

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

Особливості та організація розвитку тематичних ресторанів

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка IV курсу 412 групи
спеціальності 242
«Туризм і рекреація»
ОП «Готельно-ресторанний
сервіс та туроперейтинг»
Курик Анна Миколаївна

Науковий керівник:

к. геогр. н., асис. Смик О.С.

До захисту допущено:

протокол засідання кафедри № ____

від « ____ » _____ 2025 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доц. Король О.Д.

Чернівці-2025

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто особливості та організацію розвитку тематичних ресторанів як сучасного явища в ресторанному бізнесі та туристичній сфері. У першому розділі досліджено теоретичні основи функціонування ринку тематичних закладів: з'ясовано місце індустрії харчування в структурі туризму, охарактеризовано економічні особливості ресторанного бізнесу та сучасні підходи до класифікації й проєктування ресторанних закладів.

Другий розділ присвячений аналізу ресторану як архітектурного й дизайнерського об'єкта. Особливу увагу приділено функціональному зонуванню, привабливості внутрішнього та зовнішнього оформлення, а також класифікації архітектурних стилів, які формують унікальний образ закладу.

У третьому розділі розкрито сучасні тенденції розвитку ресторанної сфери в Україні, вивчено чинники, що впливають на її ефективність, зокрема вплив внутрішнього та зовнішнього середовища. Також проаналізовано проблеми та перспективи інтеграції ресторанного господарства у сферу туризму.

У четвертому розділі представлено авторський проєкт кав'ярні "EMBER", розроблено його концепцію, стилістичне рішення та визначено потенціал закладу як туристичного об'єкта, здатного привабити як місцевих, так і іноземних відвідувачів.

Ключові слова: тематичний ресторан, архітектура, дизайн, туризм, гастрономічний простір, концепція, ресторанний бізнес.

ANNOTATION

This qualification thesis examines the features and organization of the development of themed restaurants as a modern phenomenon in the restaurant business and the tourism sector. The first chapter explores the theoretical foundations of the themed restaurant market, clarifying the role of the food service industry within tourism, outlining the economic aspects of restaurant operations, and reviewing modern approaches to the classification and design of restaurant establishments.

The second chapter focuses on analyzing the restaurant as an architectural and design object. Particular attention is given to functional zoning, the appeal of interior and exterior design, and the classification of architectural styles that shape the unique identity of the venue.

The third chapter reveals current trends in the development of the restaurant industry in Ukraine and examines the factors affecting its performance, particularly the influence of both internal and external environments. It also analyzes the problems and prospects for integrating the restaurant sector into the tourism industry.

The fourth chapter presents the author's project of a themed restaurant named "EMBER", detailing its concept, stylistic solution, and assessing its potential as a tourist attraction capable of appealing to both local and international visitors.

Keywords: themed restaurant, architecture, design, tourism, gastronomic space, concept, restaurant business.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ А. М. Курик

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РИНКУ ТЕМАТИЧНИХ РЕСТОРАНІВ.....	5
1.1. Індустрія харчування та її місце в туристичній сфері.....	5
1.2. Економічна сутність функціонування ринку ресторанного бізнесу.....	8
1.3. Тенденції проектування закладів ресторанного господарства та їх класифікація.....	14
Висновки до розділу 1.....	17
2. РЕСТОРАН ЯК ВИД АРХІТЕКТУРНОГО І ДИЗАЙНЕРСЬКОГО МИСТЕЦТВА.....	19
2.1. Привабливість споруди і дизайну ресторану та підкреслення функціональності внутрішнього і зовнішнього простору.....	19
2.2. Класифікація і критерії архітектурних стилів та дизайну ресторанних закладів.....	22
Висновки до розділу 2.....	28
3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТЕМАТИЧНИХ РЕСТОРАНІВ.....	29
3.1. Сучасні аспекти розвитку ресторанного господарства України....	29
3.2. Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність ресторанів в Україні.....	30
3.3. Проблеми та перспективи розвитку ресторанного господарства в індустрії туризму.....	35
Висновки до розділу 3.....	40
4. ПРОЄКТ-РОЗРОБКА КАВ'ЯРНІ "EMBER"	42
4.1. Концепція кав'ярні "EMBER".....	42
4.2. Особливості тематичного ресторану як об'єкта туристичної діяльності.....	48
Висновки до розділу 4.....	49
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	53
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії та ресторанного бізнесу спостерігається зростаючий інтерес до тематичних ресторанів як до інноваційного формату організації харчування та дозвілля. Тематичні заклади відіграють важливу роль не лише як об'єкти гастрономічної інфраструктури, а й як культурно-розважальні простори, здатні формувати унікальний туристичний продукт.

Попит на оригінальні концепції, автентичну атмосферу, креативний дизайн і незвичні гастрономічні рішення спричиняє необхідність у науковому дослідженні особливостей функціонування та організації розвитку таких закладів. У контексті зростаючої конкуренції та потреби в диференціації, тематичні ресторани стають важливим інструментом у боротьбі за увагу споживача.

Для України розвиток тематичних ресторанів є перспективним напрямом не лише в економічному, а й у соціокультурному аспекті: він сприяє популяризації національної культури, традицій, регіональної кухні та туристичних маршрутів. Саме тому дослідження особливостей організації таких закладів є актуальним і має практичне значення як для фахівців ресторанного бізнесу, так і для туристичної галузі загалом.

В умовах сьогодення ресторанний бізнес є одним з тих, що активно розвивається та приносить значні прибутки. Успішне просування ресторану на ринку послуг вимагає розробки концепції закладу, яка містить задум, тобто визначає ресторанну ідею, механізми і способи поетапної реалізації, визначає перспективні напрямки у діяльності ресторану. Концептуальний підхід набуває особливого значення в умовах посилення конкуренції та інноваційної орієнтації індустрії гостинності.

В умовах лібералізації підприємства та інтернаціоналізації сфери послуг ресторанне господарство розвивається великими темпами, причому, зростання в цій сфері відбуваються безсистемно, з суттєвими недоліками і без належної науково-теоретичної бази. Істотний розрив між теорією та

практикою спостерігається на напрямках концептуалізації ресторанної діяльності. Сучасні дослідники ресторанного бізнесу недостатньо звертають увагу на значимість пошуку нових підходів в організації ресторанного господарства, які б відповідали запитам сучасного споживача.

Метою кваліфікаційної роботи є висвітлення питань, що пов'язані з аналізом теоретичних розробок по питанню розвитку тематичних ресторанів, поняття про концептуальні заклади, сутність та класифікація, загальна характеристика сучасного стану та перспективи розвитку ресторанного господарства.

Для досягнення окресленої мети вирішувалися наступні **завдання**:

- ❖ вивчення теоретичних аспектів по питанню розвитку концептуальних закладів;
- ❖ аналіз ресторану як виду архітектурного і дизайнерського мистецтва;
- ❖ сучасний стан та перспективи розвитку тематичних ресторанів;
- ❖ Проєкт-розробка тематичного ресторану "EMBER".

Об'єкт дослідження – тематичні ресторани.

Предметом дослідження даної кваліфікаційної роботи виступає теоретичний аналіз формування концептуальних закладів харчування.

Методи дослідження. Кваліфікаційна робота виконана за допомогою наступного методичного апарату: методу аналізу літературних джерел, статистичного та картографічного методу.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РИНКУ ТЕМАТИЧНИХ РЕСТОРАНІВ

1.1. Індустрія харчування та її місце в туристичній сфері

Харчування є не лише природною потребою, але й важливим аспектом туризму, сприймаючи його як частину відпочинку та знайомства з місцевою культурою через гастрономію. Кожна національна кухня відображає особливості культури народу, вона є способом вивчення та насолоди. У сучасному туризмі, розглядаючи його як галузь підприємницької діяльності, індустрія харчування є невід'ємною складовою.

Заклади громадського харчування грають важливу роль у туристичній індустрії. Серед них є різні типи ресторанів, барів, кафе, їдальні, місця швидкого харчування та самообслуговування. У пакеті туристичних послуг зазвичай зазначається вид харчування, такий як сніданок, напівпансіон або повний пансіон.

Напівпансіон може включати сніданок та обід або вечерю, тоді як пансіон передбачає трьохразове харчування. Також визначається кількість прийомів їжі та їхні калорійність, а також спосіб обслуговування. Різноманітність сніданків залежить від місцевих традицій (європейський, континентальний, англійський, американський і т. д.), а також важливий вид обслуговування гостей (шведський стіл, кейтеринг і т. д.).

Загалом вважається, що туристам рано вранці слід поїсти щось легке, наприклад, сніданок. Тому більшість готелів мають свої ресторани і пропонують цей сервіс. Це така важлива частина готельних послуг, що часто включається в загальну ціну проживання [2].

Їжа це не лише необхідність для всіх людей, а й джерело задоволення, особливо для туристів, які сприймають її як частину відпочинку. Кулінарні традиції різних країн і регіонів часто вражають оригінальністю, що робить їх привабливими для подорожуючих. Також гостинність, виражена через гарне пригостення, є загальним явищем практично у всіх культурах. Для багатьох

туристів відкриття національної кухні стає цікавою частиною їхньої подорожі.

Організація харчування в туристичній індустрії повинна бути належним чином організована, враховуючи не лише кулінарні аспекти, а й медичні вимоги та особливості. Невірне приготування їжі або несправна гігієна можуть призвести до серйозних проблем, таких як отруєння, що може значно підірвати якість відпочинку. Навіть до 60% туристів, що відвідують популярні курорти, такі як Єгипет чи Індія, стикаються з проблемами шлункового розладу.

Значна увага також приділяється релігійним аспектам харчування. Для різних груп туристів, які керуються релігійними переконаннями, такими як вегетаріанство, заборони на вживання певних видів продуктів (наприклад, свинини) або пост, важливо мати вибір і відповідні умови, які б враховували їхні потреби.

Принципи функціонування підприємств харчування визначаються головною метою - задовольнити потреби людей у харчуванні, а також враховуються інші аспекти, такі як комфорт та розваги. Підрозділи підприємств харчування класифікуються за різними критеріями, такими як вид діяльності, участь у виробництві та організаційні функції.

Наприклад, ресторанне господарство в курортно-туристичних центрах має свої особливості, оскільки воно відіграє важливу роль у задоволенні потреб туристів. Такі підприємства часто пропонують повний комплекс послуг, включаючи сніданок, обід та вечерю, і забезпечують різні варіанти харчування як для організованих, так і для індивідуальних туристів. Організовані туристи зазвичай вже оплачують за харчування разом із путівкою, але часто також витрачають гроші на додаткові продукти і напої, що сприяє розвитку ресторанного бізнесу та підвищує рівень сервісу. Туристи-індивідуали відрізняються від тих, хто обирає організований відпочинок. Вони не просто шукають основні послуги ресторанного господарства, але й потребують додаткових, таких як доставка обідів і вечерь

до місця перебування, або набори страв, призначених для вживання на природі або в автомобілі, а також можливість придбати готові напівфабрикати та інші продукти максимальної готовності.

Харчування важливо для задоволення фізіологічних та енергетичних потреб людини, особливо для тих, хто займається туризмом. Оскільки самостійне приготування їжі може бути неможливим чи ускладненим під час подорожей, потрібна послуга з доставки готової їжі до місця перебування.

Різноманітність видів туризму та різні потреби туристів вимагають різноманітних підходів до організації харчування. Тому важливо мати різні варіанти харчування, які враховують специфіку подорожей та потреби різних категорій туристів.

Ресторани відіграють важливу роль у житті людини, не лише задовольняючи її фізіологічні потреби, але й виконуючи важливу соціальну функцію. Вони створюють можливість для спілкування, розвитку ділових контактів та взаєморозуміння між людьми з різних країн.

Підприємства ресторанного господарства в готелях допомагають привернути до місцевого обігу кошти туристів із різних регіонів, що сприяє переливанню коштів з одних районів в інші. Крім того, вони сприяють мобілізації грошових коштів населення, перетворюючи витрати на товари у витрати на послуги, що сприяє соціальному і культурному розвитку туризму.

Ресторанне господарство є однією з ключових галузей, що привертає значну увагу як внутрішніх, так і зарубіжних туристів, і відіграє важливу роль у формуванні доходів в туристичній сфері. Ця галузь активно сприяє збільшенню валютних надходжень і стимулює «експорт» послуг, що означає їхнє входження на міжнародний ринок. Необхідно відзначити, що такий «експорт» є вигідним, оскільки не потребує значних витрат на транспортування.

При цьому важливою складовою ресторанного господарства є його матеріально-технічна база, яка часто становить не лише основу для готелів та ресторанів, а й сприяє розвитку туристичної індустрії в цілому. Якість

будівництва, рівень обладнання та різноманітність послуг прямо впливають на здатність цієї галузі забезпечувати повноцінне та різноманітне обслуговування туристів у всіх туристичних районах країни.

1.2. Економічна сутність функціонування ринку ресторанного бізнесу

У сучасних умовах в Україні громадське харчування реалізується різними способами і форматами організації. Цей процес почався ще в епоху планової економіки і продовжує модернізуватися під впливом змін, як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі. Зміни включають глобалізацію, зростання конкуренції, зміни в споживчих звичках та життєвому рівні населення. У цьому контексті ринкові умови ще більше стимулюють трансформацію форматів громадського харчування.

Перший формат, який був поширений ще в радянські часи, - це їдальня. Проте, згідно з висновками експертів, традиційний підхід до їхньої роботи не завжди знаходив позитивне сприйняття у суспільстві через низьку якість їжі та обслуговування. Управління їдальнями спочатку базувалося в основному на адміністративних методах. Однак ця модель була основною у сферах, де потрібно забезпечити харчування великої кількості людей, зокрема в освіті, охороні здоров'я, пенітенціарній системі, армії та на великих підприємствах.

У період перетворень багато закладів харчування, що діяли на підприємствах, припинили свою роботу - це стало наслідком або скорочення або припинення діяльності самого підприємства, на якому вони базувалися, або через спад попиту. Хоча експерти вважають, що причиною цього була низька якість продукції та відсутність конкуренції [16].

Організаційна та соціально-економічна характеристика становлення форматів громадського харчування представлена в таблиці 1.1.

Сучасні їдальні поділяються на дві категорії: "відкриті", які обслуговують відвідувачів з вулиці, і "закриті", які працюють для корпоративних колективів. Великі оператори корпоративного харчування

можуть працювати на обладнанні власника їдальні або на власних потужностях. Багато з них мають власні кухні та фабрики.

Таблиця 1.1.

Організаційна та соціально-економічна характеристика становлення
форматів громадського харчування

Формат	Характеристика умов становлення		Нормативний документ, що регламентував впровадження та
	організаційна	соціально-економічна	
їдальня	потреба забезпечення харчування великої	функціонування соціальних інститутів (освіти, охорони	Декрети радянської влади, поч. XX ст., формування
Кулінарія (магазин-кулінарія)	звільнення радянських жінок від «кухонного рабства»	існування середнього і високого платоспроможного	Постанова ЦК КПРС, 70-ті р. XX- ст.
Харчування на робочому місці та доставка їжі до дому	становлення та функціонування ринкової економіки, поширення глобалізаційних процесів та інформаційних технологій	зростання продуктивності праці, мобільності і ділової активності, диференціація доходів	Акт проголошення незалежності України, 1991р.
Харчування на транспорті		підвищення комфорту для споживачів, що є мобільними	Лібералізація міграційного і митного законодавства, декларування владою намірів про вступ до міждержавних об'єднань, підписання міжнародних угод.

Ринок їдальень в Україні є дуже конкурентним, з перевагою пропозиції над попитом. Тепер кожне велике підприємство має можливість обирати постачальника їжі з кількох варіантів. З'явлення нових учасників на ринку обіцяє змінити цю ситуацію. Формат їдальні до цього часу зосереджувався переважно в соціальній сфері, зокрема в освіті та охороні здоров'я.

Наприклад, в системі загальної освіти учні молодших класів отримують гарячі обіди за рахунок місцевого бюджету, а старші можуть користуватися послугами буфетів за власні кошти. Згідно з даними Міністерства освіти, держава витратила приблизно 0,5 млрд гривень на харчування школярів, проте лише 20% учнів вибирали обіди у їдальнях.

У системі охорони здоров'я України виявляється схожий шаблон, де проблема нестачі фінансування стає ключовою. Недостатні кошти змушують керівників лікарень обмежувати витрати, зокрема на харчування пацієнтів. Це питання часто знаходить відображення в обговореннях бюджетів на рівні місцевих рад, де зазначається необхідність збільшення асигнувань на харчування в медичних закладах.

При цьому, хоча існує формальний механізм громадського харчування у лікарнях, насправді він часто діє лише на папері.

Таким чином, можна стверджувати, що громадське харчування в медичних закладах України фактично існує лише на папері, а не на практиці. Це підтверджується статистикою та неспроможністю влади забезпечити належні умови для харчування пацієнтів [20].

У той же час, існує інший формат громадського харчування - кулінарія, яка продає готові продукти або напівфабрикати. Цей формат, який був поширений ще в радянські часи, знову набуває популярності, особливо у країнах Західної Європи, США і Канади. Він стає альтернативою індустріалізованій системі харчування, яка часто втрачає в якості через масове виробництво.

Уявіть собі, як в кожного з нас є такі спогади про неповторний аромат бабусиних страв, про тільки що вийнятий з печі пироги або про запах свіжого хліба. Це як ностальгічний мандри, що ведуть нас до острова кулінарних спогадів, де на кожному кроці чекає "смачна і здорова їжа". Експерти громадського харчування підкреслюють, що кулінарія - це справжній символ демократії у харчуванні, доступний за невеликими витратами. Але, навіть не зважаючи на це, у періоди низького попиту кулінарія втрачає свою популярність в змаганні з домашнім готуванням та промисловою продукцією.

Справді, можна стверджувати, що успішний розвиток кулінарного мистецтва можливий лише тоді, коли платоспроможність населення зростає, а люди мають можливість не тільки купувати, але й цінувати кулінарні

шедеври. Погляньте на історію: до середини 70-х років минулого століття кулінарія не відігравала значної ролі, але після прийняття постанови ЦК КПРС про звільнення радянських жінок від "кухонного рабства" ситуація змінилася.

Чому ж кулінарія не стала такою популярною раніше? Причини можуть бути різними: від низької якості продукції до збереження традицій приготування їжі вдома та високої вартості кулінарних виробів. Але наприкінці 80-х років кулінарія стала справжнім хітом. Вона стала не тільки місцем, де можна було отримати дефіцитні продукти, такі як свіже м'ясо чи курка, але й показником того, що у країні взагалі є продукти - просто потрібно знати, де їх знаходити.

Сучасне громадське харчування - це справжнє мистецтво, яке можливе лише за умови розширеного асортименту страв та централізованого виробництва. Однак існують інші формати громадського харчування, такі як харчування в офісах та доставка готової їжі до дому, які також знаходять свій шлях до сердець споживачів. Але, зрозуміло, це не для всіх. Такі послуги переважно користуються попитом серед "трудоголів", які цінують можливість вибору та швидкість обслуговування.

У першій половині XXI століття спостерігався значний розквіт ринку заморожених продуктів. Однак у другому десятилітті цей ринок почав зазнавати спаду, і це має свої причини. По-перше, відбулися серйозні зміни у психології споживача. Вони стали вибагливішими щодо якості та складу харчових продуктів, а також змінили свої уподобання та покупчі поведінку. Крім того, на фоні значного розшарування доходів населення та зростання мобільності й активності населення, споживачі стали більш вибірковими у своїх покупках.

Ця диференціація доходів також призвела до зростання конкуренції між різними видами продуктів харчування. Наприклад, домогосподарки тепер частіше вибирають приготування страв із свіжих продуктів, жертвуючи часом, але забезпечуючи сім'ю якісною їжею.

У цьому контексті з'являється нова динаміка конкуренції між виробниками заморожених продуктів і сферою громадського харчування. Зростає попит на можливість швидкого та зручного харчування, яке задовольняло б сучасних споживачів у їхньому темпі життя. Це впливає на розвиток різноманітних форматів громадського харчування, які представлені на ринку в різних цінових категоріях і місцях.

Зокрема, ринок харчування для працівників розширюється і розвивається, пропонуючи різні формати обідів на місці роботи або поза ним. Необхідність ефективного використання часу стає головною причиною для багатьох працівників обирати харчування на робочому місці.

Такі тенденції є характерними не лише для України, але й для інших розвинених країн світу, і ймовірно, будуть продовжувати зміцнюватися в майбутньому [16].

Послуга доставки їжі в офіси та організація харчування в офісних приміщеннях вважаються постійно актуальними, і це має свої причини. Сьогодні конкуренція між харчуванням на роботі та харчуванням поза офісом набирає обертів. У сучасному світі формат громадського харчування, яким є, наприклад, кулінарія в магазинах або в торговельно-розважальних комплексах, знаходиться під постійним підвищенням популярності. Цей формат не лише додає прибутковості бізнесу, але й робить магазин привабливішим для покупців.

Але для успішного функціонування такого формату потрібно враховувати багато факторів. Наприклад, вартість готових страв грає важливу роль. Експерименти показали, що ціна готової страви не повинна перевищувати 40% від її собівартості, яка складається з витрат на продукти та їх приготування вдома. Існує психологічний бар'єр, коли споживачі вважають, що вартість їжі не повинна суттєво перевищувати їхній бюджет. Навіть невелике перевищення ціни може призвести до значного зменшення обсягу продажів. Таким чином, цінова стратегія є ключовим аспектом в успішному функціонуванні громадського харчування.

1. Розширення вітрин та розміщення товарів удвічі більшої кількості ніж раніше має значний вплив на обсяги продажу. Якщо ціна на товар залишається на попередньому рівні, продажі можуть зрости на 5-15% порівняно з минулим періодом. Однак зниження ціни на 10-15% може призвести до збільшення обсягів продажу на 30-45%.

2. Дослідження показало, що до асортименту товарів варто включати позиції, приготування яких вдома займає принаймні 45 хвилин. Близько 80% з 1000 опитаних жінок віддали перевагу стравам, які потребують саме такого часу на приготування.

3. При формуванні асортименту їжі варто враховувати асортимент інших закладів громадського харчування у місці розташування і намагатися знайти свою унікальність.

4. Обсяг продукції, яка продається через вітрину, повинен становити принаймні вісім разів більше, ніж упакованої та фасованої продукції.

5. Для оптимального розміщення товарів слід використовувати ємності відповідного розміру.

6. Ємності з продукцією повинні бути повні, а не напівпорожні.

7. Наявність кафе при кожному відділі кулінарії сприяє збільшенню обороту на 50-70%, оскільки споживач може поїсти або перекусити прямо на місці.

8. При визначенні цін важливо враховувати середні ціни у місті та інновації, що впроваджуються конкурентами, з метою збереження або залучення клієнтів.

9. Наявність власного столу замовлень при кожній кулінарії є важливим сигналом довіри споживачів до виробника та сприяє реалізації продукції з високим попитом.

10. Тільки продукція високої якості може бути успішно продана через роздрібну мережу. Щодо громадського харчування на транспорті, цей формат має давню історію, і в останні роки в Україні спостерігається

зростання мобільності населення та кількості транспортних засобів для пасажирів.

Україна, подібно до багатьох країн світу, має різноманітні заклади громадського харчування, що відображають як історію, так і сучасні тенденції. Ці заклади постійно адаптуються до змін у ринкових умовах, під впливом глобалізації та зростання конкуренції. Вони також взаємодіють з соціальною політикою держави, рівнем життя населення, його конкурентоспроможністю, мобільністю та рівнем зайнятості. Крім того, вони відстежують розвиток технологій у виробництві та зберіганні їжі. Важливо зазначити, що успішна діяльність цих закладів пов'язана з потоками людей та їхніми потребами у їжі, які включають як гастрономічні, так і соціальні аспекти [18].

1.3. Тенденції проектування закладів ресторанного господарства та їх класифікація

Розвиток гастрономічного сегменту відбувається на шалених швидкостях, переповнений інновацій та творчих знахідок у стилі і дизайні. Заклади з етнічною кухнею, швидким обслуговуванням, вільним плануванням та оригінальними концепціями стають найбільш популярними серед клієнтів. Ключовим є організація простору в інтер'єрі, яка має враховувати зонування для забезпечення комфортного перебування гостей.

Вдосконалення інтер'єру залежить від майстерності застосування сучасних дизайнерських тенденцій, враховуючи специфіку закладу та унікальний підхід до архітектурного вирішення. Важливо правильно підібрати освітлення та кольорову гаму, щоб привернути різні шари населення [16].

Одним із ключових аспектів у створенні інтер'єру є обрана тематика закладу, яка визначає його імідж та призначення. Від цього залежить вибір

меблів, палітра кольорів та інше обладнання. Необхідно звертатися до потенційної аудиторії для успішного розвитку.

Сучасне розуміння та використання історичних архітектурних стилів відображається в архітектурно-художньому рішенні інтер'єру. Це означає використання різноманітних елементів, віддзеркалення культурних особливостей та національного колориту.

Інноваційний підхід у сфері гастрономічного бізнесу виявляється в не лише використанні передових технологій в дизайні інтер'єру та гастрономічному процесі, а й у створенні неповторного атмосферного образу. Впровадження інтерактивних рішень в інтер'єрі, які сприяють взаємодії з клієнтами, а також технологій у готуванні та сервісі страв, створює можливість для творення неповторного досвіду для відвідувачів.

Особливий акцент робиться на використанні природних матеріалів, таких як натуральне каміння, водні елементи та зелена насадження, що додає інтер'єру природнього шарму та робить його комфортним для тривалого перебування. Цей підхід не лише естетично привабливий, а й сприяє створенню безпечного середовища для гостей.

Застосування і поєднання цих інноваційних методів в дизайні ресторанного приміщення дає можливість розробити унікальний, виразний та емоційно насичений образ для гастрономічного закладу.

Ресторанна справа, як одна з найдавніших галузей громадського харчування, має свої коріння ще в античному світі. Типологія ресторанів сформувалася у Стародавній Греції, де існував поділ на відкриті та закриті заклади. Ці поділитися зберігаються й донині, проте в контексті сучасних вимог зазнали певних трансформацій.

Завдяки новим соціально-економічним відносинам в суспільстві з'явилися нові типи ресторанів та істотно змінилися існуючі. Ресторанний бізнес тепер включає в себе не лише приготування та подачу страв, а й організацію дозвілля для клієнтів, що відкриває нові можливості для розвитку та інновацій.

Класифікація ресторанів визначається на основі загальних характеристик їх виробничо-торговельної діяльності. Такі параметри, як рівень якості продукції, умови споживання, обслуговування та розваги для клієнтів, визначають клас ресторану. Ця система допомагає розуміти різницю між різними типами ресторанів та вибрати відповідний формат для конкретного закладу.

Ресторан-бар - це заклад, що поєднує в собі атмосферу ресторану і можливість замовлення напоїв у барі. Він складається з торгової зони, яка може бути спільною з рестораном, або мати окрему барну стійку прямо у торговій залі.

Кафе - це місце, де ви можете насолоджуватися широким вибором легких страв, десертів і напоїв. Тут можуть бути різні формати обслуговування, від самообслуговування до обслуговування офіціантами. Меню кафе включає гарячі і холодні закуски, різні напої і кондитерські вироби. Кафе можуть спеціалізуватися на певному виді продукції, наприклад, кафе-кондитерські або кафе-молочні.

Кав'ярня - це місце, де основний акцент робиться на різноманітному виборі кави.

Кафе-бар - це заклад, який поєднує в собі функції кафе і бару. Він має торгову зону, яка може бути спільною з кафе або мати окрему барну стійку в торговій залі.

Кафе-пекарня - це кафе, де особливістю є виробництво і продаж хлібобулочних виробів на місці.

Чайний салон - це формат кафе з широким вибором чаю, часто доповнений кондитерськими виробами.

Кафетерій - це заклад самообслуговування з асортиментом страв і напоїв, де їжу подають через спеціалізоване торговельне обладнання.

Закусочна - це місце самообслуговування з акцентом на швидке обслуговування гарячих і холодних закусок.

Бар - це заклад, де можна придбати алкогольні та безалкогольні напої через барну стійку.

Нічний клуб - це заклад, що працює переважно в нічний час і пропонує розважальні заходи, такі як музика та виступи, часто супроводжуючи це асортиментом напоїв та страв.

Їдальня - це місце, де обслуговують певну групу людей з різноманітними стравами, часто приготованими на місці або закупленими. Вона зазвичай пропонує різні готові набори їжі і часто є основним типом закладу громадського харчування, де переважають прості страви, які користуються популярністю.

Буфет - це місце з обмеженим вибором готових страв та напоїв, зазвичай розташоване в спеціальному приміщенні, де гості можуть споживати їжу стоячи або брати з собою. Буфети часто пропонують прості закуски, десерти та напої.

Ресторан з кейтерингом - це заклад, який готує і доставляє їжу на замовлення в інші місця.

Заклади громадського харчування поділяються на три види за характером виробництва продукції: заготівельні, доготівельні та з повним виробничим циклом. Вони мають відповідати вимогам безпеки та здоров'я споживачів, а також мати необхідні приміщення для торгівлі, виробництва та побуту, залежно від їх типу [18].

Висновки до розділу 1

Останнім часом галузь ресторанного бізнесу пережила справжній бум. Тепер не лише елітні верстви можуть собі дозволити відвідувати ресторани чи кафе. Відвідування гастрономічних закладів стало свого роду соціокультурним явищем, яке охоплює всі шари населення, від студентів до багатія. Це не просто акт харчування, а справжня подія, яка заповнює наше життя.

Тепер майже неможливо уявити собі життя без щоденного візиту в кафе чи ресторан. А кав'ярні стали не просто місцем для випивання кави, але й своєрідним центром соціальних зустрічей та розваг.

Клієнти ресторанів та кафе більше не обмежуються лише вибором страв чи сервісом. Вони активно відслідковують новітні тренди, виражають свої думки через відгуки в Інтернеті, рекомендують місця своїм друзям і колегам. Ресторани стали не лише місцем для харчування, але й місцем для розваг, ділових зустрічей та сімейного відпочинку.

Для підприємств ресторанного сектору важливо не лише забезпечити високу якість обслуговування, але й постійно вдосконалюватися та відповідати новим трендам. Тільки так вони можуть залишатися конкурентоспроможними на насиченому ринку гастрономічних послуг.

РОЗДІЛ 2. РЕСТОРАН ЯК ВИД АРХІТЕКТУРНОГО І ДИЗАЙНЕРСЬКОГО МИСТЕЦТВА

2.1. Привабливість споруди і дизайну ресторану та підкреслення функціональності внутрішнього і зовнішнього простору

Архітектура, як наука й мистецтво проектування, формує не лише будівлі, але й просторове середовище, де люди взаємодіють згідно з естетичними нормами. Зал ресторану, як основний простір, визначається своїми розмірами та комфортом, призначений для тривалого перебування гостей. Аванзал, як додатковий простір, підвищує комфорт обслуговування та може виконувати рекреаційну функцію.

Тісний зв'язок між ресторанными приміщеннями та складськими приміщеннями відображає не лише їх функціональність, але й оптимізацію виробничого процесу. Розташування складських приміщень поруч з виробничими дозволяє ефективно організувати логістичні процеси. Важливою є також доступність під'їзних шляхів для забезпечення зручного руху товарів.

Сучасні ресторани виконують не лише функцію харчування, а й стають місцем відпочинку, розваг та соціальних зустрічей. Їхня структура й організація визначається специфікою закладу: від ресторанів з національною кухнею до нічних закладів чи концертних ресторанів. Важливим аспектом є правильні пропорції простору, що дозволяють досягти гармонії й візуального комфорту для відвідувачів.

Кожен елемент дизайну повинен гармонійно поєднуватися з іншими, створюючи цілісний образ. Важливо, щоб не лише зовнішність привертала увагу, а й відображала функціональність. При виборі ресторану люди беруть до уваги різні обставини: чи це вечеря вдома, зустріч на роботі, подорож під час відпустки, походи за покупками чи екскурсії. Вони також враховують

свої потреби: чи потрібно їм економити, чи швидко пообідати, чи затишно провести час, чи, можливо, отримати дієтичні страви.

Фасад ресторану може багато сказати про заклад, особливо якщо правильно підібрати тип входу. Від скляних до дерев'яних дверей, кожен вибір має свої переваги. Важливо, щоб двері були видні та доступні, контролюючи потік клієнтів. Інший аспект - зовнішнє освітлення, яке може відображати характер і форму будівлі, підкреслюючи її стиль.

Освітлення входу грає важливу роль у створенні атмосфери. Від плавного переходу до використання кольору, освітлення може впливати на настрій клієнтів і навіть допомагати їм ознайомитися з меню чи забезпечити безпеку. Вивіски та оголошення також відіграють свою роль, привертаючи увагу до закладу. Важливо, щоб ці елементи були чітко видимими та легкодоступними для всіх.

Коли мова йде про комфорт клієнтів, важливо враховувати їхні потреби ще до того, як вони увійдуть у заклад. Чи це паркування для автомобілів або доступність для пішоходів, ресторан повинен бути зручним для всіх категорій клієнтів. А в самому закладі важливо створити атмосферу, що сприяє відпочинку, що може досягатися за допомогою розумного планування інтер'єру.

Сучасні інтер'єри відрізняються відмінною виразністю та стилістичною чіткістю, приваблюючи своєю лаконічністю та вишуканістю. У них зустрічаються нестандартні меблі, які чудово поєднують у собі елементи старовини та сучасності, створюючи унікальний атмосферний акцент. На підприємствах, що працюють за системою самообслуговування, надається перевага недорогим, але ефективним декоративним елементам, таким як різноманітні кольорові рішення, освітлення та декоративні плитки.

При оформленні залів для ресторанів, кафе та барів, використовуються різноманітні художні техніки, які надають приміщенню особливого шарму. Це може бути різьблення по дереву, мистецтво чеканки, вітражі на вікнах та гіпсові декоративні елементи. Для створення атмосфери затишку та

комфорту використовуються різноманітні матеріали, від полірованої деревоплити до металевих декоративних решіток.

Особливу увагу приділяють підлозі, яка може бути виконана з різних матеріалів, від мармурового дрібняка до синтетичних покриттів. У ресторанах та кафе частіше використовується паркетна підлога, а великі простори можуть бути застелені килимовими покриттями для додаткового затишку.

Для оздоблення стелі використовуються матеріали, що здатні поглинати шум та створювати комфортне звукове середовище. Вікна прикрашаються кольоровою мозаїкою та художньо оформленими ґратами, що додає ще один архітектурний акцент до інтер'єру.

Необхідною складовою частиною будь-якого сучасного інтер'єру є зручне та ефективне освітлення. Воно допомагає визначити структуру приміщення, підкреслити його глибину та розмір, а також створити певну атмосферу. У залі для прийому їжі зазвичай використовують яскраве освітлення, тоді як для ресторанів, кафе та барів характерні приглушені варіанти.

Освітлення може бути загальним, охоплюючим увесь простір, місцевим, спрямованим на конкретні зони, або комбінованим, поєднуючи обидва підходи для створення оптимального середовища.

Архітектурно-планувальне оформлення залу ресторану включає багато аспектів, але одним з найважливіших завдань є забезпечення комфортного температурного режиму та оптимальної вологості повітря (ідеально 60–65%). Для досягнення цього використовується система припливно-витяжної вентиляції з декоративно оформленими вентиляційними ґратами, які виводяться у торговельні приміщення. При цьому надзвичайно важливо, щоб робота вентиляційної системи була абсолютно безшумною.

Сучасні кондиціонери також широко використовуються для підтримки оптимальних умов у залі. На додаток до механічної вентиляції, природна

вентиляція через відкриті вікна, кватирки, фрамуги та дверцята використовується для створення комфортного середовища.

Щоб запобігти дискомфорту від прямих сонячних променів, можуть бути використані сонцезахисні піддашки або спеціальні жалюзі на вікнах, щоб регулювати напрям світлового і повітряного потоків.

Вибір місця для танцювального майданчика враховує розмір та композицію залу. Часто його виділяють за допомогою оригінальних світильників та особливої стелі, створюючи окрему атмосферу в центрі залу.

Меблі для ресторану мають відповідати певним вимогам: вони повинні бути зручні, легко очищуватися, а також створювати максимальний комфорт для відвідувачів. Зазвичай використовуються різні типи столів (звичайні, банкетні, фуршетні), крісла, канапи та підсобні меблі для офіціантів. Розміри столів і стільців також відповідають стандартам, що забезпечує комфортне обслуговування.

У разі великих площ залів ресторанів можуть бути використані канапи, які розміщуються по центру або біля стін, щоб створити окремі зони для відпочинку та ізольовані ложі для відвідувачів.

2.2. Класифікація і критерії архітектурних стилів та дизайну ресторанних закладів

Ресторани поділяються на три класи за рівнем обслуговування та номенклатурою послуг: "люкс", "вищий" та "перший". Кожен з них має свої характеристики, що відображаються в інтер'єрі та асортименті.

У закладах "люкс" інтер'єр вражає вишуканістю та індивідуальністю, використовуючи дорогі матеріали. Тут гості можуть насолоджуватися широким вибором послуг, які включають унікальні фірмові страви та напої, включаючи делікатеси та екзотичні страви [4].

Заклади "вищого" класу також вражають своєрідним інтер'єром, пропонуючи оригінальні страви та напої. Тут враховуються індивідуальні особливості закладу, що створює неповторну атмосферу для гостей.

У "перших" ресторанах головними атрибутами є гармонійність та комфортність. Тут гості можуть насолоджуватися різноманітним вибором страв та напоїв, які, хоч і не такі вишукані, але все ще смачні та задовольняють вимоги клієнтів.

Кожен ресторан має власний стиль, який може бути національним або іншим, відображаючи різні теми та епохи. Атрибути інтер'єру, такі як картини, фонтани, каміни, додають атмосфері закладу особливий шар.

Однак, найважливішими складовими престижу є смачна кухня, висока якість обслуговування та створення унікальної атмосфери. Сучасні тренди показують зростаючий інтерес до концептуальних ресторанів, де кожен аспект, від меню до дизайну, підпорядковується єдиній ідеї, надаючи гостям незабутній досвід.

Вибір ресторану для багатьох людей - це складний процес, що включає в себе кілька критеріїв. Першим і, можливо, найважливішим є тип кухні, який пропонує заклад. Багато відвідувачів спираються на свої культурні преференції і віддають перевагу національній кухні. Наприклад, у країнах, де китайська або японська кухня широко поширена, вони можуть вибрати ресторан саме з таким меню.

Проте, є і винятки, наприклад, у деяких країнах, таких як Австралія чи Сінгапур, мешканці вибирають не свою національну кухню, а, скажімо, китайську. Це може бути пов'язано зі специфікою місцевих уподобань та культурними впливами.

Після типу кухні, популярність ресторану також може залежати від його атмосфери та дизайну. У країнах Азії, де ресторани часто вважаються місцем для спілкування, значення має не лише їжа, але і атмосфера, яка сприяє зручності та комфорту. З іншого боку, в Європі відвідування ресторану частіше пов'язане з особливими подіями, такими як святкування, тож тут важливий не лише смак їжі, але і естетика та стиль закладу.

Дизайн ресторану може бути різноманітним і відігравати ключову роль у створенні його образу. Від класичних інтер'єрів з фресками та

кришталевими люстрами до українських стилів з керамікою та вишивкою - кожен ресторан намагається створити свою унікальну атмосферу. Кольори, обрані для дизайну, можуть впливати на апетит та загальне враження від візиту.

Отже, успіх ресторану визначається не лише смаком їжі, але й різноманітністю атмосфери, яку він пропонує. Враховуючи це, українським рестораторам слід розвивати не лише кулінарні майстерності, але й уміти створювати приємну та запам'ятовуючу атмосферу для своїх гостей.

Дизайн ресторанів завжди потребує індивідуального підходу, оскільки кожен заклад має свою унікальну атмосферу та концепцію. Важливо враховувати не лише загальний стиль, але й особливості самого закладу, його "родзинку", яка надає йому характеру.

Модерн, у контексті мистецтва, відображає період між XIX та XX століттями, коли відбувалися значні зміни в європейській культурі. Це був час, коли художники прагнули виходити за рамки еkleктики, створюючи нові, оригінальні течії та школи. Термін "модерн" слід розуміти як історичний період, де різні художні напрями об'єднувалися в антиеклектичному русі.

Характеристичною особливістю архітектури модерну є асиметрія та інноваційні підходи до використання простору. Це період, коли художники та архітекти намагалися злити різноманітні стилі в єдине ціле. Таке поняття, як "стиль модерну", відображає конкретні ідеї та цілі, що виявлялися в творчості цього періоду.

Французькі ресторани часто відзначаються своєю різноманітністю в дизайні. Вони можуть бути виконані у різних стилях, таких як імперський, який з'явився в період Наполеона Бонапарта, або арт-деко, який пройшов через першу половину XX століття. Ці стилі відображають різні аспекти культури та історії Франції, додавши ресторанам унікальний та стильний шар характеру.

В розкішних внутрішніх приміщеннях ресторанів часто можна зустріти елементи неокласицизму. Це термін, що походить від грецького слова, що означає «молодий» або «новий», та латинського «зразковий». Неокласицизм являє собою культурний напрямок, який з'явився в другій половині XIX – початку XX століття і базується на використанні елементів античності, відродження та класицизму.

Основними принципами неокласицизму було відкидання усього модного, злободенного, мелодраматичного, сентиментального, бунтарського та примітивно-побутового. В архітектурі та дизайні це виявлялось у використанні античних тем, міфологічних образів та мотивів. За гаслом "чистого" мистецтва прагнули створити культу, що не несе в собі суспільного змісту, а також увіковічнювання земних насолод.

У розкішних французьких ресторанах традиційно використовують класичний стиль: обов'язкові мармурові колони, кришталеві люстри та античний декор на стінах. Великі дзеркала в химерних рамах, освітлені підсвічниками, також є необхідним атрибутом. Столи прикрашені фарфором, кришталем, мельхіором та сріблом, а на підлозі стоять великі вазони з квітами.

Якщо ресторани декоруються більш скромно, то зазвичай з французьким шармом. До такого шарму додаються плетені або ковані меблі, а на вікнах можна побачити фіранки з воланами або білі горизонтальні жалюзі. Якщо ви вирушаєте в ресторан, оформлений у стилі півдня Франції, то очікуйте багато яскравих квіткових орнаментів. Ковані або плетені меблі є невід'ємною частиною такого інтер'єру. Столи зазвичай прикриті легкими бавовняними скатертинами у дрібну клітинку, а посуд виконаний з фаянсу пастельних тонів. Надзвичайно популярним у цьому стилі є посуд у неяскраву, дрібну клітинку, відомому як "вишивка".

У світі дизайну інтер'єрів ресторанів існує безліч стилів, які надають закладу своєрідність і атмосферність. Одним із популярних напрямків є середземноморський стиль, який надихнутий атмосферою європейських

курортів та портових міст на берегах Середземного моря. Він відрізняється відкритістю, простотою та використанням традиційних елементів, таких як античні мармурові деталі, яскраві кольори у меблях та текстилі, а також морська тематика в декораціях. Цей стиль особливо популярний у Італії, Греції, Іспанії та Туреччині.

Ще одним цікавим напрямком є вікторіанський стиль, який поєднує в собі елементи різних епох та стилів. Він часто використовує еkleктику, відтінки від блідих до насичених "кольорів землі", а також позолоту. Цей стиль виявив великий вплив на дизайн інтер'єрів протягом півстоліття, а його характерними рисами є вишуканість та розкіш.

Третім стилем є японський, який, з'явившись у Європі наприкінці XIX століття, приніс у світ дизайну новітність та мінімалізм. Він відрізняється простором, використанням природних матеріалів, таких як дерево та бамбук, а також мінімальною кількістю меблів. Колірна гама в японському стилі відображає природу та мінімалізм, а деталі у вигляді світильників з бамбуку та розписаного фарфору створюють неповторну атмосферу спокою та гармонії.

Кожен з цих стилів має свої унікальні риси і характер, але всі вони спрямовані на створення комфортного та приємного середовища для відвідувачів ресторану.

Мексиканська архітектура славиться своєю яскравістю та еkleктикою. Тут форма та колір переплітаються в чудовому танці, відображаючи багатство місцевої культури. Мистецтво ткацтва, кераміки, меблів - усе це насичено кольорами та різноманіттям текстур, подібно до пестливого барвистого саду, де кожний кущик має своє неповторне вираження. Мексиканські палітри зазвичай включають рожеві та жовтогарячі тони, як і блакитне сполучене з зеленим.

У китайському стилі інтер'єру ресторанів простежується символіка драконів та червоний колір, які відображають культурну спадщину. Арабський стиль, навпаки, вражає декоративністю: м'які меблі, обтягнуті

атласом та оксамитом, розкішні подушки, вишивка і килими - все це створює атмосферу вишуканості та розкіші, яка притаманна арабському мистецтву.

Англійський стиль відзначається своєю традиційністю та затишком. Тут переважають дерев'яні матеріали, білі скатертини, м'яке освітлення і, звичайно, класичний фарфор з золотими деталями.

Італійський стиль підкреслюється елегантністю та вишуканістю. Пастельні тони, витончені посуд та ретельно підібране освітлення - все це створює атмосферу італійського шарму.

Індійський стиль включає в себе ковані перегородки, текстильні драпіровки та приглушене освітлення, що дозволяє створити атмосферу східного екзотизму.

Німецький стиль, зазвичай пов'язаний з пивними ресторанами, пропонує затишне оформлення, меблі темного дерева та важкі столи та лавки.

Еклектика, у свою чергу, поєднує в собі різні стилі, створюючи унікальну гармонію та комфорт. Вона вражає своєю нестандартністю та оригінальністю, представляючи собою нову хвилю у світі дизайну, яка може змінити уявлення про стиль та красу.

В стилі вінтаж, інтер'єр стає справжнім міксом епох: сучасне співіснує з антикварним, створюючи унікальну атмосферу. В ресторанному дизайні це особливо виразно, де естетика виграно переважає над практичністю. Квіти, які прикрашають приміщення, є невід'ємною частиною – вони можуть бути як великі букети, так і невеликі композиції. Гра контрастів теж важлива: кришталеві вазы поряд з дерев'яними столами, або металеві акценти поруч із м'якими текстильними диванами. Додатковий шар атмосфери надають атрибути вінтажу, такі як старовинні книги, фарфор, картини або чорно-білі фотографії, які доповнюють образ епохи. У цьому стилі важливий кожен дрібниця: вазочки, статуетки, підсвічники – вони всі створюють атмосферу, а важкі штори з підвісками-китицями додають розкішного шарму. Вінтаж не

має жорстких рамок: він легко поєднується як з урбаністичним стилем, так і з мінімалізмом, надаючи безмежний простір для творчості.

Висновки до розділу 2

У плануванні ресторанного простору зазвичай враховується два ключових аспекти: зони обслуговування та виробничі зони. Перші відведені для комфорту гостей, другі - для забезпечення ефективної роботи персоналу та технологічних процесів приготування їжі.

Виробничі зони, як правило, об'єднують різні приміщення, такі як кухні для приготування їжі, зони сервірування та мийки. Вони не лише виконують функціональні завдання, а й забезпечують потрібні технологічні зв'язки між собою та іншими зонами ресторану.

Саме завдяки цьому поділу простору на обслуговувальні та виробничі зони ресторани можуть ефективно функціонувати, забезпечуючи якість обслуговування та готування страв.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТЕМАТИЧНИХ РЕСТОРАНІВ

3.1. Сучасні аспекти розвитку ресторанного господарства України

Зараз в ресторанній сфері України та Європи вибір стилю обслуговування, зовнішній вигляд персоналу, дизайн інтер'єру та якість їжі впливають на загальну атмосферу закладу та задоволення гостей. У більшості закладів можна помітити використання сет-меню як важливого елементу, а також спеціальні дегустаційні меню, які допомагають клієнтам зрозуміти асортимент продуктів. Великий акцент покладено на органічність і свіжість інгредієнтів, відсутність шкідливих добавок та натуральність страв, що сприяє здоровому харчуванню. Відкрита кухня та можливість спостерігати за процесом готування набувають популярності, а в меню з'являється більше страв із зеленими овочами та фруктами.

Проте, основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні і Європі схожі: ресторани стають більш доступними та професійними, а конкуренція стає жорсткішою. Це призводить до формування ресторанних мереж та посилення зусиль у залученні та утриманні клієнтів. У цих умовах виживають лише найсильніші, що відбивається на розвитку галузі в цілому. Український ринок ресторанного господарства має великий потенціал, а використання закордонного досвіду є ключовим для досягнення високих стандартів, які поєднують міжнародні та національні особливості [4].

Ресторанне господарство України активно трансформується під впливом економічних, соціальних та культурних змін. Основні сучасні аспекти його розвитку включають:

1. *Розширення формату закладів.* Збільшується різноманіття форматів: від стріт-фуду до концептуальних і тематичних ресторанів, фуд-холів, гастромаркетів і рор-ур-закладів.

2. *Цифровізація процесів.* Широке впровадження цифрових технологій: мобільні додатки, онлайн-бронювання, безконтактна оплата, QR-меню, CRM-системи для управління клієнтською базою.

3. *Зростання ролі сервісу та атмосфери.* Відвідувачі цінують не лише якість страв, а й загальний досвід - інтер'єр, обслуговування, музичне оформлення, події. Це стимулює розвиток дизайну та брендингу.

4. *Сталий розвиток і локальні продукти.* Власники закладів дедалі частіше впроваджують принципи екологічності, zero waste, використовують локальні продукти, підтримують фермерів і сезонність меню.

5. *Кулінарна ідентичність та етно-стиль.* Попит на автентичну українську кухню, модернізовані національні страви, регіональні рецепти стимулює розвиток гастрономічного туризму та формування культурної ідентичності.

6. *Післякризова адаптація (COVID-19, війна).* Пандемія і повномасштабна війна змінили структуру попиту, змусили ринок адаптуватися: зростання доставки, розвиток кейтерингу, створення безпечних форматів обслуговування, підтримка волонтерських ініціатив.

7. *Інтеграція в туристичну інфраструктуру.* Ресторани стають частиною турпродукту - з'являються гастротури, фестивалі, дегустаційні маршрути, що поєднують харчування з культурним досвідом.

3.2. Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність ресторанів в Україні

Підприємства ресторанного господарства відіграють важливу роль у сучасному ринковому середовищі, особливо в контексті загального соціально-економічного розвитку країни. Процес їхнього розвитку залежить від багатьох чинників, які можуть впливати на них різними способами і в різний час. Отже, керівництво ресторану має враховувати ці чинники, оскільки вони визначають його успіх.

Ці чинники можуть бути зовнішніми або внутрішніми. Зовнішні чинники впливу поділяються на дві основні категорії: прямий вплив і непрямий вплив.

Прямий вплив означає, що чинник безпосередньо впливає на діяльність ресторану і має відображення на його результативності. Наприклад, це можуть бути постачальники продуктів, чинне законодавство і діяльність державних органів, вимоги споживачів та конкуренція.

Непрямий вплив, навпаки, може не мати безпосереднього відображення на роботі ресторану, але впливає на нього в певний спосіб. Ці чинники можуть бути складнішими для аналізу, оскільки інформація про них може бути неповною або недостовірною. Проте, вони також можуть мати значний вплив на успіх ресторану.

1. Постачальники грають ключову роль у функціонуванні ресторанного бізнесу, оскільки вони забезпечують його необхідними ресурсами: продуктами, матеріалами, обладнанням, фінансами та робочою силою. Вплив постачальників проявляється через різноманітні аспекти, такі як ціни, якість, строк та ритм поставок. Недостатність або неповнота постачання може змусити підприємство шукати альтернативні джерела постачання. Наприклад, постачальники фінансових послуг, які включають банки, впливають на бізнес через обсяги та умови кредитування. Постачальники робочої сили, які можуть включати центри зайнятості та кадрові агенції, також мають свій внесок у функціонування ресторанного бізнесу через пошук та надання кваліфікованих кадрів.

2. Державні органи та законодавство грають важливу роль у регулюванні діяльності ресторанних підприємств. Сфера гостинності завжди перебуває під особливим наглядом державних установ, оскільки послуги, які вона надає, мають велике значення для задоволення потреб населення. Законодавство визначає організаційно-правовий статус підприємств, а також регулює оподаткування, будівництво, землекористування, сертифікацію та ліцензування. Підприємства повинні дотримуватися не лише

загальнодержавних законів, але й місцевих нормативно-правових актів та вимог органів державного регулювання.

3. Споживачі є ключовим фактором успіху будь-якого ресторанного бізнесу. Здатність залучати та задовольняти потреби споживачів визначає можливість підприємства виживати, отримувати прибуток та розвиватися. Ідея П. Друкера про те, що головна мета бізнесу - створювати споживача, особливо актуальна у сучасних умовах. Успішність ресторану визначається його здатністю залучати та утримувати клієнтів.

4. Конкурентна боротьба в сфері ресторанного бізнесу визначається не лише боротьбою за клієнтів, але й за ресурси, які включають працю, матеріали, фінанси та інновації. Успішність ресторану визначається його здатністю пристосовуватися до змін у конкурентному середовищі та задовольняти потреби своїх клієнтів більш ефективно, ніж конкуренти.

Вплив на діяльність підприємств ресторанного господарства визначається рядом ключових чинників зовнішнього середовища, які варто розглядати у контексті їхнього комплексного впливу. Першим із них є технологічне оточення, яке впливає на всі аспекти процесу приготування та подачі страв. Зміни в технологіях, такі як впровадження молекулярної кухні, можуть впливати на якість та ефективність роботи ресторану.

Економічні умови також мають значний вагомий вплив, оскільки вони визначають вартість продукції та послуг ресторану, а також доступність фінансових ресурсів для розвитку та функціонування. Зміни у економічній кон'юктурі можуть спричинити необхідність адаптації ціноутворення, оптимізації витрат або навіть перегляду стратегій розвитку [3].

Соціокультурні фактори також не можна недооцінити, оскільки вони формують попит, впливають на умови праці та взаємини з місцевим населенням. Демографічні та культурні особливості регіону можуть визначати специфіку ресторанного бізнесу та вимагати адаптації стратегій управління.

Політичні аспекти, такі як законодавство та податкова політика, також мають вирішальне значення для ресторанного бізнесу. Регулювання у сферах оподаткування, захисту прав споживачів та реклами може впливати на умови діяльності підприємств та їхню конкурентоспроможність.

Нарешті, міжнародні фактори стають важливими для мереж ресторанів, які працюють на міжнародному рівні. Економічний, політичний та культурний контексти кожної країни можуть вимагати унікального підходу до ведення бізнесу та спричиняти необхідність адаптації стратегій.

Усі ці фактори утворюють складну мережу впливу, яка вимагає від підприємств ресторанного господарства гнучкості, стратегічного мислення та постійного моніторингу змін у зовнішньому середовищі.

Внутрішнє середовище підприємства ресторанного господарства - це складний комплекс, що включає в себе різноманітні елементи, які взаємодіють між собою для досягнення загальних цілей та успішного функціонування. Одним з ключових аспектів цього середовища є визначення цілей, які визначають орієнтир для діяльності підприємства. Цілі можуть включати отримання прибутку, підвищення популярності ресторану та створення позитивного іміджу серед клієнтів.

Організаційна структура також має велике значення, оскільки вона визначає розподіл влади, відповідальності та функцій всередині підприємства. Ця структура повинна бути спрямована на досягнення поставлених цілей та забезпечувати оптимальний рівень ефективності.

Завдання кожного працівника також важливо відповідають структурі підприємства та спрямовані на досягнення загальних цілей. Ці завдання повинні бути чітко визначені і відповідати потребам підприємства.

Для успішної діяльності ресторану необхідні різноманітні ресурси, такі як людські, матеріальні, фінансові та інформаційні. Забезпечення достатньою кількістю та якістю цих ресурсів є важливим аспектом управління підприємством.

Використання технологій також може значно підвищити ефективність діяльності ресторану, дозволяючи оптимізувати процеси приготування їжі, обслуговування клієнтів та управління.

Корпоративна культура визначає стиль та підходи, які прийняті в підприємстві, що включає в себе уявлення про те, які дії відповідають цінностям та цілям компанії. Ця культура може мати значний вплив на мотивацію працівників та сприяти створенню позитивного іміджу серед клієнтів.

Додаткові фактори, які можуть впливати на успішність діяльності ресторану, включають наявність розважальних послуг, таких як ігрові майданчики для дітей, організація музичних виступів та інші заходи, які залучають клієнтів та створюють приємну атмосферу для відвідувачів. Також важливо використання стратегій ціноутворення та маркетингових прийомів для привертання клієнтів та підвищення прибутковості.

Зараз у сучасному світі спостерігається тенденція до розподілу часу відпочинку на менші інтервали, і це має важливе значення для розвитку ресторанного бізнесу. Важливо розуміти, яким чином різні соціальні групи розподіляють свій вільний час, скільки часу вони проводять у ресторанах, які види дозвілля вони вибирають у різні дні тижня, і як їхні цінності та переваги впливають на їхні вибори в ресторанному секторі. Крім того, фактор сезонності грає важливу роль у прибутковості ресторанів, оскільки підприємства можуть переживати періоди перевантаження в певні часи року, наприклад, під час святкових періодів. Зростання кількості факторів, що впливають на попит ресторанних послуг, робить цей сектор ще більш складним для аналізу та прогнозування. Наразі споживачі з високим рівнем доходів проявляють вибагливість та високі вимоги до якості обслуговування, що ставить перед підприємствами ресторанного бізнесу додаткові виклики. Тому розуміння мотивів та причин, що керують поведінкою споживачів у цьому секторі, є ключовим для успішної стратегії розвитку.

3.3. Проблеми та перспективи розвитку ресторанного господарства в індустрії туризму

Ресторанне господарство представляє собою складний механізм, спрямований на задоволення потреб споживачів у харчуванні, яке може бути поєднане як з організованим дозвіллям, так і без нього. Ця сфера діяльності відіграє значну роль у суспільстві, сприяючи економії ресурсів та часу. Механізоване виробництво у ресторанах дозволяє зменшити витрати праці на приготування та подачу страв у порівнянні з домашніми умовами.

Сучасний розвиток ресторанного бізнесу відображає зростаючу потребу людей у комплексних послугах з харчування, які поєднують матеріальні та духовні аспекти. Задоволення цих потреб має важливе значення як для економічного, так і для соціального благополуччя. Ресторанне господарство також тісно взаємодіє з індустрією туризму, надаючи не лише якісне харчування, але й створюючи економічні вигоди для місцевих громад та держави в цілому [9].

Крім того, відвідування ресторанів та закладів харчування під час подорожей призводить до зміни структури витрат населення, спонукаючи до переорієнтації витрат з продукції на послуги. Це сприяє мобілізації фінансових ресурсів та сприяє розвитку туризму як суспільного явища. Таким чином, ресторанне господарство відіграє неабияку роль у формуванні економічного та соціокультурного ландшафту сучасного суспільства.

Заклади ресторанного господарства несуть на собі важливу соціальну та економічну відповідальність, оскільки вони стають місцем зустрічей та обміну культурними враженнями для людей із різних частин світу. Ресторани стають платформою для спілкування, де формується атмосфера взаєморозуміння та підтримується сприятливий клімат для встановлення як ділових, так і дружніх зв'язків.

Популярність ресторанів серед туристів, як власних країни, так і з-за кордону, забезпечує не лише стійке фінансове благополуччя для галузі

гостинності у внутрішньому туризмі, а й значний приріст у міжнародному секторі. Це, у свою чергу, стимулює економічний розвиток через збільшення обсягів валютних операцій та підтримку іноземних інвесторів. Розширення галузі ресторанного бізнесу на міжнародні ринки робить можливим експорт послуг та збільшує прибуток.

Завдяки широкому спектру послуг, які пропонують ресторани, вони стають ключовим елементом у формуванні повного туристичного досвіду. Від сніданку до вечері, вони пропонують комплексне харчування, дозволяючи туристам насолоджуватися відпочинком без зайвих турбот. Крім того, ресторани активно реагують на потреби різних груп туристів, надаючи різноманітні сервіси, які відповідають їхнім вподобанням та очікуванням.

Наприклад, організовані туристичні групи мають можливість заздалегідь оплатити послуги харчування, тоді як індивідуальні мандрівники можуть користуватися більш гнучкими умовами. Ресторани готові задовольнити будь-які потреби, від упакування страв для виїзду за межі закладу до придбання напівфабрикатів для самостійного готування. Різноманітність ресторанних пропозицій і можливостей задовольнити потреби споживачів робить їх ключовим елементом у відпочинкових комплексах та курортних зонах, що в свою чергу підсилює конкуренцію та стимулює подальше удосконалення сервісу [5].

У галузі ресторанного господарства вплив на ситуацію забезпечують різноманітні чинники, що охоплюють не лише певні елементи споживчого ринку, але й змінні фактори, такі як сезонні коливання попиту, наявність інших закладів у місцевості та маркетингові стратегії.

Розподілення ресторанів на сезонні та цілорічні, відкриті та закриті, а також врахування асортиментної політики визначає особливості їхнього функціонування. Так, курортні заклади, які головним чином обслуговують туристів, мають свої унікальні властивості, оскільки їхня активність часто залежить від сезонності.

Споживачі можуть обирати між закладами з "фірмовими" стравами та тими, що пропонують різноманітність. Крім того, різні форми обслуговування, такі як самообслуговування та класичне ресторанне обслуговування, впливають на зручність для клієнтів.

Важливо також враховувати, що репутація, якість обслуговування та розташування впливають на привабливість закладу для туристів. Відкриті заклади зазвичай конкурують на вільному ринку, в той час як закриті заклади частіше обслуговують організовані групи туристів.

Змішана форма організації діяльності, яка поєднує риси як відкритих, так і закритих закладів, може задовольнити різні потреби туристів. Це надає можливість як організованим групам, так і незалежним туристам забезпечити себе їжею відповідно до власних вподобань та графіку.

Заклади ресторанного господарства становлять важливу складову туристичного бізнесу, забезпечуючи важливу інфраструктуру для подорожуючих. Тому їхнє матеріальне та технічне забезпечення грає критичну роль у задоволенні потреб клієнтів.

Матеріально-технічна база ресторанного господарства складається з різноманітних закладів, що відіграють ключову роль у цій галузі. Ці заклади здійснюють виробничо-торговельну діяльність, включаючи виробництво, продаж та організацію споживання їжі і напоїв, а також надають послуги для задоволення потреб споживачів у відпочинку та розвагах [2].

У мережу торговельних об'єктів ресторанного господарства входять різноманітні заклади, що пропонують їжу та напої. Це стаціонарні підприємства, розташовані у капітальних будівлях, такі як ресторани, кафе, їдальні, бари тощо, а також менші заклади, які розміщені в некапітальних спорудах, наприклад, міні-бари чи міні-кафе. Пересувні пункти харчування, такі як виїзні буфети, також увійшли до складу цієї мережі.

Згідно з класифікацією видів економічної діяльності, всі ці підприємства відносяться до сектору "тимчасове розміщування". Це означає, що вони надають послуги тимчасового проживання та харчування. Сюди

входять готелі, об'єкти розміщення для відпочинку, кемпінги, автостоянки для житлових автофургонів і причепів, а також інші засоби тимчасового проживання.

Окрім цього, важливу складову господарства становить сфера "забезпечення стравами та напоями" (рис. 3.1.). Сюди входять ресторани, мобільні кафе, послуги доставки готових страв та обслуговування напоями. Ця галузь відзначається зростанням у останнє десятиліття, порівняно з тенденцією скорочення кількості закладів, які займаються тимчасовим розміщенням.

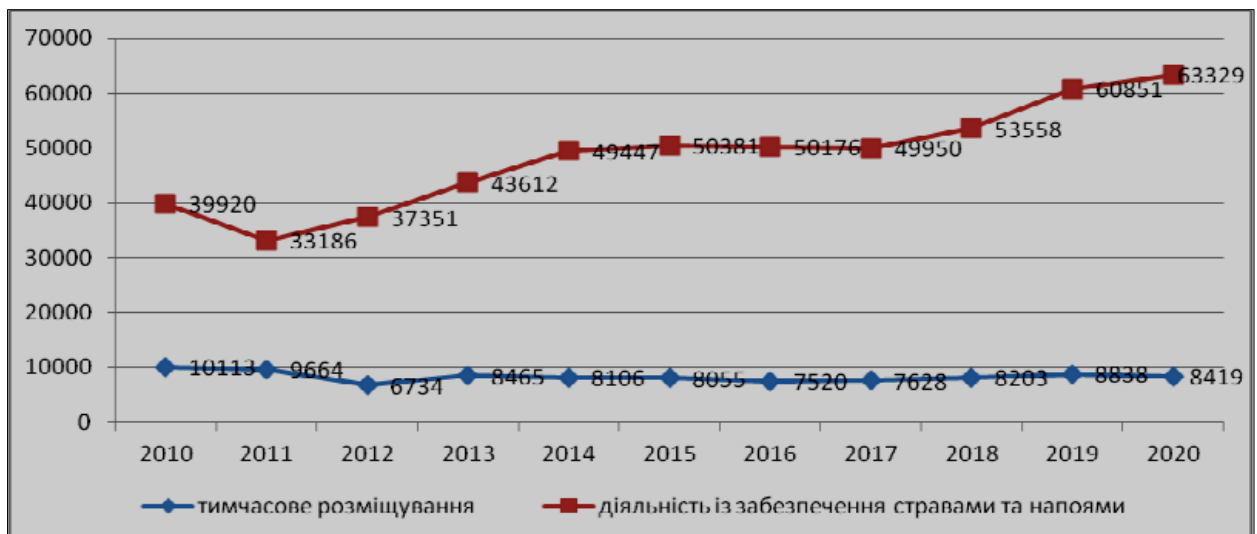


Рис. 3.1. Тенденції зміни кількості закладів з тимчасового розміщення та діяльності зі забезпечення стравами та напоями в Україні

За аналізом даних, протягом періоду з 2010 по 2020 рік в Україні помітно зменшилася загальна кількість закладів для тимчасового розміщення.

У той же час, сфера обслуговування щодо страв і напоїв в Україні розвивалася із значною інтенсивністю протягом вказаного періоду. Ресторанна галузь пропонувала все більше різноманітних послуг, починаючи від доставки їжі додому і закінчуючи організацією свят та шоу зі споживанням. З'явилася тенденція у суспільстві замінювати готування їжі на її придбання, бажання звільнити час від домашніх обов'язків і поєднати прийом їжі з цікавим проведенням часу.

Зменшення кількості підприємств у сфері ресторанного господарства відбулося переважно під час кризових періодів, коли закривалися переважно невеликі заклади з низькими оборотами і прибутковістю. Проте, починаючи з 2014 року, спостерігалось збільшення кількості стартапів у середньому сегменті ресторанної справи. Це означало відкриття великих ресторанів з великою кількістю місць, часто з декількома залами для проведення різних заходів. Розвиток цієї галузі свідчить про зростання доступності для населення ресторанних закладів, що відображено в регіональній структурі за областями України (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Забезпечення населення України мережею закладів ресторанного господарства у розрізі областей

№	Область	Кількість закладів, од.	Населення, осіб	Забезпеченість, од./10 тис. осіб
1	Вінницька область	1895	1 529 123	12,39
2	Волинська область	1114	1 027 397	10,84
3	Дніпропетровська область	3267	3 142 035	10,40
4	Донецька область	2623	4 100 280	6,40
5	Житомирська область	1253	1 195 495	10,48
6	Закарпатська область	3133	1 250 129	25,06
7	Запорізька область	2008	1 666 515	12,05
8	Івано-Франківська область	3146	1 361 109	23,11
9	Київська область	4943	4 750 710	25,45
10	Кіровоградська область	1029	920 128	11,19
11	Луганська область	1244	2 121 322	5,87
12	Львівська область	3957	2 497 750	15,84
13	Миколаївська область	1185	1 108 394	10,69
14	Одеська область	4084	2 368 107	17,25
15	Полтавська область	2343	1 371 529	17,08
16	Рівненська область	1388	1 148 456	12,09
17	Сумська область	1722	1 053 452	16,34
18	Тернопільська область	844	1 030 562	8,19
19	Харківська область	4058	2 633 834	15,41
20	Херсонська область	1395	1 016 707	13,72
21	Хмельницька область	2913	1 243 787	23,42
22	Черкаська область	1663	1 178 266	14,11
23	Чернівецька область	1125	896 566	12,55
24	Чернігівська область	1118	976 701	11,45
Разом*		63329	41 588 354	15,23
<i>*без урахування тимчасово окупованих територій Донецької і Луганської областей та АР Крим</i>				

Аналізуючи дані таблиці, можна зазначити, що кількість закладів ресторанного господарства на 10 тисяч мешканців в Україні в середньому становить 15. Проте, в областях Закарпатській, Івано-Франківській, Київській, Одеській, Полтавській, Сумській та Хмельницькій цей показник перевищує середнє значення по країні, але ще не досягає рівня, характерного для середньоєвропейських країн. Наприклад, на 10 тисяч мешканців у цих областях в середньому може бути лише 32 заклади ресторанного господарства. Цікаво, що у туристично привабливих місцях країни, які приваблюють багато відвідувачів, кількість ресторанів швидко зростає, і на 10 тисяч мешканців припадає значно більше закладів, ніж у середньому по країні.

Не лише кількість ресторанів впливає на якість обслуговування споживачів, але й тип підприємства ресторанного господарства. Різні типи підприємств мають свої характеристики у кулінарній продукції та наданні послуг споживачам, що впливає на загальне враження від відвідування таких закладів.

Висновки до розділу 3

Розвиток ринку ресторанного господарства в Україні може відкрити безліч перспектив, які варто розглянути докладніше. Однією з ключових можливостей є створення універсальних мобільних додатків, які поєднують у собі можливості попереднього замовлення, програми лояльності та трекінгу доставки. Це не лише полегшить процес замовлення для клієнтів, а й збільшить ефективність роботи для ресторанів.

Ще однією перспективою є зростання продажів через Інтернет, завдяки використанню різних рекламних стратегій, таких як SEO-оптимізація сайту, контекстна реклама, банери та ремаркетинг. Також важливою є активна присутність у соціальних мережах та співпраця з впливовими особистостями.

Покращення організації простору ресторану, зокрема розвиток літніх майданчиків та оптимізація системи передачі замовлень через вікно видачі, також може сприяти залученню клієнтів.

Крім того, зниження орендних ставок через наслідки пандемії та розширення мережі закладів за умов франчайзингу можуть стимулювати відновлення ринку ресторанних послуг.

У цілому, розвиток ресторанного господарства потребує комплексного підходу та активної адаптації до змін у споживчому попиті та умовах бізнесу.

РОЗДІЛ 4. ПРОЄКТ-РОЗРОБКА ТЕМАТИЧНОГО РЕСТОРАНУ

"EMBER"

4.1. Концепція кав'ярні "EMBER"

Тематичні ресторани - це не просто місця, де можна поїсти. Вони - цілісні відображення концепцій та ідей, які перетворюють їх на особливі атмосферні зони, сповнені харизми та креативу. Незвичайна концепція може бути ключем до успіху такого закладу. Вона може відображати будь-що, що захоплює: культуру, історію, навіть улюблені фільми або книги. Такі ресторани стають не лише місцем для поїдання, а й площадкою для спілкування, відпочинку та отримання нових вражень.

У Чернівцях відсутній ресторан, який би ідеально відповідав потребам студентів. Тому виникає ідея створення закладу, який би став місцем, де молодь могла б не лише насолоджуватися смачною їжею, але й відчувати себе комфортно і непередбачувано. Концепція полягає в тому, щоб кожен студент міг забути про грошові турботи, оплативши фіксовану вартість входу. Це відкриває доступ до широкого асортименту страв за доступні ціни.

Цей заклад не лише створить можливість для смачного харчування, а й стане місцем, де студенти зможуть зустрічатися, обмінюватися думками та насолоджуватися атмосферою дружнього спілкування. Він запропонує не лише страви, а й новий досвід, який варто випробувати.

Отже, щодо концепції ресторану, можна зосередитися на створенні затишної та привабливої атмосфери, яка б відповідала інтересам та потребам молоді. Наприклад, розробка дизайну з елементами сучасності та енергійнішого стилю може створити цікавий інтер'єр, де студенти зможуть не лише насолоджуватися стравами, але й відчувати себе комфортно.

У ресторанному меню варто розглянути широкий вибір страв, які відповідають смакам молоді. Популярні позиції, такі як піца, бургери, паста, салати, будуть завжди в ціні серед студентського оточення. Також важливо врахувати дієтичні та вегетаріанські пропозиції, щоб задовольнити

різноманітні харчові вподобання. Додавання страв з місцевих продуктів може сприяти не лише підтримці місцевих виробників, а й зробити меню більш екологічно орієнтованим.

Для залучення уваги студентської аудиторії, ресторан може встановити партнерські відносини з місцевими університетами. Це може включати рекламні акції спільно з університетами або спеціальні пропозиції для студентів, які привернуть увагу молоді до закладу.

Щодо атмосфери, рекомендується створити комфортне середовище, де студенти можуть відпочити та насолоджуватися часом з друзями. Розміщення зон для відпочинку з м'якими меблями, такими як дивани та крісла, може створити зручні місця для відпочинку та спілкування. Це дозволить студентам відчувати себе як вдома та бажаними в ресторані, що, в свою чергу, сприятиме популярності закладу серед цільової аудиторії.

Переваги даного закладу належно розглянути з різних кутів. Почнемо з доступності цін. Помірні ціни відкривають можливість студентам насолоджуватися якісною їжею без необґрунтованого навантаження на свій бюджет. Гнучкість вибору також важлива. Меню, що пропонується, дає студентам великий простір для вибору, дозволяючи кожному знаходити щось, що відповідає його смакам та побажанням.

Також, варто врахувати спрощений процес обслуговування. Швидке приготування замовлень дозволяє студентам ефективно використовувати свій час та уникати зайвого очікування. А соціальний аспект є не менш важливим. Ресторан стає місцем зустрічей та спілкування, де студенти можуть проводити час разом, насолоджуючись атмосферою спільності.

Проте, серед мінусів, слід відзначити обмежений вибір. Хоча система обирання страв може здаватися зручною, вона обмежує можливість студентів спробувати нові або нестандартні страви. Також, недоліком є недостатній індивідуальний підхід до кожного клієнта. Не всі студенти знайдуть тут їжу, яка відповідає їхнім унікальним смаковим уподобанням.

Ризик недостатньої наявності також може викликати певні турботи. У пікові години або під час популярних подій, певні страви можуть закінчитися, що робить процес обслуговування менш привабливим для клієнтів. І нарешті, витрати на вхід варто враховувати. Хоча для багатьох студентів вони можуть виглядати прийнятними, для інших це може стати бар'єром для візиту, особливо якщо вони не планують витратити цю суму на їжу.

Назва: "EMBER"

"Ember" - це тліючий вогник, тепло, яке живе всередині. Кав'ярня для тих, хто не шукає тиші, а хоче внутрішнього вогню, натхнення та сили (рис. 4.1., 4.2). Бізнес - план кав'ярні "Ember" представлено у додатку А.

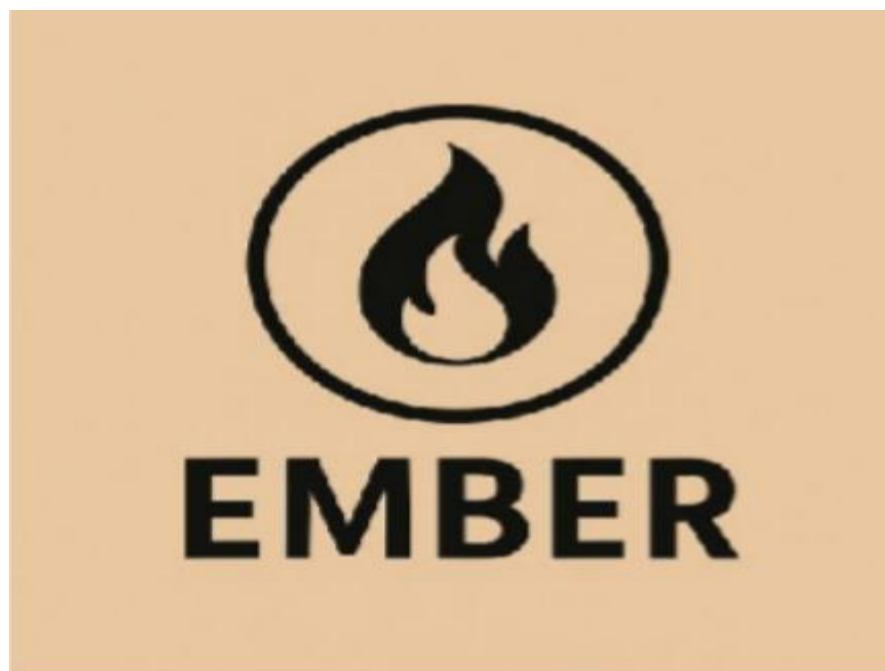


Рис. 4.1. Логотип закладу

Тип закладу

Міська кав'ярня - ідеальна для зустрічей, роботи, натхнення.

Стиль - індустріальний мінімалізм + теплі елементи (цегла, мідь, дерево).

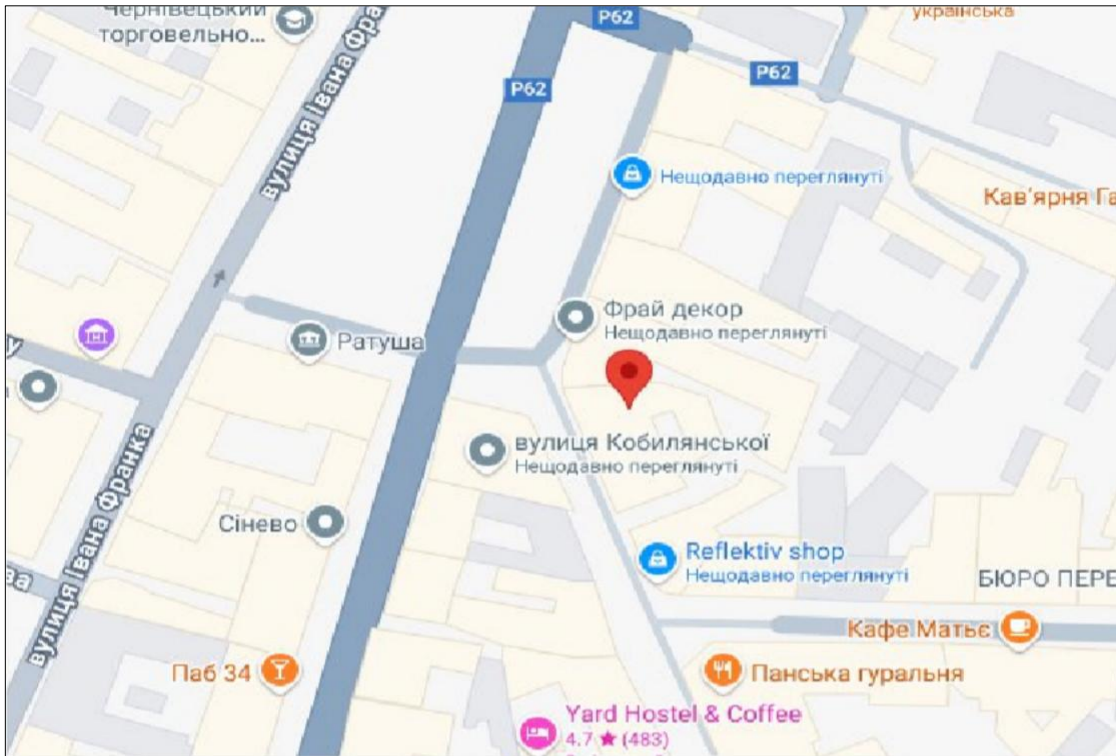


Рис. 4.2. Розташування закладу (вул. О. Кобилянської, 16)

Спеціалізація закладу

Головний продукт: "Ember-брауні" – щільні, насичені десерти – символ енергії.

Кожен вид має «іскру» – незвичайний смаковий акцент (рис. 4.3.):

- *Класичний вогонь* – темний шоколад із морською сіллю.
- *Імбирна іскра* – шоколад із імбиром і апельсиновою цедрою.
- *Смола та дим* – брауні з карамеллю й димним ароматом (копчена сіль).
- *Вогник спецій* – чилі, кориця, какао.
- *Кавовий жар* – подвійна доза еспресо в тісті.

Напої

Авторські кавові напої з прянощами, цитрусом, димом - “*Smoked Latte*”.

Альтернативне заварювання (V60, Chemex, cold brew).

Вогняні чаї: обліпиховий, імбирний, з корицею.

Інтер'єр і атмосфера закладу

Дизайн:



Рис. 4.3. Кольорова гама закладу

- Основні кольори: вугільно- чорний, теракотовий, мідний.
- Акценти: неонова підсвітка в глибоких тонах, жива зелень.
- Освітлення: тепле, точкове, лампи Едісона.
- Декор: цегла, бетон, метал + вогняні елементи (свічки, лампи, графіка).

Меблі:

Високі барні столи для розмов.

Невеликі столики для фокусної роботи.

М'які крісла в зоні "fire spot" – головний теплий куточок з імітацією вогню.



Родзинки кав'ярні

Місце для творчості – стіна для нотаток/ілюстрацій від гостей (крейда, маркер).

Плейлист "Ember" – авторська музика в стилі lo-fi, indie, ambient rock.

"Ember" - це про приховану енергію, внутрішню силу, натхнення. Не тиша, а жар, що підтримує життя, навіть коли все навколо в спокої.

Основні зони:

1. Барна стійка – вздовж однієї стіни, відкритий процес приготування кави (ефект шоу) (рис. 4.4., 4.5.).
2. Високі барні місця – біля панорамного вікна або під неоновим написом.
3. Fire Spot" – зона комфорту м'які крісла, імітація вогню (камін/лампи), ідеальна для вечірніх посиденьок.
4. Стіна натхнення – місце для нотаток/ескізів гостей.
5. Столики для роботи та зустрічей – компактні, окремі місця без зайвого шуму.
6. Аудіозона – дискретне розміщення колонок для якісного, але ненав'язливого звучання.

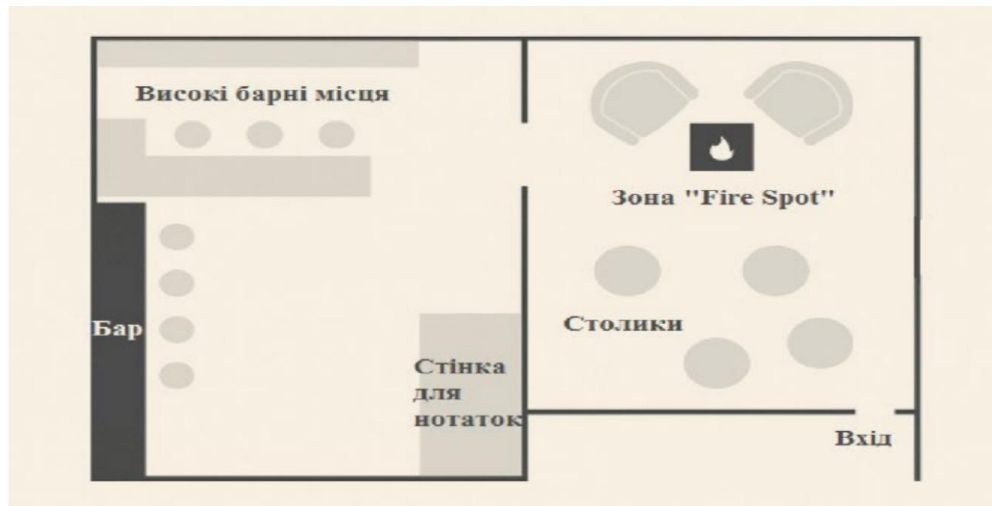


Рис. 4.4. Схема основних зон закладу

Головний принцип розташування – динаміка простору: від енергійної барної зони до спокійного куточка "Fire Spot".



Рис. 4.5. Основні зони закладу

4.2. Особливості тематичного ресторану як об'єкта туристичної діяльності

Тематичні ресторани, які привертають увагу туристів та місцевих мешканців, відрізняються кількома ключовими аспектами.

По-перше, унікальна концепція грає важливу роль. Якщо ресторан має свою власну тематику, яка відображає культурні та історичні аспекти міста, це може бути цікавою розвагою для всіх, хто відвідує заклад. Наприклад, ресторан, який розповідає про історію Чернівців через своє меню та інтер'єр, зможе привернути увагу як туристів, так і місцевих мешканців.

Далі, важливою складовою успішності таких закладів є наявність розважальних програм. Влаштовуючи тематичні вечірки, організовуючи квізи або проводячи майстер-класи з кулінарії, ресторан може створити атмосферу, що приваблює гостей, які шукають якісні розваги та нові враження.

Також важливою є локація ресторану. Якщо він розташований у самому центрі міста або в місці, де активно розвивається туристичний рух, це може значно збільшити його привабливість для відвідувачів.

Співпраця з туристичними агентствами є ще одним важливим аспектом. Це дозволяє ресторану бути включеним в туристичні маршрути та програми, що значно розширює його аудиторію.

Для багатьох туристів важливою є доступність. Тому ресторани з помірними цінами та широким асортиментом страв можуть стати привабливими для бюджетних мандрівників.

Не останню роль відіграє культурна складова. Інтеграція місцевих традицій у дизайн і меню ресторану робить його цікавим для туристів, які бажають пізнати більше про місцеву культуру та кухню.

Висновки до розділу 4

Ресторанний бізнес є одним із найпоширеніших видів малого підприємництва, що характеризується постійною конкуренцією за залучення та утримання споживачів у ролі постійних клієнтів. В умовах несприятливої економічної ситуації багато закладів ресторанного господарства стикаються зі значними труднощами через зниження попиту з боку споживачів і

одночасне зростання витрат. До основних статей витрат належать оплата праці, оренда приміщень та закупівля сировини. У таких обставинах конкуренція стає ще гострішою, а питання забезпечення конкурентоспроможності набуває пріоритетного значення.

Серед можливих рішень цієї проблеми можуть бути ефективні організаційні зміни, впровадження інновацій та використання передових маркетингових технологій.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було досліджено ключові аспекти функціонування, проєктування та перспектив розвитку цього сегменту ресторанного господарства.

У першому розділі розглянуто теоретичні основи ринку тематичних ресторанів, зокрема їхнє місце в індустрії харчування та туристичній сфері. Проаналізовано економічні засади функціонування ресторанного бізнесу, з'ясовано основні тенденції у проєктуванні та класифікації закладів.

Другий розділ присвячений архітектурно-дизайнерському аспекту ресторану як об'єкта гастрономічної культури. Досліджено роль привабливості споруди, гармонії внутрішнього й зовнішнього простору, а також проаналізовано критерії класифікації архітектурних стилів, які формують унікальність закладу.

У третьому розділі охарактеризовано сучасний стан ресторанного господарства в Україні, виявлено вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на діяльність закладів, виокремлено проблеми, а також визначено перспективи інтеграції тематичних ресторанів у туристичну індустрію.

Четвертий розділ представлено як практичну реалізацію теоретичних знань - проєкт кав'ярні «EMBER». Сформовано концепцію закладу, враховано особливості тематичного спрямування як важливого чинника туристичної привабливості.

У результаті дослідження встановлено, що успішна організація тематичного ресторану потребує комплексного підходу - від глибокого аналізу ринку та проєктування інтер'єру до формування цілісної концепції та впровадження сучасних методів управління й просування. Такий заклад здатен не лише задовольнити гастрономічні потреби споживачів, а й стати привабливим туристичним об'єктом, що сприяє розвитку локальної економіки та культури.

Аналіз теоретичних основ дозволив визначити, що тематичні заклади вирізняються не лише стилізованим інтер'єром, але й узгодженим

оформленням меню, обслуговування, музичного супроводу та інших елементів, які створюють цілісну концепцію. Основні фактори успіху тематичних ресторанів включають чітко визначену цільову аудиторію, креативну концепцію, ефективну маркетингову стратегію та якісне управління персоналом.

Проведений аналіз дозволив сформулювати рекомендації щодо ефективної організації та просування тематичних ресторанів, що можуть бути корисними як для новостворених закладів, так і для існуючих гравців ринку, які прагнуть оновити свою концепцію.

Таким чином, розвиток тематичних ресторанів потребує не лише креативного підходу, але й глибокого розуміння ринкових потреб, інновацій та управлінських стратегій, що у сукупності формує конкурентні переваги закладу на сучасному гастрономічному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бородіна. В.В. Готельно-ресторанний бізнес: підручник. Х.: «Слово», 1998 р.
2. Бутенко О.П., Стрельченко Д.О. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості, 2016, С. 18–24.
3. Воловельська І. В., Лоєнко О. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Вісник економіки транспорту і промисловості, 2016, С.115–118.
4. Гінда М. І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи». Львів: МАУП, 2016, 301–306.
5. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. Випуск 16. 2018.
6. Гоблик-Маркович Н.М. Напрями формування сучасної маркетингової стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації.-2018.- 102 с.
7. Давидова О.Ю., Усіна .А.І., Сегеда І.В. Ресторанний менеджмент: підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 279 с.
8. Домбровська С. М. Державна політика формування сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. Інвестиції: практика та досвід, 10, 2019, 105–110.
9. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки, 17, 2017, 314–317.
10. Мальська М.П., Гаталюк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 584 с.

11. Миронова М. І., Миронов Ю. Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020, 517–520.
12. Назаренко І.А., Боднарук О.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 128 с.
13. Олабоді О.В., Фесун Т.П. Організація готельно-ресторанної справи: наук.-допом. бібліогр. покажч. К.: Нац. ун-т харч. технол.; Наук.-техн. б-ка, 2021. 213 с
14. П'ятницька Г. Т., Найдюк, В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава, 9, 2017, 66–73.
15. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід : колективна монографія / за заг.ред. А. Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. – 412 с.
16. Ткачова С. С. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Х.: Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2008. – Вип. 2, Ч. 2. – С. 188–196.
17. Скавронська І.В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2009. – Вип. 2. – С. 232-244.
18. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці : Книги-XXI, 2005. – 596 с.
19. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні // Буковинська державна фінансова академія. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm

ДОДАТКИ

Додаток А

Бізнес – план кав'ярні «Ember»



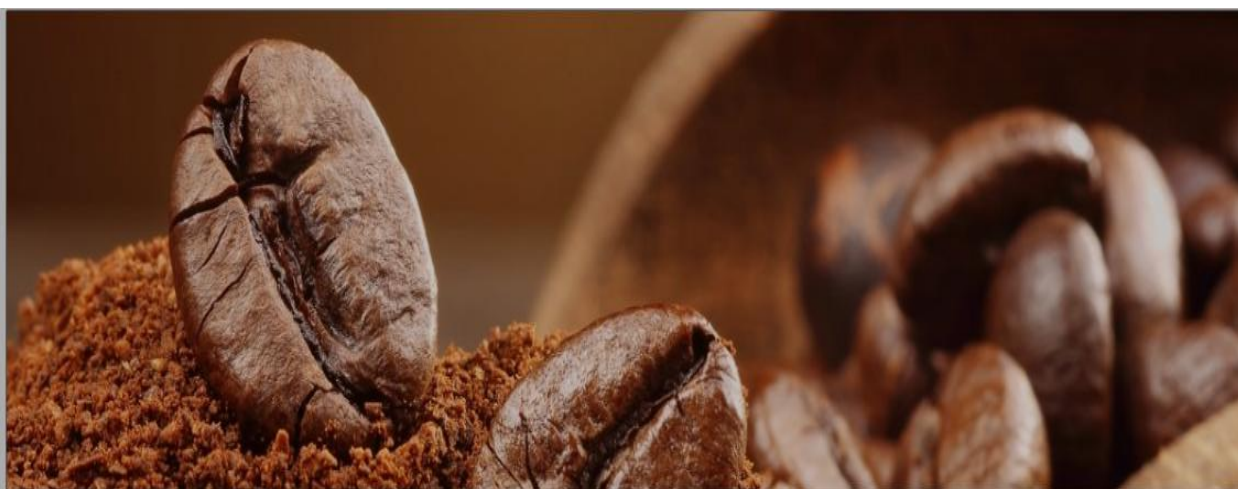
ОСНОВНІ ЦІЛІ БІЗНЕСУ



- Створити кав'ярню з унікальною атмосферою внутрішнього вогню й натхнення.
- Забезпечити стабільний дохід та можливість масштабування.
- Популяризувати кавову культуру та авторські десерти.

ГЛОБАЛЬНІ ЦІЛІ

- Відкрити мережу кав'ярень "EMBER" у найбільших містах України.
- Стати впізнаваним брендом у сфері креативної гастрономії.
- Залучити постійну аудиторію через події, колаборації та атмосферу.



ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЄКТУ

- Локація: центр міста, простір для роботи та відпочинку.
- Основний продукт: авторські брауні та кава.
- Аудиторія: молоді професіонали, фрилансери, креативні люди.



УНІКАЛЬНА ТОРГОВЕЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ (УТП)

- "EMBER" – це не просто кава, а енергія в чашці й на тарілці.
- Атмосфера вогню, творчості та натхнення.
- Візуально-привабливий інтер'єр і "wow"-десерти.

АНАЛІЗ РИНКУ

- Зростаючий попит на якісні кав'ярні з унікальною концепцією.
- Споживач шукає не тільки продукт, а й затишок.





КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Чітка ідея бренду – візуальна й смакова ідентичність.
- Дизайн-підхід до кожного елементу: інтер'єру, меню, сервісу.
- Гнучкий маркетинг: адаптація під сезон і потреби аудиторії.

SWOT-АНАЛІЗ

- **Сильні сторони:** унікальна концепція, якісний продукт, атмосферний інтер'єр.
- **Слабкі сторони:** новий бренд, високі стартові витрати.
- **Можливості:** ріст бренду, колаборації з місцевими підприємцями.
- **Загрози:** висока конкуренція, економічна нестабільність.





МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

- Створення сторінки в Instagram, TikTok із контентом про атмосферу й команду.
- Співпраця з інфлюенсерами, локальними подіями.
- Запуск лояльності – картки клієнтів, подарункові сертифікати.

Активність 1

ПРОГНОЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ (1 РІК)

- Початкові інвестиції: \$25,000
- Щомісячний виторг: \$7,000–\$9,000
- Точка беззбитковості: 7 місяців
- Потенційний прибуток на кінець року: \$15,000–\$20,000





АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ РИЗИКІВ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ

- Ризики: зниження попиту, технічні проблеми, кадрові питання.
- Рішення: адаптивне меню, регулярний зворотний зв'язок із клієнтами, навчання персоналу.

ВИСНОВОК

- Кав'ярня "EMBER" — це концептуальний простір, який поєднує якісний продукт, вогняну естетику та емоційний комфорт. Вона має потенціал стати культовим місцем у місті та брендом, який розвиватиметься на національному рівні.

