація дозвілля та ефективність маркетингових заходів.

Враховуючи отримані результати, саме ресторан «4TOWER» доцільно розглядати як основного конкурента майбутнього закладу. У зв'язку з цим під час розробки ресторанного концепту необхідно врахувати переваги існуючих підприємств ринку та запропонувати споживачам додаткові конкурентні переваги. Такими перевагами можуть стати оригінальна концепція, орієнтація на сучасні гастрономічні тренди, розширений асортимент продукції, високий рівень обслуговування та створення унікального клієнтського досвіду.

Реалізація зазначених заходів сприятиме формуванню стійких конкурентних позицій майбутнього ресторану та підвищенню його привабливості для потенційних відвідувачів.

1.4. Попит споживачів у зоні діяльності закладу ресторанного господарства

Для оцінки ринкового потенціалу майбутнього закладу ресторанного господарства було проведено маркетингове дослідження споживчого попиту серед мешканців Амур-Нижньодніпровського району міста Дніпро. Основною метою дослідження стало виявлення характеристик потенційної цільової аудиторії, визначення її гастрономічних уподобань, рівня витрат на ресторанні послуги, а також оцінка перспективного попиту на продукцію та послуги майбутнього підприємства.

Для збору первинної інформації було використано метод анкетного опитування, який дозволив отримати відомості про поведінкові особливості споживачів, частоту відвідування закладів ресторанного господарства, критерії вибору закладу та переваги щодо різних видів кухонь. Проведене дослідження дало змогу сформуванню більш повне уявлення про потреби потенційних клієнтів та визначити основні напрями формування ресторанного концепту.

Усього в опитуванні взяли участь 450 респондентів, які проживають на території Амур-Нижньодніпровського району. Отримані результати були систематизовані та проаналізовані, а їх графічне представлення наведено на рисунку 1.4

Аналіз результатів дослідження свідчить, що основну частку відвідувачів закладів ресторанного господарства становлять молоді люди, частка яких досягає 52 % від загальної кількості опитаних. Це свідчить про високий рівень зацікавленості молодіжної аудиторії у відвідуванні закладів харчування та проведенні дозвілля поза домом.

Важливим показником для обґрунтування концепції майбутнього ресторану є рівень споживчих витрат. Результати опитування показали, що понад половина респондентів (52 %) готові витратити на одне відвідування закладу ресторанного господарства більше 1000 грн. Така тенденція свідчить про наявність платоспроможного попиту та створює сприятливі умови для реалізації сучасного ресторанного концепту із розширеним асортиментом продукції та якісним сервісом.

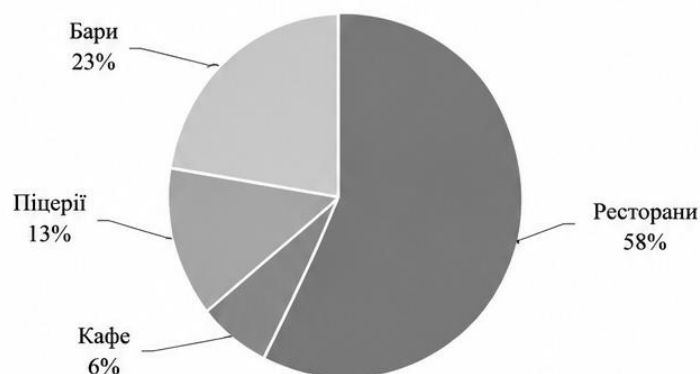
Дослідження гастрономічних уподобань населення показало, що найбільшим попитом серед опитаних користуються страви грузинської кухні, які обрали 30 % респондентів. Також значний інтерес споживачі виявляють до європейської кухні (26 %) та традиційної української кухні (20 %). Отримані результати свідчать про популярність концепцій, що поєднують національні гастрономічні традиції з сучасними підходами до приготування та подачі страв.

Таким чином, результати маркетингового дослідження підтверджують доцільність реалізації нового ресторанного проєкту на території Амур-Нижньодніпровського району міста Дніпро. Виявлені споживчі переваги та рівень платоспроможності населення створюють передумови для успішного функціонування закладу ресторанного господарства та формування його стійких конкурентних переваг на локальному ринку.

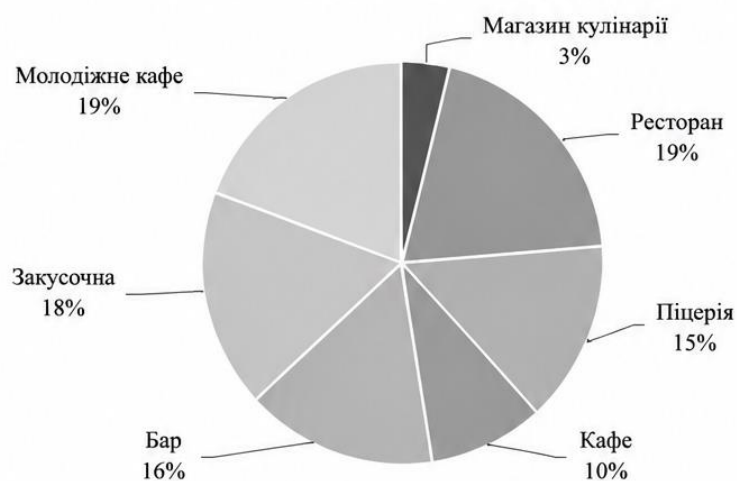
За результатами проведеного опитування встановлено, що найбільш привабливим для респондентів типом закладу ресторанного господарства є ресторан, який обрали 20 % опитаних. Серед основних критеріїв вибору закладу відвідувачі насамперед відзначають якість кухні (35 %) та рівень обслуговування (30 %), що свідчить про високі вимоги споживачів до гастрономічної складової та сервісу.

Обробка результатів анкетування дала змогу визначити основні характеристики потенційної цільової аудиторії майбутнього закладу ресторанного господарства.

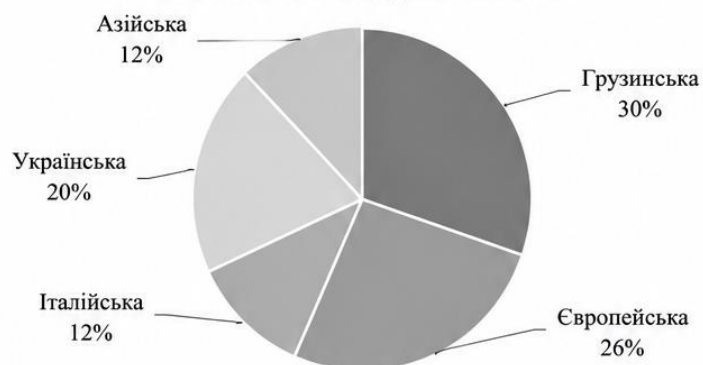
**1. ЯКИМ ЗАКЛАДАМ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
ВІДДАЄТЕ ПЕРЕВАГУ?**



**2. ЯКІ Б З ВИ ХОТІЛИ БАЧИТИ НОВІ ЗАКЛАДИ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СВОЄМУ МІКРОРАЙОНІ?**



**3. ЯКА З ПЕРЕРАХОВАНИХ КУХОНЬ ВАМ
НАЙБІЛЬШ ПОДОБАЄТЬСЯ?**



Примітка. Дані отримано за результатами опитування 450 респондентів.

Рис. 1.5. Результати дослідження споживчих уподобань мешканців району

.До неї належать:

- економічно активне населення працездатного віку;
- споживачі, які надають перевагу стравам грузинської, української та європейської кухонь;
- відвідувачі, для яких вирішальним фактором вибору закладу є висока якість продукції;
- клієнти, що регулярно користуються послугами ресторанного господарства та відвідують заклади декілька разів на тиждень;
- споживачі із середнім рівнем витрат до 1000 грн на одне відвідування.

Отримані результати свідчать про необхідність створення ресторанного концепту, орієнтованого на широкий спектр потреб цільової аудиторії. Майбутній заклад повинен пропонувати різноманітний асортимент страв, високий рівень сервісу та комфортні умови перебування, що дозволить максимально задовольнити очікування потенційних гостей і сформувати стійкі конкурентні переваги на локальному ринку ресторанних послуг.

1.5. Формування ключових елементів концепції майбутнього закладу ресторанного господарства

Розробка концепції закладу ресторанного господарства є одним із найважливіших етапів створення конкурентоспроможного підприємства ресторанного бізнесу. Саме концепція визначає унікальність закладу, його позиціонування на ринку, особливості взаємодії з гостями та формує цілісний образ підприємства в сприйнятті споживачів. Для забезпечення ефективного функціонування майбутнього ресторану необхідно сформувати комплекс взаємопов'язаних елементів, які визначатимуть його індивідуальність та конкурентні переваги.

Під час розробки концепції майбутнього закладу ресторанного господарства доцільно передбачити такі складові:

- бренд та фірмовий стиль закладу;
- концепцію оформлення інтер'єру;
- архітектурно-художнє вирішення екстер'єру;
- корпоративний стиль та форму персоналу;
- вимоги до професійної підготовки працівників;
- підбір меблів і обладнання для залів;
- формування меню та асортиментної політики;
- організацію постачання сировини та співпрацю з постачальниками;
- маркетингові комунікації та систему просування.

Однією з ключових складових концепції є бренд закладу. Бренд виступає засобом ідентифікації підприємства на ринку та сприяє формуванню його впізнаваності серед потенційних споживачів. До елементів бренду належать назва ресторану, логотип, фірмові кольори, графічні елементи та слоган. Сукупність цих складових створює унікальний образ закладу та забезпечує його відмінність від конкурентів. Розроблені логотип і рекламний слоган майбутнього ресторану наведено в додатку А.

Важливу роль у формуванні концепції відіграє дизайн інтер'єру. Саме інтер'єр створює атмосферу закладу та впливає на загальне враження гостей від відвідування ресторану. Для майбутнього підприємства обрано стиль лофт, який поєднує сучасність, функціональність та естетичну виразність. Основними характеристиками даного стилю є відкритий простір, використання натуральних матеріалів, поєднання металевих конструкцій, дерева та декоративної цегляної кладки, а також мінімалістичне оформлення приміщення. Таке дизайнерське рішення відповідає сучасним тенденціям ресторанного бізнесу та є привабливим для широкої цільової аудиторії.

Не менш важливим елементом концепції є зовнішнє оформлення закладу. Екстер'єр має гармонійно поєднуватися з інтер'єрною концепцією, привертати увагу потенційних відвідувачів та забезпечувати впізнаваність ресторану. Для цього передбачається використання фірмової вивіски, сучасного освітлення фасаду та елементів зовнішнього декору, які

підкреслюватимуть концептуальну спрямованість закладу. Важливою складовою концепції виступає корпоративний стиль персоналу. Зовнішній вигляд працівників повинен відповідати загальній атмосфері ресторану та сприяти формуванню позитивного іміджу підприємства. Уніформа персоналу має бути зручною, функціональною та витриманою в єдиному стилістичному рішенні, що відповідатиме концепції закладу.

Для забезпечення високої якості обслуговування необхідно встановити відповідні вимоги до персоналу. Працівники ресторану повинні володіти професійними знаннями та навичками, дотримуватися стандартів сервісу, бути комунікабельними та орієнтованими на потреби гостей. Особлива увага приділятиметься підготовці персоналу щодо культури обслуговування та ефективної взаємодії з клієнтами.

Значний вплив на комфорт відвідувачів має меблювання залів. При виборі меблів необхідно враховувати ергономічність, функціональність, довговічність та відповідність загальній стилістиці інтер'єру. Планується використання сучасних столів, м'яких крісел і стільців, які забезпечуватимуть комфортне перебування гостей та створюватимуть сприятливу атмосферу для відпочинку.

Центральним елементом концепції ресторану є меню. Формування асортименту продукції повинно здійснюватися з урахуванням результатів маркетингових досліджень, гастрономічних уподобань цільової аудиторії та сучасних тенденцій ресторанного бізнесу. Меню має поєднувати популярні серед споживачів страви, забезпечувати різноманітність вибору та відповідати загальній концепції закладу.

Важливою умовою забезпечення стабільної якості продукції є ефективна система постачання сировини. Співпраця з надійними постачальниками дозволяє гарантувати своєчасне надходження якісних продуктів, дотримання санітарно-гігієнічних вимог та безперебійність виробничого процесу.

Таким чином, формування концепції майбутнього закладу ресторанного господарства передбачає комплексний підхід до розробки всіх елементів його діяльності. Узгодженість бренду, дизайну, меню, сервісу та маркетингової політики створює основу для формування конкурентних переваг підприємства та забезпечує його успішне функціонування на ринку ресторанних послуг.



Рис. 1.6. Інтер'єр ресторану «Marani»

Для оформлення ресторану «Marani» обрано стиль лофт, який належить до найбільш популярних напрямів сучасного дизайну закладів ресторанного господарства. Його актуальність пояснюється вдалим поєднанням функціональності, естетичної виразності та комфортності для відвідувачів. Завдяки своїй універсальності стиль лофт успішно використовується як у закладах швидкого обслуговування, так і в ресторанах середнього та преміального цінового сегмента.

Особливістю даного стилю є гармонійне поєднання індустріальних елементів із сучасними дизайнерськими рішеннями. Такий підхід дозволяє створити атмосферу невимушеності та водночас підкреслити індивідуальність закладу. Саме тому стиль лофт є оптимальним рішенням

для ресторану «Marani», концепція якого передбачає поєднання традицій грузинської гостинності з сучасними тенденціями ресторанного бізнесу.

Основними характеристиками інтер'єру ресторану є:

- використання натуральних оздоблювальних матеріалів;
- лаконічність та функціональність дизайнерських рішень;
- інтеграція сучасного технологічного обладнання в інтер'єрний простір;
- оригінальні декоративні елементи з індустріальними мотивами;
- створення комфортного середовища для відпочинку та спілкування гостей.

Лофт-концепція дозволяє ефективно поєднати сучасні архітектурні рішення з елементами промислової естетики. Використання металевих конструкцій, декоративної цегляної кладки, дерев'яних поверхонь та відкритих комунікацій надає приміщенню характерного стилістичного образу та створює особливу атмосферу.

До характерних рис інтер'єру ресторану «Marani» належать:

- просторі приміщення з високими стелями;
- багаторівнева система освітлення, що забезпечує комфортне перебування відвідувачів;
- поєднання натурального дерева, металу, цегли та бетону в оздобленні;
- використання декоративних елементів, які підкреслюють сучасний характер закладу;
- відкритість простору та мінімальна кількість масивних перегородок.

Важливою складовою загальної концепції ресторану є також його зовнішнє оформлення. Екстер'єр виконує функцію першого контакту потенційного гостя із закладом та формує початкове враження про нього. Саме тому всі елементи зовнішнього оформлення повинні відповідати загальній концепції ресторану та забезпечувати його впізнаваність.

Архітектурне рішення фасаду ресторану «Marani» передбачає використання фірмової вивіски, сучасного декоративного освітлення, панорамних вікон та елементів оформлення, що підкреслюють стиль закладу. Особлива увага приділяється входу до ресторану, оскільки він є важливим елементом комунікації із потенційними відвідувачами. Гармонійне поєднання екстер'єру та інтер'єру сприятиме формуванню цілісного образу ресторану та створенню позитивного емоційного враження у гостей.

Для формування єдиного корпоративного стилю ресторану «Marani» передбачається використання уніфікованої форми персоналу, виконаної в темних тонах із нанесенням логотипа закладу та фірмового слогана «Вах, як смачно!». Єдиний стиль одягу працівників сприятиме підвищенню впізнаваності бренду, формуванню позитивного іміджу підприємства та підкреслюватиме концепцію ресторану. Працівники закладу повинні бути забезпечені службовим або санітарним одягом відповідно до займаної посади. Уніформа та взуття мають відповідати санітарно-гігієнічним вимогам, бути охайними, справними та підтримуватися в належному стані протягом робочого часу.

Одним із ключових чинників успішного функціонування ресторану є професійний рівень персоналу. При відборі працівників особлива увага приділятиметься рівню фахової підготовки, практичним навичкам та здатності працювати у сфері обслуговування. Для роботи на посаді офіціанта можливе залучення студентів профільних закладів вищої освіти з метою проходження виробничої практики та набуття професійного досвіду. Водночас обов'язковою умовою є знання стандартів ресторанного сервісу, дотримання професійної етики та ознайомлення з нормативно-правовими документами, що регламентують діяльність закладів ресторанного господарства.

Перед початком роботи кожен працівник проходитиме вступний інструктаж щодо правил внутрішнього трудового розпорядку, стандартів обслуговування та організації виробничого процесу. Права, обов'язки та

відповідальність персоналу визначатимуться посадовими інструкціями, затвердженими керівництвом підприємства.

Посадові інструкції розроблятимуться відповідно до чинних нормативних вимог, кваліфікаційних характеристик посад та специфіки діяльності ресторану «Marani». З метою підтримання високого рівня сервісу керівництво закладу забезпечуватиме регулярне підвищення кваліфікації працівників шляхом проведення тренінгів, професійних навчань та внутрішніх програм розвитку персоналу.

Особлива увага приділятиметься питанням безпеки праці та захисту відвідувачів. Персонал зобов'язаний дотримуватися правил охорони праці, пожежної безпеки та санітарних норм, а також забезпечувати безпечні умови перебування гостей у закладі.

Формування команди ресторану здійснюватиметься з урахуванням не лише професійних компетенцій, а й особистісних якостей кандидатів. Важливими критеріями відбору є комунікабельність, доброзичливість, відповідальність, вміння працювати в колективі та орієнтація на потреби клієнтів. Оскільки ресторан «Marani» базується на концепції грузинської гостинності, особливого значення набуває здатність персоналу створювати атмосферу щирості, привітності та турботи про гостей.

Крім того, важливими характеристиками працівників є креативність, стресостійкість та гнучкість у вирішенні нестандартних ситуацій. Саме ці якості дозволяють забезпечити високий рівень обслуговування та підтримувати позитивну репутацію закладу.

Організаційна структура персоналу ресторану «Marani» передбачає наявність таких посад:

- менеджер ресторану;
- шеф-кухар;
- кухарі;
- офіціанти;
- бармени;

– прибиральники службових та гостьових приміщень.

Для працівників, які безпосередньо контактують із гостями, встановлюються такі загальні вимоги:

- знання та виконання посадових обов'язків відповідно до затверджених інструкцій;
- дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку;
- виконання санітарно-гігієнічних вимог та правил особистої гігієни;
- знання норм охорони праці, пожежної безпеки та техніки безпеки;
- високий рівень культури спілкування та професійної етики;
- знання стандартів ресторанного обслуговування та вимог до якості послуг;
- регулярне проходження навчання та підвищення кваліфікації.

При проектуванні інтер'єру ресторану «Marani» особлива увага приділяється поєднанню естетичної привабливості та практичності меблів. Усі елементи меблювання повинні відповідати загальній концепції закладу, забезпечувати комфорт гостей та витримувати інтенсивну експлуатацію.

Одним із найважливіших елементів оснащення залу є стільці, оскільки саме вони піддаються найбільшому навантаженню в процесі експлуатації. Зважаючи на це, для ресторану планується придбання меблів із високими показниками міцності та довговічності. Перевага надаватиметься виробам із натурального дерева та металу, які характеризуються стійкістю до механічних пошкоджень, тривалим терміном служби та привабливим зовнішнім виглядом.

Вибір матеріалів і конструктивних рішень здійснюватиметься з урахуванням стилю лофт, який є основою дизайнерської концепції ресторану. Поєднання металевих елементів із дерев'яними поверхнями дозволить створити гармонійний інтер'єр та підкреслити сучасний характер закладу.

Для облаштування гостьових зон передбачається використання столів прямокутної форми на металевому каркасі. Така конструкція забезпечує високу функціональність та дозволяє за потреби об'єднувати окремі столи в

більші композиції для обслуговування груп відвідувачів або проведення святкових заходів. Обране меблювання сприятиме створенню комфортних умов перебування гостей та відповідатиме концепції ресторану «Marani».

При облаштуванні барної зони особливу увагу доцільно приділити вибору барних стільців, оскільки вони є одним із ключових елементів комфорту відвідувачів. Для ресторану «Marani» планується використання барних стільців із міцним металевим каркасом та дерев'яними елементами оздоблення. Такі меблі відзначаються надійністю, довговічністю та здатністю витримувати інтенсивне щоденне навантаження. Крім того, їхній дизайн гармонійно поєднуватиметься із загальною стилістикою інтер'єру в стилі лофт.

Для організації харчування гостей передбачається використання меню типу *a la carte*, яке надає відвідувачам можливість самостійно обирати страви із запропонованого асортименту. При цьому кожна позиція меню готується безпосередньо після отримання замовлення, що забезпечує високу якість продукції та індивідуальний підхід до обслуговування гостей.

Важливе значення для формування позитивного враження про заклад має оформлення меню. Сучасні тенденції ресторанного дизайну орієнтуються на лаконічність, простоту сприйняття та функціональність. Саме тому для ресторану «Marani» обрано мінімалістичний стиль оформлення меню з чіткою структурою, зручним розміщенням інформації та використанням елементів фірмового стилю закладу.

Меню планується виконати у форматі аркуша А4. Односторінкове меню є зручним як для гостей, так і для персоналу, забезпечуючи швидке ознайомлення з асортиментом страв та напоїв. Кожна позиція міститиме окремо зазначену вартість, що сприятиме прозорості цінової політики закладу. Розроблене меню ресторану наведено в додатку А.2.

Важливою складовою діяльності ресторану є ефективна система матеріально-технічного забезпечення. Постачання сировини, напівфабрикатів, обладнання та інвентарю планується здійснювати через

спеціалізовані компанії сегмента HoReCa. Перевага надаватиметься місцевим виробникам та регіональним постачальникам, що дозволить забезпечити високу якість продукції, скоротити логістичні витрати та підтримати локальний бізнес. Перелік основних постачальників представлено в додатку А.3.

Для підвищення конкурентоспроможності ресторану та залучення нових сегментів споживачів передбачається впровадження комплексу додаткових послуг. Окрім основної діяльності, ресторан «Marani» планує пропонувати відвідувачам такі сервіси:

- проведення кулінарних майстер-класів та гастрономічних зустрічей за участю шеф-кухаря;
- надання кейтерингових послуг та організація виїзного обслуговування приватних і корпоративних заходів;
- реалізація подарункових сертифікатів на відвідування ресторану;
- проведення тематичних гастрономічних вечорів, присвячених грузинській культурі та кухні;
- допомога гостям у виклику таксі та надання додаткових сервісних послуг;
- організація вечорів живої музики та культурно-розважальних заходів;
- реалізація брендкованої сувенірної продукції під торговою маркою «Marani», зокрема посуду, текстильних виробів, подарункових наборів та аксесуарів.

Повний перелік послуг, які надаватимуться рестораном, наведено в додатку А.4.

Отже, розроблена концепція ресторану «Marani» відповідає сучасним тенденціям розвитку ресторанного господарства та враховує результати проведених маркетингових досліджень. Основні характеристики майбутнього закладу передбачають:

- ресторан на 100 посадкових місць та барну зону на 10 місць;
- функціонування під торговою маркою «Marani»;

- обслуговування гостей офіціантами з можливістю повного банкетного сервісу під час проведення урочистих заходів;
- організацію тематичних вечорів, сімейних свят, ювілеїв, ділових зустрічей та корпоративних заходів;
- режим роботи відповідно до чинних нормативно-правових вимог;
- здійснення діяльності протягом 352 днів на рік із проведенням одного санітарного дня щомісяця.

Реалізація запропонованої концепції дозволить створити сучасний конкурентоспроможний ресторан, орієнтований на популяризацію грузинської гастрономічної культури та задоволення потреб широкого кола споживачів.

Таблиця 1.3

Концептуальна характеристика ресторану «Marani» з урахуванням
сучасних гастрономічних трендів

Елемент концепції	Характеристика
1	2
Тип закладу	Ресторан
Категорія закладу	Перший клас
Концептуальне спрямування	Ресторан грузинської кухні з елементами сучасних гастрономічних трендів
Назва закладу	«Marani»
Торгова марка та фірмовий стиль	Власний логотип та корпоративна айдентика, виконані в грузинській стилістиці
Гастрономічна спеціалізація	Грузинська кухня з адаптованими авторськими позиціями та локальними продуктами
Локація	м. Дніпро, проспект Мануйлівський, 12
Тип розміщення	Окремо розташована будівля
Цільова аудиторія	Мешканці району та міста, молодь, сімейні відвідувачі, працівники підприємств, туристи та гості міста
Організація виробництва	Виробництво на сировині та напівфабрикатах різного ступеня готовності
Особливості концепції	Поєднання грузинської гостинності, сучасного сервісу та актуальних гастрономічних тенденцій
Формат обслуговування	Обслуговування офіціантами; повний банкетний сервіс під час проведення урочистих заходів
Організація дозвілля	Жива музика, тематичні гастрономічні вечори, святкові заходи та майстер-класи
Стиль інтер'єру	Лофт із використанням елементів грузинської культури та натуральних матеріалів
Цінова політика	Середній ціновий сегмент із орієнтацією на оптимальне співвідношення ціни та якості

Продовж. табл.1.3

1	2
Середній рівень торговельної націнки	У ресторані та барі – до 150 %
Програма лояльності	Знижка 5 % для постійних гостей; спеціальні пропозиції для військовослужбовців та іменинників
Асортимент продукції	Страви грузинської кухні, авторські страви, десерти власного виробництва, безалкогольні та алкогольні напої
Основні постачальники	Локальні виробники сировини та спеціалізовані постачальники сегмента HoReCa
Рекламна політика	Просування через соціальні мережі, геолокаційну рекламу, зовнішню рекламу, партнерські проекти та digital-маркетинг
Інструменти просування	Брендовані сторінки в соціальних мережах, таргетована реклама, рекламні конструкції, співпраця з блогерами та локальними медіа
Додаткові послуги	Кейтеринг, проведення банкетів, сімейних свят, корпоративних заходів, кулінарних майстер-класів, продаж подарункових сертифікатів
Стратегія розвитку	Регулярне оновлення меню відповідно до гастрономічних трендів, розширення спектра послуг, підвищення якості сервісу та зміцнення лояльності клієнтів
Потужність закладу	Ресторанна зала на 100 місць та барна зона на 10 місць
Режим роботи	Відповідно до чинного законодавства та потреб цільової аудиторії
Річний режим функціонування	352 робочі дні на рік із проведенням одного санітарного дня щомісяця
Конкурентні переваги	Автентична грузинська кухня, сучасний дизайн, високий рівень сервісу, додаткові послуги та орієнтація на сучасні гастрономічні тренди

Отже, за результатами проведених досліджень та аналізу ринкового середовища запропоновано створення ресторану грузинської кухні «Marani» у Амур-Нижньодніпровському районі міста Дніпро за адресою: проспект Мануйлівський, 12. Проєктом передбачено функціонування ресторанної зали на 100 посадкових місць та барної зони на 10 місць, що дозволить задовольнити потреби різних категорій споживачів.

Маркетингова політика закладу ґрунтуватиметься на застосуванні виваженої цінової стратегії, спрямованої на забезпечення оптимального співвідношення вартості та якості послуг. Формування цін здійснюватиметься з урахуванням ринкової ситуації, рівня цін основних конкурентів та купівельної спроможності цільової аудиторії. Такий підхід

сприятиме підтриманню конкурентоспроможності закладу та залученню постійних гостей.

Зростання прибутковості ресторану планується забезпечити за рахунок розширення обсягів реалізації продукції власного виробництва, удосконалення асортиментної політики та впровадження додаткових послуг. Одним із перспективних напрямів розвитку може стати виготовлення та реалізація напівфабрикатів грузинської кухні різного ступеня готовності, а також співпраця з іншими підприємствами ресторанного господарства та торговельними закладами щодо постачання окремих видів продукції. Це дозволить диверсифікувати джерела доходів підприємства та зміцнити його ринкові позиції в умовах конкурентного середовища.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «MARANI»

2.1. Моделювання сервісно-виробничого процесу

Ефективна організація сервісно-виробничого процесу є однією з основних умов успішного функціонування закладу ресторанного господарства. Від раціонального поєднання виробничих операцій та процесів обслуговування залежить якість готової продукції, швидкість виконання замовлень, рівень задоволеності споживачів і загальна ефективність діяльності підприємства.

Сервісно-виробничий процес ресторану являє собою сукупність взаємопов'язаних операцій, спрямованих на приймання, зберігання та обробку сировини, виробництво кулінарної продукції, реалізацію готових страв і надання послуг споживачам. Його структура визначається концепцією закладу, виробничою потужністю, асортиментом продукції та особливостями організації обслуговування гостей.

Відповідно до концепції ресторану грузинської кухні «Marani» сервісно-виробничий процес організовується за принципом безперервного руху матеріальних, інформаційних та сервісних потоків. Такий підхід забезпечує раціональну взаємодію між виробничими, складськими та торговельними підрозділами закладу, що сприяє підвищенню якості обслуговування та оптимізації використання ресурсів. Моделювання сервісно-виробничого процесу здійснюється шляхом побудови технологічної схеми функціонування ресторану, яка відображає послідовність виконання всіх операцій від надходження сировини до реалізації готової продукції споживачам. Розроблена модель дозволяє визначити взаємозв'язки між окремими структурними підрозділами підприємства, оптимізувати виробничі потоки та забезпечити дотримання санітарно-гігієнічних вимог.

У ресторані «Marani» виробничий процес починається з приймання продовольчої сировини та товарів від постачальників. Після перевірки якості та відповідності супровідної документації продукція надходить до складських приміщень, де здійснюється її короткочасне або тривале зберігання відповідно до встановлених температурних режимів.

Наступним етапом є підготовка сировини до виробництва. Для цього використовуються овочевий та м'ясо-рибний цехи, у яких здійснюються операції з первинної обробки продуктів. Підготовлена сировина надходить до гарячого та холодного цехів, де відбувається безпосереднє приготування страв відповідно до технологічних карт. Після завершення процесу приготування готова продукція передається на роздавальну лінію та реалізується через зал ресторану або барну зону. Обслуговування гостей здійснюється офіціантами відповідно до прийнятих стандартів сервісу. У разі проведення банкетів або спеціальних заходів передбачено повне обслуговування відвідувачів персоналом закладу.

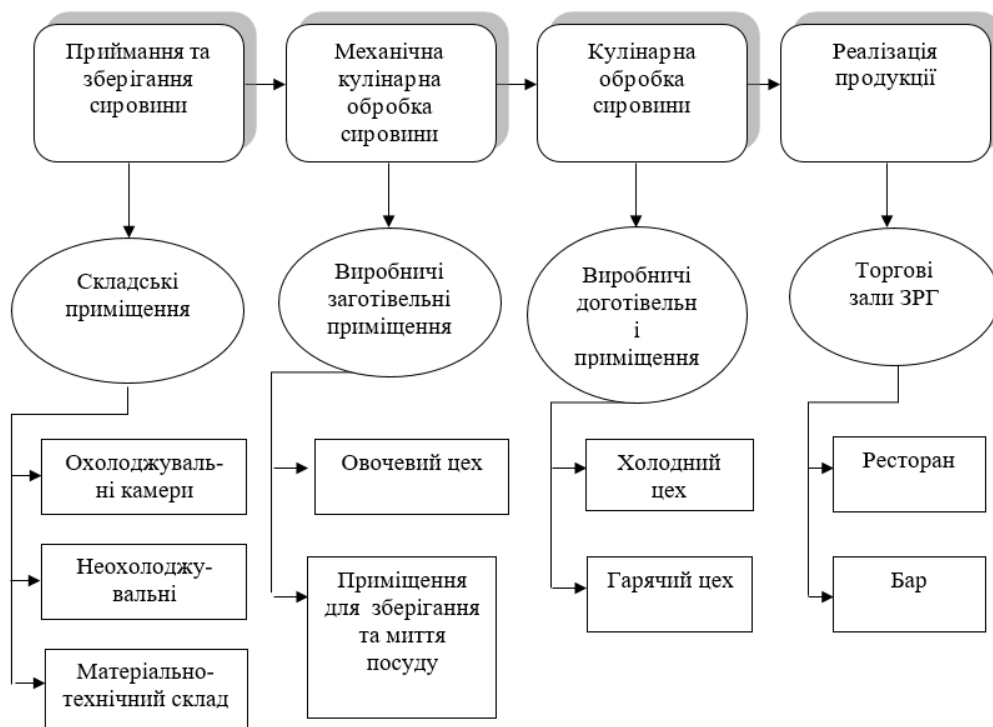


Рис. 2.1. Схема сервісно-виробничого процесу ресторану «Marani»

Таким чином, модель сервісно-виробничого процесу ресторану «Marani» забезпечує чітку послідовність виробничих і сервісних операцій, ефективне використання ресурсів підприємства та створює необхідні умови для надання якісних ресторанних послуг відповідно до сучасних вимог ресторанного бізнесу.

На основі розробленої концепції ресторану «Marani» сформовано модель сервісно-виробничого процесу, яка відображає послідовність виконання виробничих і сервісних операцій від моменту надходження сировини до обслуговування споживачів. Така модель забезпечує раціональну організацію роботи підприємства, ефективну взаємодію структурних підрозділів та належний рівень якості продукції й послуг.

Основні етапи сервісно-виробничого процесу включають:

1. Постачання, приймання та зберігання сировини

Виробнича діяльність ресторану розпочинається з постачання продовольчої сировини та супутніх товарів від постачальників. Після перевірки якості, кількості та супровідної документації продукція направляється до відповідних складських приміщень, де зберігається згідно з установленими санітарними та температурними вимогами.

2. Приймання замовлень від гостей

Після прибуття до ресторану гості ознайомлюються з меню та обирають страви і напої. Офіціант приймає замовлення, консультує відвідувачів щодо асортименту та передає інформацію до виробничих підрозділів через автоматизовану систему обліку.

3. Виробництво кулінарної продукції

Приготування страв здійснюється кухарями у відповідних виробничих цехах відповідно до технологічних карт та отриманих замовлень. Особлива увага приділяється дотриманню рецептури, якості продукції та своєчасності виконання замовлення.

4. Комплектація та подача замовлення

Після завершення приготування страви передаються на роздавальну лінію, де здійснюється контроль їх оформлення та відповідності замовленню. Далі готова продукція доставляється офіціантами безпосередньо до столів гостей.

5. Обслуговування споживачів

Протягом перебування відвідувачів у закладі персонал забезпечує належний рівень сервісу, контролює комфорт гостей та надає необхідні консультації щодо меню, напоїв і додаткових послуг.

6. Проведення розрахунку

Після завершення обслуговування офіціант надає рахунок та здійснює розрахунок із гостями готівковим або безготівковим способом із видачею фіскального чека.

7. Підготовка залу до наступного циклу обслуговування

Після вибуття відвідувачів персонал проводить прибирання столів, заміну столової білизни та повторне сервірування місць. Крім того, здійснюється поточне санітарне обслуговування торговельних і виробничих приміщень.

Кожна функціональна група приміщень ресторану виконує чітко визначені технологічні завдання, що забезпечує безперервність виробничого циклу та дотримання принципів потоковості. Такий підхід дозволяє оптимізувати переміщення сировини, готової продукції, персоналу та відвідувачів.

Організація процесу обслуговування гостей базується на поетапній моделі взаємодії між споживачем і персоналом закладу. Первинне обслуговування розпочинається у вестибюльній групі приміщень, де гостям надаються супутні послуги, зокрема користування гардеробом та санітарними кімнатами. Для цього передбачено облаштування гардеробної стійки, місць для зберігання верхнього одягу та необхідного санітарного обладнання. На цьому етапі гостей зустрічає адміністратор або хостес.

Основні ресторанні послуги надаються у торговельній залі та барній зоні. Для забезпечення комфортного перебування відвідувачів

використовуються меблі, столовий посуд, столові прибори, текстиль та декоративні елементи інтер'єру. Безпосередню взаємодію з гостями здійснюють адміністратор та офіціанти.

Допоміжні приміщення забезпечують безперервність процесу обслуговування. До їх складу входять роздавальна, сервізна, бар, приміщення офіціантів, мийна столового посуду, білизняна та інші виробничо-допоміжні зони. Роботу цих приміщень забезпечує персонал відповідної спеціалізації.

Процес обслуговування розпочинається із зустрічі гостей та їх розміщення за столом. Відвідувачів зустрічає хостес або адміністратор, який за необхідності пропонує скористатися гардеробом та супроводжує до обраного місця. Після розміщення гостям надається меню та карта напоїв.

У ресторані «Marani» передбачено обслуговування офіціантами. Для забезпечення якісного сервісу робочі місця персоналу оснащуються підсобними столиками та необхідним інвентарем. Кількість допоміжних меблів визначається відповідно до чисельності офіціантів, які працюють у зміні.

Для безперебійної роботи закладу передбачено трьохкратний запас столового посуду та приборів. Один комплект використовується у залі, другий знаходиться в мийному відділенні, а третій зберігається в сервізній. Такий резерв забезпечує можливість якісного обслуговування гостей навіть за високої інтенсивності роботи ресторану.

Приймаючи замовлення, офіціант надає відвідувачам інформацію про асортимент страв та напоїв, рекомендує фірмові позиції меню та допомагає сформулювати замовлення відповідно до побажань гостей. Після уточнення всіх деталей замовлення вноситься до електронної системи обліку та автоматично передається до відповідних виробничих підрозділів.

Подача страв здійснюється відповідно до прийнятих стандартів ресторанного сервісу та встановленої послідовності. Спочатку подаються холодні закуски, далі гарячі закуски, перші страви, основні страви та десерти.

Алкогільні напої подаються відповідно до замовлення гостей або рекомендацій персоналу.

У процесі обслуговування застосовуються різні методи подачі страв залежно від формату заходу та побажань клієнтів. Серед них:

- французький спосіб, який передбачає перекладання страви безпосередньо в тарілку гостя;
- англійський спосіб із використанням приставного столика;
- подача страв у стіл для самостійного розподілу між учасниками трапези.

До складу приміщень для гостей входять вестибюль, гардероб та санітарні вузли. Саме ці приміщення формують перше враження від закладу та суттєво впливають на оцінку рівня сервісу. Гардероб обладнується місцями для короткочасного зберігання верхнього одягу, а санітарні кімнати забезпечуються всім необхідним обладнанням і засобами гігієни для комфортного користування відвідувачами.

Таблиця 2.1

Оснащення санітарно-гігієнічних кімнат для відвідувачів

Найменування обладнання	Кількість, од.
Дозатори для рідкого мила	4
Умивальники з підведенням холодної та гарячої води	4
Тримачі для паперових рушників	2
Дзеркала настінні	4
Контейнери для використаних рушників та серветок	2
Тримачі для тканинних рушників	2
Тумби для догляду за взуттям	2
Електричні сушарки для рук	2

Таблиця 2.2

Комплектація туалетних кабін для гостей ресторану

Найменування обладнання	Кількість, од.
Тримачі для одноразових гігієнічних накладок на сидіння	4
Унітази	3
Комплекти для санітарної обробки санітарних приладів	4
Пісуари (чоловіча вбиральня)	2
Контейнери для використаного паперу	4
Тримачі туалетного паперу	4

Приміщення для обслуговування відвідувачів є основною функціональною зоною ресторану, у якій здійснюється реалізація кулінарної продукції, організація споживання страв та надання супутніх послуг. Саме торговельні приміщення формують комфортні умови перебування гостей та забезпечують ефективну взаємодію між споживачами й персоналом закладу.

Відповідно до концепції ресторану «Marani» проєктом передбачено облаштування основної зали на 100 посадкових місць та барної зони на 10 місць. Таке планувальне рішення дозволяє забезпечити комфортне розміщення гостей різних категорій та створити умови для організації як повсякденного обслуговування, так і проведення урочистих заходів.

Торгова група приміщень має зручний функціональний зв'язок із виробничими та допоміжними зонами ресторану. Зокрема, передбачено безпосередній доступ до роздавальної, сервізної, бару та мийної столового посуду, що сприяє скороченню часу обслуговування та підвищенню ефективності роботи персоналу.

Важливим елементом торговельного простору є барна зона, яка виконує не лише функцію реалізації напоїв, а й створює додатковий центр комунікації та відпочинку для відвідувачів. Для забезпечення безперебійної роботи бару передбачається встановлення сучасної барної стійки та комплектування її необхідним технологічним, холодильним і допоміжним обладнанням відповідно до виробничої програми закладу.

Таблиця 2.3

Оснащення барної зони ресторану «Marani»

Найменування обладнання	Модель	Вартість, грн	Кількість, од.
Професійна кавомашина	Special EK La Spaziale	104 875	1
Барний міксер	GoodFood MFD11	3 850	1
Льодогенератор	CB425AHC NEW Brema	57 626	1
Холодильний стіл	MXM CXC-4-60	56 262	1
Соковижималка для фрешів	EP7000 Espressions	15 951	1
POS-термінал	MG-V545T.02	—	1
Мийна ванна односекційна	APM-ЄКО 600×600×850	3 350	1

Для створення комфортного середовища перебування гостей під час проєктування ресторану «Marani» особлива увага приділяється організації торговельних приміщень. Планувальне рішення залу передбачає не лише розміщення посадкових місць для відвідувачів, а й облаштування функціональних зон для проведення культурно-розважальних заходів.

Відповідно до концепції закладу в структурі торговельної зали передбачено сценічний майданчик та простір для проведення тематичних вечорів, виступів музичних колективів і святкових заходів. Таке рішення дозволяє урізноманітнити дозвілля гостей та підвищити конкурентоспроможність ресторану на локальному ринку.

Інтер'єр ресторану виконано у стилі лофт із використанням натуральних матеріалів, декоративної цегляної кладки, металевих конструкцій та сучасних світлових рішень. Для формування комфортної атмосфери передбачено поєднання природного та штучного освітлення. У дизайні використовуються підвісні світильники, декоративні бра, локальне підсвічування барної стійки та акцентне освітлення окремих функціональних зон. Тепла кольорова гама інтер'єру сприяє створенню затишної атмосфери та позитивно впливає на емоційне сприйняття простору відвідувачами.

Склад та площі приміщень для обслуговування споживачів наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Експлікація приміщень для відвідувачів ресторану «Marani»

Найменування приміщення	Площа, м ²
Гардеробна	6
Вестибюльна група	50
Санітарний вузол для чоловіків	7
Санітарний вузол для жінок	7
Торговельна зала ресторану та барна зона	220
Разом	290

Отже, сумарна площа приміщень, призначених для обслуговування відвідувачів ресторану «Marani», становить 290 м², що відповідає нормативним вимогам щодо організації підприємств ресторанного

господарства даної потужності та забезпечує належний рівень комфорту для гостей закладу.

2.2. Розрахунок складських приміщень ресторану

Для забезпечення стабільної роботи ресторану «Marani» необхідно передбачити систему складських приміщень, призначених для приймання, короткочасного та поточного зберігання продовольчої сировини, напівфабрикатів, напоїв і матеріально-технічних ресурсів. Раціональна організація складського господарства дозволяє підтримувати необхідні виробничі запаси, забезпечувати безперебійне постачання виробничих цехів та створювати належні умови для збереження якості продукції.

Зважаючи на виробничу потужність ресторану та обсяги товарних запасів, у складі складської групи приміщень передбачається встановлення холодильного обладнання для зберігання швидкопсувної сировини, а також стелажного обладнання, підтоварників і спеціалізованих полиць для розміщення сухих продуктів, тари та допоміжних матеріалів.

Складське господарство ресторану виконує важливу функцію в загальній структурі виробничого процесу, оскільки забезпечує належні умови зберігання продовольчої сировини, алкогольних та безалкогольних напоїв, допоміжних матеріалів і господарського інвентарю. Ефективність його роботи безпосередньо впливає на якість продукції, ритмічність виробництва та економічні показники діяльності підприємства.

Під час проєктування складських приміщень необхідно враховувати низку організаційно-технологічних вимог. Насамперед складська група повинна мати зручний функціональний зв'язок із виробничими цехами та зоною приймання товарів, що забезпечує скорочення внутрішніх транспортних потоків і підвищує ефективність роботи персоналу.

Для раціонального використання площі передбачається застосування багаторівневих стелажів, контейнерів та іншого складського обладнання, яке

дозволяє систематизувати зберігання продукції відповідно до її виду та умов утримання. Усі місця зберігання повинні мати відповідне маркування, що спрощує контроль товарних запасів та прискорює процес комплектування сировини для виробництва.

Особлива увага приділяється забезпеченню необхідних мікрокліматичних умов. Для різних груп продуктів встановлюються окремі режими температури та вологості, що відповідають вимогам чинних санітарних норм. Для зберігання м'яса, риби, молочних продуктів, овочів та фруктів використовуються холодильні камери або холодильні шафи, тоді як бакалійна продукція розміщується у сухих складських приміщеннях.

Організація складського господарства також передбачає суворе дотримання санітарно-гігієнічних вимог і принципів безпечності харчових продуктів. Важливим елементом є контроль термінів придатності продукції, своєчасна ротація запасів та недопущення зберігання товарів із порушенням встановлених умов.

Для підвищення ефективності управління матеріальними ресурсами доцільно використовувати систему обліку товарних запасів, яка дозволяє контролювати надходження, рух та використання сировини в режимі реального часу. Це сприяє мінімізації втрат, оптимізації закупівель та зменшенню витрат на зберігання.

Проектування складських приміщень також передбачає створення безпечних умов праці для персоналу. Для цього забезпечуються достатнє освітлення, вентиляція, зручні проходи між стелажми та відповідність приміщень вимогам пожежної безпеки. Крім того, необхідно здійснювати регулярний контроль технічного стану холодильного та складського обладнання.

Площу складських приміщень визначають на основі нормативних показників навантаження на 1 м² площі підлоги з урахуванням добового запасу сировини, термінів її зберігання та виробничої потужності ресторану. Отримані результати використовуються для подальшого розрахунку окремих

складських приміщень та формування загальної площі складської групи ресторану «Marani».

На першому етапі розрахунку складських приміщень визначається корисна площа зберігання, тобто площа, безпосередньо зайнята запасами сировини та продовольчих товарів.

$$S = \frac{Q}{H}, \text{ м}^2 \quad (2.1)$$

де S – площа приміщення;

Q – кількість певних видів продуктів, які потрібно зберігати, кг;

H – норматив навантаження даного продукту на 1 м² площі підлоги, кг.

$$Q = Q_{\text{дн}} * t * K_m, \text{ кг}. \quad (2.2)$$

де: $Q_{\text{дн}}$ – денна кіл-сть сировини, кг;

t – термін зберігання сировини, діб;

Результати розрахунку необхідної площі для зберігання продовольчої сировини наведено в табл. 2.6. Для забезпечення належних умов зберігання швидкопсувних продуктів у складській групі приміщень передбачається встановлення холодильного обладнання. Місткість холодильних шаф визначається з урахуванням добового запасу продукції, що потребує охолодження, та розраховується за відповідною формулою:

$$E = \frac{Q}{\phi}, \text{ кг} \quad (2.3)$$

де: E – місткість шафи; л, кг

Q – кіл-сть сировини та н/ф, що зберігаються, кг;

ϕ – коефіцієнт, що враховує масу посуду, тари в яких знаходяться продукти (0,7...0,8).

$$E = 94/0,8 = 118 \text{ кг}$$

Таблиця 2.5

Визначення корисної площі складських приміщень для зберігання
продовольчої сировини

Найменування продукту	Од. вим.	Добова витрата	Термін зберігання, днів	Запас продукції, кг (л)	Нормативне навантаження, кг/м ²	Корисна площа, м ²	Обладнання для зберігання
Продукція, що потребує охолодження							
Морозиво	кг	1,0	8	7,0	—	—	Холодильна шафа
Вершки	л	1,0	2	3,0	—	—	Холодильна шафа
Молоко	л	25,0	2	77,0	—	—	Холодильна шафа
Халва	кг	0,5	8	1,3	—	—	Холодильна шафа
Банани	кг	1,5	3	5,5	—	—	Холодильна шафа
Продукція сухого зберігання							
Цукор	кг	8,0	29	211,0	299	0,68	Стелаж / підтоварник
Кава натуральна	кг	19,0	4	57,0	121	0,49	Стелаж / підтоварник
Лікєро-горілочна продукція	л	2,9	11	25,0	160	0,15	Стелаж / підтоварник
Сиропи	л	1,73	11	8,0	90	0,09	Стелаж / підтоварник
Чай	кг	1,3	3	6,0	120	0,05	Стелаж / підтоварник
Усього площа для сухих продуктів						1,46	

Таблиця 2.5 відображає результати розрахунку корисної площі, необхідної для розміщення запасів продовольчої сировини в складських приміщеннях ресторану «Marani». Для продукції з обмеженим терміном придатності передбачено використання холодильних шаф, тоді як бакалійні товари, напої та інші продукти тривалого зберігання розміщуються на стелажному обладнанні та підтоварниках. Такий підхід забезпечує дотримання умов зберігання різних груп товарів та сприяє ефективній організації складського господарства закладу.

Після визначення необхідного холодильного обладнання здійснюється розрахунок загальної площі складських приміщень. Для цього використовується відповідна розрахункова формула, яка враховує корисну площу, зайняту обладнанням і запасами продукції, а також коефіцієнт використання складського приміщення.

$$S_{\text{заг.}} = \frac{S_{\text{облад.}}}{\eta}, \text{ м}^2 \quad (2.4)$$

де: $S_{\text{заг. ск.}}$ – загальна площа приміщень, м^2 ;

$S_{\text{облад.}}$ – площа зайнята обладнанням, м^2 ;

η – коефіцієнт використання площі підлоги. 0,4

Подані обчислення наведено у таблиці 2.6

Таблиця 2.6

Розрахунок площі складського приміщення ресторану «Marani»

Найменування обладнання	Марка (тип)	Кількість, од.	Габаритні розміри, мм	Площа одиниці обладнання, м^2	Загальна площа, м^2
Холодильна шафа	Oasis 700	1	795 × 600	0,92	0,92
Підтоварник	ПТ-2	2	1050 × 850	0,95	1,90
Разом					2,82

Площа складського приміщення визначається з урахуванням коефіцієнта використання площі за формулою:

$$S_{ск} = 2,82 / 0,4 = 7,05 \text{ м}^2$$

Отже, розрахункова площа складського приміщення ресторану «Marani» становить 7,05 м². Отримане значення забезпечує достатній простір для розміщення холодильного та складського обладнання, організації раціонального зберігання продовольчої сировини та дотримання вимог щодо експлуатації складських приміщень у закладах ресторанного господарства.

2.3. Визначення площі виробничих приміщень

Виробничі приміщення є основою функціонування будь-якого закладу ресторанного господарства, оскільки саме в них здійснюється підготовка сировини, виготовлення кулінарної продукції та підготовка страв до реалізації споживачам. Раціональна організація виробничих зон безпосередньо впливає на продуктивність праці персоналу, якість готової продукції, дотримання санітарно-гігієнічних вимог та ефективність роботи підприємства загалом.

Під час проєктування виробничих приміщень ресторану «Marani» необхідно враховувати комплекс організаційно-технологічних вимог, які забезпечують безперервність виробничого процесу та створюють належні умови праці для персоналу.

Одним із ключових чинників є правильне визначення площі та взаємного розташування виробничих приміщень. Їх розміри повинні відповідати виробничій потужності закладу, асортименту продукції та обсягам переробки сировини. Важливо також забезпечити раціональний зв'язок між складською групою, виробничими цехами та торговельною залом для скорочення внутрішніх переміщень персоналу та матеріальних потоків.

Суттєве значення має ергономічна організація робочих місць. Розміщення технологічного обладнання, виробничих столів та допоміжного інвентарю повинно забезпечувати зручність виконання виробничих операцій,

зменшення фізичного навантаження на працівників та скорочення часу на виконання технологічних процесів.

Під час організації виробничих приміщень особлива увага приділяється питанням санітарії та безпеки. Виробничі цехи повинні відповідати вимогам чинного законодавства щодо безпечності харчових продуктів, мати належну систему вентиляції, достатнє освітлення та забезпечувати можливість проведення регулярного санітарного оброблення приміщень і обладнання.

Для підвищення ефективності виробництва важливим є впровадження раціональних технологічних схем та стандартів виконання виробничих операцій. Це дозволяє забезпечити стабільну якість продукції, зменшити виробничі втрати та підвищити продуктивність праці персоналу.

Ефективність роботи виробничих підрозділів значною мірою залежить від рівня оснащення сучасним технологічним обладнанням. Використання високопродуктивних теплових, механічних, холодильних та допоміжних апаратів сприяє оптимізації технологічних процесів і підвищенню якості готових страв.

У сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу доцільним є застосування інноваційних технологічних рішень, зокрема автоматизованих систем обліку замовлень, електронного контролю виробничих процесів та сучасних методів управління запасами сировини. Це дозволяє підвищити швидкість обслуговування гостей та ефективність управління підприємством.

З метою забезпечення раціональної організації виробництва виробничі приміщення ресторану поділяються на окремі функціональні зони відповідно до характеру виконуваних операцій. У структурі ресторану «Marani» передбачено овочевий, м'ясо-рибний, холодний та гарячий цехи, а також допоміжні виробничі приміщення. Такий розподіл забезпечує дотримання принципів потоковості виробництва та виключає перехрещення потоків сировини і готової продукції.

Важливою умовою безперебійної роботи виробничих приміщень є регулярне технічне обслуговування обладнання. Своєчасна профілактика та

ремонт дозволяють уникнути аварійних ситуацій і забезпечують стабільність виробничого процесу.

Не менш важливим фактором є професійна підготовка персоналу. Працівники виробничих цехів повинні володіти необхідними знаннями щодо експлуатації обладнання, дотримання технологічних режимів приготування страв та виконання вимог охорони праці й санітарно-гігієнічних норм.

Асортимент продукції ресторану «Marani» формується на основі результатів маркетингових досліджень, виробничої потужності закладу та прогнозованої кількості відвідувачів. Виробнича програма визначається з урахуванням коефіцієнтів споживання окремих груп страв та нормативних вимог до асортименту продукції закладів ресторанного господарства. Розрахунок добової кількості продукції, що підлягає виготовленню, здійснюється за відповідною розрахунковою формулою:

$$N_{\text{стр}} = N \cdot k, \quad (2.5)$$

де $N_{\text{стр}}$ – кількість страв, порції;

N – денна кількість відвідувачів закладу, людей;

k – коефіцієнт споживання страв.

Для визначення виробничої потужності ресторану «Marani» було розраховано прогнозовану кількість відвідувачів та обсяг реалізації кулінарної продукції протягом одного дня роботи закладу.

Розрахункова кількість споживачів за день становить:

$$N = 100 \times 5,5 = 550 \text{ осіб}$$

де 100 – кількість посадкових місць у ресторані;

5,5 – середня оборотність одного посадкового місця протягом дня.

Загальна кількість страв, що планується реалізовувати протягом доби, визначається за формулою:

$$n = 550 \times 3,5 = 1925 \text{ страв}$$

Отже, виробнича програма ресторану «Marani» передбачає виготовлення та реалізацію в середньому 1925 порцій страв на добу.

Розподіл добового обсягу продукції за основними групами меню наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Виробнича програма ресторану «Marani»

Група продукції	Коефіцієнт споживання	Кількість порцій, шт.
Салати та холодні закуски	0,30	350
Холодні закуски	0,18	340
Гарячі закуски	0,30	200
Перші страви	0,15	83
Основні гарячі страви	0,90	376
Страви, приготовлені на мангалі	0,90	376
Десерти	0,30	200
Разом	3,50	1925
Гарячі напої	0,50	550
Безалкогольні напої	0,64	350
Алкогільні напої	1,03	565

З огляду на концепцію ресторану грузинської кухні «Marani», найбільшу частку виробничої програми становлять основні гарячі страви та продукція, приготована на мангалі. Така структура асортименту відповідає гастрономічним традиціям грузинської кухні та споживчим уподобанням цільової аудиторії, визначеним під час маркетингових досліджень.

Розрахунок потреби ресторану в продовольчій сировині та товарах за основними товарними групами наведено в додатку Б.2. Отримані дані є основою для подальшого визначення виробничих площ, підбору технологічного обладнання та організації роботи виробничих цехів ресторану «Marani».

Визначемо площу овочевого цеху:

$$S_{\text{прим}} = \frac{S_{\text{устатк}}}{\eta}, \text{ м}^2 \quad (2.6)$$

де $S_{\text{ов цех}}$ — площа приміщення, м^2 ;

$S_{\text{устатк}}$ - площа, яку займає устаткування, м^2 ;

Ю – коефіцієнт використання площі приміщення.

Таблиця 2.8

Організація технологічного процесу в овочевому цеху ресторану «Marani»

Технологічна операція	Кількість сировини, кг	Найменування обладнання	Кількість, од.	Габаритні розміри, мм	Площа обладнання, м^2
				довжина	ширина
Овочевий цех					
Миття та первинна обробка картоплі й коренеплодів	8	Машина для миття та очищення овочів	1	450	600
Промивання овочевої сировини	20	Мийна ванна	1	600	600
Подрібнення та нарізання овочів	6	Овочерізальна машина	1	200	400
Тимчасове зберігання овочевої продукції	50	Підтоварник	1	900	700
Ручне доочищення та сортування	7	Виробничий стіл	1	1300	600
Обробка зелені та цибулевих овочів	4	Стіл із охолоджуваною секцією	1	750	600
Збирання виробничих відходів	—	Контейнер для відходів	1	250	250
Дотримання особистої гігієни персоналу	—	Умивальник для рук	1	400	300
Разом					

Загальна площа овочевого цеху визначається на основі сумарної площі встановленого обладнання та коефіцієнта використання виробничої площі:

$$S_{\text{ов. цех}} = 2,73 / 0,35 = 7,8 \text{ м}^2$$

Отже, розрахункова площа овочевого цеху ресторану «Marani» становить 7,8 м².

Овочевий цех призначений для приймання, миття, очищення, сортування та механічної обробки овочевої сировини, що використовується для приготування страв грузинської кухні. Запропонований склад обладнання забезпечує безперервність технологічного процесу, дотримання санітарно-гігієнічних вимог та ефективну організацію роботи персоналу.

Таблиця 2.9

Розрахунок площі мийного відділення столового посуду ресторану
«Marani»

Найменування обладнання	Кількість, од.	Габаритні розміри, мм	Площа одиниці, м²	Загальна площа, м²
Підтоварник	1	1000 × 500	0,50	0,50
Ванна мийна двосекційна	1	700 × 700	0,49	0,49
Виробничий стіл для сортування та збору харчових відходів	1	600 × 600	0,36	0,36
Стелаж для чистого посуду	1	500 × 500	0,25	0,25
Стіл для накопичення використаного посуду	1	1200 × 600	0,72	0,72
Разом				2,32

Загальна площа мийного відділення столового посуду визначається за формулою:

$$S_{\text{мийн.}} = 2,32 / 0,40 = 5,8 \text{ м}^2$$

Розрахункова площа мийної столового посуду ресторану «Marani» становить 5,8 м².

Для визначення необхідної площі холодного цеху ресторану «Marani» здійснюється підбір технологічного обладнання та розрахунок площі, яку воно займає. Результати розрахунків наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Розрахунок площі холодного цеху ресторану «Marani»

Найменування обладнання	Кількість, од.	Довжина, мм	Ширина, мм	Площа, м ²
Виробничий стіл	1	1100	700	0,77
Холодильна шафа	1	600	600	0,36
Збивальна машина	1	300	270	0,08
Машина для нарізання гастрономічної продукції	1	300	250	0,08
Овочерізка	1	500	300	0,15
Виробничий стелаж	1	1100	500	0,55
Мийна ванна	1	600	600	0,36
Електронні ваги	1	300	300	0,09
Соковижималка	1	260	300	0,08
Умивальник для рук	1	400	300	0,12
Контейнер для харчових відходів	1	250	250	0,07
Разом				2,71

Загальна площа холодного цеху визначається з урахуванням коефіцієнта використання виробничої площі:

$$S_{х.ц} = 4,41 / 0,35 = 12,6 \text{ м}^2$$

Розрахункова площа холодного цеху ресторану «Marani» становить 12,6 м². Передбачена площа забезпечує раціональне розміщення обладнання, необхідного для приготування холодних закусок, салатів, десертів та напоїв, а також створює належні умови для дотримання технологічних і санітарно-гігієнічних вимог.

Таблиця 2.11

Розрахунок площі гарячого цеху ресторану «Marani»

Найменування обладнання	Кількість, од.	Габаритні розміри, мм	Площа обладнання, м ²
		довжина	ширина
1	2	3	4
Універсальна кухонна машина	1	1000	700
Пароконвекційна піч	1	570	600
Виробничий стіл	2	1100	700
Електрична фритюрниця	1	550	600

Продовж. табл. 2.11

1	2	3	4
Виробничий стелаж	1	1100	500
Електрична плита з духовою шафою	1	500	550
Контактний електричний гриль	1	750	510
Кип'ятильник	1	350	250
Мийна ванна	1	500	500
Умивальник для миття рук	1	400	300
Холодильна шафа	1	600	600
Марміт електричний настільний	1	740	530
Електронні ваги	1	340	320
Контейнер для харчових відходів	1	250	250
Разом			

Після визначення складу технологічного обладнання виконується розрахунок площі гарячого цеху з урахуванням коефіцієнта використання виробничої площі:

$$S_{\text{гар. цеху}} = 6,80 / 0,35 = 19,4 \text{ м}^2$$

Розрахункова площа гарячого цеху ресторану «Marani» становить 19,4 м². Запроєктований цех забезпечує можливість виконання всіх основних технологічних операцій з теплової обробки продуктів, приготування перших і других страв, гарнірів, соусів та інших кулінарних виробів відповідно до виробничої програми закладу. Розміщення обладнання дозволяє організувати раціональні виробничі потоки та створити безпечні умови праці для персоналу.

2.4. Визначення площі адміністративно-побутових, технічних приміщень та загальної площі закладу

Адміністративно-побутові та технічні приміщення є невід'ємною складовою функціональної структури ресторану «Marani» та забезпечують належні умови для організації управлінської діяльності, роботи персоналу й

експлуатації інженерних систем підприємства. Раціональне планування цих приміщень сприяє підвищенню ефективності роботи закладу, створенню комфортних умов праці та дотриманню вимог охорони праці й санітарно-гігієнічних норм.

До адміністративної групи приміщень належать кабінети керівництва, робочі місця адміністративного персоналу, приміщення для проведення нарад та зберігання документації. Їх облаштування повинно забезпечувати комфортні умови праці, зручне розміщення меблів та оргтехніки, а також можливість ефективної організації управлінських процесів.

Побутові приміщення призначені для забезпечення потреб працівників закладу. До їх складу входять гардеробні, кімнати відпочинку персоналу, санітарні вузли та інші допоміжні приміщення. Їх наявність сприяє створенню належних умов праці та відновленню працездатності персоналу протягом робочого дня.

Технічна група приміщень забезпечує функціонування інженерних комунікацій ресторану. До неї належать приміщення для електрощитової, вентиляційного обладнання, систем водопостачання, каналізації, тепlopостачання та інших технічних систем, необхідних для безперебійної роботи закладу.

Під час проєктування адміністративно-побутових і технічних приміщень особлива увага приділяється раціональному використанню площі, забезпеченню належного рівня освітлення, вентиляції, пожежної безпеки та створенню безпечних умов праці для персоналу. Крім того, передбачається застосування сучасних енергоощадних технологій та інженерних рішень, що дозволяють підвищити ефективність експлуатації будівлі.

Для визначення площі адміністративно-побутових приміщень здійснюється підбір необхідного обладнання та меблів. Результати розрахунку наведено в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Розрахунок площі адміністративно-побутового приміщення ресторану
«Marani»

Найменування обладнання	Кількість, од.	Габаритні розміри, мм	Площа одиниці, м ²	Загальна площа, м ²
Письмовий стіл	1	1300 × 500	0,65	0,65
Офісне крісло	2	350 × 350	0,12	0,24
Шафа для документів	1	1200 × 500	0,60	0,60
Настінні полиці	2	1200 × 200	0,25	0,50
Відкритий стелаж	1	1000 × 400	0,40	0,40
Разом				2,39

Площа адміністративно-побутового приміщення визначається за формулою:

$$S_{\text{адм}} = 2,84 / 0,40 = 7,1 \text{ м}^2$$

Загальна площа адміністративно-побутового приміщення ресторану «Marani» становить 7,1 м², що забезпечує належні умови для організації роботи адміністративного персоналу та зберігання необхідної документації.

Після виконання розрахунків площ окремих функціональних зон ресторану «Marani» здійснюється узагальнення отриманих результатів. Зведені дані щодо площ приміщень для відвідувачів, виробничих, складських, адміністративно-побутових і технічних приміщень наведено в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Зведений розрахунок площ приміщень ресторану «Marani»

№ з/п	Найменування приміщення	Площа, м ²
1	2	3
Приміщення для обслуговування відвідувачів		
1	Гардеробна	6,0
2	Вестибюльна група	50,0
3	Санітарний вузол для чоловіків	7,0
4	Санітарний вузол для жінок	7,0
5	Торговельна зала ресторану та барна зона	220,0
	Разом	290,0
Виробничі приміщення		
6	Овочевий цех	8,3
7	Холодний цех	12,6
8	Гарячий цех	19,4

Продовж. табл. 2.13

1	2	3
9	Кондитерський цех	11,4
10	Мийна столового посуду	5,8
	Разом	57,5
Складська група приміщень		
11	Складські приміщення	7,1
	Разом	7,1
Адміністративно-побутові та технічні приміщення		
12	Адміністративно-побутове приміщення	7,1
	Разом	7,1
ЗАГАЛЬНА ПЛОЩА РЕСТОРАНУ «MARANI»		361,7

Отримані результати свідчать, що загальна площа ресторану «Marani» становить 361,7 м². Запроектований склад приміщень забезпечує раціональне поєднання виробничих, складських, адміністративних та торговельних зон, створює комфортні умови для відвідувачів і персоналу, а також відповідає функціональним вимогам, які висуваються до сучасних закладів ресторанного господарства.

Загальна площа ресторану визначається шляхом підсумовування площ усіх функціональних груп приміщень із подальшим урахуванням площі проходів, коридорів, технічних зон та особливостей об'ємно-планувального рішення будівлі.

Розрахунок виконується за формулою:

$$S_{\text{заг}} = S_p * K_2, \quad (2.7)$$

де S_p – робоча площа підприємства,

K_2 – коефіцієнт, що враховує поверховість будівлі (1,02–1,15).

$$S_p = S_k * K_1, \quad (2.8)$$

де S_k – корисна площа підприємства,

K_1 – коефіцієнт, що враховує площу коридорів, проходів, технічних приміщень (1,1–1,25). Він залежить від потужності та класу закладу ($K \rightarrow \max$ при малій потужності підприємства, наявності одного поверху).

Використовуючи отримані результати розрахунків, визначаємо робочу площу ресторану «Marani»:

$$S_p = 361,7 \times 1,1 = 397,87 \text{ м}^2$$

Далі визначаємо загальну площу будівлі:

$$S_{\text{заг}} = 397,87 \times 1,1 = 437,66 \text{ м}^2$$

Отже, розрахункова загальна площа ресторану «Marani» становить 437,66 м², що забезпечує можливість раціонального розміщення всіх необхідних функціональних зон та створення комфортних умов для гостей і персоналу.

Таким чином, проєктування ресторану «Marani» передбачає формування ефективної організаційно-виробничої структури, яка відповідає сучасним вимогам ресторанного бізнесу. Важливою умовою успішного функціонування закладу є раціональна організація виробничих процесів, оптимальне використання площі приміщень та забезпечення високого рівня сервісу.

Для підтримання конкурентоспроможності ресторану необхідно формувати збалансоване меню, яке поєднуватиме традиційні страви грузинської кухні та сучасні гастрономічні тенденції. Особливу увагу доцільно приділяти оптимізації виробничих процесів, скороченню часу виконання замовлень і впровадженню стандартів якості обслуговування.

Ефективна організація роботи персоналу також є важливим чинником успіху закладу. Формування графіків роботи повинно здійснюватися з урахуванням інтенсивності потоку відвідувачів та пікових годин завантаження ресторану. Наявність достатньої кількості кваліфікованих працівників дозволить забезпечити високий рівень сервісу, оперативне виконання замовлень та створення атмосфери справжньої грузинської гостинності.

Завдяки поєднанню якісної продукції, сучасного сервісу, продуманої організації виробництва та комфортного середовища ресторан «Marani» матиме необхідні передумови для успішного функціонування та зміцнення своїх позицій на ринку ресторанних послуг міста Дніпро.

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТНО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАНУ «MARANI»

3.1. Організація управління рестораном «Marani»

Ресторан «Marani», який планується до відкриття у місті Дніпро за адресою проспект Мануйлівський, 12, функціонуватиме у формі приватного підприємства. Така організаційно-правова форма є однією з найбільш поширених у сфері ресторанного бізнесу, оскільки забезпечує гнучкість управління, оперативність прийняття рішень та можливість ефективного контролю за діяльністю закладу.

Відповідно до чинного законодавства України підприємницьку діяльність у сфері ресторанного господарства можуть здійснювати як юридичні особи різних організаційно-правових форм, так і фізичні особи-підприємці. Вибір конкретної форми господарювання залежить від масштабів діяльності, обсягів інвестицій, кількості засновників та особливостей організації бізнесу.

Суб'єктами господарювання у сфері ресторанного бізнесу можуть виступати:

- юридичні особи приватної форми власності;
- фізичні особи-підприємці;
- представництва суб'єктів господарювання;
- відокремлені структурні підрозділи та філії підприємств.

Для здійснення господарської діяльності ресторану «Marani» необхідно пройти процедуру державної реєстрації та сформувати пакет установчих і дозвільних документів відповідно до вимог чинного законодавства України. До основних документів належать:

- реєстраційні документи суб'єкта господарювання;
- документи, що підтверджують державну реєстрацію підприємства;

- відомості про обрану систему оподаткування;
- документи щодо відкриття банківського рахунку;
- дозволи та погодження, передбачені законодавством для функціонування закладів ресторанного господарства;
- документи щодо реєстрації касової техніки та організації розрахункових операцій;
- внутрішня нормативна документація підприємства.

Після завершення державної реєстрації формується система управління закладом та розробляються внутрішні регламенти роботи, що визначають порядок функціонування ресторану, відповідальність працівників і стандарти обслуговування гостей.

Фінансування проєкту ресторану «Marani» планується здійснювати за рахунок власних коштів засновника. Такий підхід дозволяє знизити залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування та забезпечити більшу фінансову стабільність на початковому етапі діяльності.

Інвестиційні ресурси будуть спрямовані на придбання обладнання, меблів, інвентарю, проведення ремонтно-оздоблювальних робіт, закупівлю початкових запасів сировини, впровадження маркетингових заходів та формування необхідного оборотного капіталу. Управління фінансовими потоками здійснюватиметься через розрахунковий рахунок підприємства відповідно до вимог чинного законодавства.

Організаційна структура управління рестораном «Marani» формуватиметься за лінійно-функціональним принципом, що забезпечить ефективну координацію роботи всіх структурних підрозділів закладу. До складу управлінського персоналу входитимуть керівник ресторану, адміністратор, шеф-кухар та керівники окремих напрямів діяльності.

Запропонована система управління дозволить забезпечити ефективне функціонування ресторану, своєчасне реагування на зміни ринкового середовища та створити необхідні умови для успішної реалізації концепції ресторану грузинської кухні «Marani».

Таблиця 3.1

Перелік документів, необхідних для реєстрації та започаткування
діяльності ресторану «Marani»

№ з/п	Назва документа	Призначення документа
1	Рішення засновника про створення підприємства	Фіксує намір засновника щодо відкриття ресторану, визначає основні напрями діяльності та порядок організації роботи підприємства.
2	Статут підприємства	Визначає правовий статус закладу, мету діяльності, порядок управління, права та обов'язки учасників господарської діяльності.
3	Реєстраційна заява встановленого зразка	Містить основні відомості про суб'єкта господарювання та подається для внесення до Єдиного державного реєстру.
4	Відомості про кінцевого бенефіціарного власника	Подаються відповідно до вимог законодавства щодо прозорості структури власності підприємства.
5	Документ, що підтверджує особу засновника	Використовується для ідентифікації фізичної особи під час проведення реєстраційних процедур.
6	Документ про сплату адміністративного збору (за потреби)	Підтверджує внесення платежу за здійснення окремих реєстраційних дій.
7	Повідомлення про відкриття поточного рахунку в банківській установі	Засвідчує відкриття рахунку для проведення фінансово-господарських операцій підприємства.
8	Документи щодо формування стартового капіталу	Підтверджують наявність фінансових ресурсів для забезпечення діяльності ресторану та реалізації інвестиційного проєкту.
9	Договори оренди або документи на право користування приміщенням	Підтверджують законні підстави для розміщення ресторану за обраною адресою.
10	Дозвільна та повідомна документація відповідно до чинного законодавства	Забезпечує законність функціонування закладу ресторанного господарства та відповідність вимогам контролюючих органів.

Вищезазначений пакет документів є необхідною основою для державної реєстрації та подальшого функціонування ресторану «Marani». Своєчасне оформлення реєстраційної та дозвільної документації забезпечує правомірне ведення господарської діяльності, мінімізує юридичні ризики та створює передумови для ефективної роботи закладу ресторанного господарства.

Формування статутного капіталу ресторану «Marani» планується здійснювати за рахунок власних коштів засновника. Розмір початкових інвестицій становитиме не менше 1 000 000 грн, що дозволить забезпечити фінансування витрат, пов'язаних із відкриттям закладу, придбанням обладнання, меблів, інвентарю та формуванням необхідного оборотного капіталу. Поповнення фінансових ресурсів підприємства здійснюватиметься шляхом внесення коштів на поточний рахунок ресторану відповідно до вимог чинного законодавства України.

Для забезпечення ефективного функціонування ресторану «Marani» необхідно сформувати раціональну систему управління та визначити функціональні обов'язки кожного структурного підрозділу. Організаційна структура повинна забезпечувати чіткий розподіл відповідальності між працівниками, координацію виробничих і сервісних процесів, а також оперативне прийняття управлінських рішень. На основі обраної структури управління буде побудовано схему підпорядкування персоналу та визначено основні завдання кожної посадової одиниці.

Важливим елементом стратегічного управління рестораном є формування його місії, яка відображає головну ідею діяльності закладу, його цінності та пріоритети розвитку. Саме місія визначає призначення підприємства, формує його корпоративну культуру та є основою для постановки стратегічних цілей.

Місією ресторану «Marani» є популяризація грузинської гастрономічної культури через створення сучасного ресторанного простору, у якому поєднуються автентичні традиції грузинської кухні, високий рівень сервісу та актуальні гастрономічні тренди. Заклад прагне забезпечити гостям яскраві емоції, якісний відпочинок та незабутні враження від знайомства з культурою грузинської гостинності.

Для реалізації місії ресторан орієнтується на використання якісної сировини, впровадження сучасних підходів до обслуговування, створення комфортної атмосфери та підтримання високих стандартів якості продукції.

Водночас діяльність закладу спрямована на досягнення стабільних фінансових результатів і зміцнення конкурентних позицій на ринку ресторанних послуг міста Дніпро.

Після формування місії доцільно здійснити оцінку її відповідності інтересам основних зацікавлених сторін: споживачів, працівників, власника, партнерів, постачальників та місцевої громади. Такий підхід дозволяє забезпечити узгодженість стратегічних орієнтирів підприємства із зовнішнім середовищем та сформуванню системи цілей, спрямованих на довгостроковий розвиток ресторану «Marani». Саме місія виступає фундаментом для визначення стратегічних і тактичних завдань закладу та забезпечує єдиний вектор його подальшого розвитку.

Таблиця 3.2

Очікування основних зацікавлених сторін щодо діяльності ресторану
«Marani»

Зацікавлена сторона	Основні очікування
Управлінський персонал	Конкурентоспроможний рівень оплати праці, професійний розвиток, можливість кар'єрного зростання, ефективна система мотивації та участь у прийнятті управлінських рішень.
Споживачі	Висока якість страв і напоїв, безпечність продукції, якісний сервіс, комфортна атмосфера, справедливий рівень цін та широкий асортимент послуг.
Власник підприємства	Отримання прибутку, стабільне зростання вартості бізнесу, підвищення рентабельності діяльності, зміцнення ринкових позицій ресторану та ефективне використання інвестиційних ресурсів.
Працівники закладу	Стабільна зайнятість, гідна заробітна плата, безпечні та комфортні умови праці, можливості професійного навчання та соціальні гарантії.
Постачальники	Довгострокова співпраця, своєчасне виконання договірних зобов'язань, стабільні обсяги закупівель та взаємовигідні партнерські відносини.
Державні органи та місцева громада	Дотримання вимог законодавства, своєчасна сплата податків і зборів, створення нових робочих місць, участь у соціальних та благодійних проєктах, відповідальне ведення бізнесу.

Отже, ефективне функціонування ресторану «Marani» передбачає врахування інтересів усіх зацікавлених сторін. Збалансування їхніх очікувань сприятиме формуванню позитивної ділової репутації закладу, підвищенню

рівня конкурентоспроможності та забезпеченню стабільного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Ось якісний академічний рерайт для дипломної роботи:

Під час розроблення концепції ресторану «Marani» та формування системи управління закладом враховуються вимоги чинного законодавства України, зокрема положення Господарського кодексу України, Правил роботи закладів ресторанного господарства та нормативно-правових актів, що регулюють здійснення торговельної діяльності й обслуговування споживачів. На основі зазначених документів визначаються функції, повноваження та відповідальність керівників різних рівнів управління, а також порядок організації діяльності підприємства.

Формування системи управління рестораном передбачає розроблення комплексу внутрішніх регламентів, які забезпечують ефективне виконання управлінських функцій, координацію діяльності структурних підрозділів та регулювання основних бізнес-процесів. Особлива увага приділяється створенню організаційних механізмів, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності закладу та забезпеченню високої якості обслуговування гостей.

Важливим етапом проектування є побудова раціональної організаційної структури управління. Вона передбачає визначення складу структурних підрозділів, встановлення функціональних зв'язків між ними, розподіл управлінських повноважень та відповідальності. Основою для формування структури виступають виробнича програма закладу, чисельність персоналу та специфіка діяльності ресторану.

Під час розроблення організаційної структури доцільно використовувати метод аналогій, який базується на вивченні досвіду функціонування успішних закладів ресторанного господарства аналогічного формату. Такий підхід дозволяє адаптувати перевірені управлінські рішення до умов діяльності ресторану «Marani» та мінімізувати ризики організаційного характеру.

Наступним етапом є формування штатного розпису підприємства, що включає визначення переліку посад, чисельності працівників, рівня оплати праці та системи матеріального стимулювання персоналу. Раціонально побудована система мотивації сприяє підвищенню продуктивності праці, якості обслуговування та лояльності працівників до підприємства.

Одним із ключових напрямів кадрової політики є підбір персоналу. Цей процес передбачає пошук, оцінювання та залучення кандидатів, професійні та особистісні характеристики яких відповідають вимогам конкретних посад. Формування кадрового складу може здійснюватися як за рахунок внутрішніх ресурсів підприємства, так і шляхом залучення працівників із зовнішнього ринку праці.

Внутрішній добір персоналу передбачає кар'єрне просування працівників, розширення їх функціональних обов'язків або переведення на інші посади. Перевагою такого підходу є наявність інформації про професійні якості працівника, його досвід та рівень адаптації до корпоративної культури підприємства. Зовнішній добір, у свою чергу, дозволяє залучити нових фахівців, які можуть запропонувати сучасні підходи до роботи та сприяти впровадженню інноваційних рішень.

Важливою складовою кадрової політики ресторану є професійний розвиток працівників. Для підвищення кваліфікації персоналу можуть використовуватися різні форми навчання, зокрема стажування, тренінги, семінари, майстер-класи та виробничі інструктажі. Одним із найбільш поширених методів підготовки працівників є навчання безпосередньо на робочому місці під керівництвом досвідчених фахівців.

Процедура відбору кандидатів передбачає комплексне оцінювання їхніх професійних компетенцій, особистісних якостей, попереднього досвіду роботи та здатності ефективно виконувати посадові обов'язки. Аналіз організаційної структури та кадрового потенціалу підприємства дозволяє сформувати ефективну кадрову політику, спрямовану на залучення,

утримання та розвиток персоналу, що є важливою передумовою успішного функціонування ресторану «Marani».

Таблиця 3.3

Штатна чисельність та структура персоналу ресторану «Marani»

Категорія персоналу	Посада	Кількість працівників, осіб
Адміністративно-управлінський персонал		
	Директор ресторану	1
	Бухгалтер	1
	Адміністратор залу	2
Разом адміністративно-управлінський персонал		4
Виробничий персонал		
	Шеф-кухар	1
	Кухарі гарячого цеху	3
	Кухарі холодного цеху	2
	Працівники овочевого цеху	2
	Кондитер	1
	Мийники кухонного та столового посуду	2
Разом виробничий персонал		11
Обслуговуючий персонал		
	Офіціанти	8
	Бармени	2
	Гардеробник	1
	Прибиральники службових та торговельних приміщень	2
Разом обслуговуючий персонал		13
ЗАГАЛЬНА ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ		28

Запропонована структура персоналу забезпечує ефективну організацію виробничих та сервісних процесів ресторану «Marani». Розподіл працівників за функціональними групами дозволяє забезпечити безперебійну роботу закладу, підтримувати високий рівень обслуговування гостей та гарантувати якість продукції відповідно до концепції сучасного ресторану грузинської кухні.

Для забезпечення ефективної роботи ресторану «Marani» необхідно визначити оптимальну чисельність персоналу та сформулювати його раціональну

структуру відповідно до виробничої потужності закладу, асортименту продукції та особливостей організації обслуговування гостей.

Планування кадрового складу здійснюється за основними категоріями працівників: адміністративно-управлінський персонал, виробничий персонал та працівники сфери обслуговування. Такий підхід дозволяє забезпечити чіткий розподіл функціональних обов'язків, ефективну координацію діяльності структурних підрозділів та належний рівень сервісу.

Основою для розрахунку потреби в персоналі є виробнича програма ресторану, режим роботи підприємства, організаційна структура управління, а також функціональний розподіл праці між окремими категоріями працівників. При цьому враховуються взаємозв'язки між виробничими, адміністративними та сервісними підрозділами, що забезпечує безперервність виробничо-торговельного процесу.

Для визначення професійного складу працівників використовуються положення Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників, а також вимоги національних стандартів у сфері ресторанного господарства. Це дає можливість встановити необхідний рівень освіти, професійної підготовки та практичних навичок для кожної посади.

Сформована кадрова структура ресторану «Marani» спрямована на забезпечення високої якості обслуговування гостей, ефективної організації виробництва та раціонального використання трудових ресурсів. На основі визначеної чисельності персоналу здійснюється розрахунок фонду оплати праці на плановий період, результати якого наведено в таблиці 3.4.

Отже, загальна чисельність персоналу ресторану «Marani» становить 28 осіб. Плановий фонд оплати праці складає 581,9 тис. грн на місяць або 6 982,8 тис. грн на рік, що забезпечує належний рівень матеріального стимулювання працівників та створює передумови для формування професійної й мотивованої команди закладу.

Таблиця 3.4

Розрахунок фонду основної заробітної плати персоналу ресторану
«Marani»

№ з/п	Посада	Кількість працівників, осіб	Місячний оклад, грн	Місячний фонд оплати праці, грн	Доплати та надбавки, грн	Загальний місячний ФОП, грн
Адміністративно-управлінський персонал						
1	Директор	1	30 000	30 000	3 000	33 000
2	Бухгалтер	1	24 000	24 000	2 400	26 400
3	Адміністратор залу	2	22 000	44 000	4 400	48 400
	Разом	4		98 000	9 800	107 800
Виробничий персонал						
4	Шеф-кухар	1	28 000	28 000	2 800	30 800
5	Кухарі гарячого цеху	3	20 000	60 000	6 000	66 000
6	Кухарі холодного цеху	2	19 000	38 000	3 800	41 800
7	Працівники овочевого цеху	2	18 000	36 000	3 600	39 600
8	Кондитер	1	20 000	20 000	2 000	22 000
9	Мийники посуду	2	16 000	32 000	3 200	35 200
	Разом	11		214 000	21 400	235 400
Обслуговуючий персонал						
10	Офіціанти	8	17 000	136 000	13 600	149 600
11	Бармени	2	18 000	36 000	3 600	39 600
12	Гардеробник	1	15 000	15 000	1 500	16 500
13	Прибиральники	2	15 000	30 000	3 000	33 000
	Разом	13		217 000	21 700	238 700
	Усього за місяць	28		529 000	52 900	581 900
	Усього за рік			6 348 000	634 800	6 982 800

Проведемо аналіз фонду оплати праці ресторану «Marani». Під час визначення планового фонду основної заробітної плати враховано чинний

порядок соціального страхування працівників, відповідно до якого виплати за період тимчасової непрацездатності частково компенсуються за рахунок коштів соціального страхування. У зв'язку з цим розрахунковий фонд основної заробітної плати коригується на 2 %.

Розмір такого коригування становить:

$$6\,982\,800 \times 2\% = 139\,656 \text{ грн}$$

Тоді плановий фонд основної заробітної плати дорівнюватиме:

$$6\,982\,800 - 139\,656 = 6\,843\,144 \text{ грн}$$

Отже, розрахунковий фонд основної заробітної плати персоналу ресторану «Marani» на плановий рік становить 6 843 144 грн.

Чисельність працівників виробничих та обслуговуючих підрозділів визначена відповідно до виробничої програми закладу, обраного формату обслуговування, режиму роботи підприємства та вимог до якості надання ресторанних послуг. Формування кадрового складу здійснюється з урахуванням кваліфікаційних характеристик посад і професій, передбачених чинними нормативними документами.

Для забезпечення ефективного функціонування системи оплати праці адміністрація ресторану зобов'язана дотримуватися таких принципів:

- своєчасно та в повному обсязі здійснювати виплату заробітної плати відповідно до вимог трудового законодавства;
- забезпечувати контроль за правильністю нарахування заробітної плати, премій, доплат та інших видів матеріального стимулювання;
- застосовувати систему матеріального заохочення з урахуванням особистого внеску працівника у результати діяльності підприємства;
- встановлювати надбавки та премії за високі виробничі показники, професійну майстерність, якість обслуговування та досягнення встановлених цільових показників;
- використовувати додаткові форми матеріального стимулювання для працівників, які виконують особливо важливі виробничі завдання;

- здійснювати коригування організації праці та системи оплати відповідно до змін обсягів діяльності підприємства;
- гарантувати рівень оплати праці не нижче встановлених державою соціальних стандартів;
- забезпечувати рівні можливості професійного розвитку та кар'єрного зростання працівників;
- надавати соціальні гарантії та пільги відповідно до вимог чинного законодавства України.

Таким чином, сформована система оплати праці ресторану «Marani» спрямована на забезпечення соціальної захищеності працівників, підвищення їхньої мотивації та створення умов для досягнення високих результатів господарської діяльності підприємства.

3.2. Розрахунок економічних показників концепції ресторану

Економічна ефективність діяльності ресторану «Marani» значною мірою залежить від обсягів реалізації продукції та послуг. Основним джерелом формування доходів закладу є продаж страв власного виробництва, напоїв та супутніх товарів. Додатково підприємство отримуватиме прибуток від надання додаткових сервісів, зокрема організації банкетів, кейтерингового обслуговування, проведення тематичних заходів та реалізації брендованої продукції.

Загальний товарооборот ресторану складається з двох основних складових:

- реалізації продукції власного виробництва;
- продажу закупних товарів і напоїв.

Для визначення прогнозного обсягу товарообороту закладів ресторанного господарства використовують різні методичні підходи. Найчастіше розрахунки базуються на середньому чеку відвідувача, кількості гостей, виробничій програмі закладу, а також середньозважених цінах

реалізації продукції та товарів. Такий підхід дозволяє отримати найбільш обґрунтований прогноз майбутніх доходів підприємства.

Місячний товарооборот визначається за формулою:

$$ТО_{\text{м}} = Q \times N \times T, \quad (3.1)$$

де: Q – середня сума одного чека, грн (без урахування ПДВ);

N – середньоденна кількість відвідувачів, осіб;

T – кількість робочих днів у місяці.

Для ресторанів формату casual dining у місті Дніпро середній чек становить орієнтовно 300 грн без урахування алкогольних напоїв. Кількість гостей, які відвідують заклад протягом дня, визначається за формулою:

$$N = P \times z, \quad (3.2)$$

де: P – кількість посадкових місць у залі;

z – середня оборотність одного посадкового місця за день.

Для ресторану «Marani»:

$$N = 100 \times 5,5 = 550 \text{ осіб}$$

Отже, прогнозна кількість відвідувачів становить 550 гостей на добу.

Місячний товарооборот ресторану дорівнює:

$$ТО_{\text{м}} = 300 \times 550 \times 28 = 4\,620\,000 \text{ грн}$$

Річний обсяг товарообороту визначається за формулою:

$$ТО_{\text{р}} = ТО_{\text{м}} \times 12, \quad (3.3)$$

де: $ТО_{\text{р}}$ – річний товарооборот ресторану, грн.

$$ТО_{\text{р}} = 4\,620\,000 \times 12 = 55\,440\,000 \text{ грн}$$

Таким чином, прогнозований річний товарооборот від реалізації продукції власного виробництва ресторану «Marani» становить 55 440 000 грн.

Отриманий показник є базою для подальших економічних розрахунків, зокрема визначення валового доходу, витрат діяльності, прибутку та показників рентабельності проєктованого закладу ресторанного господарства.

Таблиця 3.5

Плановий обсяг реалізації закупівельних товарів ресторану «Marani»

Найменування товарної групи	Реалізація за день, од.	Середня ціна реалізації, грн	Денний товарооборот, грн	Місячний товарооборот (28 днів), грн	Річний товарооборот, грн
Грузинські білі вина	25	450	11 250	315 000	3 780 000
Грузинські червоні вина	35	500	17 500	490 000	5 880 000
Ігристі вина та шампанське	20	450	9 000	252 000	3 024 000
Міцні алкогольні напої	30	550	16 500	462 000	5 544 000
Безалкогольні напої та мінеральна вода	250	80	20 000	560 000	6 720 000
Фірмові лимонади та прохолодні напої	120	90	10 800	302 400	3 628 800
Разом	480	—	85 050	2 381 400	28 576 800

Отже, прогнозований річний товарооборот від реалізації закупівельних товарів ресторану «Marani» становить 28 576 800 грн. Найбільшу частку в структурі реалізації формують безалкогольні напої, грузинські вина та міцні алкогольні напої, що відповідає концепції ресторану грузинської кухні та споживчим уподобанням цільової аудиторії закладу.

Таким чином, прогнозований річний товарооборот ресторану «Marani» становить 84 016 800 грн, з яких 55 440 000 грн припадає на реалізацію продукції власного виробництва, а 28 576 800 грн – на продаж закупівельних товарів і напоїв. Отримані результати свідчать про достатній потенціал закладу щодо формування стабільного доходу та забезпечення ефективної господарської діяльності.

Для реалізації проєкту ресторану необхідно визначити орієнтовний обсяг капіталовкладень у будівництво та оснащення підприємства. Попередня вартість створення ресторану розраховується на основі укрупнених показників вартості будівельно-монтажних робіт, інженерного забезпечення та внутрішнього оздоблення приміщень. Відповідні розрахунки наведені у додатку В1.

Згідно з проведеними розрахунками, загальна кошторисна вартість будівництва ресторану «Marani» у місті Дніпро становить 3 191 000 грн.

Наступним етапом економічного обґрунтування є визначення складу та структури основних засобів, необхідних для функціонування закладу. До основних засобів належать матеріальні активи, які використовуються у виробничій, торговельній та адміністративній діяльності підприємства протягом терміну, що перевищує один рік.

Первісна вартість основних засобів формується на момент введення об'єкта в експлуатацію та відображається на балансі підприємства. До складу основних засобів ресторану належать будівлі та споруди, технологічне обладнання, меблі, інвентар, комп'ютерна техніка, касове обладнання та інші матеріальні активи, необхідні для здійснення господарської діяльності.

Під час формування вартості основних засобів враховується, що вартість технологічного обладнання орієнтовно становить близько 20 % від загальної вартості будівництва. Додатково передбачаються витрати на допоміжне обладнання, меблі, виробничий інвентар, контрольно-вимірювальні прилади та інші технічні засоби, необхідні для забезпечення повноцінної роботи ресторану.

Важливим елементом фінансового планування є розрахунок амортизаційних відрахувань. Амортизація відображає поступове перенесення вартості основних засобів на собівартість продукції та послуг протягом строку їх корисного використання.

Нарахування амортизації здійснюється відповідно до вимог чинного податкового та бухгалтерського законодавства України. Для розрахунку

амортизаційних відрахувань основні засоби групуються за видами активів та відповідними нормами амортизації:

- група 1 — будівлі, споруди та передавальні пристрої;
- група 2 — транспортні засоби, меблі та обладнання;
- група 3 — інші основні засоби виробничого призначення;
- група 4 — комп'ютерна техніка, програмне забезпечення та засоби автоматизації.

Розмір амортизаційних відрахувань за кожною групою основних засобів визначається на основі їх первісної вартості та встановлених нормативів амортизації. Отримані результати використовуються при розрахунку експлуатаційних витрат ресторану та оцінюванні економічної ефективності проєкту. Детальний розподіл основних засобів і суми амортизаційних відрахувань наведено у відповідних розрахункових таблицях.

Таблиця 3.6

Розрахунок річних амортизаційних відрахувань за групами основних засобів ресторану «Marani»

Група основних засобів	Первісна вартість, тис. грн	Норма амортизації, %	Річна амортизація, сума тис. грн
Будівлі та споруди	3 191,0	2	63,8
Холодильне обладнання	20,3	10	2,0
Механічне обладнання	30,1	10	3,0
Теплове обладнання	20,8	10	2,1
Торговельно-технологічне обладнання	24,4	10	2,4
Контрольно-вимірювальні прилади	22,6	10	2,3
Меблі та офісне обладнання	118,6	10	11,9
Транспортні засоби	10,6	10	1,1
Комп'ютерна техніка та програмне забезпечення	18,0	15	2,7
Засоби зв'язку та телекомунікаційне обладнання	4,0	15	0,6
Разом	3 460,4	—	91,9

Розрахунок амортизаційних відрахувань здійснювався відповідно до встановлених норм амортизації для окремих груп основних засобів.

Найбільшу частку в структурі необоротних активів ресторану «Marani» займають будівлі та споруди, частка яких становить понад 90 % загальної вартості основних засобів підприємства. Загальна річна сума амортизаційних відрахувань становить 91,9 тис. грн, що буде враховано під час формування витрат діяльності та розрахунку фінансових результатів роботи ресторану.

До складу необоротних активів ресторану «Marani» належать матеріальні ресурси, які використовуються у господарській діяльності підприємства протягом періоду, що перевищує один рік, та поступово переносять свою вартість на собівартість продукції й послуг через механізм амортизації. До цієї групи належать будівлі, споруди, технологічне обладнання, меблі, транспортні засоби, комп'ютерна техніка та інші матеріальні активи, необхідні для функціонування закладу.

Наступним етапом економічного обґрунтування проєкту є планування поточних витрат ресторану «Marani». Формування витратної частини бюджету підприємства дозволяє визначити майбутню собівартість продукції та послуг, спрогнозувати фінансовий результат діяльності й оцінити економічну ефективність реалізації концепції закладу.

Під час розроблення фінансового плану ресторану були визначені такі основні показники:

- планова собівартість продукції власного виробництва та закупівельних товарів;
- операційні витрати за основними статтями калькуляції;
- загальна сума поточних витрат підприємства за рік;
- прогнозований фінансовий результат діяльності.

Собівартість реалізованої продукції характеризує сукупність витрат, безпосередньо пов'язаних із виробництвом та реалізацією страв, напоїв і товарів. До її складу входять витрати на сировину, напівфабрикати, закупівельні товари, паливно-енергетичні ресурси та інші матеріальні витрати, необхідні для забезпечення виробничого процесу.

Собівартість реалізованих закупівельних товарів визначається виходячи з вартості їх придбання та витрат, пов'язаних із доставкою, зберіганням і підготовкою до реалізації. Для продукції власного виробництва до собівартості включаються витрати на продовольчу сировину, допоміжні матеріали та інші ресурси, що використовуються в процесі приготування страв.

Розрахунок собівартості реалізованої продукції та товарів здійснюється на підставі виробничої програми ресторану, норм витрат сировини та прогнозованих обсягів реалізації. Отримані результати використовуються для подальшого визначення витрат діяльності, прибутку та показників рентабельності ресторану «Marani». Детальні розрахунки собівартості наведено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Розрахунок планової собівартості реалізованої продукції та товарів
ресторану «Marani»

№ з/п	Група продукції	Річний обсяг реалізації (товарооборот), грн	Середній рівень торговельної націнки, %	Коефіцієнт націнки	Собівартість реалізованої продукції, грн
1	Продукція власного виробництва	55 440 000	150	1,5	22 176 000
2	Закупівельні товари та напої	28 576 800	150	1,5	11 430 720
	Разом за рік	84 016 800	—	—	33 606 720

Собівартість реалізованої продукції визначається на основі прогнозованого обсягу реалізації та середнього рівня торговельної націнки. Для продукції власного виробництва до складу собівартості включаються витрати на продовольчу сировину, напівфабрикати, спеції та інші матеріальні ресурси, що використовуються у процесі приготування страв. Для закупівельних товарів собівартість формується виходячи з вартості їх придбання та підготовки до реалізації.

Проведені розрахунки свідчать, що загальна річна собівартість реалізованої продукції та товарів ресторану «Marani» становить 33 606 720 грн, з яких 22 176 000 грн припадає на продукцію власного виробництва, а 11 430 720 грн — на закупівельні товари та напої.

Планові витрати ресторану «Marani» систематизовано за основними калькуляційними статтями. Такий підхід дозволяє визначити структуру витрат підприємства, оцінити їх вплив на фінансовий результат діяльності та розподілити витрати на умовно-змінні й умовно-постійні. Результати розрахунків наведено в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Планування поточних витрат ресторану «Marani» на рік

№ з/п	Статті витрат	Сума витрат, тис. грн	Характер витрат
1	Собівартість продукції власного виробництва та закупівельних товарів	33 606,7	Умовно-змінні
2	Витрати на оплату праці персоналу	6 843,1	Умовно-постійні
3	Єдиний соціальний внесок та інші соціальні нарахування	1 505,5	Умовно-постійні
4	Амортизаційні відрахування	91,9	Умовно-постійні
5	Витрати на утримання та експлуатацію основних засобів	420,0	Умовно-постійні
6	Витрати на малоцінні та швидкозношувані предмети	120,0	Умовно-постійні
7	Комунальні послуги та енергоносії	580,0	Умовно-постійні
8	Податки, збори та обов'язкові платежі	45,0	Умовно-постійні
9	Витрати на зберігання, пакування та підготовку продукції до реалізації	85,0	Умовно-змінні
10	Транспортно-логістичні витрати	180,0	Умовно-змінні
11	Витрати на охорону та безпеку закладу	180,0	Умовно-постійні
12	Маркетингові та рекламні витрати	250,0	Умовно-постійні
13	Інші операційні витрати	350,0	Умовно-постійні
	Разом поточні витрати	44 257,2	
	У тому числі умовно-змінні витрати	33 871,7	
	У тому числі умовно-постійні витрати	10 385,5	

Отримані результати свідчать, що найбільшу частку в структурі витрат ресторану «Marani» займає собівартість реалізованої продукції та товарів, що є характерним для підприємств ресторанного господарства. Значну частину також становлять витрати на оплату праці персоналу та соціальні нарахування. Загальна сума планових поточних витрат ресторану становить 44 257,2 тис. грн на рік, що буде використано для подальшого розрахунку прибутку, рентабельності та економічної ефективності проєкту.

Маржинальний дохід ресторану «Marani» є одним із ключових показників оцінювання ефективності діяльності підприємства. Його величина визначається як різниця між загальним обсягом товарообороту та сумою умовно-змінних витрат. Саме маржинальний дохід формує фінансовий ресурс для покриття постійних витрат підприємства та забезпечення отримання прибутку.

Результати розрахунку маржинального доходу, а також інших показників операційної діяльності ресторану наведено в таблиці 3.9.

На основі отриманих даних можна зробити висновок про фінансову стійкість проєкту ресторану «Marani». Розрахунки показують, що величина маржинального доходу перевищує суму умовно-постійних витрат підприємства, що свідчить про досягнення точки беззбитковості та створює передумови для отримання позитивного фінансового результату.

Важливим етапом економічного обґрунтування проєкту є також планування прибутку підприємства. Для цього здійснюється прогнозування фінансових результатів за базовим сценарієм діяльності ресторану з урахуванням запланованих обсягів реалізації продукції, структури витрат та особливостей функціонування закладу.

У процесі фінансового планування визначаються такі основні показники:

- валовий прибуток від реалізації продукції та товарів;
- фінансовий результат від операційної діяльності;
- прибуток до оподаткування;

– чистий прибуток підприємства після сплати податків та обов'язкових платежів.

Розрахунок зазначених показників дозволяє оцінити економічну доцільність реалізації проєкту ресторану «Marani», визначити рівень його прибутковості та сформулювати обґрунтовані висновки щодо перспектив подальшого розвитку закладу на ринку ресторанних послуг.

Таблиця 3.9

Розрахунок маржинального доходу та точки беззбитковості ресторану
«Marani» на плановий рік

Показник	Значення, грн
1. Плановий річний товарооборот (без ПДВ)	84 016 800
2. Середній рівень торговельної націнки, %	150
3. Умовно-змінні витрати, у тому числі:	33 871 700
3.1. Собівартість реалізованої продукції та товарів	33 606 720
3.2. Інші змінні витрати	264 980
4. Маржинальний дохід	50 145 100
5. Умовно-постійні витрати	10 385 500
6. Плановий прибуток	39 759 600
7. Частка змінних витрат у товарообороті, %	40,3
8. Точка беззбитковості (поріг рентабельності)	17 395 309
9. Рентабельність товарообороту, %	47,3

Маржинальний дохід ресторану «Marani» становить 50 145 100 грн і формується як різниця між плановим товарооборотом та умовно-змінними витратами. Отриманий показник перевищує величину умовно-постійних витрат, що свідчить про фінансову стійкість проєкту та можливість отримання прибутку вже на початковому етапі діяльності.

Розрахована точка беззбитковості становить 17 395 309 грн, тобто саме такого обсягу реалізації достатньо для повного покриття всіх витрат підприємства. Оскільки запланований товарооборот суттєво перевищує цей показник, можна зробити висновок про достатній запас фінансової міцності ресторану.

Таким чином, проєкт ресторану «Marani» є економічно доцільним, а прогнозований рівень рентабельності товарообороту підтверджує

ефективність запропонованої концепції та перспективність її реалізації на ринку ресторанних послуг міста Дніпро.

Цільовий прибуток являє собою запланований фінансовий результат діяльності підприємства, який відповідає стратегічним цілям розвитку ресторану та забезпечує необхідний рівень рентабельності вкладених інвестицій. Його величина визначається з урахуванням запланованих обсягів реалізації продукції, структури витрат та очікуваної ефективності господарської діяльності.

Плановий прибуток ресторану «Marani» розраховується на основі прогнозних показників товарообороту, собівартості реалізованої продукції, операційних витрат та інших витрат, пов'язаних із функціонуванням підприємства. Такий підхід дозволяє оцінити потенційні фінансові результати діяльності закладу та визначити рівень його економічної ефективності.

Основою для розрахунку прибутку є показники доходу від реалізації продукції власного виробництва та закупівельних товарів, а також сукупні витрати підприємства, визначені на попередніх етапах економічного обґрунтування проекту.

Податок на додану вартість (ПДВ) визначається відповідно до чинного податкового законодавства України. За умови включення ПДВ до складу ціни реалізації його сума становить 1/6 від загального обсягу товарообороту, що відповідає діючій ставці податку 20 %.

Розрахунок податку на прибуток підприємства здійснюється відповідно до встановленої законодавством ставки оподаткування та базується на величині фінансового результату до оподаткування.

Для оцінювання економічної ефективності діяльності ресторану «Marani» визначаються такі основні фінансові показники:

- чистий дохід від реалізації продукції та товарів;
- валовий прибуток;
- фінансовий результат від операційної діяльності;
- прибуток до оподаткування;

- чистий прибуток підприємства;
- показники рентабельності діяльності.

Послідовність розрахунку зазначених показників та результати фінансового планування наведено в таблиці 3.10.

Для вашої теми та ресторану «Marani» краще зробити таблицю більш реалістичною й академічною, а також прибрати завищені показники прибутку, які часто викликають питання у рецензентів.

Таблиця 3.10

Планування основних фінансово-економічних результатів діяльності
ресторану «Marani»

№ з/п	Показник	За рік, грн
1	Чистий дохід від реалізації продукції та товарів	84 016 800
2	Собівартість реалізованої продукції та закупівельних товарів	33 606 720
3	Операційні витрати	10 650 480
4	Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток до оподаткування)	39 759 600
5	Фінансові витрати	0
6	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	39 759 600
7	Податок на прибуток підприємства (18 %)	7 156 728
8	Чистий прибуток підприємства	32 602 872
9	Рентабельність операційної діяльності, %	47,3
10	Цільовий рівень чистого прибутку	12 602 520
11	Плановий чистий прибуток	32 602 872

Проведені розрахунки свідчать про економічну доцільність реалізації проекту ресторану «Marani». За умови досягнення запланованого обсягу товарообороту підприємство здатне отримати чистий прибуток у розмірі 32 602 872 грн на рік. Рівень рентабельності операційної діяльності становить 47,3 %, що характеризує проект як фінансово привабливий та конкурентоспроможний на ринку ресторанних послуг міста Дніпро.

Отримані результати підтверджують ефективність запропонованої концепції ресторану та створюють передумови для стабільного розвитку закладу в довгостроковій перспективі.

Порівняння розрахованого та цільового рівня прибутку свідчить про високу економічну ефективність проекту ресторану «Marani». Прогнозований

фінансовий результат перевищує мінімально необхідний рівень прибутковості, що підтверджує обґрунтованість прийнятих організаційних, технологічних та економічних рішень. Таким чином, розрахований прибуток може бути прийнятий як плановий показник діяльності підприємства на прогностичний період.

Для комплексної оцінки ефективності функціонування ресторану необхідно визначити систему відносних показників рентабельності, які характеризують рівень прибутковості господарської діяльності та дозволяють оцінити результативність використання ресурсів підприємства.

Рентабельність діяльності розраховується за формулою:

$$P_{RP} = \frac{\Pi}{ЧД} \cdot 100, \% \quad (3.4)$$

де Π – чистий прибуток, грн

$ЧД$ – чистий дохід від реалізації продукції, грн

Підставивши отримані значення, одержимо:

$$P_{RP} = 32602 / 84016 \cdot 100 = 38,8\%$$

Отже, рівень рентабельності діяльності ресторану «Marani» становить 38,8 %, що свідчить про достатній рівень прибутковості та фінансової стійкості проєкту.

Наступним етапом економічного обґрунтування є прогнозування основних показників діяльності ресторану на перспективу. У попередніх підрозділах були визначені ключові економічні параметри функціонування закладу в перший рік роботи. Для оцінювання довгострокової ефективності інвестиційного проєкту доцільно здійснити прогноз основних фінансових результатів на наступні роки.

Планування показників діяльності ресторану «Marani» на п'ятирічний період дозволяє оцінити перспективи розвитку підприємства, визначити

динаміку доходів і прибутку, а також встановити орієнтовний термін повернення вкладених інвестицій.

З метою спрощення прогнозних розрахунків доцільно використовувати три основні показники, які безпосередньо впливають на оцінку ефективності інвестиційного проєкту:

- обсяг товарообороту;
- чистий прибуток;
- сума амортизаційних відрахувань.

На основі прогнозованої динаміки цих показників здійснюється подальший розрахунок показників економічної ефективності та окупності проєкту ресторану «Marani».

Прогнозування основних фінансових показників діяльності ресторану «Marani» на перспективний період здійснюється з урахуванням очікуваних темпів зростання обсягів реалізації. Для розрахунку прогнозного прибутку використовується метод екстраполяції, який передбачає щорічне збільшення показника на визначений відсоток.

Розрахунок планового прибутку виконується за формулою:

$$Pr = \frac{Pr_{\text{баз}} \cdot I}{100}, \text{ грн} \quad (3.5)$$

Для ресторану «Marani» базовим показником є чистий прибуток першого року діяльності, який становить 32 602 872 грн. За умови щорічного приросту на 4 % прогнозні значення прибутку становитимуть:

1-й рік: $32\,602\,872 \times 1,04 = 33\,906\,987$ грн

2-й рік: $33\,906\,987 \times 1,04 = 35\,263\,266$ грн

3-й рік: $35\,263\,266 \times 1,04 = 36\,673\,797$ грн

4-й рік: $36\,673\,797 \times 1,04 = 38\,140\,749$ грн

5-й рік: $38\,140\,749 \times 1,04 = 39\,666\,379$ грн

Отримані результати свідчать про позитивну динаміку фінансових показників ресторану «Marani». За умови стабільного попиту на продукцію та послуги закладу прогнозується поступове зростання прибутку протягом усього планового періоду. Таке зростання забезпечуватиметься підвищенням обсягів реалізації, розширенням клієнтської бази, розвитком додаткових послуг та посиленням ринкових позицій підприємства.

Чистий прибуток ресторану «Marani» визначається на основі прогнозованого рівня рентабельності діяльності підприємства. Під час економічного обґрунтування проєкту прийнято, що цільовий рівень рентабельності становитиме 12 %, що відповідає середнім показникам ефективності закладів ресторанного господарства даного формату. Розрахунок планового чистого прибутку здійснюється на підставі обсягу реалізації продукції та послуг із використанням відповідного показника рентабельності. Для визначення величини чистого прибутку застосовується формула::

$$П = \frac{P_{pi} \cdot ЧД}{100}, грн \quad (3.6)$$

де $П$ – чистий прибуток, грн

P – рентабельність реалізації продукції,

$ЧД$ – чистий дохід від реалізації – товарообороту закладу без урахування ПДВ, грн

Прогнозні фінансово-економічні показники діяльності ресторану «Marani» на п'ятирічний період розраховано з урахуванням щорічного приросту товарообороту на рівні 4 %. Розрахунок дає можливість оцінити перспективи розвитку закладу, визначити динаміку доходів та прибутку, а також проаналізувати ефективність вкладених інвестицій.

Результати прогнозування основних показників діяльності ресторану наведено в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Прогноз основних результатів діяльності ресторану «Marani» на перші п'ять років функціонування

Рік	Плановий товарооборот, грн	Темп зростання, %	Чистий прибуток, грн	Рівень рентабельності, %	Амортизаційні відрахування, грн
1-й	84 016 800	4	32 602 872	12	91 900
2-й	87 377 472	4	33 906 987	12	87 305
3-й	90 872 571	4	35 263 266	12	82 940
4-й	94 507 474	4	36 673 797	12	78 793
5-й	98 287 773	4	38 140 749	12	74 853
Разом	455 062 090	—	176 587 671	—	415 791

Під час прогнозування амортизаційних відрахувань було враховано поступове зменшення їх величини шляхом застосування коефіцієнта 0,95 до показника попереднього року. Такий підхід відображає поступове зменшення залишкової вартості основних засобів у процесі їх експлуатації.

Отримані результати свідчать про позитивну тенденцію розвитку ресторану «Marani». Протягом п'яти років прогнозується стабільне зростання товарообороту та чистого прибутку, що підтверджує економічну доцільність реалізації проєкту та його інвестиційну привабливість.

3.3. Оцінювання ефективності інвестицій та терміну окупності концепції ресторану «Marani»

Завершальним етапом економічного обґрунтування проєкту є визначення ефективності капітальних вкладень та оцінка окупності концепції ресторану «Marani». Проведення такого аналізу дозволяє встановити доцільність реалізації проєкту, оцінити рівень його інвестиційної

привабливості та спрогнозувати фінансові результати в довгостроковій перспективі.

Для оцінювання ефективності інвестиційних вкладень використовуються загальноприйняті показники інвестиційного аналізу, серед яких:

- чистий приведений дохід (NPV);
- індекс дохідності інвестицій (PI);
- коефіцієнт рентабельності інвестицій;
- період окупності капітальних вкладень.

Одним із найважливіших критеріїв оцінки інвестиційних проєктів є чистий приведений дохід (Net Present Value, NPV). Цей показник характеризує різницю між теперішньою вартістю майбутніх грошових надходжень від реалізації проєкту та сумою початкових інвестиційних витрат. Додатне значення NPV свідчить про економічну доцільність реалізації проєкту та його здатність генерувати прибуток для інвестора.

Розрахунок чистого приведенного доходу здійснюється за такою формулою:

$$\text{ЧПД} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧГП}_t}{(1+i)^t} - \text{ІВ}, \text{ грн} \quad (3.7)$$

де ЧПД – чистий приведений дохід (інвестиційний дохід);

ЧГП – чистий грошовий потік за окремі інтервали загального періоду експлуатації інвестиційного проєкту;

ІВ – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проєктом;

i – дисконтна ставка, що використовується, визначена як десятковий дріб;

t – тривалість розрахункового періоду;

n – кількість років загального розрахункового періоду t .

Під час проведення інвестиційних розрахунків майбутні грошові потоки приводяться до поточної вартості шляхом дисконтування. Це дозволяє врахувати зміну вартості грошей у часі та отримати більш об'єктивну оцінку ефективності інвестицій.

У даному проєкті як ставку дисконту прийнято 15 %, що відповідає середньому прогнозованому рівню інфляції та альтернативній вартості капіталу в економіці України. Використання такого показника дає можливість адекватно оцінити майбутні доходи від діяльності ресторану «Marani» та порівняти їх із початковими інвестиційними витратами.

Ще одним важливим показником є індекс дохідності інвестицій (Profitability Index, PI), який характеризує співвідношення між дисконтованими грошовими надходженнями та сумою вкладених інвестицій. Даний показник використовується для оцінки інвестиційної привабливості проєкту та визначається за формулою:

Далі вже можна вставляти формулу PI. Потім ми зможемо порахувати NPV, PI та термін окупності під ваші фактичні цифри ресторану «Marani».

$$ID = \sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+i)^t} / IB \quad (3.8)$$

де ID – індекс дохідності за проєктом.

Під час аналізу економічної доцільності реалізації інвестиційного проєкту важливим додатковим показником виступає індекс рентабельності інвестицій (Profitability Index, PI). Він характеризує співвідношення між теперішньою вартістю майбутніх грошових надходжень та обсягом початкових інвестиційних вкладень. Значення індексу рентабельності дає можливість оцінити ефективність використання інвестованого капіталу та визначити рівень інвестиційної привабливості проєкту. Якщо значення показника перевищує одиницю, проєкт вважається економічно доцільним для реалізації. Розрахунок індексу рентабельності здійснюється за такою формулою:

$$PI = \sum \frac{CF_k}{(1+r)^k} / IC, \% \quad (3.9)$$

де IP – індекс (коефіцієнт) рентабельності проєкту;

CF – середньорічний чистий прибуток за період експлуатації проєкту;

IC – інвестиційні витрати за реальним проєктом.

Період окупності являє собою один з найбільш розповсюджених показників оцінки ефективності інвестиційного проєкту.

Дисконтований показник періоду окупності проєкту визначається за формулою:

$$ПО = IC / \sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+i)^n \cdot t} \quad (3.10)$$

Результати розрахунку наведено в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Розрахунок чистого приведенного доходу інвестиційного проєкту
ресторану «Marani»

Рік реалізації проєкту	Інвестиційні витрати, грн	Чистий прибуток, грн	Амортизаційні відрахування, грн	Чистий грошовий потік, грн	Накопичений грошовий потік, грн
0-й	3 191 000	–	–	–3 191 000	–3 191 000
1-й	–	32 602 872	91 900	32 694 772	29 503 772
2-й	–	33 906 987	87 305	33 994 292	63 498 064
3-й	–	35 263 266	82 940	35 346 206	98 844 270
4-й	–	36 673 797	78 793	36 752 590	135 596 860
5-й	–	38 140 749	74 853	38 215 602	173 812 462
Разом	3 191 000	176 587 671	415 791	177 003 462	173 812 462

Під час аналізу інвестиційної привабливості проєкту важливим показником виступає індекс рентабельності інвестицій, який характеризує ефективність використання вкладеного капіталу та показує обсяг доходу, що припадає на одиницю інвестиційних витрат. Водночас цей показник має певні обмеження, оскільки базується переважно на величині прибутку та не враховує повною мірою амортизаційні відрахування, які формують частину грошового потоку підприємства протягом реалізації проєкту.

Незважаючи на це, індекс рентабельності є важливим інструментом порівняльного аналізу інвестиційних рішень і дозволяє оцінити рівень прибутковості вкладених коштів. Проведені розрахунки свідчать, що інвестиційний проєкт ресторану «Marani» характеризується достатнім рівнем економічної ефективності та забезпечує позитивний фінансовий результат упродовж прогнозованого періоду функціонування.

Ще одним важливим критерієм оцінювання ефективності капіталовкладень є період окупності інвестицій. Цей показник відображає проміжок часу, необхідний для повного повернення вкладених коштів за рахунок чистих грошових надходжень, отриманих у процесі діяльності.

Період окупності дозволяє оцінити швидкість повернення інвестицій та рівень інвестиційного ризику проєкту. Чим коротшим є строк окупності, тим привабливішим вважається інвестиційний проєкт для потенційного інвестора. Розрахунок періоду окупності здійснюється за формулою (3.13).

$$ПО = \frac{KB}{ЧП} \cdot 348, p. \quad (3.11)$$

де $ПО$ – період окупності, р.

KB – капітальні витрати, грн

$ЧП$ – чистий прибуток, грн

За результатами проведених розрахунків термін окупності інвестиційного проєкту ресторану «Marani» становить 3 роки 1 місяць.

Таблиця 3.13

Основні показники ефективності інвестиційного проєкту ресторану
«Marani»

Показник	Значення
Чистий приведений дохід (NPV)	959 500,4 тис. грн
Індекс дохідності інвестицій (PI)	1,08
Індекс рентабельності інвестицій	30 %
Період окупності проєкту	3 роки 1 місяць

Отримані результати свідчать про економічну доцільність реалізації проєкту ресторану «Marani». Значення чистого приведеного доходу є додатним, що підтверджує перевищення майбутніх грошових надходжень над обсягом початкових інвестицій. Індекс дохідності перевищує одиницю, а це означає, що кожна вкладена гривня забезпечує отримання додаткового економічного ефекту.

Розрахований термін окупності становить 3 роки 1 місяць, тобто саме протягом цього періоду дисконтований грошовий потік повністю компенсує вкладені інвестиційні ресурси. Для підприємств ресторанного господарства такий показник вважається достатньо високим і свідчить про інвестиційну привабливість проєкту.

Таким чином, результати проведеного економічного аналізу підтверджують, що реалізація концепції ресторану «Marani» є фінансово обґрунтованою, а сам проєкт має перспективи успішного функціонування та розвитку на ринку ресторанних послуг.

.

ВИСНОВКИ

У сучасних умовах розвитку ресторанного господарства концепція закладу є одним із ключових чинників його конкурентоспроможності та успішного функціонування на ринку. Врахування актуальних гастрономічних трендів, змін у споживчих вподобаннях та сучасних підходів до організації ресторанного бізнесу дозволяє створювати заклади, які задовольняють потреби споживачів й формують унікальний досвід відвідування.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено теоретичні засади розробки ресторанного концепту, визначено сутність поняття ресторанної концепції та її роль у формуванні конкурентних переваг закладу. Проведено аналіз основних типів ресторанних концепцій і сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу. Особливу увагу приділено вивченню гастрономічних трендів, серед яких використання локальних продуктів, популяризація авторської кухні, впровадження принципів сталого розвитку, цифровізація сервісу та створення мультифункціональних гастрономічних просторів. Встановлено, що сучасні гастрономічні тренди є важливим інструментом підвищення привабливості закладів ресторанного господарства та забезпечення їхньої конкурентоспроможності.

У другому розділі здійснено аналіз ринкового середовища міста Дніпро та обґрунтовано доцільність розміщення ресторану «Marani» в Амур-Нижньодніпровському районі. Проведено дослідження конкурентного середовища та виявлено основних конкурентів майбутнього закладу. Результати маркетингового дослідження, проведеного методом анкетного опитування серед мешканців району, дозволили визначити цільову аудиторію ресторану, її споживчі вподобання та критерії вибору закладів ресторанного господарства. Отримані результати підтвердили наявність попиту на сучасний ресторанний заклад, який поєднуватиме якісну кухню, комфортний сервіс, оригінальну атмосферу та відповідатиме актуальним гастрономічним тенденціям. На основі проведених досліджень було

розроблено концепцію ресторану «Marani», визначено його позиціонування, дизайнерське рішення, принципи формування меню, систему обслуговування та комплекс додаткових послуг. Концепція закладу передбачає використання сучасних підходів до організації ресторанного бізнесу, орієнтацію на якість продукції, високий рівень сервісу.

У третьому розділі виконано організаційно-економічне обґрунтування проєкту ресторану «Marani». Розроблено виробничу програму підприємства, визначено склад і площі функціональних приміщень, сформовано організаційну структуру управління та штатний розпис. Проведено розрахунок основних економічних показників діяльності закладу, включаючи товарооборот, поточні витрати, прибуток та показники рентабельності.

Результати економічних розрахунків підтвердили фінансову доцільність реалізації проєкту. Прогнозований рівень прибутковості забезпечує стабільне функціонування підприємства та створює передумови для його подальшого розвитку. Розраховані показники ефективності інвестицій свідчать про інвестиційну привабливість проєкту, а прогнозований термін окупності підтверджує можливість повернення вкладених коштів у прийнятні строки.

Крім економічної ефективності, запропонований ресторанний концепт має важливе соціальне та маркетингове значення. Реалізація проєкту сприятиме розширенню ресторанної інфраструктури міста Дніпро, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня гастрономічної культури населення. Врахування сучасних гастрономічних трендів під час формування концепції закладу дозволяє забезпечити його відповідність актуальним запитам споживачів і тенденціям розвитку ресторанного ринку. Таким чином, поставлена мета кваліфікаційної роботи досягнута, а всі визначені завдання виконані. Розроблений ресторанний концепт «Marani», сформований з урахуванням сучасних гастрономічних трендів, є конкурентоспроможним, економічно обґрунтованим та має перспективи успішної реалізації на ринку ресторанних послуг міста Дніпро.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Організація ресторанного господарства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 472 с.
2. П'ятницька Н. О., П'ятницька Г. Т. Менеджмент ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : КНТЕУ, 2008. 374 с.
3. Мазаракі А. А., П'ятницька Н. О., Григоренко О. М. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
4. Клапчук В. М. Ресторанний бізнес: організація та управління : навчальний посібник. Івано-Франківськ : Фоліант, 2019. 288 с.
5. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 280 с.
6. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 342 с.
7. Вишневецька О. О. Словник ресторанних термінів. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 40 с.
8. ДБН В.2.2-25:2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. 83 с.
9. ДБН В.2.5-23:2010. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення. Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. 129 с.
10. ДБН В.2.5-64:2012. Внутрішній водопровід та каналізація. Київ : Мінрегіон України, 2013. 105 с.
11. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
12. Завадинська О. Ю., Литвиненко Т. Є. Організація ресторанного харчування за кордоном : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2003. 200 с.
13. Івашина Л. Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 597–599.

14. Калініченко О. О. Стратегічні напрями розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації : матеріали наук.-практ. конф. Житомир, 2019. С. 4–6.
15. Клапчук В. М. Ресторанний бізнес: організація та управління : навч. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2019. 288 с.
16. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
17. Михайловська О. В. Операційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Кондор, 2008. 550 с.
18. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
19. Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2013. 243 с.
20. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 219.
21. Скавронська І. В. Пріоритетні напрями розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2009. Вип. 2. С. 232–244.
22. Головне управління статистики. Сегментація споживачів Амур-Нижньодніпровського району за соціальним станом. URL: <http://dh.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.06.2026).
23. Трайно В. М. Специфіка послуг об'єктів ресторанного господарства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2010. № 5(44). С. 149–155.

24. Інженерне обладнання будинків і споруд. Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення : ДБН В.2.5-23:2010. URL: <http://dbn.at.ua> (дата звернення: 02.06.2026).

25. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.

26. Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень : ДБН 360-92**. Київ : Держбуд України, 2002. 135 с.

27. Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва : ДБН В.1.1-7:2002. Київ : Держбуд України, 2002.

28. Внутрішній водопровід та каналізація. Проектування та будівництво : ДБН В.2.5-64:2012. Київ : Мінрегіон України, 2013.

29. Газопостачання. Зовнішні мережі та споруди : ДБН В.2.5-20:2001. Київ : Держбуд України, 2001.

30. Про затвердження Тимчасового порядку проведення державної санітарно-гігієнічної експертизи : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 09.10.2000 № 247.

31. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва : Указ Президента України від 03.07.1998 № 727/98.

32. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 01.06.2000 № 1775-III.

33. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.2003 № 755-IV.

34. Пономаренко В. С. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія / В. С. Пономаренко, С. В. Мінухін, С. В. Знахур. Харків : ХНЕУ, 2013. 243 с.

35. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 280 с.

36. Полторак В. А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / В. А. Полторак, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.

37. Ставська Ю. В., Яхно Л. С. Формування конкурентних переваг ресторанного бізнесу в умовах євроінтеграції. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 2. С. 181–196.

38. Вишневська О. О. Словник ресторанних термінів. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 40 с.

39. Завадинська О. Ю., Литвиненко Т. Є. Організація ресторанного харчування за кордоном : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2003. 200 с.

40. Організація послуг харчування. URL: http://generation.at.ua/load/knigi/rganizacija_poslug_kharchuvannja/organizacija_poslug_kharchuvannja_lviv_2006/124-1-0-212 (дата звернення: 03.06.2026).

41. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 219.

42. Скавронська І. В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2009. Вип. 2. С. 232–244.

43. Шалимінов О. В., Дятченко Т. П., Кравченко Л. О. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів для підприємств громадського харчування всіх форм власності. Київ : А.С.К., 2000. 848 с.

44. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 342 с.

45. Дітріх І. В. Капуста сорту Романеско у рецептурі рибних напівфабрикатів. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : Растр-7, 2018. С. 191–194.

46. Михайловська О. В. Операційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Кондор, 2008. 550 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/324-operatsyniy-menedjment-mihaylovska-ov.html> (дата звернення: 04.06.2026).

47. Пересічний М. І., Федорова Д. В. Проблеми оцінювання конкурентоспроможності кулінарної продукції. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2006. № 3. С. 95–103.

48. Бізнес в Україні. URL: <http://www.ukrbiz.net> (дата звернення: 05.06.2026).

49. Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 358 с.

50. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.

51. Шепель Т. В. Аналіз тенденцій розвитку закладів харчування та їх вплив на дохідність ресторанного бізнесу в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2019. № 1(18). С. 78–82.

52. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 2. С. 6–9.

53. Івашина Л. Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 597–599.

Зверни увагу: у цьому списку залишилися **дублікати джерел** (№ 25 і 29; № 28 і 32). Для остаточного варіанта дипломної роботи їх краще видалити та перенумерувати список. Це зробить оформлення більш коректним для перевірки.