

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

Бакалаврська робота на тему
«Створення сучасного закладу харчування на прикладі: кафе «Шамі»
м.Коломия»

Виконав:
студент IV курсу 412 групи
спеціальності «Туризм»
ОП «Готельно-ресторанний сервіс та туроперейтинг»
Чакар Ахмет Ахметович

Керівник:
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Брик С.Д.

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №____
від «__» _____ 202_ р.
Зав. кафедри _____ д.

Чернівці – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ.....

1.1 Поняття та суть закладів харчування та їх значення для розвитку туризму

1.2 Історія виникнення закладів громадського харчування

1.3 Теоретичні засади створення закладу громадського харчування

РОЗДІЛ 2 ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ В М. КОЛОМІЯ.....

2.1 Історія виникнення закладів громадського харчування в м. Коломия

2.2 Передумови створення сучасного закладу харчування в м. Коломия

2.3. Аналіз сучасного ринку закладів харчування в м. Коломия.....

РОЗДІЛ 3 ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ КАФЕ «ШАМІ» В М. КОЛОМІЯ.....

3.1 Виникнення ідеї створення кафе «Шамі»

3.2 Розробка бізнес плану кафе «Шамі»

3.3 Процес створення кафе «Шамі»

3.4 Проблеми та перспективи існування кафе «Шамі»

ВИСНОВКИ.....

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАЧУВАННЯ

1.1 Поняття та суть закладів харчування та їх значення для розвитку туризму

Заклад харчування - це будь-яке місце, де можна отримати їжу та напої, які готуються або подаються для споживання на місці. Це може бути ресторан, кафе, бар, закусочна, кафетерій, кав'ярня, фастфуд, столова, пекарня та інші подібні заклади.

Давайте розглянемо детальніше деякі особливості закладів харчування:

Типи закладів харчування:

-Ресторан - це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту, що поєднується з організацією відпочинку і розваг для клієнтів.

-Ресторан-бар - це варіація ресторану, де торговельна зала межує з торговельною залою бару або барна стійка розташована в торговельній залі ресторану. Особливість ресторанів при готелях полягає в обслуговуванні як мешканців готелю, так і широкої публіки. Також вони організовують обслуговування урочистих подій, нарад, конференцій, конгресів, надають інші послуги, такі як продаж сувенірів, квітів, обслуговування в готельних номерах і т. д. Більшість ресторанів мають музичну програму і проводять концерти.

Кафе - це заклад громадського харчування з широким вибором легких страв, кондитерських виробів та напоїв; де надаються послуги самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Кав'ярня - це різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

Кафе-бар - це варіант кафе, де торговельна зона межує з торговельною зоною бару або барна стійка розміщена в торговельній залі кафе..

Бар - спеціалізований заклад ресторанного господарства, де алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стійку.

Заклад швидкого харчування (фастфуд) - це заклад ресторанного господарства, де використовується метод самообслуговування і пропонується обмежений асортимент продукції, що прискорює процес обслуговування.

Буфет - це заклад ресторанного господарства із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розташований у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи або продають на винос.

Закусочна - заклад ресторанного господарства самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного приготування, призначений для швидкого обслуговування споживачів. Їдальня - заклад ресторанного господарства для обслуговування певного контингенту споживачів з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть подаватися у вигляді скомплектованих раціонів харчування. Функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, військових підрозділах лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, закладах соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. В їдальнях можуть функціонувати зали оздоровчого, лікувального та лікувально-профілактичного призначення.

Концепція ресторану

Концепція ресторану — це стратегічний план створення закладу, що включає детальний опис. Вона визначає ідею ресторану, описує всі аспекти його діяльності, такі як технологічні процеси, дизайн, брендування, стратегію позиціонування, меню, маркетинг та рекламу для залучення та утримання клієнтів. Цей документ охоплює плани підприємства та всі аспекти його функціонування, забезпечуючи розуміння кінцевої мети та слугуючи ключовим інструментом управління закладом. Концепція встановлює стандарти обслуговування та способи систематичного вирішення виникаючих проблем. Розробка бізнес-плану ґрунтується на концепції закладу.

Дизайн приміщення повинен відповідати концепції та специфіці меню. Наприклад, ресторан східної кухні не буде виглядати гармонійно з класичним інтер'єром. Створюючи інтер'єр, необхідно вивчити цільову аудиторію та контингент відвідувачів. Для бістро та фаст-фудів підійдуть яскраві, зносостійкі меблі без зайвого декору, оформлені у фірмових кольорах. Ці заклади розраховані на великий потік людей, тому інтер'єр має бути практичним: «швидко поїв – швидко пішов». Для кафе підходить інший підхід: вони зазвичай тематичні, і все в них підпорядковане обраній темі, від загального колірної рішення до ручок дверей. Клієнтів вражають особливі деталі в приміщенні, такі як приглушене світло, цікавий декор та затишні куточки біля вікон.

Ресторани відвідують переважно в обідній або вечірній час для приємного проведення часу чи ділових зустрічей. Тому гармонійний інтер'єр є першим враженням. Важливо створити затишну атмосферу, яка задовольнить як консервативних людей, так і креативну молодь або прагматичний бізнес-клас. Дизайн ресторанів такий же різноманітний, як і кількість національних страв. Незважаючи на змінність моди на стилі оформлення, інтер'єр повинен викликати бажання повернутися. Дизайн також допомагає виділитися,

оскільки звичайній кав'ярні чи піцерії важко привернути увагу лише кухнею. Інтер'єр піцерії логічно оформити в італійському стилі, а ресторану японської кухні – в східному стилі. Важливо враховувати цільову аудиторію: інтер'єр ресторанів швидкого харчування і елітних національних закладів базується на різних концепціях. В цілому, дизайн має підкреслювати особливості кухні. Важливо також продумати системи вентиляції та освітлення. У приміщенні потрібні різні джерела освітлення для столиків і барної стійки, враховуючи кількість і розмір вікон та режим роботи закладу. Зонування простору – ще одна важлива складова дизайну кафе і ресторанів. Важливо правильно виділити барну стійку, літню терасу та створити комфорт за кожним столиком. Дизайн закладів харчування можна розділити на кілька етапів:

1. **Підготовчий етап:** збір проектних даних, огляд приміщення, експертиза, постановка завдань (середній чек, кількість клієнтів тощо).
2. **Планувальний етап:** глибоке вивчення об'єкта, зняття вимірів, зонування, розробка архітектурно-планувального рішення. Замовник отримує інформацію про кількість місць, об'єми меблів, основні шляхи руху клієнтів і персоналу, розташування дверей, арок, барної стійки та інших елементів.

Меню:

Меню ресторану має бути розроблене з урахуванням потреб споживачів, на яких спрямований заклад. Воно повинно відповідати рівню обслуговування, атмосфері ресторану, часу обслуговування та іншим аспектам. При створенні меню важливо враховувати концепцію, дизайн та текст, що вимагає творчого підходу. Оформлення меню повинно відображати стиль, атмосферу та рівень закладу. Якісно підібрані страви, оформлення тексту та обкладинка свідчать про вишуканість ресторану.

У закладах з помірними цінами витрати на оформлення можуть бути скромнішими, але зміст повинен відповідати всім вимогам, включаючи правила роботи ресторанів. У соціально орієнтованих підприємствах меню

друкується на білому папері і вивішується при вході в зал, перед роздавальнею, а також на робочому місці касира. Меню ресторану містить перелік страв у певному порядку, їх вихід (у соціально орієнтованих закладах) та ціну. Доречно, щоб кожен пункт меню не лише назвав конкретну страву, а й містив додаткову інформацію про інгредієнти. Для стимулювання споживачів придбати певні страви та напої, крім звичайного меню використовується меню-газета.

При описі страви можна розкрити її приготування, надати історичну довідку, розповісти анекдот, згадати відомих людей, які віддали перевагу цій страві. При описі вина слід вказати місце вирощування винограду, рік врожаю, смакові якості, згадати першого виробника, дати рекомендації щодо подавання вина до певних страв. Особливо ефективно використовувати меню-газету в готелі, де можна більш широко та комплексно представити всі можливості закладу: ресторани, кафе, клуби, казино тощо. Така форма меню дає додаткову можливість ресторану презентувати страви, вина та послуги закладів ресторанного господарства.

Технічною документацією на страви, які включені до меню вільного вибору або інших розглянутих меню, є рецептура, яка міститься у Колекції рецептів страв та кулінарних виробів. При створенні технічної документації на фірмові страви також використовується Колекція рецептів для визначення норм відходів і втрат під час механічної та теплової кулінарної обробки сировини і продуктів. Якщо вони відсутні для нових та імпортованих видів сировини, їх встановлюють експериментальним шляхом. Фірмові страви — це страви, створені за авторською рецептурою шеф-кухаря. Порядок розробки і затвердження технологічної документації на них затверджений наказом № 210 міністра економіки і зовнішньоекономічних зв'язків України від 25.09.2000 року.

Розробка страв і погодження документації здійснюються у три етапи. Під час першого етапу для кожної страви (напою, кондитерського або кулінарного виробу) розробляється технологічна карта, якій присвоюється

порядковий номер. На другому етапі проводиться контрольна перевірка якісних показників запропонованої страви, уточнюється технологія її приготування, складаються акти контрольного приготування фірмових страв. На третьому етапі рецептура затверджується керівником підприємства ресторанного господарства та погоджується з Головним державним санітарним лікарем. Відповідно оформлені фірмові страви включаються до меню.

Меню є одним із найважливіших інструментів у ресторанному бізнесі, який допомагає залучити та утримати клієнтів. Відповідно до концепції ресторану, меню повинно бути ретельно продуманим і відображати особливості закладу. Воно має відповідати рівню обслуговування, атмосфері, часу обслуговування і, звичайно ж, потребам цільової аудиторії.

Розробка меню вимагає творчого підходу. Воно повинно бути не тільки смачним і різноманітним, але й естетично привабливим. Дизайн меню повинен гармоніювати з інтер'єром і загальною атмосферою ресторану. Наприклад, у ресторані високої кухні меню може бути оформлене на дорогому папері з вишуканими шрифтами, а у закладах з помірними цінами – на простому папері, але з дотриманням усіх вимог щодо змісту.

Важливим аспектом є структура меню. Страви повинні бути розташовані в логічному порядку: закуски, основні страви, десерти, напої. Кожна страва має бути детально описана, з вказівкою основних інгредієнтів і способу приготування. Це не тільки допомагає клієнтам зробити вибір, але й створює певний рівень довіри до ресторану.

Особливо важливим є підхід до створення меню в соціально орієнтованих підприємствах. Меню в таких закладах зазвичай друкується на білому папері і вивішується на видному місці, щоб відвідувачі могли ознайомитися з ним ще до входу в зал. Це забезпечує прозорість і допомагає клієнтам зробити вибір ще до того, як вони сядуть за стіл.

Меню-газета – це цікавий і ефективний інструмент для стимулювання продажів. Воно може містити додаткову інформацію про страви, історію

їхнього створення, цікаві факти, анекдоти, рекомендації щодо вибору вина і поєднання з іншими стравами. Таке меню може бути особливо ефективним у готелях, де можна представити всі можливості закладу: ресторани, кафе, бари, казино тощо.

Технічна документація на страви, включені до меню, є важливим аспектом. Вона містить рецептуру, норми відходів і втрат під час обробки сировини, а також інші технічні деталі. Для фірмових страв створюється окрема документація, яка проходить кілька етапів затвердження. Спочатку розробляється технологічна карта, потім проводиться контрольна перевірка якості страви, і в кінці рецептура затверджується керівником підприємства та погоджується з головним санітарним лікарем.

Важливою складовою меню є його оформлення. Дизайн меню повинен відображати стиль і атмосферу ресторану. У закладах високого класу меню може бути оформлене на дорогому папері з використанням розкішних шрифтів і ілюстрацій. У більш демократичних закладах акцент робиться на простоту і функціональність, але навіть у цьому випадку оформлення повинно бути привабливим і відповідати загальній концепції.

Крім того, важливо враховувати, що меню – це не лише інструмент для замовлення страв. Воно також виконує маркетингову функцію, допомагаючи створити певний імідж ресторану і привернути увагу клієнтів. Тому важливо приділяти увагу кожній деталі, від вибору паперу і шрифтів до опису страв і їхнього розташування у меню.

Меню також може бути інструментом для підвищення лояльності клієнтів. Наприклад, можна використовувати сезонні пропозиції, спеціальні акції, знижки для постійних клієнтів. Важливо також враховувати зворотний зв'язок від клієнтів і вносити зміни у меню відповідно до їхніх побажань і зауважень.

Отже, створення меню – це складний і багатогранний процес, який вимагає ретельного планування і творчого підходу. Важливо враховувати всі аспекти: від концепції ресторану і цільової аудиторії до технічних деталей і

оформлення. Лише в такому випадку меню стане ефективним інструментом для залучення і утримання клієнтів, а також для створення позитивного іміджу закладу.

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія - це група осіб, яка представляє собою цільовий ринок або сегмент ринку, на який спрямована діяльність певного підприємства або організації. Ця група має певні характеристики та потреби, які відповідають продуктам або послугам, що пропонуються.

У галузі громадського харчування цільова аудиторія - це група осіб, яка може зацікавитися відвідуванням певного закладу для прийому їжі та напоїв. Ця група може включати різні соціальні, демографічні та психографічні характеристики, такі як вік, стать, доходи, інтереси, спосіб життя та інші.

Наприклад, цільовою аудиторією для фешенебельного ресторану у центрі міста можуть бути високооплачувані дорослі, які цінують вишукані страви та атмосферу. У той же час, цільовою аудиторією для закусочної поблизу університету можуть бути студенти з обмеженим бюджетом, які шукають швидкий та доступний перекус.

Розуміння та визначення цільової аудиторії є важливим етапом для розробки маркетингових стратегій, позиціонування продукту та приваблення клієнтів.

1.2 Історія виникнення закладів громадського харчування

Ресторанний бізнес є унікальною сферою підприємницької діяльності, яка успішно функціонує разом з готельним, торговельним, туристичним бізнесом, демонструючи найкращі партнерські якості, а також виступає як самостійна сфера, що має цікаву історію становлення та розвитку.

Науковці, аналізуючи еволюцію індустрії гостинності, виділяють періоди, що в історичному плані відповідають періодам розвитку людського

суспільства. Так, П. Пуцентейло дослідив еволюцію індустрії відпочинку за чотирма етапами:

- 1) стародавнім (IV тис. до н.е. – 476 р. н.е.);
- 2) середньовіччя (V – XV ст.);
- 3) нового часу (XVI – поч. XX ст.);
- 4) сучасним.

Науковець вважає 476 р. н.е. (рік падіння Римської імперії) завершенням першого та початком другого етапу розвитку підприємств гостинності.

Мальська М. у еволюції сфери гостинності також виділяє чотири етапи, в назвах етапів науковець відображає особливості процесів, що відбувались у цій сфері:

- 1) виникнення перших закладів гостинності (IV тис. до н.е. – 512 V ст. н.е.);
- 2) формування спеціалізованих закладів розміщення (VI–XV ст.);
- 3) розвиток готельної та ресторанної сфери (XVI – початок XX ст.);
- 4) сучасний поступ світового готельного господарства.

Нами підтримуються вищевказані наукові підходи щодо виділення чотирьох етапів відповідно до періодів розвитку людського суспільства. В еволюції ресторанного бізнесу нами пропонується виділяти наступні етапи:

у 1 *етап* – становлення національних кулінарних традицій та зародження сфери харчування (Стародавній світ: IV тис. до н.е. – V ст. н.е.);

у 2 *етап* – становлення ресторанного бізнесу (Середньовіччя: VI – XV ст.);

у 3 *етап* – організаційний та технологічний розвиток ресторанного бізнесу (Новий час: XVI – поч. XX ст.);

у 4 *етап* – сучасний етап розвитку ресторанного бізнесу (XX ст. – до теперішнього часу).

Розглянемо більш детально кожний період.

Згадки про перші підприємства, що займалися організацією харчування, – *таверни*, сучасні вчені знаходять в манускриптах, одним із яких є *Кодекс царя Вавилонії Хаммурані*, написаний приблизно в 1700 р. до н.е. Зазначалося, що цар зобов'язував власників таверн доносити владі на відвідувачів, з розмов яких випливало, що вони задумували здійснювати злочини. Недонесення каралося смертною карою. Також Кодексом було передбачено особливу відповідальність закладу за речі гостя, обман відвідувачів, зокрема за розбавлення пива водою. Окремі положення Римського права, що регламентували діяльність установ, які надавали мандрівникам притулок і харчування, можна знайти і у сучасному законодавстві, стандартах і правилах ресторанного та готельного обслуговування багатьох країн.

В II-I тис. до н.е. особливого поширення набули заклади громадського харчування, які називались караван-сараї. Розташовувались вони по важливим торговельним шляхам з країн Близького Сходу та Азії і призначались для відпочинку подорожуючих. Відстань між караван-сараями зазвичай становила 30-40 км, що відповідало одному дню переходу каравану. У караван-сараях, можна було не тільки поїсти або переночувати. Тут були лазні, пункти обміну грошових знаків і торгівлі і т.д.

Караван-сараї представляли собою 2-х, 3-х поверхові будинки. Частину приміщень першого поверху займав господар зі своєю родиною, решта приміщень була облаштована для прийому гостей. На цьому ж поверсі передбачалося місце для стійла коней (рис. 1.1.1).

Ці заклади не були схожими один на одного, в кожній місцевості дизайн приміщень караван-сараю залежав від клімату, рельєфу, вимог безпеки, доступності будівельних матеріалів. Якщо в період становлення в мусульманських країнах послуги караван-сараїв надавалися безкоштовно, що пояснювалося релігійними міркуваннями, то пізніше дах та харчування протягом трьох діб надавалися за рахунок держави, решту днів необхідно було оплатити мандрівникові. На територіях східніше Константинополя, крім

такого «пансіону», бідним мандрівникам додатково безкоштовно видавалася пара взуття. Розгалужена мережа караван-сараїв розташовувалась на території Туреччини, Ірану, Афганістану, північної Індії (палац Тадж-Махал); ширилась від озера Врана (Хорватія) на заході до Афганістану на сході.

В I тисячолітті в Древній Греції таверни були важливим елементом соціального і релігійного життя. В тавернах були приміщення для розміщення мандрівників, і більшою мірою вони призначалися для надання послуг харчування.

Таверни – це заклади, що надавали послуги з харчування та мали приміщення для розміщення мандрівників. Проте мова щодо комфорту навіть не йшла, адже, ночували зазвичай в одному приміщенні з тваринами, а само спальне місце являло собою солому на підлозі. В Римі таверни можна було розпізнати за колонами, навколо яких висіли ланцюги фляг та червоні ковбаси. Підлога була прикрашена яскравою мозаїкою, стіни прикрашалися картинами. Разом з тим, репутація власників таверн була низькою, їх підозрювали в шахрайстві, утриманні «гнізд гріха».

Розвиток торгівлі і пов'язані з нею тривалі роз'їзди вимагали організації не тільки харчування, але і відпочинку. Ця обставина і визначила появу іншого типу підприємств – *постоялих дворів*: одно-, двоповерхових будинків з окремими кімнатами для подорожуючих. Найбільш розгалужена мережа постоялих дворів була створена на території Римської імперії. Давньоримські постоялі двори розташовувалися уздовж головних доріг у містах і селах на відстані один від іншого приблизно в 25 миль (40,225 км).

Суворі класова структура, що лежала в основі Римської держави, вплинула на діяльність підприємств гостинності того часу. Зокрема, розселення подорожуючих тут проводилося по класовій ознаці. Ніколи купці, торговці й інші постояльці з простого народу не могли бути поселені поруч з державними службами. Ця обставина вплинула на якісний стан постоялих дворів. Ті, у яких зупинялися представники аристократії і державні чиновники, скористатися якими можна було, маючи документ, який

підтверджував особливий статус пред'явника, будувалися за всіма правилами архітектурного мистецтва і пропонували широкий спектр послуг.

У римлян постоялі двори для плебеїв називались **стабулярії**, для патриціїв – **мансіонес**. В Древній Греції постоялі двори розрізняли за формою власності: державні називалися **пандокеями**, а приватні – **катагогіями**.

Постоялі двори розвивалися майже однаково і в Греції, і в Римі. Вони були одно-, двоповерховими будинками з окремими кімнатами для мандрівників, складськими приміщеннями, крамницями, майстернями, стійлами для коней. Постоялі двори зводилися зі знанням справи і для свого часу були досить зручними. Будувалися вони з каменю і мали у своєму розпорядженні необхідний перелік послуг. У зимовий час обігрівалися. У деяких дворах існувала кімната для умивання. Такі заклади характеризувалися вишуканим обслуговуванням, оригінальним архітектурним стилем. Згодом Марко Поло говорив, що на таких постоялих дворах і «королю зупинитися не соромно».

В ті часи з'явилась і ідея першого в історії «ланча ділової людини», яка належала *Секвілю Локату*, римському трактирнику, який ще в 40 р. до н.е. значно полегшив життя маклерів на галерній пристані, надто зайнятих, щоб сходити додому й пообідати.

Також в ті часи римські кухарі вважалися елітою суспільства, вони нагороджували одне одного гучними титулами. А під час правління імператора *Адріана* (117 – 138 р. н.е.) римські шеф-кухарі започаткували на Палантійському пагорбі власну *Академію кулінарного мистецтва*, тобто вже в античні часи з'явилося розуміння необхідності підвищення якості організації харчування і забезпечення професійної підготовки працівників цієї сфери.

Звичайні таверни вважалися притонами гріха і заходили туди, окрім простолюдинів, спустошені аристократи. Представники вищої верстви суспільства надавали перевагу *лазням (лаконикумам)*, які, насправді, були

прообразами сучасних відкритих і закритих клубів. Якщо в тавернах в основному надавали послуги з харчування (а для охочих були приміщення і для відпочинку), то в грецьких лазнях охочий міг не тільки попаритись, але й зайнятися спортом, зустрітися й відпочити з друзями, отримати комплекс лікувально-оздоровчих послуг. В період правління *Калігули* (37 р. н.е.) ці лазні працювали цілодобово. При лазнях облаштовували розкішні обідні кімнати, де організовували банкети, та кімнати для ночівлі. Бенкети в лазнях проходили з таким розмахом, що довелося ввести навіть закон *«Про розкіш»*, що обмежував римлян в витратах на їжу і випивку.

Отже, ключові історичні події *першого етапу* свідчать про те, що становлення національних кулінарних традицій та зародження сфери харчування відбувалось разом із зародженням світової сфери гостинності.

2. Середньовічне обслуговування та його правила

До важливих надбань *другого етапу* відноситься зародження соціального харчування та харчування малозабезпечених верств населення, що відбувалось у ті часи в релігійних установах. У цей період значно збільшилася кількість паломників. Тому постійні двори стали розміщувати ближче до храмів і монастирів. Крім цього і монастирі гостинно приймали прочан, організовували для них нічліг і харчування.

У цей період з'явилися й інші осередки, що здійснювали подібні функції. Наприклад, франкійський король, а згодом імператор *Карл Великий* ще в VIII ст., як покровитель церкви, заснував спеціальні будинки для відпочинку паломників. Один з таких будинків, *абатство в Ронсевальській ущелі*, де надавали безкоштовно нічліг, харчування, послуги цирульника та шевця, навіть освячували місце для поховання.

Церква довгий час зобов'язувала монастирі надавати паломникам безоплатне харчування, що стримувало розвиток приватних підприємств харчування. Водночас у цей період з'явилися перші ознаки застосування політики лояльності в тавернах. Наприклад, Г. Бейлі – хазяїн Лондонської

таверни «Табард» із «Кентерберійських оповідань» Дж. Чосера, написаних у XII ст., нагороджував безкоштовним обідом того відвідувача, який розповідав найцікавішу історію.

В Англії розвиток приватних постійних дворів і таверн розпочався в період пізнього середньовіччя, коли англійський король *Генріх VIII* здійснив секуляризацію монастирів (перетворення церковної та монастирської власності на світську, державну). Відповідно мандрівники не мали можливості отримувати безкоштовні послуги в монастирях і зупинялися в приватних постійних дворах.

Родоначальниками ресторанного бізнесу на Сході вважаються китайці. Саме в Китаї в XIII ст. у великих міських центрах почали створюватись заклади харчування з високим рівнем якості продукції та сервісу.

До кін. XIII – поч. XIV ст. відноситься зародження в Західній Європі кулінарного мистецтва. Воно було розвинутим й в епоху античності, проте загинуло разом із стародавньою цивілізацією і тому не могло пізніше зробити практичного впливу на кулінарні знання європейців.

В кулінарії задавали тон і задовольняли потреби вимогливих європейців в їжі все ті ж італійці, спадкоємці римлян. Рання італійська буржуазія, що займалася торгівлею і ремеслом на півдні Апенінського півострова, сприяла становленню європейського кулінарного мистецтва.

Позитивний вплив на розвиток середньовічної гостинності мало і створення професійних асоціацій. Так, у 1282 р. трактирники Флоренції (Італія) заснували гільдію, діяльність якої була спрямована на сприяння розвитку їхнього бізнесу. Зокрема можна було очікувати підтримку від гільдії під час проведення аукціонів щодо наймання у міста трактиру.

В II пол. XIV ст. центр кулінарного мистецтва в Європі перемістився з Італії у Францію, а саме у *Париж* на королівську кухню. Мистецтво готувати

смачну їжу у Франції одержало могутню державну підтримку. Французькі *королі (Валуа і Бурбони)* виявили себе активними прихильниками гарної кухні, для розвитку якої вони не шкодували фінансів.

В 1375 р. у Франції головним кухарем короля Карла V *Гійомом Тірелем* в єдиному екземплярі була написана *перша куховарська книга*. Це була непересічна подія, яка говорила про те, що кулінарне мистецтво досягло високого рівня і з'явилася необхідність його кодифікування (введення в спеціальні кодекси), формуванні основних принципів, за якими можна навчатися, порівнювати нові страви з старими, критикувати застарілі, просувати все нове, більш досконале на ринок.

Французи у випуску кулінарної книги випередили італійців на 100 років, а саме в 1470 р. у Ватикані вийшла перша італійська кулінарна книга. Вона була написана невідомим монахом під назвою *«Добродійні задоволення»*.

Перша кулінарна книга в Великобританії вийшла в 1508 р., надрукована вона була типографським способом.

В 1571 р. у Франції було розроблено перше *меню*, що являло собою перелік страв, які готували для свята при дворі *Карла IX*. Так як це було епізодичне явище, «меню» тоді відразу не прижилося. Постійне меню стало розроблятися лише 100 років потому, на поч. 60-х років XVII ст. при дворі *Людівика XIV* у вигляді «записок». Ззовні вони являли собою карточки написані на цупкому папері зі списком страв, що подавалися для короля, в єдиному екземплярі.

Оцінюючи якість організації харчування за трапезним столом тієї епохи, слід зазначити, що столи ретельно сервірували, хоча гості їли з *дерев'яних дощечок* або рівно нарізаних скибок дуже черствого хліба, а не з тарілок; і ще дуже довгий час під час трапези не користувалися виделками, їжу брали руками та ножем, яким різали та з якого їли. Є припущення, що одну з перших спроб навчити знать користуватися виделками

зробила *Катерина Медичі*. Проте предметами широкого вжитку виделки стали лише через 200 років після її правління.

Водночас санітарні умови в кухонних приміщеннях і зберігання продуктів були жахливими, а кухарі мали лише наближене уявлення про гігієну, проте вони все ж користувалися правилами для званих вечерь, більшість з яких дуже актуальні і в наші часи.

Ось деякі правила середньовічних фахівців ресторанної справи:

1. Їжу слід подавати не надто рано і не надто пізно.
2. Їжу слід подавати в належному місці: просторому, приємному, безпечному.
3. Той, хто організовує бенкет, повинен робити все від душі і в гарному настрої.
4. Їжа, котру подають, повинна бути різноманітною.
5. На столі повинні бути різні вина і напої.
6. Гості повинні їсти без зайвого поспіху.
7. Можна лише покійно прохати гостей скуштувати ту чи іншу страву, але не можна змушувати їх їсти і таким чином шкодити власному здоров'ю.
8. Кожен з гостей після вечері повинен відпочити.

На середньовічних бенкетах королів та феодалів різні страви подавалися гостям різного рангу, в даному поділі можна помітити перші паростки сучасних підходів до обслуговування VIP-персон та інших відвідувачів закладів ресторанного господарства.

Поступове зростання популярності подорожей на диліжансах, які з'явилися в Англії у XVI ст. зумовили появу нових форм обслуговування споживачів індустрії гостинності на дорогах, у тому числі підвищувалась якість послуг з організації харчування на постійних дворах. Заможних людей обслуговували в їдальнях або в їхніх кімнатах, куди вони могли замовити спеціальні страви з наявних у хазяїна постійного двору продуктів. Це зумовило появу форми обслуговування – *меню порційних страв*. Бідні зазвичай харчувалися на кухні разом із хазяїном постійного двору та його

родиною простою їжею без права вибору, але за мінімальну ціну, що своєю чергою обумовило появу форми обслуговування – *меню загального столу*. Поряд із цим у XVI ст. в Англії з'явилися таверни для простого люду, що отримали назву ординарних, і де за загальним столом подавали дешеві чергові страви.

Отже, у межах другого етапу ресторанний бізнес виступав важливим елементом релігійного, соціального, суспільного життя. Значний вплив на становлення ресторанного бізнесу в різних країнах світу чинила державна влада.

Неподалік від монастиря Святого Петра в Зальцбурзі в документальних даних, датованих 803 р., було відкрито харчевню. Зараз це ресторан «Пивниця монастиря Святого Петра» (Stiftskeller St. Peter) (рис. 1.1.2).

Власники закладу вважають його найстарішим рестораном у Європі. У 1789 р. у церкві монастиря Святого Петра вперше прозвучали твори В. Моцарта в до-мінорі. Вольфганг Амадей із сім'єю часто вечеряв у ресторані «Пивниця монастиря Святого Петра». Нині туристи з усього світу приїжджають сюди, щоб узяти участь у вечерях на честь В. Моцарта, – страви приготовлені за рецептами XVII– XVIII ст. у супроводі живих концертів музики В. Моцарта. Це один із найпрестижніших ресторанів Австрії, атрактивний заклад із високим рівнем обслуговування і широким вибором винної карти.

До Книги рекордів Гіннеса як найстаріший в Ірландії та Європі потрапив паб Sean's Bar (рис. 1.1.3). Цей заклад нічим не відрізняється від інших пабів, що знаходяться на вулицях Дубліна, але його відкриття відбулось одинадцять століть тому. У 1970 р., коли заклад ремонтували, будівельники виявили стародавню кладку, яку археологи датували початком

X ст. Крім «поважного віку», паб в іншому досить посередній – гучні застілля, традиційна музика і «річки» пива.

Історія розвитку ресторанного бізнесу сягає також і «Піднебесної». Населення Китаю стрімко зростало і вимагало затишних місць перебування, де можна було спокійно поспілкуватися і задовольнити потребу в харчуванні. Так, у 1153 р. під час правління династії Цзінь відкрився Ma Yu Ching's Bucket Chicken House у Кайфензі (рис. 1.1.4). Основною стравою залишається, як і раніше, смажена курка у відерці, до якої можна замовити рис або локшину. Цей заклад і зараз обслуговує споживачів, його по праву можна зарахувати до найстаріших закладів світу.

На звання найстарішого ресторану у світі претендує також пивна таверна Piwnica Świdnicka, що знаходиться в Польщі

Відкриття ресторану відбулось у 1273 р. у підвалі міської ратуші Вроцлава. За час функціонування закладу багато відомих людей відвідало таверну, зокрема це Фредерик Шопен, Юзеф Вибіцький, Йоганн Вольфганг фон Гете. Звичайно, крім традиційних страв польської кухні, тут подають різні сорти пива.

Ресторан Wierzynek починає свою історію з 1364 р. (рис. 1.1.6).

У цьому будинку польський купець Миколай Вежинек пригощав місцеву еліту перепелами. Зараз це один із найрозкішніших закладів міста, з неповторним інтер'єром і вишуканими стравами. Ще один аргумент для відвідування – ресторан потрапив у популярний путівник «1000 місць, які потрібно побачити до того, як ви помрете».

Найстаріший заклад ресторанного господарства Honke Owariya з'явився в Токіо у 1465 р., у ньому можна поїсти традиційну японську локшину (рис. 1.1.7). До порції локшини можна замовити різні добавки: гриби шийтаке або страви, приготовлені на темпурі. Протягом століть ресторан подавав страви і монархам, і до імператорського столу, про що

свідчать ієрогліфи на норен (фіранки біля входу) – «Постачальник імператорського двору».

Навіть у наші дні королівська сім'я відвідує цей заклад під час візитів у Кіото. Поринути в чарівну атмосферу старовини можуть і туристи, у ресторані є меню англійською мовою та зали із столами для зручності, а також зали з традиційними татамі.

3. Розвиток ресторанного господарства в Новий час (XVI ст. – поч. XX ст.)

Третій етап характеризувався активним розвитком ресторанного бізнесу за двома напрямками: організаційним та технологічним.

Організаційний напрям представляється продовженням формування ієрархій закладів для споживачів різних статусів, що складались з:

- 1) унікальних закладів для заможних споживачів;
- 2) кав'ярень як демократичних закладів, які в подальшому спричинили появу різноманітних кафе;
- 3) таверн для простого люду, які можна вважати прообразами сучасних закладів швидкого харчування.

Організаційний напрям об'єднав своєрідні винаходи з менеджменту та маркетингу, що були успішно впроваджені в ресторанному бізнесі: перші спроби управління аудиторією споживачів, перша концепція виїзного обслуговування; застосування принципів наукової праці під час організації робочих процесів на кухні тощо.

До *технологічних винаходів*, що позитивно вплинули на розвиток ресторанного бізнесу, відносять винахід високотемпературної стерилізації продуктів, що дозволила їх консервувати (1795 р. Н. Апперт); винахід парових холодильників (кінець XIX ст.); винахід електричного холодильника (1913 р.; 1927 р. – удосконалення); розробку технології глибокої заморозки продуктів харчування (1929 р. К. Бердзай) та ін. Науковці стверджують, що лише впродовж XIX ст. у світовому ресторанному бізнесі з'явилося більше нововведень, ніж за всю його попередню історію. Серед ключових подій

третього етапу відмітимо становлення ресторанного бізнесу в США впродовж XVI–XVII ст. під впливом традицій французького, італійського кулінарного мистецтва та організації обслуговування.

До XVI століття належить виникнення кав'ярень, які згодом трансформувалися в сучасні кафе. Їх поява була пов'язана з поширенням нових екзотичних напоїв, таких як кава і чай. Першу кав'ярню відкрили у 1554 році в Константинополі, де збиралися науковці, філософи і митці для дискусій, тому такі заклади часто називали «науковими кружками». Цікаво, що відвідувати кав'ярні дозволяли тільки чоловікам.

Кава, відома в арабському світі ще з раннього Середньовіччя і походженням з Африки, стала доступною в Європі лише аристократам. Її поширення стримувала заборона католицької церкви, яку скасував Папа Клемент VIII у XVI столітті. У XVII столітті кав'ярні почали з'являтися по всій Європі. Перша європейська кав'ярня була відкрита в 1652 році в Лондоні гречанкою Паскуа Розі. У Парижі перша кав'ярня відкрилася в 1672 році, її власником був вірменин Паскаль. У 1683 році кав'ярні з'явилися у Відні завдяки українцю Юрію Кульчицькому, який отримав дозвіл на їх відкриття за заслуги у звільненні міста від турків. Його кав'ярня стала популярною завдяки каві з медом і молоком.

З цього часу кав'ярні швидко поширювалися в європейських країнах, сприяючи зменшенню споживання алкоголю, розвитку культури, літератури та ставали центрами творчого життя. У 1553 році в Парижі з'явився перший ресторан «Тур д'Аржан», який довгий час залишався елітним закладом. Поступово зростає інтерес до спеціалізованих закладів харчування, хоча поява нових ресторанів була обмежена законами, що регулювали торгівлю м'ясними стравами.

У 1686 році сицилієць Франческо Прокопіо відкрив у Парижі перше кафе, Café Le Procope, де подавали фруктові сиропи, шоколад, лікери та каву. Це кафе стало популярним серед літераторів і філософів, таких як Вольтер, Бальзак, Гюго, Руссо, і працює донині як історична пам'ятка.

У 1765 році в Парижі пан Буланже відкрив таверну «Le Champ d'Oiseau», яка спеціалізувалася на бульйонах і супах. Вивіска над входом латинською мовою проголошувала: «Прийдіть до мене всі стражденні шлунком, і я вас відновлю». Звідси походить термін «ресторан». Буланже виграв судову справу у гільдії постачальників провізії, що дозволило йому подавати різноманітні страви. Його суп з баранини у винному соусі став особливо популярним.

У 1782 році в Парижі відкрився ресторан «Grand Tavern de Londres». До кінця Великої французької революції у Парижі вже було близько 500 ресторанів. Політична нестабільність під час революції сприяла еміграції французьких кухарів і поширенню концепції ресторанів в інших країнах, зокрема у США.

Активний розвиток ресторанів у Європі привів до вдосконалення обслуговування, появи кулінарних довідників і рекомендацій з обслуговування. У престижних ресторанах Франції почали подавати меню (*à la carte*). У 1856 році Антонен Карен видав збірник «*La Cuisine Classique*» з описом популярних страв. Жорж Огюст Ескоф'є створив фундаментальний довідник «*Le Guide Culinaire*», систематизував праці Карена та інших кулінарів.

У 1898 році в Лондоні відкрився готель *Savoy* під управлінням Цезаря Рітца, а шеф-кухарем був Жорж Огюст Ескоф'є. Вони революціонізували організацію ресторанів при готелях. Рітц запровадив обов'язкову вечерю в ресторанах для обох статей, що розширило аудиторію. Ескоф'є розробив концепцію ресторанного обслуговування на кораблях та чітко визначив структуру кухонної бригади.

З XIX століття удосконалюються системи організації харчування на роботі, в школах та лікарнях. У 1849 році у Франції з'явилися перші шкільні їдальні. Харчування студентів і працівників організовували за власний кошт, за пожертви або частково фінансували навчальні заклади. У Нью-Йорку у 1834 році відкрили одну з перших робітничих їдалень. Під час Кримської війни Флоренс Найтінгейл запровадила дієтичне харчування у шпиталі.

Таким чином, еволюція кав'ярень і ресторанів сприяла розвитку кулінарних традицій і громадського харчування, від кафе до шкільних їдалень, впливаючи на культурне і соціальне життя суспільства.

Ці історичні факти підкреслюють важливість розвитку закладів харчування та їхньої еволюції від простих кав'ярень до складних систем ресторанів, які ми знаємо сьогодні. Розвиток гастрономії та ресторанного бізнесу сприяв формуванню культурного і соціального життя, а також значно вплинув на суспільні звичаї і традиції.

На американському континенті ресторанна справа зароджувалась дещо пізніше, ніж на європейському. Перший постійний двір в США з'явився лише в 1607 р. Одна з перших таверн була відкрита в Бостоні в 1634 р. У 1642 р. в Нью-Йорку (тоді він називався Новий Амстердам) голландцями була відкрита таверна. З цього часу таверни стали центрами громадського життя, місцем зустрічей для солдатів і бізнесменів. Вони процвітали не тільки в містах, але й уздовж великих доріг, і особливо на перехрестях.

Перша кулінарна книга в США з'явилася в 1742 р. – «*Повна книга домашньої господині*». Це була перевидана англійська книга *Ельзи Сміт*. Згодом, в 1798 р. з'явилася суто американська кулінарна книга *Амелії Сіммонс* під назвою «*Американська кухня*». Слід зауважити, що в Російській імперії перша національна кулінарна книга під назвою «*Русская поварня*» була написана Василем Левшиним і видана лише в 1816 р.

У 1848 р. у Нью-Йорку сформувалася своєрідна ієрархія ресторанів. Найнижчий рівень займали «шестипенсові обжиралівки» *Даніеля Суїні*, який заслужив славу «батька брудних ложок». У Суїні відвідувачі могли отримати маленьку порцію чергової страви за шість пенсів і велику – за шилінг, тобто з'явилися спроби організовувати харчування залежно від різних фізіологічних потреб людей та диференціювати пропозицію їжі за ціною. На рівень вище були заклади *Брауна*, в яких обслуговували офіціанти і відвідувачам пропонували меню, на полях якого зазначалися ціни різних кулінарних страв.

В США славетним кулінаром був *Джон Дельмоніко*. В його закладах домінувала французька кухня. Коли Дельмоніко помітив, що американцям важко читати меню на французькій мові, він заплатив 100 дол. США перекладачу Роберту Грінхау, щоб той переклав меню на англійську мову – так вперше з'явилося двомовне меню.

У XIX ст. зароджується традиція обідати у закладах харчування не через необхідність, а для задоволення. Тому не дивно, що в багатьох країнах міські підприємства ресторанного господарства почали більшою мірою орієнтуватися на місцевих мешканців, ніж на тих, хто подорожує. Поряд із цим американець *Ф. Харвей* з 1876 по 1890 рр. зробив досить вдалу спробу вирішити проблему організації гарячого харчування у дорозі за відсутності вагонів-ресторанів: він почав будувати ресторани і так звані «*Будинки Харвея*» при залізничних вокзалах, що славилися смачними обідами з семи страв і ввічливими офіціантами, які швидко та якісно обслуговували всіх подорожуючих.

В 1921 р. в США відкрилась перша придорожня закусочна *Hot shoppe and root beer*. Приблизно в той же час з'явилися ресторани швидкого обслуговування і заклади, в яких проїжджаючі повз заклад обслуговувались навіть не виходячи з автомобілів. Ці заклади отримали назву *drive in* (заїжджай у двір) і автомобілісти називали цей спосіб обслуговування *car hopping* (заскакування на підніжку). Щоб прийняти замовлення офіціант заскакував на підніжку автомобіля.

Післявоєнна зміна світоустрою, значний економічний підйом у більшості держав, лібералізація міждержавних зв'язків та глобалізація

світової економіки відкрили для ресторанного бізнесу практично необмежені можливості якісного та кількісного зростання. Ділові поїздки отримали широкомасштабний характер і стали нормою ведення бізнесу, а туризм став масовим та трансконтинентальним. 70-ті роки XX ст. називають періодом розквіту закладів швидкого обслуговування та мережевих структур у світовому ресторанному бізнесі.

Наприкінці XIX ст. – початку XX ст. з'являються інновації, що сприяли активному розвитку підприємств харчування. Винайдено способи зберігання їжі шляхом консервування та вакуумної упаковки; розроблено фруктову газовану воду з морозивом, що обумовило створення одного з різновидів кафе – кафе-морозиво тощо.

Отже, протягом третього етапу ресторанний бізнес продемонстрував соціальну, культурну та економічну ролі в суспільстві. Активному розвитку бізнесу сприяли науково-технічний прогрес, успішне впровадження інструментів менеджменту та маркетингу, розширення міждержавних зв'язків.

4. Розвиток ресторації на українських землях – від корчми до ресторану

Українська національна кулінарна традиція зароджувалася в межах першого етапу розвитку ресторанної справи в IV тис. до н.е. – VII ст. н.е. Основу кулінарії складали скотарство і землеробство, що спонукало людей готувати їжу в закритих печах.

З прийняттям християнства в Київській Русі у 988 р. зміцнювалися культурні та релігійні зв'язки з країнами християнського світу, розвивалося паломництво. В Україні паломники могли зупинятися у приватних будинках, при церквах і монастирях, де їм надавали нічліг і харчування. В Лаврі бідні паломники отримували безкоштовну їжу, а для інших вона була недорогою. Харчування включало пісні страви з овочів, грибів, хліб, піріжки, а також чай і квас. Подібні традиції існували в Троїцькому монастирі, Китаєвській і Феофанівській пустинях.

У XII – XIII ст. в Київській Русі з'явилися постоялі або гостинні двори для всіх категорій населення. Вони мали прямокутну територію з кам'яною або дерев'яною огорожею та різноманітними приміщеннями, з'єднаними галереями. Тут можна було розмістити коней і транспорт, поїсти і переночувати. У Києві існували «вірменський двір», «генуезький двір», «венеціанський двір» та ін. До XV ст. постоялі двори приєдналися до поштових станцій і стали прообразами мотелів. У великих містах з'явилися гостинні двори, що надавали не тільки житло і харчування, а й місце для

комерційних операцій, поєднуючи мебльовані кімнати, торгові ряди, лавки, склади, зазвичай огорожені стінами з баштами. Постоялі двори вздовж доріг функціонували до середини XIX ст., коли їх замінили залізниці.

Українська кулінарна традиція формувалася за принципом «всупереч ворогам», що стимулювало оптимізацію використання сировини та впровадження нових продуктів харчування завдяки розширенню міждержавних зв'язків. Подальший розвиток ресторанного бізнесу в Україні забезпечив корчемний промисел.

Корчма – це традиційний давньослов'янський питний заклад, і серед християнських святих навіть є покровитель рестораторів – Феодот корчмар. На початку XII століття корчма була вільним закладом, де обговорювалися новини і суспільні справи, проходили земські суди. У кожному місті була хоча б одна корчма, а іноді й кілька. Згодом корчма стала державною установою, а її діяльність оподатковувалася. Введення податків призвело до розвитку таємного корчемництва.

Зростання легального і таємного «питного бізнесу» спричинило проблему пияцтва, і влада заборонила вільний продаж алкоголю, дозволяючи його тільки в «государевих кабаках», створених державою. Вигідне розташування, підтримка влади і висока прибутковість робили ці заклади домінуючими.

Планування корчми найчастіше складалось з двох чітко розділених частин: приміщень для харчування і для ночівлі. Для харчування призначалися дві кімнати: в одні був трактир з прилавками, в іншій - один або кілька масивних столів, тут відвідувачі могли відпочивати і розважатися. Роботу корчмарів благородні міщани вважали непристойним, тому її традиційно виконували люди неукраїнського походження – євреї, вірмени, греки та ін.

У XVI столітті за ініціативою держави на Русі з'явився новий тип закладу харчування – *шинок*, який, маючи вагому урядову підтримку, переміг у конкурентній боротьбі корчму.

В той же час на Галичині, зокрема у Львові, особливого поширення набули *забігайлівки* – заклад харчування, в якому подавали перші алкогольні напої. Цей аналог кафе або невеликого ресторану.

Науковці вважають, що активне формування загальних та регіональних рис національної української кухні розпочалось у XVII ст. під впливом процесу об'єднання українських земель (XVII – XIX ст.), що раніше належали Польщі, Литві, Угорщині, Румунії.

Перша кав'ярня на території сучасної України, а саме в Речі Посполитій, з'явилась в 1672 р. в Кам'янці-Подільському. До Львова мода на

каву прийшла дещо пізніше у XVIII ст. Пили каву з молоком і цукром з філіжанки, а подавали її у кавнику (імбрику).

У період володарювання Золотої Орди (XIII–XIV ст.) на Русі виникають постійні двори для чиновників і гінців великого хана, які називалися «*ямами*». Татарське слово «ям» означає «станція». Величезні володіння Чингісхана та інших монгольських завойовників були вкриті мережею ямів. Ями, як і караван-сараї та арабські ханни, розміщувалися на відстані одного кінного переходу. Від яму до яму гінці хана везли накази. В ямах вони харчувались, відпочивали, міняли коней. Послуги розміщення і харчування доповнювали послугами перевезення, якими займалася Ямська служба.

У XV ст. у Московській державі був створений так званий Ямський приказ, що керував ямською (поштовою) справою на Русі (з 1723 до 1781 р. Ямська канцелярія).

У XVI – I пол. XVII ст. одним з торгових центрів Східної Європи був. Київ. Через нього проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини та інших країн Західної Європи, які прямували не лише в Україні, а й до Московської держави. Українські купці мали право безмитної торгівлі в прикордонних містах Московії. Для них створювалися спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавалися в оренду корчми, які не лише вели торгівлю алкогольними напоями, а й служили місцем ночівлі для мандрівників.

Під час правління Катерини II (1783-1790 рр.) дуже швидко почали поширюватись нові заклади харчування – *трактири*.

Трактир (від польського слова «тракт» – дорога) – стіл без ночівлі з подаванням горілки, вина, англійського пива, кави, чаю, шоколаду та тютюну. Підприємство харчування з обслуговуванням офіціантами, розташоване біля дороги, з широким асортиментом закусок, гарячих перших і других страв та буфетної продукції. Були трактири фешенебельні- для багатих і дешеві– для бідних. Вони стали родоначальниками нинішніх ресторанів. Кращі вулиці Києва прикрашали вивіски трактирів: Місто Париж, Королівський будинок, Шведська, Таврійський. На жаль, господарі цих трактирів були іноземці: французи, англійці, німці та ін.

Негативним для розвитку українського кулінарного мистецтва була мода на кухарів-французів. Оскільки більшість страв української кухні відрізняється від страв кухонь іноземних країн складною рецептурою та комбінованими методами приготування, то рецептура багатьох страв змінилась, що погіршило їх смакові якості.

Справжні ресторани в Україні з'явилися в 1805 р. У 1821 р. виникла необхідність законодавчого врегулювання ведення ресторанної справи, тому було видано Положення «Про заклади трактирного промислу» (із змінами 1835 р.; 1861 р.; 1893 р.), в якому виділялись категорії: готелі, ресторації, кавові будинки, трактири і харчевні. Поняття ресторану як окремого закладу високого класу було оформлено юридично лише в 1894 р. З цього часу в російському ресторанному бізнесі було введено ресторанні розряди.

Остаточню ресторанний бізнес в Російській Імперії, і в тому числі в Україні, сформувався після скасування кріпосного права в 60-70 рр. XIX ст.

Основними типами підприємств харчування в XIX – поч. XX ст. були: ресторани, чайні, кавові, кафе, трактири, їдальні, перевізні, пивні лавки, портерні, харчевні, кухмістерській, кабаки та ін.

Харчевня – підприємство харчування, в якому можна було скуштувати перші і другі страви, закуски, а також випити горілки.

Чайна – підприємство харчування, в якому торгували тільки другими стравами та буфетною продукцією(без алкогольних напоїв). Чай подавався зазвичай у двох чайниках: перший– для окропу, другий- для заварки.

На початку XX ст. Росія почала перетворюватись у «чайну державу». Для «чайних закладів» державою були запропоновані особливі умови функціонування: мінімальна орендна плата та дуже низька ставка податку, завдяки яким цей тип закладу швидко розповсюдився.

Кабак – питний заклад для простого люду, де подавалися тільки випивка (горілка, пиво, медовуха). Кабак представляв собою велику кімнату з простою обстановкою.

У Росії, в тому числі на території сучасної України, в кін. XIX – поч. XX ст. під впливом західної культури набули досить широкого розповсюдження кондитерські та кафе-шантани, в яких подавали вина, фрукти, закуски, грав оркестр, організовували концерти, танці. Таким чином на ринку поступово з'являються підприємства (заклади) харчування з організацією дозвілля (розважальних вистав).

Найдорожчим рестораном Києва в кін. XIX ст. був ресторан при готелі «Метрополь», який належав купцеві Дьякову. Також престижними вважались ресторани при готелях «Бель-Вю», «Європейська», «Гранд-Готель», «Континенталь». Користувалися популярністю, але не були занадто дорогими ресторани при готелях «Оріон», «Стародавня Русь» і «Марсель» смачний обід тут коштував 30-40 коп. Порція кави в кав'ярні на Хрещатику коштувала 20 коп., в фірмових кав'ярнях «Варшавська» на вулиці Лютеранській і «Швейцарська» на вулиці Прорізній – 25 коп.

Історичні довідки свідчать, що ресторанний бізнес Росії середини ХІХ – початку ХХ ст., разом з готельним, був одним із найпрестижніших та найприбутковіших. Соціально-культурна значущість цього сектору економіки визнавалась як урядом, так і суспільством. У результаті гігантська дореволюційна індустрія гостинності формувала до 15% бюджету Росії.

В той же час, з 80-х років ХІХ ст одним з кращих ресторанів Львова був «Атлас», першим власником якого був. М. Атлас – відомий виробник горілки. Сюди приходили відомі в місті люди, тут проходили концерти, літературні вечори, виставки картин. Німецький мандрівник. Коль, в 1841 р побував у. Львові, дивувався великій кількості кафе і кондитерських, стверджував, що львівські кав'ярні кращі і елегантніші за Дрезденські або кав'ярні інших німецьких міст такої ж величини.

Як правило, кава збирали навколо себе людей якогось одного фаху. Найдавнішою і найулюбленішою кав'ярнею львів'ян була і є «Віденська кав'ярня». На відміну від інших подібних закладів, тут збиралися представники різних сфер і професій. Любили сюди приходити політики, вчені, юристи, актори і т.д. Назва кав'ярні не була випадковою: вона підкреслювала особливий австрійський стиль. У таких закладах на перше місце ставилася атмосфера, адже відвідувачі проводили тут досить багато часу.

Видатний український письменник, критик, перекладач, етнограф, історик, краєзнавець Іван Франко, який сорок з шістдесяти років прожив у. Львові, часто заходив до «Віденської» – на каву, щоб почитати газети. І хоча він уникав товариства, всі, хто хотів з ним побачитися, знали, що після полудня його можна знайти саме тут. «Ця щоденна полуденна порція газет, – згадував видатний український історик, громадський і політичний діяч Михайло. Грушевський, – була необхідним, як хліб, елементом його життя.

Другою з найдавніших кав'ярень, після «Віденської», була «Центральна», розташована на площі Галицькій. У кафе була бібліотека з найбільшою кількістю журналів різними мовами. Її відвідували переважно чиновники та урядовці.

Особливістю вітчизняних кав'ярень було те, що вони мали помпезні назви: «Імперіал», «Роял», «Гранд». В той час як паризькі кафе, переважно розташовувалися на кінцевих зупинках трамвая чи автобуса і мали скромні назви: «Під автобусом», «Під трамваєм», «Все йде чудово», «На хвилюку».

Розквіт кав'ярень доводиться на перше десятиліття ХХ ст. Так, 1906 р у. Львові було 25 кав'ярень, 1911 – 46. На зміну віденському типу кав'ярень прийшов варшавський, що характеризувався великою увагою до інтер'єру.

Жовтневі події 1917 р. мали негативний вплив на розвиток ресторанної справи на території сучасної України. Відповідно до перших декретів радянської влади ресторанний бізнес був віднесений до торгівлі; підприємства ресторанного бізнесу були націоналізовані, унікальна кулінарна традиція визнана «антиреволюційною», «буржуазною» та «антирадянською». Реорганізація ресторанного бізнесу в громадське харчування заклало основи гігантського відставання цього сектору економіки у порівнянні з іншими країнами світу. Однією із найскладніших проблем, що мала довгостроковий характер, була втрата висококваліфікованого персоналу – рестораторів із професійними знаннями, напрацюваннями, брендами, гастрономічними традиціями тощо. Після жовтневих подій 1917 р. на території колишнього СРСР відбувалась масова **трансформація** ресторанів і трактирів у громадські їдальні.

Таким чином започатковувалось створення радянської мережі громадського харчування. Лише окремі елементи ресторанного бізнесу спостерігались у ресторанах і кафе, що належали до загальнодоступної мережі. За позицією вітчизняних науковців, за часи існування СРСР відбулась уніфікація української кухні за рахунок розробки та реалізації стандартів; все різноманіття української кухні було зведено до мінімального набору страв.

Як результат реалізації політики індустріалізації країни, у великих промислових центрах і на новобудовах СРСР у другій половині 20-х років ХХ ст. створюються перші великі підприємства харчування типу «фабрика-кухня», формуються централізовані системи організації харчування, що в подальшому сприяло поділу та розвитку мереж заготівельних і доготівельних підприємств (закладів) громадського харчування (ресторанного господарства). При цьому поступовий масовий перехід у СРСР від домашнього приготування їжі до харчування у громадських їдальнях привів не тільки до великої економії праці та матеріальних засобів для суспільства, але також значно змінив організацію побуту людей, що склалася впродовж багатьох років.

Позитивний вплив на розвиток підприємств (закладів), особливо тих, які займалися організацією харчування на заводах та на транспорті, мала інновація 50 – 60-х років ХХ ст., що полягала у виробництві та подальшому використанні заморожених продуктів. Зростанню швидкості обслуговування та збільшенню рівня задоволення потреби у послугах з організації харчування сприяв активний розвиток системи самообслуговування, що наприкінці 1959 р. охопив близько 90% їдалень, чайних, кафе та закусочних колишнього СРСР. Значні переваги, пов'язані з економією праці та часу

обслуговування при організації харчування за місцем навчання та роботи, надав розвиток мережі буфетів без продавців та залів саморозрахунку в їдальнях на шахтах, у вузах і школах на території СРСР, а також запровадження продажу абонементів на харчування та організація харчування в кредит.

У 70-ті роки ХХ ст. завдяки новим технічним можливостям було розширено асортимент підприємств швидкого обслуговування, що сприяло зростанню їх популярності, а отже, обумовило активний розвиток у різних країнах світу.

Таким чином, для ресторанного бізнесу радянської України часовий проміжок від початку 20-х років до кінця 80-х років ХХ ст. – був періодом кардинальних змін, що характеризувався реорганізацією ресторанного бізнесу в громадське харчування.

З отримання України незалежності, почався період якісного та кількісного розвитку національного ресторанного бізнесу.

Окремі науковці вважають цей період «новим народженням» українського ресторанного бізнесу. Роздержавлення та приватизація, комерціалізація розпочали процеси ринкових перетворень, сприяли становленню ресторанного бізнесу в Україні, під час якого відбувались та продовжують відбуватись кардинальні зміни, що характеризуються змінами форм власності з державної та колективної на приватну, можливістю обрання різних організаційно-правових форм господарювання, формуванням нової мережі закладів фізичних осіб – підприємців та зміною співвідношення з мережею підприємств – юридичних осіб, суттєвими змінами часток загальнодоступної та закритої мереж, змінами в структурі мережі за типами закладів, формуванням мережевих та немережевих загальнодоступних підприємств тощо.

Починаючи з другої половини ХХ ст. і до теперішнього часу, розвитку сфери ресторанного господарства притаманне активне менеджерське прагнення до інновацій, яке, насамперед, обумовлено загостренням конкуренції. У цей період на ринку ресторанного господарства з'явилися інноваційні:

- в формати (кейтеринг; квік-енд-кежел; клубний; експо-кухня; родинний тощо) та напрями (фьюжен; креатив; концептуальний та ін.);

- в методи та технології виробництва (конвекційний; теплого випромінювання; монодоз; нові технології приготування страв і напоїв тощо);

- в засоби праці (винна кліматична шафа; бласт-фрізери; охолоджувальні столи; знімна (розбірна) роздавальна лінія тощо);

в форми обслуговування та послуги («пілотна»; «шведський стіл»; послуги сомельє, фумельє, баристо та ін.);

в управлінські системи та стратегії, методи, технології ведення бізнесу (автоматизовані системи управління (АСУ) підприємств (закладів) ресторанного господарства та їх окремих підрозділів; технологія франчайзингу; метод актуальної собівартості; стратегія у підборі кадрів з орієнтацією на «незіпсованість»; адаптація наявних і розробка нових матричних методів вибору стратегій розвитку та конкуренції з урахуванням галузевої специфіки тощо);

в товари та методи їх просування (нові фірмові страви; акція «fooding» (англ. Food+ feeling – відчуй , що їси); системи дисконтів та бонусів тощо).

Саме у II пол. XX – поч. XXI ст. у багатьох країнах світу для широкого вжитку запроваджено термін «ресторанне господарство».

За Міжнародним стандартом галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН, **ресторанне господарство (РГ)** – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів у харчуванні, з організацією дозвілля або без нього.

В Україні термін *«ресторанне господарство»* почали офіційно використовувати з 2004 р., коли ним у межах реалізації Постанови Кабінету Міністрів України «Про концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики» було запропоновано замінити термін «громадське харчування». Нині згідно з ДСТУ 4281: 2004 в Україні під **ресторанним господарством** розуміють «вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього».

Позитивні наслідки розвитку ресторанного господарства в Україні:

в дає істотну економію суспільної праці завдяки раціональнішому використанню техніки, сировини, матеріалів;

в надає відвідувачам протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зміцнює здоров'я;

в дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Ресторанне господарство України одним із перших перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова основа системи ресторанного господарства, почала діяти велика кількість приватних підприємств.

Підприємства ресторанного господарства є переважно комерційними (ресторани, шашличні, вареничні, піцерії, бістро тощо), але водночас розвивається і громадське харчування: їдальні при виробничих підприємствах, вищих і загальноосвітніх навчальних закладах. З'являються комбінати, фірми, які виконують функції організації громадського харчування.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є *конкуренція*. Оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору, основними завданнями кожного підприємства є поліпшення якості продукції і послуг, що надаються. *Запорукою успішної діяльності підприємства є якість наданих послуг*, які повинні:

- чітко відповідати певним потребам;
- задовольняти вимоги споживача;
- відповідати чинним стандартам і технічним умовам;
- відповідати чинному законодавству та іншим вимогам суспільства;
- надаватися споживачу за конкурентоспроможними цінами;
- забезпечувати отримання прибутку.

Для досягнення поставлених цілей підприємство має враховувати також усі технічні, адміністративні і людські чинники, які впливають на якість продукції та її безпеку і у сукупності творять систему якості. Така система охоплює багато сегментів. Вона включає відповідальність керівництва, закупівлю сировини і продуктів, розробку нових видів продукції, управління виробництвом, контроль, ідентифікацію послуги і продукції, попередження неправильних дій, керування процесами обслуговування, статистичні методи, безпеку продукції, маркетинг, підготовку кадрів.

1.3 Теоретичні засади створення закладу громадського харчування
Створення закладу громадського харчування потребує детального планування та урахування багатьох теоретичних принципів. Нижче розглянуті ключові аспекти, які слід врахувати під час створення такого закладу.

Етап 1: Вибір концепції закладу

1. Тип закладу:

- Визначте, який тип закладу ви хочете відкрити: ресторан, кафе, бістро, бар, фаст-фуд, кав'ярня, їдальня тощо.

2. Цільова аудиторія:

- Визначте свою цільову аудиторію (молодь, сім'ї, бізнесмени, туристи тощо).

3. Кулінарна тематика:

- Виберіть кулінарну тематику (італійська, японська, українська, фьюжн тощо).

4. Рівень цін:

- Визначте рівень цін (преміум, середній, економ).

Етап 2: Бізнес-планування

1. Ринкове дослідження:

- Проведіть аналіз конкуренції, вивчіть попит, оцініть можливості місця розташування.

2. Фінансовий план:

- Підготуйте прогноз доходів та витрат, розрахуйте початкові інвестиції, визначте точку беззбитковості.

3. Маркетингова стратегія:

- Визначте рекламні канали, розробіть стратегію просування, створіть бренд.

Етап 3: Юридичні та адміністративні питання

1. Реєстрація підприємства:

- Оберіть організаційно-правову форму (ТОВ, ФОП тощо).

2. Отримання дозволів та ліцензій:

- Отримайте дозвіл на торгівлю, ліцензію на алкоголь.

3. Санітарні норми:

- Переконайтеся, що ваше приміщення та обладнання відповідають санітарним вимогам.

Етап 4: Вибір місця та приміщення

1. Місце розташування:

- Оберіть місце з високою прохідністю, доступністю та наявністю парковки.

2. Приміщення:

- Переконайтеся, що приміщення має відповідну площу та технічний стан, можливість перепланування.

Етап 5: Проектування та дизайн

1. Інтер'єр та екстер'єр:

- Розробіть стиль і атмосферу закладу.

2. Планування простору:

- Організуйте зони для гостей, кухню, складські приміщення.

Етап 6: Закупівля обладнання та інвентарю

1. Кухонне обладнання:

- Придбайте необхідне обладнання (печі, холодильники, посуд).

2. Меблі та декор:

- Оберіть меблі (столи, стільці, барні стійки) та декоративні елементи (освітлення, декор).

Етап 7: Формування команди

1. Набір персоналу:

- Наберіть кухарів, офіціантів, адміністраторів, технічний персонал.

2. Навчання та мотивація:

- Проведіть тренінги, розробіть систему заохочень, встановіть внутрішні правила.

Етап 8: Меню та постачання

1. Розробка меню:

- Створіть асортимент страв, встановіть ціни, передбачте сезонні пропозиції.

2. Закупівля продуктів:

- Оберіть постачальників, організуйте логістику, контролюйте якість продуктів.

Етап 9: Маркетинг та просування

1. Відкриття закладу:

- Проведіть PR-кампанію, запросіть гостей на відкриття.

2. Постійна реклама:

- Використовуйте онлайн та офлайн просування, соціальні мережі, акції.

Етап 10: Операційна діяльність

Операційна діяльність Організація робочих процесів: графік роботи, облік, контроль витрат. Обслуговування клієнтів: стандарти якості, вирішення конфліктів, зворотний зв'язок.

Обслуговування клієнтів:

Встановіть стандарти якості, вирішуйте конфлікти, отримуйте зворотній зв'язок.

Етап 11: Контроль та аналіз діяльності

-Фінансовий аналіз:

Моніторте доходи та витрати, підготуйте фінансові звіти.

-Оцінка ефективності:

Аналізуйте клієнтську базу, задоволеність клієнтів.

-Вдосконалення:

Коригуйте стратегію, впроваджуйте нові ідеї.

Висновок

Ресторани та кафе відіграють важливу роль у структурі туризму, забезпечуючи мандрівників необхідними послугами харчування та відпочинку. Вони створюють зручні умови для відвідувачів та сприяють розвитку туристичної галузі у країні.

Історія закладів громадського харчування має стародавні коріння, коли вони виникали як місця для зустрічей, обміну новинами та надання їжі. З часом ці заклади стали важливою складовою культурного та соціального життя суспільства.

Теоретичні засади створення закладу громадського харчування включають в собі вивчення попиту та потреб споживачів, організацію простору, розробку меню, фінансове планування та управління персоналом. За цими принципами формується концепція закладу, спрямована на задоволення потреб клієнтів та досягнення успіху на ринку громадського харчування.

РОЗДІЛ 2 ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ В М. КОЛОМИЯ.

2.1 Історія виникнення закладів громадського харчування в м. Коломия

Коломия - це місто в Західній Україні, яке славиться своєю багатою історією та культурним спадком. Розташоване на південному сході Прикарпаття, Коломия є одним із найцікавіших туристичних напрямків регіону.

Історія

Місто було засноване у XIII столітті та пройшло через багато важливих історичних подій. Коломия була частиною різних держав і культурних впливів, що залишило свій слід на архітектурі та традиціях міста

Культурний спадок

У Коломії можна знайти багато цікавих пам'яток культури, серед яких варто відзначити Коломийський замок, Музей Писанкових та Художній музей. Також місто відоме своєю народною творчістю, зокрема виготовленням унікальних писанок.

Туристичний потенціал

Коломії приваблює відвідувачів своєю атмосферою давнього міста, чарівними пейзажами та можливістю ознайомитися з українською культурою та звичаями. Тут можна відпочити в затишних кав'ярнях, відвідати місцеві ярмарки та фестивалі, а також насолодитися смачною українською кухнею.

Перші заклади харчування беруть свою історію з середини XIX ст. Галичина і Коломия переймали культуру харчування від австрійців та німців. З'явилася література про їжу та напої. У 1864 р. вийшла книжка Маркелія Кульчицького про напої, а в 1872 р. - книга Емілії Левицької "Руская пекарня". У 1906 р. книгу перевидали під назвою "Русская пекарня або наука як варити и печи". Авторка була дружиною пароха і віце-маршалка ради.

Перша коломийська газета "Голос Народний" у одному з випусків за 1868 рік, розуміючи, що кулінарія - не менш популярна тема, ніж політика, представляла вже в перших номерах такі рецепти: "Торт мигдальний", "Торт із маком", "Будинок ангельський" (англійський пудинг), а пізніше "Як готувати мед для пиття" та інші рецепти. Зрозуміло, що такі рецепти цікавили передусім міських господиень з інтелігенції. На відміну від селянок, вони мали більше часу і не мали таких кулінарних традицій, як у наших селах. Безсумнівно, певні кулінарні традиції, очевидно, сільсько-міські, зберігалися серед наших священицьких родин.

У початку XX століття кулінарні таємниці почали ставати предметом бізнесу. Це підтверджується у статті у газеті "Русская Рада" за 1903 рік, де досвідчена кухарка Антоніна Богуславська пропонує свої послуги для проведення різноманітних заходів, таких як весілля, свята, вечірки, бали та інші родинні та товариські заходи. Вона готова керувати кухнею та пекарнею з задоволенням за доступну оплату. Наймички та прислуга, які володіли вмінням готувати, були високо цінувані

Можна було поїсти (десерти, печиво, пиріжки) й випити у коломийських кав'ярнях, яких у 1910 році у Коломії було кілька: львівська кав'ярня Brzezina на Ягайлонській нижній (тепер вулиця Січових Стрільців); кав'ярня Владислава Ріджетті на вулиці Костюшка (нині вулиця Театральна) та кав'ярня Самуеля Штольцберга на Ринку. Тоді в Коломії працювало 8 пекарів. Вироби з тіста (власного виробництва сухий штрудель) пропонувала Казимира Матчинська з вулиці Тарновських (тепер вулиця Петлюри), а

фабрику штрудельного тіста мала Казимира Товарницька. У 1903 році у Коломії відкрилася «ресторація і кімната для сніданків «Під Гамбрінусом», у 1910-х роках запрошував відвідувачів «Покій до сніданків» Ф. Цалера на Ринку, 37, де пропонували щоденно свіжі страви, вудженину, а влітку — щоденно морозиво та інші кондитерські вироби. З реклами коломийських торгівців 1911 року дізнаємося, що вони мали для відвідувачів «Колінську цикорію», «Колінський солод, каву з фіги і жита».

2.2 Передумови створення сучасного закладу харчування в м. Коломия

Заклад громадського харчування - це підприємство, яке спеціалізується на приготуванні кулінарних страв, випічці та кондитерських виробів, їх реалізації та обслуговуванні клієнтів. Такі заклади можуть включати в себе ресторани, кафе, бари або їдальні.

Проектування закладів харчування є важливим завданням у галузі гостинності. Під час розробки проекту важливо враховувати останні модні тенденції та нововведення у дизайні та функціональності ресторанного простору.

Однією з ключових тенденцій є створення затишної та комфортної атмосфери. Ресторан повинен бути місцем, де відвідувачі можуть розслабитися та насолодитися приємною компанією. Для цього використовуються м'які та зручні меблеві елементи, приємні кольорові рішення та декоративні деталі, які створюють атмосферу затишку та гармонії.

Ще однією важливою тенденцією є використання природних та екологічно чистих матеріалів. У дизайні ресторанів все більше уваги приділяється екологічній складовій. Дерево, камінь, скло та метал – це основні матеріали, які використовуються для створення стильного та сучасного інтер'єру.

Ще одним важливим аспектом є використання сучасних технологій у ресторанному просторі. Це може включати інтерактивне меню на планшетах, замовлення страв через мобільні додатки або навіть використання віртуальної реальності для створення неповторного відвідування ресторану.

Важливо також дотримуватися вимог щодо безпеки та санітарних норм. Ресторан повинен мати сучасні системи вентиляції та кондиціонування повітря, а також забезпечувати достатню кількість місць для збереження соціальної дистанції.

Проектування закладу харчування включає кілька фаз, кожна з яких відіграє ключову роль у створенні успішного та ефективного закладу. Давай розглянемо ці етапи докладніше:

Аналіз та планування простору:

Включають у себе оцінку доступного простору та визначення його потенціалу для створення Закладу харчування. Розміри приміщення, його форма, розташування вікон і дверей враховуються при розплануванні різних зон ресторану, таких як зона прийому гостей, зона бару, зона кухні тощо.

На етапі вибору стилю та дизайну визначається концепція стилю та дизайну ресторану. Вибір стилю залежить від цільової аудиторії та концепції закладу. Можливими варіантами є класичний, сучасний, мінімалістичний або тематичний стиль. Дизайн інтер'єру має бути привабливим та відповідати загальній концепції ресторану.

Розробка концепції функціональності На цьому етапі визначаються основні функціональні зони ресторану та їх розташування. Це включає розміщення столів, бару, кухні, туалетів та інших необхідних приміщень. Важливо забезпечити комфорт та зручність для гостей, а також ефективність роботи персоналу.

Організація кухні та бару На цьому етапі планується розміщення кухні та бару у ресторані. Розташування обладнання, робочих місць, холодильних камер та інших елементів кухні повинно бути продуманим з

урахуванням ергономіки та безпеки. Барна стійка має бути зручною для барменів та забезпечувати швидке обслуговування гостей.

Вибір меблів та обладнання На цьому етапі обираються меблі та обладнання для ресторану. Меблі повинні відповідати обраному стилю та бути комфортними для гостей. Обладнання, таке як плити, холодильники, посудомийні машини та інше, має бути високої якості та відповідати потребам ресторану.

Розробка ергономічної концепції На даному етапі проводиться розробка ергономічної концепції розміщення меблів та обладнання у ресторані. Головна мета полягає в забезпеченні зручності та комфорту для гостей та персоналу, а також підвищенні продуктивності роботи.

Освітлення та звукоізоляція На цьому етапі розробляється план освітлення та звукоізоляції ресторану. Освітлення повинно бути достатнім, але не надто яскравим, для створення приємної атмосфери. Звукоізоляція допоможе уникнути шуму та забезпечити комфортні умови для гостей.

Декорування та дизайн інтер'єру На даному етапі проводиться декорування та дизайн інтер'єру ресторану. Використовуються різноманітні декоративні елементи, такі як картини, дзеркала, рослини та інші, для створення затишної та стильної атмосфери.

Підбір кольорової палітри та матеріалів На цьому етапі відбувається вибір кольорової палітри та матеріалів для оздоблення ресторану. Кольори повинні відповідати обраному стилю та створювати гармонійне поєднання. Матеріали повинні бути якісними та легкими у догляді.

Облік вимог безпеки та санітарних норм Під час проектування ресторану враховуються вимоги щодо безпеки та санітарних норм. Це охоплює встановлення систем протипожежного захисту, вентиляції та кондиціонування повітря, а також дотримання правил гігієни та санітарії.

Планування зон відпочинку та розваг На цьому етапі визначаються зони для відпочинку та розваг гостей. Це можуть бути лаунж-зони, танцпідлоги, ігрові майданчики та інше. Мета полягає в створенні додаткових можливостей для приємного проведення часу у ресторані.

Розробка меню та винної карти На цьому етапі розробляється асортимент меню та винної карти ресторану. Меню повинно бути різноманітним та відповідати концепції закладу. Винна карта має пропонувати широкий вибір вин різних країн та сортів.

Організація роботи персоналу На цьому етапі планується організація роботи персоналу ресторану. Визначаються посади, обов'язки та вимоги до персоналу. Також розробляється система навчання та мотивації персоналу.

Аналіз та планування простору є важливим етапом у проектуванні закладу харчування. На цьому етапі вирішується оптимальне використання наявної площі для створення зручного та функціонального середовища для гостей та персоналу.

Спочатку проводиться аналіз наявного простору, де буде розташовуватися ресторан. Це включає вивчення плану приміщення, його розмірів, форми та особливостей. Також важливо врахувати можливі обмеження, такі як стіни, стовпи, вікна та двері, які можуть впливати на розміщення меблів та обладнання.

Необхідно також врахувати особливості навколишнього середовища, такі як шум, освітлення та вентиляція. Це допоможе визначити заходи, які потрібно прийняти для створення комфортних умов для гостей та персоналу.

Планування простору Після аналізу простору наступним кроком є планування його використання. На цьому етапі визначаються різні зони ресторану, такі як зона прийому гостей, бар, зона кухні, зона відпочинку та інші. Кожна зона повинна бути добре продумана та функціонально організована.

Також важливо врахувати потоки руху гостей та персоналу. Необхідно забезпечити зручний та безпечний доступ до різних зон ресторану, а також оптимальне розміщення меблів та обладнання.

Планування простору також включає визначення розмірів та розташування столів, стільців, барної стійки, кухонного обладнання та інших елементів. Важливо врахувати як естетичні аспекти, так і зручність використання та ергономіку.

В результаті аналізу та планування простору має бути створено оптимальне та функціональне середовище для закладу харчування. Це дозволить забезпечити комфорт та задоволення потреб гостей, а також ефективну роботу персоналу.

Вибір стилю та дизайну є одним із ключових етапів при проектуванні закладу харчування. Стиль та дизайн повинні відповідати концепції ресторану та привертати цільову аудиторію.

Аналіз цільової аудиторії перед вибором стилю та дизайну необхідно провести аналіз цільової аудиторії. Важливо дізнатися про уподобання та очікування потенційних гостей, вивчити їх стилі інтер'єру та дизайну, які вони віддають перевагу. Наприклад, якщо цільова аудиторія віддає перевагу класичному стилю, варто розглянути можливість створення інтер'єру у цьому напрямку.

Відповідність концепції ресторану стиль та дизайн повинні відповідати концепції ресторану. Наприклад, якщо ресторан спеціалізується на італійській кухні, варто обрати стиль, який асоціюється з Італією, наприклад, тосканський стиль або стиль модерн.

Розробка концепції функціонального призначення є важливим етапом у проектуванні закладу харчування. Цей процес включає в себе визначення основних функцій і завдань, які повинен виконувати ресторан, а також планування простору і організацію робочих процесів.

На початковому етапі розробки функціональної концепції важливо визначити основні функції та завдання, які ресторан повинен виконувати. Наприклад, це може включати надання якісного обслуговування гостей, широкий вибір меню, створення затишної атмосфери тощо. Важливо також врахувати потреби та уподобання цільової аудиторії, щоб концепція відповідала їхнім очікуванням.

Планування простору є важливим кроком у розробці ресторанного закладу після визначення його основних функцій та завдань. Потрібно створити оптимальну організацію простору, яка відповідає цим функціям, включаючи розташування зон відпочинку, бару, кухні та туалетів. Важливо врахувати ергономіку та комфорт як для гостей, так і для персоналу, а також максимально використати наявний простір.

Організація робочих процесів є важливим аспектом управління рестораном, поряд з плануванням простору. Необхідно визначити оптимальні маршрути для персоналу, розробити ефективну систему функціонування кухні та бару, дотримуватися вимог щодо безпеки та санітарних норм. Головною метою є забезпечення комфорту та продуктивності працівників, щоб вони могли забезпечити високу якість обслуговування гостей.

Розробка функціональної концепції передбачає визначення основних функцій та завдань ресторану, планування простору та організацію робочих процесів. Важливо враховувати потреби та уподобання цільової аудиторії, забезпечувати зручність та ефективність праці персоналу, а також створювати комфортне та функціональне середовище для гостей.

Організація простору кухні та бару є ключовим аспектом при закладу харчування. Важливо створити функціональний та ергономічний простір, що дозволить ефективно виконувати завдання персоналу та забезпечувати високу якість готування страв та напоїв.

Перший крок у плануванні кухні та бару - це визначення розташування та розмірів приміщень. Важливо врахувати потік роботи та

взаємодію між різними зонами, такими як приготування страв, зберігання продуктів, миття посуду та обслуговування гостей.

Підбір обладнання При виборі обладнання для кухні та бару важливо врахувати потреби та робочий обсяг ресторану. Необхідно обрати професійне обладнання, яке забезпечить ефективність та якість роботи. Наприклад, для кухні може знадобитися плита, духовка, холодильники, морозильні камери, посудомийна машина та інше обладнання. Для бару можуть знадобитися барні стояки, холодильні шафи, кавові машини та інше.

Організація робочих процесів Ефективність та якість роботи на кухні та в барі значно залежать від організації робочих процесів. Важливо визначити послідовність дій та завдань персоналу, а також забезпечити комфорт та безпеку на робочих місцях. Наприклад, можна розділити кухню на зони для приготування гарячих та холодних страв, а також створити окремі робочі місця для різних видів робіт.

Облік вимог безпеки та санітарних норм є важливим аспектом при організації кухні та бару. Необхідно враховувати правильне розташування та устаткування систем безпеки та санітарії, а також забезпечити належне зберігання продуктів та дотримання гігієнічних стандартів у процесі готування та обслуговування гостей.

Планування простору, вибір відповідного обладнання, організація робочих процесів та дотримання вимог безпеки та санітарії є ключовими аспектами при створенні кухні та бару у ресторані на 100-200 місць. Важливо створити функціональне та зручне робоче середовище, яке дозволить персоналу ефективно працювати та забезпечити високу якість обслуговування гостей.

Вибір меблів та обладнання є ключовим етапом при проектуванні. Цей процес потребує особливої уваги, оскільки від вірного вибору меблів та обладнання залежить створення комфортного та функціонального середовища.

Меблі Підбір меблів повинен відповідати стилю та концепції ресторану. Важливо врахувати, що меблі мають бути зручними для відвідувачів та персоналу. Рекомендується обирати якісні та міцні меблі, які прослужать довгий час. Також слід враховувати кількість місць та розміри приміщення при виборі меблів.

Столи та стільці мають бути комфортними для гостей, забезпечувати достатній простір для зручного розташування та обслуговування. Рекомендується вибирати столи з міцними та стабільними основами, а стільці – зручними сидіннями та спинками.

Також важливо врахувати наявність барної зони та обрати відповідні меблі для барних стільців та столиків.

При виборі обладнання необхідно врахувати його функціональність, надійність та відповідність вимогам безпеки та санітарних норм.

У кухні слід встановити професійне обладнання для приготування їжі, таке як плити, духовки, холодильники, морозильні камери, посудомийні машини та інше. Важливо вибирати обладнання з урахуванням обсягу роботи та потреб ресторану.

Для бару варто вибрати обладнання для приготування та подачі напоїв, таке як барні стійки, холодильні шафи, кавові машини та інше.

Також важливо врахувати наявність системи кондиціонування повітря, освітлення та звукоізоляції для створення комфортної атмосфери в ресторані.

Необхідно зважити на бюджет та терміни при виборі меблів та обладнання, а також звернути увагу на гарантії та сервіс від виробників.

Декорування та оформлення інтер'єру є ключовими елементами при проектуванні. Вони сприяють створенню унікальної атмосфери та підкресленню концепції закладу.

Перший крок у декоруванні та оформленні інтер'єру - це вибір стилю та дизайну. Стиль має відповідати концепції ресторану та привертати цільову аудиторію. Наприклад, для ресторану середземноморської кухні може

підійти стиль, що асоціюється з морською тематикою або середземноморським узбережжям.

Розроблення меню та винної карти є ключовим етапом у процесі створення. Меню та винна карта представляють собою основні інструменти, які сприяють привертанню відвідувачів та пропозиції різноманітних страв та напоїв.

Перед розробкою меню та винної картки важливо провести аналіз ринку та визначити цільову аудиторію ресторану. Це допоможе з'ясувати переваги та потреби відвідувачів, а також виявити конкурентні переваги та унікальні пропозиції.

На основі аналізу ринку та цільової аудиторії слід визначити концепцію та стиль ресторану. Це сприятиме створенню єдиного та цілісного враження у відвідувачів та підкреслить унікальність закладу. Концепція та стиль також визначають вибір страв та напоїв для меню та винної карти.

При складанні меню важливо брати до уваги різноманітність страв та напоїв, щоб задовольнити різноманітні смаки гостей. Меню повинно містити пропозиції для сніданку, обіду, вечері, а також закуски, салати, гарячі страви, десерти та напої. Необхідно також врахувати сезонність та доступність інгредієнтів для забезпечення свіжості та якості страв.

Після створення меню та винної карти важливо приділити увагу їх дизайну та презентації. Вони повинні бути привабливими та інформативними, відповідати стилю та концепції ресторану. Меню та винна карта можуть бути виготовлені у вигляді елегантних брошур або розміщені на веб-сайті закладу.

Розробка меню та винної карти є важливим етапом у створенні закладу харчування. Вони допомагають привернути відвідувачів, пропонуючи широкий вибір страв та напоїв, а також підкреслити унікальність закладу.

Організація робочих процесів є важливою складовою управління рестораном нарівні з просторовим плануванням. Для досягнення комфорту та

продуктивності працівників, що сприяє високій якості обслуговування, необхідно визначити оптимальні маршрути для персоналу, розробити ефективну систему функціонування кухні та бару, а також дотримуватись вимог безпеки і санітарних норм.

Розробка функціональної концепції ресторану охоплює визначення основних функцій і завдань, планування простору та організацію робочих процесів. Важливо врахувати потреби цільової аудиторії, забезпечити зручність і ефективність роботи персоналу, створити комфортне і функціональне середовище для відвідувачів.

Ключовим аспектом для закладів харчування є організація простору кухні та бару. Важливо створити функціональний та ергономічний простір, який дозволить ефективно виконувати завдання персоналу та забезпечити високу якість приготування страв і напоїв.

Перше, що потрібно зробити в плануванні кухні та бару, — це визначити розташування і розміри приміщень. Слід враховувати робочий потік і взаємодію між зонами приготування страв, зберігання продуктів, миття посуду та обслуговування гостей.

При виборі обладнання для кухні та бару слід орієнтуватися на потреби та обсяги роботи ресторану. Необхідно обрати професійне обладнання, яке забезпечить ефективність і якість роботи. Наприклад, для кухні можуть знадобитися плита, духовка, холодильники, морозильні камери, посудомийна машина та інше. Для бару це можуть бути барні стійки, холодильні шафи, кавові машини тощо.

Ефективність роботи кухні та бару значною мірою залежить від організації робочих процесів. Потрібно визначити послідовність дій і завдань для персоналу, забезпечити комфорт та безпеку на робочих місцях. Наприклад, можна розділити кухню на зони для приготування гарячих і холодних страв, створити окремі робочі місця для різних типів робіт.

Дотримання вимог безпеки і санітарних норм є обов'язковим при організації кухні та бару. Необхідно забезпечити правильне розташування і

оснащення систем безпеки та санітарії, а також належне зберігання продуктів і дотримання гігієнічних стандартів у процесі приготування і обслуговування гостей.

Планування простору, підбір відповідного обладнання, організація робочих процесів і дотримання вимог безпеки і санітарії є ключовими аспектами при створенні кухні і бару в ресторані на 100-200 місць. Важливо створити функціональне та зручне робоче середовище, що дозволить персоналу працювати ефективно і забезпечувати високу якість обслуговування гостей.

Підбір меблів та обладнання є вирішальним етапом у проектуванні закладу. Від правильного вибору залежить створення комфортного та функціонального середовища.

Меблі повинні відповідати стилю та концепції ресторану, бути зручними як для гостей, так і для персоналу. Рекомендується обирати якісні та міцні меблі, що прослужать тривалий час. Також слід враховувати кількість місць і розміри приміщення.

Столи та стільці мають бути зручними для гостей, забезпечувати достатній простір для комфортного розміщення і обслуговування. Варто вибирати столи з міцними і стабільними основами, а стільці — з зручними сидіннями і спинками. Для барної зони потрібно підібрати відповідні меблі для барних стільців і столиків.

При виборі обладнання необхідно враховувати його функціональність, надійність і відповідність вимогам безпеки і санітарних норм.

2.3. Аналіз сучасного ринку закладів харчування в м. Коломия

Аналіз ринку закладів харчування в м. Коломия

Коломия — одне з найстаріших міст Прикарпаття, яке активно розвивається в різних сферах, включаючи індустрію гостинності. Сьогодні

розглянемо ринок закладів харчування в місті, його основні тенденції, конкуренцію та перспективи розвитку.

Загальна характеристика ринку

Розташування та демографія

Коломия – місто з населенням близько 60 тисяч осіб, що робить його значним центром у Івано-Франківській області. Місто розташоване на перехресті важливих транспортних маршрутів, що сприяє розвитку туристичного потоку та місцевої економіки.

Економічний контекст

Місцева економіка базується на різних галузях, таких як виробництво, торгівля та послуги. Заклади харчування відіграють важливу роль у створенні робочих місць та залученні туристів.

Сегментація ринку закладів харчування

Кафе та кав'ярні

У Коломиї є кілька популярних кафе та кав'ярень, які орієнтуються як на місцевих жителів, так і на туристів. Вони пропонують широкий вибір кавових напоїв, десертів та легких закусок. Відвідувачі цінують затишну атмосферу та якісне обслуговування.

Ресторани

Ресторани в Коломиї представлені як традиційною українською кухнею, так і іноземною. Вони орієнтуються на середній та високий ціновий сегмент. Багато з них пропонують спеціальні меню для банкетів, весіль та корпоративних заходів.

Фаст-фуд

Фаст-фуд заклади мають стабільний попит серед молоді та туристів. Вони пропонують швидке та доступне харчування, що робить їх популярними для швидких перекусів.

Барів та пабів

Бари та паби орієнтовані на молодіжну аудиторію та любителів нічного життя. Вони пропонують широкий асортимент напоїв, коктейлів та легких закусок.

Аналіз попиту та пропозиції

Попит

Попит на заклади харчування в Коломиї залежить від кількох факторів, включаючи туристичний сезон, економічну ситуацію та демографічні зміни. Пік попиту припадає на туристичні сезони (літо та зимові свята), коли місто відвідують численні туристи.

Пропозиція

Пропозиція закладів харчування постійно зростає. Власники закладів активно інвестують у покращення сервісу, інтер'єру та меню, щоб залучити більше клієнтів. Водночас на ринку зростає конкуренція, що стимулює заклади постійно вдосконалюватися.

Конкуренція

Основні конкуренти

Основними конкурентами є великі мережеві заклади, які мають відомі бренди та високу лояльність клієнтів. Місцеві підприємці також активно розвиваються, пропонуючи унікальні концепції та індивідуальний підхід до клієнтів.

Стратегії конкуренції

Заклади харчування використовують різні стратегії для залучення клієнтів:

- Спеціальні акції та знижки.
- Впровадження програм лояльності.
- Розширення асортименту меню.
- Покращення якості обслуговування.

Перспективи розвитку

Туризм

Зростання туристичного потоку до Коломиї створює додаткові можливості для розвитку закладів харчування. Інвестиції в туристичну інфраструктуру, зокрема в нові готелі та розважальні комплекси, сприятимуть зростанню попиту на послуги закладів харчування.

Інновації

Впровадження нових технологій та трендів, таких як онлайн-замовлення, доставка їжі та екологічно чисті продукти, стане важливим фактором для залучення нових клієнтів.

Співпраця з місцевими виробниками

Співпраця з місцевими виробниками продуктів харчування дозволить закладам пропонувати свіжі та якісні продукти, що додатково привабить клієнтів, які цінують здорове харчування.

Висновок:

Ринок закладів харчування в місті Коломия є одним із найважливіших складових його культурного та економічного життя. З історичних часів корчми та кафе поступово перетворилися на сучасні ресторани, що відображає не лише зміни у гастрономічних традиціях, а й у споживчих уподобаннях сучасного суспільства.

Сучасні тенденції розвитку закладів харчування включають в себе зростання туристичного потенціалу міста, адаптацію до соціальних змін та підтримку розвитку малого бізнесу. Аналіз ринку свідчить про те, що конкуренція між закладами стимулює їх до постійного удосконалення сервісу, впровадження новітніх технологій та підвищення якості надання послуг.

Прогнозується, що у майбутньому ринок закладів харчування в місті Коломия продовжить активно розвиватися, сприяючи зростанню економіки, покращенню якості життя мешканців та забезпеченню комфортного перебування для гостей міста.

РОЗДІЛ 3 ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ КАФЕ «ШАМІ» В М. КОЛОМІЯ.

3.1 Виникнення ідеї створення кафе «Шамі»

Кафе «Шамі» є результатом бажання створити унікальне місце, де кожен може насолодитися поєднанням східних смаків та місцевих страв. Тим паче дивлячись на те, що у власника і директора закладу вже був досвід та практика у відкритті ресторанів та інших закладів харчування, досвід взятий не лише власною франшизою "yolavash" так і від того, що власник і директор займаються відкриттям закладів харчування під ключ. Їхня ідея відкриття кафе, ще походить від того, що вони хотіли спробувати відкрити свій власний ресторан, де мені студенту випала нагода власними руками відкрити кухню, до цього я лиш помагав у відкритті кухні. Но коли мені дали таку нагоду я свповнейний бажання разом з власниками відкриття такого закладу

почали роботу. Почали роботу з аналізу основний аспектів для відкриття закладу харчування:

Місце розташування.

Місто, де планувалось відкрити заклад було не так багато, але вибір був все ж місце має мати рентабельність також, щоб знаходилося в прибутковому місці тому власники вибрали вулицю Чорновола 41 це та сама вулиця де знаходить Музей “Писанка”. Це створює сприятливі умови для закладу але і звісно мінуси теж є. Перш за все це конкуренція, на цій вулиці знаходиться ресторани, кафе, кав’ярні і т.д... Но плюси набагато вагоміші, наприклад, навіть у самі спокійній дні є гості, закладу не відключають світло, заклад знаходиться на центральній вулиці, де завжди гуляють люд, тай навіть проходять люди, які поспішають на роботу, також хочу зауважити про заходи, які часто проводять біля музею, що дають змогу закладу мати постійних гостей і велику виручку в ці дні. І не забуваємо про те, що Чорновіла це туристичний центр Коломій, тому коли приїжджають туристи вони заходять до нас, це теж великій плюс. Також це місце дає змогу добратися до роботи без перешкод, так як всі автобуси ідуть повз цю вулицю, тому легко добиратися до роботи.

- Потреби сучасних споживачів.

Сучасні споживачі все більше цінують якість харчування, атмосферу закладу та рівень обслуговування. Вони шукають місця, де можна не лише поїсти, але й відпочити, спілкуватися та насолодитися часом. Наш заклад мав на мету саме комфорт і якість, як говорить власник закладу “Ми працюємо на якість” тому власники працювали над тим, що їх заклад буде відповідати цим потребам, пропонуючи високий рівень сервісу, затишний інтер'єр та різноманітне меню, яке включає страви для різних смакових уподобань.

- Розробка меню.

Меню закладу створювалось з фокусом на поєднання смакоти та якості. Надихалися східною кухнею так як аналізуючи заклади в місці ми зрозуміли, що такого напрямку мало де можна знайти, лиш один заклад

полягався на східну кухню, но так як то був заклад грузинської кухні ми вирішили зробити з страв східної кухні, Ізраїлям та інших, через те що продукти та компоненти сожна знайти у самому місці то це зіграло нам на руку, також не обійшлись і без піци, так як це універсальна страва, яку їдять всі. Також ми додали і сніданки, здебільш Англійського прикладу, тобі ж брукети і сніданок, звійсно ми і не минули страви традеційной кухні, як паштет і сирники. За допомогою використання свіжих, місцевих продуктів гарантуватиме високу якість страв. Також старались створити меню для всіх, тому в нашому меню є і страви вегетаріанські та веганські , щоб задовольнити різні потреби клієнтів. Також ми лояльні і до людей які мають проблеми, тому ми можемо корегувати страви виключаючи деякі компоненти і звійсно як без додатків до страви, це не ускладняє приготуванню і збільшує середній чек.

- Та розробка атмосфери та інтер'єру.

Дизайн закладу планувався і виконався у стилі сучасного затишку з використанням природних матеріалів та елементів місцевої культури. Приголомшливе освітлення, зручні меблі та модні декоративні додатки створять приємну атмосферу для відпочинку та спілкування. Музика відіграє важливу роль у створенні загальної атмосфери. Також живі квіти та освітлення за рахунок прозорих дверей і парадної стіни.

3.2 Розробка бізнес плану кафе «Шамі»

Опис бізнес плану:

Уривок взятий з документа справжнього бізнес плану, який був підписаний мером та владою м.Коломиї

Моя основна ідея – розширення шляхом створення точок реалізації вуличної їжі Yo lavash, в м.Коломия, проспект Чорновола 41. Яка надаватиме послуги по продажу кави, кавових напоїв та та страв. В даний час маю діючий заклад такого типу в м. Снятин та заклад в м.Коломия, які вийшли в прибутковість через 3 місяці діяльності. Передбачає роботу та реалізацію кави, кавових напоїв, лавашів, паніні, картоплі фрі,кебаб.

Щоденно одна точка продаж приносить валового доходу в розмірі 10000 грн. Собівартість сировини складає 40%. Орендна плата становить 8 000 грн/міс., заробітна плата працівників - 15 000 грн/місяць. Не зважаючи на велику кількість закладів з кавовими напоями та фаст фудом реалізація моєї продукції є досить прибутковою. Вибір місця розташування- здійснено у зв'язку з великою кількістю населення в мікрорайоні та постійним його зростанням. Населення молодого віку, яке має дітей молодшого та шкільного віку та часто здійснює прогулянки з ними. Заклад формату вуличної їжі. Готуємо страви зрозумілі для людей, шаурма, паніні, кава, кебаб. Хочемо розширити мережу закладів, працевлаштувати двох осіб. В роботі використовуємо проф. кухонне обладнання, дотримуємося всіх стандартів чистоти. Досвід роботи в цій сфері від 2019 року.

Ціль у поточному році:

Ціль відкриття “Шамі” полягає в створенні успішного бізнесу, який не лише задовольнятиме потреби споживачів у якісній їжі, але й принесе прибуток та стане важливою частиною місцевої гастрономічної культури. Вот конкретні цілі, які ми плануємо досягти :

- Задоволення потреб споживачів: Забезпечення клієнтам високої якості страв, нашим різноманітним меню та затишної атмосферою з метою зробити їхній візит максимально комфортним та приємним.

- Створення унікальної концепції: Розробка унікальної та відмінної від інших закладів харчування концепції, яка приверне увагу споживачів та забезпечить конкурентні переваги.

- Максимізація прибутку: Забезпечення стабільного та прибуткового бізнесу шляхом оптимізації витрат та максимізації доходів від продажу страв та напоїв.

- Розвиток бренду: Створення сильного бренду, який буде відомим у місцевому та туристичному середовищі, що дозволить привертати нових клієнтів та зберігати постійну клієнтську базу.

-Соціальна відповідальність: Виконання соціальних обов'язків та участь у спільноті шляхом підтримки місцевих ініціатив та розвитку гастрономічної культури.

Сума вашого гранту		
Опишіть, як ви будете використовувати свій грант і як це допоможе вам досягнути ваших цілей:		
Стаття витрат	Сума (грн)	Обґрунтування
1. Оренда	16000	Орендна плата за 1 -й та 2 -й місяць
2. Обладнання/Інвентар	213850	
Блендер занурювальний FROSTY HM-177	6100	
Гриль прижимний Hendi	15480	
Планшет Samsung Galaxy Tab A8 10.5" 4/64GB LTE Dark Grey (SM-X205NZAEESEK)	9800	
Принтер для чеків Xprinter XP-Q200 usb (Poster SmartTouch)	4300	
Мікрохвильова піч SAMSUNG ME83KRS-1/UA SOLO	4700	
Аппарат для шаурмы Remta D16 LPG	17500	
Кондиціонер LIBERTON LAC-18XA	21920	
Вивіска неон	8400	
Морозильна скриня GORENJE FH 401 CW (ZS4608T)	16700	
Холодильна шафа-вітрина Snaige CD29DM-S300S	15500	
Вивіска рекламна на фасад	21000	
Стіл холодильний Rauder AM-12 дводверний	28000	
Електричний ніж для м'яса	3950	
Телевізор для меню Kivi 43F750NB	12000	

Витяжка Вентилятор для кухні	8500	
Мийна + сушка посуд	8000	
Стіл нержавійка 3 шт (1200*600)	12000	
3. Кухоний інвентар	20150	
Ножі кухоні 4 шт	600	
Контейнери для зберігання 15 шт	1200	
Дошки для нарізок 4 шт	1600	
Миска металічна 2 шт	400	
Посуд для гостей (чашки, тарілки)	15000	
Диспенсери для сипучих 3 шт	300	
Диспенсери для соусів 8 шт	400	
Щипці для гриля 2 шт	350	
Тефлоновий коврик для гриля 2 шт	300	
Разом	25000 0	

Цільова аудиторія:

Наша ЦА люди від 14 -45 років. Молодні люди, які навчаються, офісні працівники, працівники інших сфер, які відвідують наші заклади з метою смачно і не дорого поїсти.

3.3 Процес створення кафе «Шамі»

Процес створення кафе "Шамі" може включати кілька етапів для успішного запуску та подальшої роботи закладу. Ось декілька кроків, які можуть бути включені в цей процес:

1. Розробка концепції

Почали з повним та детальним аналізом ринку, включаючи оцінку конкурентів та визначення ніші для кафе "Шамі".

Встановлення основних принципів та концепції закладу, включаючи меню, дизайн інтер'єру, атмосферу та цільову аудиторію.

2. Вибір локації

Після ретельного аналізу ми визначили, що найбільш вигідним варіантом для нас є вулиця Чорновола, 41. Ми детально вивчили умови оренди, дізналися про ціни та розпочали активну роботу над плануванням інтер'єру та дизайну.

3. Розробка бізнес-плану

Ми створили бізнес-план на прикладі власних закладів, які успішно функціонують. Після отримання необхідних дозволів ми почали успішно працювати. Цей досвід є важливим при розгортанні нових підприємств або розширенні існуючого. Успіх у створенні бізнесу залежить від багатьох факторів, таких як якість продукту або послуги, ефективний маркетинг та управління фінансами.

4. Залучення фінансування

Ми отримали інвестицію для розвитку нашого малого бізнесу, що дозволить нам розширити наші можливості та підвищити конкурентоспроможність на ринку. Ці кошти будуть використані для впровадження нових технологій, навчання персоналу та розширення асортименту продукції. Ми впевнені, що ця інвестиція допоможе нам збільшити обсяги виробництва та залучити нових клієнтів, що сприятиме стабільному розвитку нашого підприємства.

5. Зареєстрування бізнесу та отримання ліцензій

Наше підприємство здійснило успішну реєстрацію та отримало всі необхідні ліцензії (крім продажу алкоголю) та дозволи для проведення діяльності у сфері громадського харчування. Це дозволило нам впевнено та законно розвивати свій бізнес, забезпечуючи якісне обслуговування та безпеку для клієнтів. Важливо дотримуватися всіх вимог законодавства та стандартів, щоб зберігати репутацію надійного та відповідального підприємця.

6. Дизайн та оформлення

Інтер'єр закладу "Шамі" спочатку планувався в ізраїльському стилі, який поєднує традиційні елементи та сучасний дизайн, відображаючи культурну спадщину та дух Ізраїлю. Цей стиль характеризується використанням натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь, латунь та кераміка, що створює відчуття природності та затишку. Використання цих матеріалів

надає приміщенню більш гостинний та привабливий вигляд, сприяючи створенню атмосфери домашнього затишку та відчуття стабільності для відвідувачів.

7. Реклама та маркетинг

До моменту запуску бізнесу власники ставлять максимально реалістичні цілі на найближчий час: окупити вкладення, вийти на стабільний дохід. Після досягнення цих цілей треба йти далі й розвивати потенціал успішного закладу. Завдяки грамотному інтернет-маркетингу ваш бізнес може давати значно більший прибуток без особливих вкладень. Теперішні можливості соціальних мереж і пошукових систем дають змогу підвищити попит та інтерес нових відвідувачів у локальному масштабі значно ефективніше, ніж офлайнова реклама. Безумовно, реклама доставки піци в Києві буде значно дорожчою, ніж така сама реклама в Миколаєві, але в будь-якому разі це дасть ефективніший і, головне, вимірний результат у порівнянні з тим-таки білбордом.

8. Підбір та навчання персоналу

Найважливіший фактор успіху компанії незалежно від розміру і ніші є персонал. Найефективніший спосіб досягти цього — професійний розвиток персоналу, навчання співробітників актуальним знанням і навичкам, які мають практичне застосування і несуть вигоду вашому бізнесу. Саме на такому підході базується наш заклад, тому ми вибрали самих оптимальних працівників.

9. Відкриття та подальша робота Офіційне відкриття кафе "Шамі" та проведення рекламних акцій для залучення клієнтів. Постійний моніторинг та аналіз роботи закладу, враховуючи відгуки клієнтів та зміни на ринку, і вжиття заходів для покращення роботи та збільшення прибутку.

3.4 Проблеми та перспективи існування кафе «Шамі»

Проблемами з якими ми нам прийшлося столкнутися нестали переломними, вони показали де потрібно покращити роботу, як треба проходити деякі

етапи, як потрібно прилаштуватися, до тих чи інших моментів, що робота в команді більш ефективна, де можна збільшити роботу а де можна зменшити її обсяг, почнемо з того, що перші дні стали для нас несподіваними, так як приплив людей на який ми розраховували перевершив наші очікування. Це привело до того, що в нас часто закінчувалися заготовки по серед робочого дня, закінчувались також і страви, ми просто не встигали їх варити, так само і піцейоли, план був в 15-20 піц на день, що навіть не близько з 60-70 які нам приходили, ми працювали запарами не годинами, а днями, не скажу що це було легко, але це нас і навчило, після тижня такої роботи, мало хто хотів лишатися. Но все минулось, минув ще місяць в такій роботі, після запари, прийшло час, коли ми мали зробити і проробити заготовки, проробити страви і змінити, зробити перестановку в кухні і на місці піцейоли, ми перенесли тісто міс на склад, докупили холодильник і морозилку, доробили полиці на кухні, докупили інвентар, також це дало нам аналіз тих страв, які частіше беруть і на які заготовки нам потрібно докласти більше зусиль, а до яких менше, також ми повністю, домовилися з постачальниками, ми склали чек лист, які компоненти вони повинні привозити, звичайно ми беремо запасом на п'ятницю, суботу, неділю. Це все нам дало змогу до перспективного продажу і роботи, дало нам поняття, роботи з великою кількістю. Тому в нас в перспективах розширюватися, зробити літній майданчик, розкритися як сильна і конкурентно спроможна мережа, вчити кваліфікований персонал і звичайно відкривати заклад під ключ. Звичайно великою проблемою стала війна, через війну продажі не ті, також персонал, знім проблема, як нестача, ми перебороли цей етап. Але кваліфікованих людей, стало вразі менше, це приводить до того, що потрібно стажувати з нуля. Звичайно це час і сили, гроші і терпіння, куди більше йде ніж на кваліфіковану людину, також повітряна тривога, яка стала на заваді спокійній роботі, через те, що наш заклад в центрі, серена там не знай тихіших. Що оприводить, до неприємних моментів. Також підвищення комунальних тарифів, це приводить до менших прибутків і зростання цін, які суттєво виходять закладу в мінуса.

Висновок

Створення кафе "Шамі" було результатом виваженого та детального планування, сповненого оригінальних ідей та наполегливої праці засновників. Від моменту розробки концепції до втілення кожного етапу розвитку, метою створення цього закладу було створити неповторне та унікальне місце, де кожен відвідувач зможе не лише насолодитися смачною їжею, а й відчувати приємну та теплу атмосферу. Незважаючи на можливі виклики, які можуть виникнути на шляху розвитку, кафе "Шамі" має всі передумови для успішного та тривалого існування завдяки своїй унікальній концепції, високому рівню обслуговування та постійній увазі до потреб своїх шанувальників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Kimes, Sheryl E. "The Future of Hotel Revenue Management"
- 2 <https://www.hospitalitynet.org>
- 3 <https://hbr.org>
- 4 <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream>
- 5 <https://iampm.club/ua/events/korporativne-navchannya>
- 6 Кілько, О. В. (2015). "Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах"
- 7 Мунін, Г. Б. (2017). "Готельний бізнес: організація та управління"
- 8 Федорченко, В. К., & Кифяк, В. Ф. (2018). "Туристичний бізнес: теорія та практика"
- 9 Семак, Б. Б. (2016). "Маркетинг у готельно-ресторанному бізнесі"
- 10 Біловодська, О. А. (2019). "Інновації у готельно-ресторанному бізнесі"

- 11 Walker, J. R. (2020). "Introduction to Hospitality Management"
- 12 Kotas, R. (2014). "Management Accounting for Hospitality and Tourism"
- 13 Jones, P., & Lockwood, A. (2004). "The Management of Hotel Operations"
- 14 **HospitalityNet:** (<https://www.hospitalitynet.org>)
- 15 **Hotel Management:** (<https://www.hotelmanagement.net>)
- 16 International Journal of Contemporary Hospitality Management
- 17 **"Готельно-ресторанний бізнес: теорія та практика"** / О.В. Литвиненко, І.М. Зайцев, М.П. Петров. – Київ: Видавничий дім "Академія", 2018
- 18 **Google Scholar:** scholar.google.com
- 19 "Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу: сучасні тенденції та перспективи розвитку" // Журнал "Готельний та ресторанний бізнес", №2, 2021.
- 20 "Інноваційні підходи до управління якістю обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі" // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, №4, 2020.
- 21 "Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні" // Журнал "Туризм і готельний бізнес", №3, 2019.
- 22 Бойко М. Г. Організація готельного господарства: підручник. Київ. Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - 516 с.