

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу**

ПАЛКА ХРИСТИНА ВОЛОДИМИРІВНА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Особливості організації роботи закладів ресторанного господарства
сімейного типу**

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа
Освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалавр

Виконала студентка

групи ГРС-41

Палка Х.В.

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доцент

Гугул О.Я.

ТЕРНОПІЛЬ – 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Загально-теоретична характеристика закладів ресторанного господарства сімейного типу у науковій літературі	
1.1. Поняття та сутність закладу ресторанного господарства сімейного типу.....	7
1.2. Вимоги до ресторанів сімейного типу.....	9
1.3. Цільова аудиторія закладів ресторанного господарства сімейного типу	
Висновки до розділу 1.....	21
Розділ 2. Дослідження особливостей організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу	
2.1. Загальна характеристика та аналіз діяльності ресторану «Мілена».....	22
2.2. Структура та організація процесу роботи закладу ресторанного господарства сімейного типу.....	32
2.3. Аналіз основних проблем організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу.....	38
Висновки до розділу 2.....	56
Розділ 3. Шляхи удосконалення процесу організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу	
3.1. Зарубіжний досвід організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу.....	57
3.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу.....	62
3.3. Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів.....	69
Висновки до розділу 3.	73
Висновки.....	74
Список використаних джерел та літератури.....	77

ВСТУП

Актуальність дослідження. Заклади ресторанного господарства сімейного типу займають особливе місце в сучасній індустрії гостинності. Вони створюють атмосферу затишку та комфорту, сприяючи формуванню приємного досвіду для відвідувачів різних вікових категорій. У сучасних умовах, коли конкуренція на ринку ресторанного господарства зростає, успішна організація роботи закладів сімейного типу стає важливим чинником їх конкурентоспроможності та довготривалого розвитку.

Ресторани сімейного типу не лише надають можливість насолодитися смачною їжею, але й слугують місцем для спілкування та відпочинку сімей. Вони орієнтовані на створення дружньої та гостинної атмосфери, що сприяє залученню постійних клієнтів. Для досягнення цих цілей важливо враховувати ряд аспектів, зокрема: розробку спеціального меню, адаптованого для дітей та дорослих, організацію безпечного та приємного середовища, забезпечення високого рівня обслуговування та належної підготовки персоналу.

Актуальність теми зумовлена зростаючим попитом на заклади громадського харчування, орієнтовані на сімейний відпочинок, а також необхідністю впровадження інноваційних підходів до управління ними. Результати даного дослідження можуть бути корисними для власників та менеджерів ресторанів, а також для студентів та дослідників, які вивчають сферу ресторанного господарства.

У сучасних умовах розвитку суспільства заклади ресторанного господарства відіграють важливу роль у забезпеченні населення якісними послугами харчування та відпочинку. Особливу нішу на цьому ринку займають заклади сімейного типу, які орієнтовані на створення затишної та дружньої атмосфери для всієї родини. Зростаючий інтерес до сімейного відпочинку в ресторанах пов'язаний з соціальними та культурними змінами, що відбуваються

в сучасному суспільстві, а також з підвищенням рівня життя та зміною стилю споживання.

Актуальність дослідження особливостей організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу зумовлена низкою чинників. По-перше, такі заклади стають важливим елементом міської інфраструктури, сприяючи зміцненню соціальних зв'язків та розвитку місцевих спільнот. По-друге, вони відповідають зростаючим потребам споживачів у різноманітних формах дозвілля, що поєднують якісне харчування з можливістю приємного проведення часу для всіх членів родини, включаючи дітей.

По-третє, організація роботи ресторанів сімейного типу потребує впровадження спеціальних підходів та методик управління, які враховують потреби різних вікових груп клієнтів, забезпечення безпеки та комфортного середовища для дітей, розробку спеціальних меню та програм розваг. Недостатнє вивчення цих аспектів може призводити до зниження конкурентоспроможності таких закладів та втрати лояльності клієнтів.

Крім того, в умовах постійної конкуренції на ринку ресторанного господарства, важливо визначити ефективні стратегії управління та маркетингу, які сприятимуть підвищенню привабливості закладів сімейного типу та забезпеченню їх стабільного розвитку. Це обумовлює необхідність проведення комплексного дослідження, спрямованого на виявлення та аналіз основних чинників успіху таких закладів.

Таким чином, дослідження особливостей організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є надзвичайно актуальним і має значний практичний та теоретичний інтерес. Результати даного дослідження можуть бути використані для вдосконалення управлінських процесів, підвищення якості обслуговування та створення конкурентних переваг на ринку ресторанного господарства.

Розробкою даної проблеми займалися багато науковців, представники різних галузей науки. Дослідженням розвитку ресторанного бізнесу присвятили свої роботи такі вчені, як: В.А. Антонова, В.В. Архипов, А.В. Архіпова, Д.І. Басюк, М.М. Ганич, О.М. Гатамяк, О.Л. Іваник, Т.В. Іванникова, В. Карпова, В. Карсенін, М.П. Мальська, Т. Ткаченко та інші.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, нами і була обрана тема дипломної роботи:

"Особливості організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу".

Об'єкт дослідження – Об'єктом дослідження є заклади ресторанного господарства сімейного типу, які функціонують у сучасних умовах ринкової економіки.

Предмет – Організаційні аспекти роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу, включаючи управлінські, маркетингові та сервісні підходи, що забезпечують їх ефективне функціонування та задоволення потреб клієнтів.

Мета роботи- Визначити особливості організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу та розробити рекомендації щодо підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності.

Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

- 1) дати загальну характеристику закладів ресторанного господарства сімейного типу в науковій літературі;
- 2) провести дослідження особливостей організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу;
- 3) виділити можливі шляхи удосконалення процесу організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу.

Для розв'язання поставлених завдань нами були використані такі **методи дослідження**: теоретико-критичний аналіз літератури з теми дослідження; зіставлення, узагальнення і синтезування здобутої інформації тощо.

Робота може бути використана студентами ВНЗ для підготовки до семінарських занять, також може бути використана викладачами для проведення лекції, практик тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 51 найменування. Повний обсяг роботи: 76 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СІМЕЙНОГО ТИПУ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

1.1. Поняття та сутність закладу ресторанного господарства сімейного типу

Родинні ресторани представляють сучасну інтерпретацію старовинної кав'ярні. Більшість з них є приватними закладами і зазвичай розташовуються в престижних районах, де родини проводять час разом, на прогулянках або в мальовничих місцях. Дизайн та меню в цих закладах зазвичай прості. У деяких ресторанах доступні напої, такі як пиво, вино або коктейлі. Багато з них розташовані у Франції, Німеччині та США.

Родинні ресторани можна умовно поділити на дві категорії: дитячі та загальні. Дитячі заклади призначені переважно для розваг дітей, хоча і дорослі також можуть знайти собі заняття. Загальні ресторани призначені для відпочинку як для дітей, так і для дорослих, проте головна мета відвідування там — задоволення потреб дорослих, хоча є і можливість розваг для дітей.

У дитячих закладах надаються широкі можливості для розваг дітей, тоді як у загальних ресторанах зазвичай передбачається окрема зона для дітей, така як ігрова кімната або майданчик. Цих родинних кафе та ресторанів стає все більше, оскільки ресторатори розуміють важливість привертання клієнтів через їхніх дітей. Багато з таких закладів є частиною мережі, наприклад, мережа сімейних італійських ресторанів Il Ratto та інші [23, с. 56].

Спеціалізовані дитячі кафе часто з'являються в торгово-розважальних центрах. Їх призначення полягає в тому, щоб дозволити батькам разом з дітьми відпочити після прогулянки по магазинах центру, дозволяючи дітям пограти в ігровій зоні і спокійно перекусити "веселим бутербродом" і соком. Зазвичай

меню в таких кафе не дуже розмаїте. Ми не будемо детально розглядати бізнес-аспекти таких кафе, оскільки, як правило, поза межами торгового центру вони не є економічно доцільними.

Основною цільовою аудиторією сімейних закладів є діти різного віку, молоді батьки, включаючи ті, хто проводить неділі разом. Тому розташування такого закладу має бути обране дуже уважно. Власник повинен враховувати пішохідний та автомобільний трафік, оскільки гості можуть прибувати як на автомобілях (зручне паркування бажано), так і пішки. Ідеальна локація, звичайно, не завжди відповідає реальності, але для окремих сімейних закладів це важливо. Тому експерти рекомендують розглядати відкриття таких закладів у спокійних житлових районах.

Часто такі заклади відрізняються затишним або домашнім інтер'єром, що зазвичай виконаний у теплих, приємних тонах. У сімейних ресторанах завжди лунає приємна музика, що створює атмосферу, ідеальне тло для відпочинку. Кожен відвідувач почуватиме себе комфортно та розслаблено [13, с. 75].

У сімейних ресторанах зазвичай є кілька залів, кожен із яких відповідає певній потребі відвідувачів. Деякі пропонують тишу, інші - жваву атмосферу. Можливість вибору завжди приємно радує, це свідчить про турботу власників про кожного гостя. Столи в таких закладах розташовані вільно і доповнені зручними м'якими меблями, не мають стандартних розмірів. Присутні і столи для невеликих компаній, і розміщення значної кількості людей. Часто гостям доступні дитячі стільці, що дуже зручно.

Характерною рисою сімейних ресторанів є наявність спеціального меню для дітей. Подані страви відрізняються вишуканими смаковими характеристиками і привабливим виглядом, що спонукає маленьких гостей до їжі. Також, для дітей часто проводиться розважальна програма, і їм пропонують олівці або розмальовки. Деякі заклади можуть похвалитися обладнаними дитячими кімнатами, де дітки можуть весело і цікаво провести час.

Загалом, сімейні ресторани - це не просто місця для харчування, але й центри сімейного відпочинку, де кожен знайде щось для себе. Вони створюють атмосферу тепла, затишку та радості, де дорослі можуть насолодитися смачною їжею та спілкуванням, а діти - розвагами та смачними стравами. Такі заклади відображають потреби сучасної сім'ї і стають місцем, куди хочеться повертатися знову та знову.

Сімейні ресторани - це не лише місця, де можна смачно поїсти, але й центри сімейного відпочинку, що пропонують затишну атмосферу, смачні страви для дорослих та дітей, а також розваги для останніх. Вони відзначаються теплим інтер'єром, різноманітними залами, спеціальними дитячими меню та розвагами, що роблять їх привабливими для всієї родини. Такі місця дарують можливість сім'ї проводити час разом, отримуючи задоволення від спільного відпочинку.

1.2. Вимоги ро ресторанів сімейного типу

Сімейні ресторани представляють собою сучасну інтерпретацію традиційної кав'ярні. Зазвичай ці заклади є приватними і знаходяться біля парків та за містом, де діти можуть насолоджуватися свіжим повітрям. Їх відрізняє просте оформлення меню і інтер'єру. У багатьох сімейних ресторанах немає алкогольних напоїв у меню. При вході зазвичай зустрічає господаря, яка відводить гостей до столиків, а офіціанти приймають замовлення [32, с. 47].

На ринку ресторанного господарства можна знайти заклади, спеціалізовані на сімейному відпочинку. Вони пропонують широкий вибір страв домашньої кухні та організують дозвілля для сімей. Ці ресторани зазвичай мають ігрові майданчики для дітей, програми відпочинку та послуги догляду за дітьми.

Питання дозвілля дітей актуальне як у великих містах, так і в регіонах, де інфраструктура сімейних ресторанів не розвинена. Відкриття дитячих кімнат у таких закладах є перспективним бізнесом, оскільки він привертає більше

відвідувачів. Наявність дитячих кімнат додає значної зручності для відвідувачів, зокрема для батьків, які можуть насолоджуватися стравами, знаючи, що їхні діти мають де розважатися. [15 ,с. 89].

Упродовж останніх років вимоги від клієнтів ресторанів постійно зростають. Якщо 10–15 років тому клієнти здивовано споживали суші та молоде вино, то сучасним клієнтам потрібно більше: наявність дитячих кімнат, боулінгу, звукового супроводу, аніматорів. Спільне святкування дитячих заходів з різноманітними атракціями, включаючи клоунів, улюблених персонажів мультфільмів, фокусників, ляльковий театр, шоу мильних бульбашок, рухливі ігри, кулінарні майстер-класи, турніри з караоке, стає все більш популярним. Додатково, забезпечення дитячих майданчиків стає нормою.

Вимоги до закладів ресторанного господарства поділяються на загальні та специфічні для кожного типу і класу закладів. Загальні вимоги включають:

- Забезпечення безпеки клієнтів та дотримання санітарних стандартів;
- Умови для пересування інвалідів;
- Наявність необхідних приміщень і обладнання;
- Відповідність архітектурно-планувальних рішень і матеріально-технічного оснащення;
- Гармонія зовнішнього та внутрішнього оформлення;
- Наявність достатнього обсягу посуду та білизни;
- Професійний склад працівників;
- Надання інформації про продукцію та послуги;
- Розміщення інформації про режим роботи на фасаді приміщення.

Основні характеристики, які визначають вимоги до закладів ресторанного господарства, включають такі аспекти:

- Розташування закладу та стан прилеглої території;
- Тип, вид і особливості будівлі;
- Комфортність та зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;

- Оснащення закладу обладнанням, меблями, посудом, столовими приборами та білизною;
- Процес обслуговування;
- Асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, прайс-листа і винної карти;
- Кваліфікація персоналу;
- Номенклатура додаткових послуг.

Варто зазначити, що найбільша кількість ресторанів відкривається у великих містах, таких як Київ, Львів, Одеса, Харків, Дніпро. Висока конкуренція в цих місцях наголошує на необхідності ретельного аналізу ринку. Тому під час відкриття ресторану розумно розглядати не лише мегаполіси, а й міста з розвиненою транспортною інфраструктурою, де ринок ще не насичений. Успіх бізнесу полягає у його здатності задовольняти ключові потреби споживачів. Проте, оскільки вподобання та смаки споживачів різняться, "універсальність" продукту може зробити його середнім і нецікавим для жодного конкретного клієнта.

Формат сімейного ресторану є вимогливим і вимагає від керівництва стабільної матеріальної бази та відповідальності. Особливо важливе відношення персоналу до своїх обов'язків, оскільки кожен з них має усвідомлювати важливість роботи з дітьми, на яких не можна економити. Це охоплює як готування страв, так і творчі вияви та щиру турботу [23, с. 57].

Ресторани з ігровими кімнатами, анімаційними програмами та вишуканими обідами потребують постійних витрат. Щоб зберегти цільову аудиторію, слід ретельно обговорити всі плюси та мінуси перед відкриттям. Розміщення ресторану варто розглядати в місцях зі схожими житловими комплексами та близько до ТЦ, ТРЦ та парків розваг.

Основні принципи роботи сімейних ресторанів включають:

- Затишну атмосферу, що створюється за допомогою текстильного декору та натуральних матеріалів.
- Різноманітне меню, що задовольняє смаки кожного члена родини та містить як ситні м'ясні страви, так і легкі дієтичні варіанти.
- Помірні ціни, щоб ресторан був доступним для широкого кола клієнтів.
- Розташування в зручному місці, близько до транспортних ліній та зручного паркування.
- Створення дитячо-дружнього середовища з урахуванням потреб дітей різного віку, включаючи дитячі майданчики, кімнати для годування та ігрові куточки.

У цілому, сімейні ресторани відіграють важливу роль у створенні приємної атмосфери для всієї родини під час їжі та відпочинку. Їх успіх залежить від ретельного врахування потреб різних членів родини, починаючи від дітей і закінчуючи дорослими. Правильно організований ресторанний простір, різноманітне меню, доступні ціни та зручне розташування можуть зробити такий заклад популярним серед клієнтів. Тому важливо надати увагу деталям і створити атмосферу, де кожен відвідувач, незалежно від віку, зможе насолодитися часом, проведеним у ресторані [34 ,с. 67].

Страви для дитячого меню повинні бути розроблені з урахуванням особливостей дитячої дієтології. Це означає, що страви мають бути поживними, різноманітними і не надмірно навантажувати дитячий шлунок. Дитяче меню має включати:

- Супи на нежирних м'ясних бульйонах, такі як суп з фрикадельками, курячий суп або телятина, які легко засвоюються й задовольняють смак дітей.
- М'ясні страви в рубаному вигляді, такі як котлети, биточки, пельмені, м'ясні кульки, які легше перетравлюються через рубане м'ясо.

- Кускові м'ясні страви, такі як шашлики, відбивні, ідеально, якщо приготовані на парі або гасінні.
- Риба, оформлена цікаво, наприклад, котлетки, фішболи або цільні шматочки, що є важливим компонентом здорового харчування.
- Гарнір, такий як гарбуз або каша, багаті клітковиною та вітамінами, з перевагою для цільнозернових продуктів, якщо йдеться про каші.
- Зелені салати, різноманітність яких важлива, з заправкою на основі нерафінованих олій або йогурту.

У дитячому меню не слід використовувати спеції, особливо гострі, а також гриби, мариновані продукти, сиру рибу, ковбаси та ультраперероблене м'ясо. Важливо вказувати всі інгредієнти у меню, оскільки діти можуть бути вибагливі у їжі, і подавати соуси окремо, оскільки це може мати велике значення для деяких дітей. Дитяче меню може включати стандартні страви, такі як картопля фрі, наггетси, бургери, макарони, хот-доги, але також важливо представити альтернативи з більш здорових інгредієнтів, щоб задовольнити різні смаки і потреби родин [41, с. 78].

Ідеально, якщо повноцінне приймання їжі дитиною виглядатиме так:

- 25% білка. Це можуть бути тваринні джерела білка - нежирне м'ясо (курка, індичка, кролик, телятина), риба (переважно морська - лосось, тріска та інші), або рослинні - кукурудза, нут, квасоля, маш, горіхи. Молочні продукти також є багатими на білок.
- 25% складних вуглеводів - крупи, цільнозерновий хліб, макарони з твердих сортів пшениці.
- 50% овочів. Готовані або свіжі, це не так важливо, головне - їхня наявність. Овочі можуть бути присутні як гарнір (жарені кольорові кабачки, пюре з кольорової капусти) або у вигляді салату.

Кожну страву можна адаптувати під цю формулу. Якщо у меню є каша, то її можна подавати з горішками, ягодами або фруктами. Таким чином буде забезпечений баланс. До другої страви можна додати зелений салат. Перші страви можуть бути традиційно збалансованими (борщ, овочеві супи), або також можна додати відсутню групу продуктів, зазвичай овочі, шляхом додавання додаткової порції салату.

Приклади популярних страв у сімейних ресторанах:

- Супи: борщ, суп з фрикадельками, курячий суп з локшиною, крем-суп з сухариками.
- Гарячі страви: м'ясні кульки, рибні кульки, міні-шашлики, котлетки, різноманітні види пасти, кольорові пельмені.
- Каші: манна, семолина, вівсяна, пшоняна. Будь-яку кашу можна прикрасити ягодами, фруктами та горіхами, що зробить страву більш збалансованою [24, с. 89].
- Напої: морси, молочні коктейлі, смузі, домашні лимонади.
- Десерти: молочні десерти з рисом, пташине молоко, морозиво власного виробництва, млинчики з фруктовোю начинкою, мусові десерти та желе.

Особливості складання меню для дитячого харчування:

- Різноманітність страв: дитяче меню повинно бути меншим за обсягом, але має бути різноманітним. Важливо, щоб меню мало яскраві зображення, щоб юний гість міг вибрати страву за смаком.
- Порції дитячого меню повинні бути адаптовані до віку та апетиту дітей. Вони не повинні бути ані занадто великими, щоб не переїдати, ані занадто малими, щоб задовольнити голод.
- Креативність: дитяче меню може бути яскравим і креативним, щоб привернути увагу дітей. Можна використовувати різні форми, кольори та прикраси для страв.

- Дружелюбний сервіс: обслуговуючий персонал повинен бути дружелюбним та уважним до дітей, допомагаючи їм вибрати страви та роблячи обід або вечерю в ресторані приємними та запам'ятовуваними.

Забезпечення безпеки дітей у сімейному ресторані: Необхідні умови для комфорту та безпеки дітей:

- Простір: для того, щоб малюсіньким гостям не було нудно, потрібно достатньо місця для активних розваг. Якщо приміщення обмежене, можна створити зону з конструкторами, пазлами або відеоіграми.

- Доступність і зручність для різних вікових груп: меблі та розваги повинні бути відповідні для всіх дітей від 3 до 5 років і старших [32, с. 57].

- Техніка безпеки та санітарні норми: у приміщенні не повинно бути сліпучої підлоги, високих порогів, гострих кутів або небезпечних предметів. Ресторан повинен дотримуватися всіх санітарних норм та правил безпеки.

- Правильний інтер'єр і посуд: меблі та столові прилади повинні бути безпечними і екологічно чистими. Для маленьких дітей можна використовувати спеціальні стільчики для годування, а для старших - комфортні крісла. Персонал, відповідальний за дітей, повинен бути кваліфікованим фахівцем з педагогічною або медичною освітою, який забезпечить їх безпеку та забаву.

Створення сімейного закладу, що спрямований виключно на батьків і їхніх дітей, є складним проектом для просування, який потребує наполегливості та значних інвестицій від його власників. Окрім серйозної фінансової бази, необхідне особливе ставлення персоналу до своєї роботи. У кухарів закладена у підсвідомості ідея економії на продуктах, оскільки всі менеджери карають грошима за розтрату та неправильне використання запасів. А співробітникам у залі треба вміти добре ладити з дітьми, адже офіціанти та менеджери, як правило, дуже молоді, щоб мати своїх дітей та розуміти всі нюанси їхньої психології.

Узгоджений підхід персоналу, здатність до ефективної співпраці та розуміння потреб клієнтів - ось ключові складові успішного сімейного закладу.

Лише завдяки цим аспектам власники можуть створити атмосферу, де кожна сім'я відчувається комфортно і задоволеною, а їхні діти отримують приємні спогади та якісне обслуговування.

Все вищевикладене підкреслює важливість правильного підходу до створення та управління сімейним рестораном. Для успіху необхідно мати глибоке розуміння потреб клієнтів, вміти створювати комфортне середовище для сімейного відпочинку, а також мати досвідчений та доброзичливий персонал, готовий задовольняти потреби як дорослих, так і дітей. Крім того, ефективне управління включає в себе контроль якості страв, ефективне використання ресурсів та вміння вирішувати можливі проблеми, що виникають у такому специфічному середовищі.

1.3. Цільова аудиторія закладів ресторанного господарства сімейного типу

Цільова аудиторія закладів ресторанного господарства сімейного типу складається з різноманітних демографічних груп, основна з яких — це сім'ї з дітьми. Особливістю цієї аудиторії є потреба в спеціально облаштованому середовищі, яке забезпечує комфорт як для дорослих, так і для дітей. Сюди входять зручні місця для сидіння, наявність дитячих стільчиків, спеціальне дитяче меню, а також ігрові зони або інші форми розваг для малечі.

Окрім сімей з дітьми, важливу роль відіграють багатодітні родини, які шукають доступні та зручні варіанти харчування поза домом. Для цієї групи велике значення мають акції та знижки, спеціальні пропозиції, а також можливість попереднього бронювання столиків для великих компаній [4, с. 87].

Заклади сімейного типу часто орієнтуються на молоді сім'ї, які тільки-но починають свій шлях та віддають перевагу місцям з доступними цінами та

дружньою атмосферою. Для них важливі зручність розташування, швидкість обслуговування та можливість замовлення страв на винос.

Варто також зазначити, що цільова аудиторія може включати старші покоління, які відвідують заклади разом зі своїми онуками. Для цієї групи важлива наявність страв традиційної кухні, комфортне середовище та можливість проведення часу з родиною в затишній атмосфері.

Не менш важливою частиною аудиторії є туристи, які подорожують сім'ями. Для них важливими аспектами є автентичність кухні, наявність інформаційних матеріалів на різних мовах та спеціальні пропозиції, які допомагають знайомитися з місцевими традиціями та культурою.

Цільова аудиторія закладів ресторанного господарства сімейного типу вимагає особливої уваги до деталей та індивідуального підходу. Важливими аспектами є високий рівень сервісу, безпека, різноманітність меню та можливість задовольнити потреби всіх членів родини. Такі заклади мають пропонувати затишну атмосферу, де кожен член сім'ї відчуває себе бажаним гостем.

Цільовий ринок - це сегмент ринку, де знаходиться цільова аудиторія певного продукту чи послуги. Всі маркетингові заходи компанії спрямовані саме на цей сегмент, на тих людей, які є потенційними споживачами їхньої продукції чи послуг [25, с. 76].

Для визначення цільової аудиторії можна використати методику 5W. Припустимо, що ми розглядаємо ресторан сімейного типу "Сміла родинна", який планується відкрити у місті Сміла.

Для застосування цієї методики нам потрібно відповісти на такі запитання:

1. Why (чому?) - чому люди будуть відвідувати ресторан? Ресторани сімейного типу можуть бути орієнтовані на розваги, відпочинок у затишній атмосфері або на задоволення потреб як дорослих, так і дітей. Для ресторану "Сміла родинна", який ми розглядаємо, головною метою буде створення затишної атмосфери для сімей, які хочуть насолодитися смачною їжею разом.

У таких ресторанах важливо мати аніматора або бебісітера, окремі кімнати для дітей та спеціальне обладнання для немовлят. Це залучить сімейні пари з маленькими дітьми, які хочуть трохи відпочити від батьківських обов'язків. Також, ці ресторани можуть бути популярними місцями для святкування різних подій, таких як дні народження.

What (що?) - які послуги ми можемо запропонувати нашим клієнтам? Під час відповіді на це питання, слід враховувати концепцію закладу, місцеві особливості та потреби споживачів, які знаходяться у пішій доступності до закладу. Наприклад, якщо фокус ресторану сімейного типу буде на розвагах, важливо зрозуміти, які саме розваги будуть пропонувані і на який вік дітей вони будуть орієнтовані. Також, якщо заклад знаходиться поруч з державними установами або навчальними закладами, слід врахувати потреби цих категорій споживачів. Для ресторану "Сміла родинна", який ми розглядаємо, важливо пропонувати доступні страви для дорослих та дітей, створюючи затишну атмосферу за невеликими столиками або на зручних диванах [43, с. 98].

Who (хто?) - хто складає цю цільову аудиторію? Для ресторанів сімейного типу головними клієнтами будуть сім'ї з дітьми. Однак важливо з'єднати концепцію закладу та послуги, які пропонуються, з матеріальним становищем більшості населення. Для визначення портрету клієнта ми можемо проаналізувати розподіл населення України за рівнем доходів.

When (коли?) - в який час вони відвідують ресторан? Клієнти зазвичай відвідують ресторан у вечірні години по буднях та в першій половині дня по вихідних, що пов'язано з режимом відпочинку для дітей та особливостями святкування сімейних подій. Розважальна інфраструктура закладу для дітей повинна бути доступною саме у цей час.

Where (де?) - де їх можна знайти? Розташування закладу грає важливу роль, оскільки він повинен бути доступним для цільової аудиторії. Наприклад, ресторан "Мілена" знаходиться поруч з школами та зупинкою громадського

транспорту, що приверне увагу сімей з дітьми та молодих пар, а також бабусь та дідусів, які чекають на дітей.

Таблиця 1.1.

Розподіл населення України за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів

Розподіл населення (%) за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів у місяць, грн.	2016	2017	2018	2019	2021	2022	2023	2023
до 1920,0	78.1	70.5	61.2	54.6	51.7	35.3	18.4	6.9
1920,1–2280,0	21.9	29.5	14.5	16.6	16.5	17.6	16.0	7.7
2280,1–2640,0	...	...	9.3	10.5	11.7	15.9	16.4	11.0
2640,1–3000,0	...	...	5.6	6.8	7.8	11.4	13.6	11.0
3000,1–3360,0	...	...	3.1	4.3	4.6	6.7	10.0	10.7
3360,1–3720,0	...	...	2.1	2.0	2.5	4.4	7.9	10.8
3720,1–4080,0	...	...	4.2	5.2	5.2	8.7	17.7	9.3
4080,1–4440,0	...	...	...	...	...	...	...	6.3
4440,1–4800,0	...	...	...	...	...	...	...	6.4
4800,1–5160,0	...	...	...	...	...	...	...	5.1
понад 5160,0	...	...	...	...	...	...	...	14.8

Крім розробки концепції для ресторану сімейного типу, вибору місця розташування й цільової аудиторії закладу, надто важливо провести аналіз конкуренції. Якщо ресторан сімейного типу буде розташований поруч зі школою або дитячим садком, але в теж час поблизу буде перебувати аналогічний заклад,

орієнтоване на сімейний відпочинок або розважальний центр для дітей, імовірно, відкриття другого подібного закладу виявиться невдалим. Тому необхідно проаналізувати конкурентне оточення й виявити й урахувати конкурентні переваги кожного з них [42, с. 47].

Відкриття ресторану сімейного типу являє собою привабливий вид інвестицій. Аналіз динаміки обсягів реалізації продукції закладами громадського харчування й динаміки кількості суб'єктів господарювання в цій сфері з розподілом на великі, середні, малі й мікропідприємства дозволив зробити висновок про популярність відкриття ресторанного бізнесу, але одночасно й про більші ризики банкрутства через відсутність чіткого розробленого концепту закладу, визначення цільових груп споживачів, а також відсутності стійких конкурентних переваг через високу конкуренцію на ринку. Незважаючи на високу конкуренцію, відкриття ресторанів сімейного типу тільки починає розбудовуватися в Україні, тому з урахуванням особливостей функціонування подібних закладів, цей вид бізнесу буде інвестиційно привабливий, особливо для молодих підприємців, що прагнуть реалізуватися через відкриття власної справи.

Таким чином, заклади ресторанного господарства сімейного типу орієнтуються на широкий спектр клієнтів, головним чином на сім'ї з дітьми, багатодітні родини, молоді сім'ї, старше покоління та туристів. Основними вимогами цієї цільової аудиторії є комфорт, доступність, високий рівень сервісу та спеціалізовані послуги, які враховують потреби як дорослих, так і дітей.

Підсумовуючи, можна зазначити, що успіх закладів ресторанного господарства сімейного типу значною мірою залежить від здатності забезпечити гостям комфортну та затишну атмосферу, запропонувати різноманітне меню, включаючи дитячі страви, ігрові зони та інші розваги для дітей, а також підтримувати високий рівень сервісу та безпеки.

Висновки до розділу 1

Таким чином, заклади ресторанного господарства сімейного типу представляють собою особливу категорію ресторанних підприємств, основною метою яких є забезпечення комфортного та приємного відпочинку для всіх членів родини. Вони відзначаються дружньою атмосферою, широким асортиментом страв для різних вікових категорій та додатковими послугами, спрямованими на задоволення потреб як дорослих, так і дітей. Відмінною рисою таких закладів є створення умов для спільного проведення часу, що сприяє зміцненню родинних зв'язків.

Вимоги до ресторанів сімейного типу включають високий рівень обслуговування, забезпечення безпеки та комфорту для дітей, а також спеціально розроблене меню, яке враховує смакові уподобання як дорослих, так і дітей. Важливу роль відіграють і інтер'єрні рішення, що мають бути як естетично привабливими, так і функціональними, з урахуванням можливості розміщення дитячих ігрових зон. Не менш важливим є питання санітарії та гігієни, які повинні відповідати найвищим стандартам.

Цільова аудиторія закладів ресторанного господарства сімейного типу включає родини з дітьми різного віку, а також людей, які цінують затишну та невимушену атмосферу для відпочинку. Особливий акцент робиться на привабленні молодих родин, що шукають місця для проведення сімейних свят та заходів. Водночас такі ресторани можуть бути популярні серед старших людей, які бажають провести час з онуками в комфортних умовах.

Таким чином, заклади ресторанного господарства сімейного типу відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи можливість для якісного та приємного сімейного відпочинку. Вони задовольняють широкий спектр потреб своїх відвідувачів, що робить їх незамінними елементами в структурі ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СІМЕЙНОГО ТИПУ

2.1. Загальна характеристика та аналіз діяльності ресторану «Мілена»

Для дослідження ми обрали ресторан "Мілена", розташований за адресою: м. Харків, пров. Короленко, буд. 4. Заклад позиціонує себе як сімейний ресторан, який пропонує страви авторської, європейської, кавказької та української кухні, а також надає послуги громадського харчування та організації культурного дозвілля. Обслуговування клієнтів здійснюють офіціанти та бармен за барною стійкою.

Ресторан присутній у соціальних мережах Instagram та Facebook, і має 3 зали, загалом розрахованих на 180 осіб, а також паркінг.

Інтер'єр ресторану виконаний в класичному стилі кінця 90-х - початку 2000-х років, що на сьогоднішній день виглядає мало привабливо [29, с. 65].

Ресторан розташований у старому центрі міста та має окремі споруди. На першому поверсі розташований ресторан "Мілена", на другому поверсі, з окремим входом, розташований банкетний зал, а на третьому поверсі, також з окремим входом, розташований більярдний клуб.

Екстер'єр ресторану виконаний з червонобежевої цегли. На фасаді будівлі висять дві вивіски "МІЛЕНА", що оформлені без дотримання єдиного стилю: одна - великими червоними літерами у стилі будівлі, а інша - чорним "рукописними" латинськими літерами на сірому фоні. Це створює плутанину, підсилюючи це є велика вивіска "КАФЕ" по центру фасаду під літерами "МІЛЕНА".

Кваліфіковані кухарі, кулінари та кондитери ресторану пропонують відвідувачам широкий асортимент страв всіх основних груп, включаючи складні страви.

Заклад пропонує обслуговування на святкових, обрядових та культурно-масових заходах, конференціях, семінарах, зустрічах тощо, а також доставку кулінарних та кондитерських виробів на замовлення споживачів до готельних номерів, дому або робочих місць, а також до пасажирського транспорту.

Клієнти ресторану можуть приємно провести час, граючи у більярд або слухаючи приємну музику, включаючи живе виконання [21 ,с. 76].

Меню ресторану містить широкий асортимент страв української, кавказької та європейської кухонь. Салати виділені у самостійну групу та розташовані після холодних закусок. Назви супів відповідають загальноприйнятій послідовності: спочатку прозорі, потім пюре-образні. У розділі гарячих основних страв також дотримана послідовність: м'ясні, рибні. У меню переважають м'ясні позиції основних страв, а вегетаріанські страви відсутні. На завершення меню запропоновані різноманітні десерти з морозивом, кекси та млинці, а також окреме меню, присвячене чаю та каві.

Матеріально-технічна база ресторану дозволяє повністю відповідати всім вимогам, які зазвичай пред'являються до закладів громадського харчування, включаючи наявність складських приміщень, холодильної та морозильної кімнат, мийки, м'ясного цеху, гарячого та холодного цехів, що обладнані сучасним обладнанням, якісним посудом та інструментами.

Підсумовуючи вищезазначене, можна сказати, що:

- ресторан знаходиться у центрі міста та має вигідне розташування;
- страви, які подаються у ресторані, є якісними та смачними;
- меню закладу представляє собою асортимент страв без певної концепції;
- інтер'єр та екстер'єр закладу не відповідають сучасним тенденціям на ринку готельно-ресторанного бізнесу;

- яскраві та масивні вивіски не відповідають єдиній концепції, несуть суперечливу інформацію, що може відштовхувати клієнтів.

Ресторан як підприємство, що виробляє кулінарну продукцію, має виробничі цехи, які спеціалізуються на переробці певних видів сировини та виготовленні продукції: м'ясної, рибної, овочевої, гарячої, холодної та кондитерської. Крім того, існують інші служби, такі як складне та тарне господарство, санітарно-технічні служби. У зв'язку з цим виробничі приміщення ресторану розділяються на: заготівельні; доготівельні (гарячий, холодний цехи); спеціалізовані (борошняні виробництва, кондитерські цехи); допоміжні – роздавальний, хліборізка [34, с. 67].

До доготівельних цехів ресторану відносяться гарячий та холодний цехи. Тут завершується технологічний процес виробництва кулінарної продукції та її реалізація у залах ресторану, барах, магазинах кулінарії та ін.

При організації заготівельних та доготівельних цехів будь-якої потужності ресторану дотримуються наступні умови: забезпечення поточності виробництва та послідовності здійснення технологічних процесів; мінімальні технологічні та транспортні потоки; об'єднання в одних приміщеннях виробництв, які вимагають однакового температурного режиму та вологості; забезпечення вимог санітарії та заходів з охорони праці та техніки безпеки; розміщення складських приміщень в одному блоку.

Оптимальна площа виробничих та допоміжних приміщень, їх раціональне розміщення та забезпечення виробничих цехів необхідним обладнанням – основні умови правильної організації технологічного процесу виготовлення кулінарної продукції. При виборі обладнання для виробничих цехів враховуються прийняті норми оснащення технологічним, холодильним та іншим обладнанням, які встановлені в залежності від потужності та класу підприємства. Різні види обладнання в даному ресторані розташовані у виробничих цехах у

відповідності з характером технологічного процесу, дотримуючись правил техніки безпеки та охорони праці робітників.

До торгових приміщень ресторану відносяться торгівельні зали з роздаточними, банкетні зали, коктейль-холи, зали очікування (аванзали). В групу торгових приміщень входять також каса, буфет-хліборізка, підсобні приміщення – сервізна та мийна столового посуду [39, с. 76].

У ресторані є вестибюль, гардероб та туалетні кімнати. Вестибюль є першим приміщенням, яке бачить відвідувач. Його архітектура, кольорове рішення та елементи інтер'єру впливають на психіку та емоції гостя, формуючи його настрій. Вестибюль оформлений відповідно до загального стилю ресторану. Поруч з вестибюлем знаходяться гардероб та туалетні, тому саме тут починається обслуговування відвідувачів. Плануючи вестибюль, гардероб та туалетні, враховано площу ресторану, тож вестибюль майже рівний за площею залу. Вестибюль обладнаний дзеркалами, м'якими меблями (крісла, банкетки) та журнальними столиками.

Інтер'єр вестибюлю відповідає загальному стилю ресторану. Гардероб розташований біля входу до вестибюлю і розрахований на кількість місць у всіх залах ресторану в період найбільшого потоку відвідувачів. Туалетні кімнати розташовані поруч з гардеробом та відповідають високим стандартам щодо чистоти, вентиляції та освітлення.

У кімнатах для куріння розміщені зручні меблі та низькі столики з попільничками. Для ефективного видалення диму встановлено потужну вентиляцію у верхній частині приміщення.

Аванзали дозволяють гостям ресторану комфортно чекати один одного. Також їх використовують для очікування вільних місць у залі, а також для зустрічі гостей при організації заходів, банкетів, весіль та інших подій [13, с.45].

Аванзал прикрашений м'якими меблями, журнальними столиками та квітами, створюючи куточок природи, де можна насолоджуватися екзотичними

рослинами та квітами, слухати шум водоспаду та спів пташок – все це сприяє гарному настрою у відвідувачів.

Інтер'єр аванзалу майже повністю узгоджений з оформленням основного залу.

Зал ресторану – головне приміщення, де обслуговуються відвідувачі. У цьому ресторані особлива увага приділяється організації зв'язку з виробничими приміщеннями – кухнею, сервізною, мийною столового посуду, барами.

Роздаткова, де подаються готові кулінарні шедеври, з'єднана з торговельним залом двома арками-проходами: один для офіціантів, що вносять страви у зал, а інший для їхнього виходу, щоб не заважати один одному.

Зал ресторану – це центр архітектурно-планувального рішення. Його декоративні та архітектурні деталі створюють комфортну атмосферу для відпочинку. Гармонія кольорів стін, форми меблів, освітлення, акустика, декоративне сервірування столів, живі квіти, приємна музика – все це створює святковий настрій та спонукає гостей ресторану повертатися ще раз.

Важливу роль у створенні інтер'єру цього ресторану відіграє художнє оформлення, або дизайн. Дизайнер уважно розглядає кожен елемент, щоб вони гармонійно поєднувалися та створювали затишну атмосферу.

Зайшовши в цей затишний ресторан, ви почувете себе комфортно та впевнено. Тут все зроблено для того, щоб відвідувач відчував себе як вдома, але разом із тим – у вишуканому закладі, який сповнений загадкового духу давніх легенд. Тут люблять снідати й обідати (бізнес-ланч коштує 25 гривень) топ-менеджери, директори фірм, банкіри, а також молоді пари та сім'ї [20, с.19].

Меню ресторану розмаїте і різноманітне; крім стандартних страв тут готуються вишукані діжони. Все це залежить від майстерності шеф-кухаря, під чийм керівництвом «Мілена» може порадувати відвідувачів стравами, які вони ніколи не спробують вдома. Окрім того, гостей приваблює затишна атмосфера

закладу. Інтер'єр залу вражає своєю вишуканістю, створюючи таке середовище, яке створює значний контраст з повсякденністю.

Ресторани відіграють важливу роль у житті людського суспільства. "Відвідування" ресторану виконує важливу соціальну функцію. Люди потребують не лише їжу, але й спілкування один з одним. Ресторани - це одне з небагатьох місць на Землі, де задовольняються всі наші органи почуттів, створюючи загальне відчуття задоволення. Смакові, зорові, слухові, нюхальні відчуття поєднуються, щоб оцінити їжу, обслуговування і саму атмосферу ресторану.

Атмосфера, яку створює ресторан, має негайний вплив на відвідувача - як на свідомому, так і на підсвідомому рівні. Свідомий ефект впливає на сам процес вибору ресторану. Дуже шумно? Столи розташовані надто близько один до одного? Зал занадто великий? Або дуже тісний? Підсвідомий ефект створюється більш тонкими засобами: освітленням, типом меблів і кольором скатертин, музикою.

Відвідувачі ресторану приділяють велику увагу дизайну інтер'єру, і чим більше він допомагає створити певний настрій, тим краще. Усі ці фактори, які впливають на успішність ресторанного бізнесу, були враховані при відкритті ресторану «Мілена» [48, с. 55].

Після входу в основний зал ви відчуєте, наскільки точно передана тепла та гостинна атмосфера грецького міста. У цьому залі, розрахованому на 40 місць, розташована барна стійка зроблена з оніксу і компактна сцена, де кілька разів на тиждень виступають музиканти. Музичний стиль відповідає загальній концепції закладу - фоновий грецький етнос, вишукані джазові мотиви, класика, і, за бажанням гостей, можливе виконання популярних пісень.

Компанія постійно удосконалюється й перебуває у творчому пошуку, відслідковуючи новинки полімерної промисловості та компаундування полімерних матеріалів. Велика увага приділяється кваліфікації, здоров'ю та

безпечній роботі персоналу. Систематично проводиться робота по підвищенню фахового рівня працівників, які постійно відвідують спеціалізовані семінари.

Протягом багатьох років підприємство отримувало численні нагороди та відзнаки, зокрема за бездоганну якість продукції та значний внесок у розвиток міста [23, с. 88].

Підприємство веде бухгалтерський облік та складає фінансову звітність відповідно до законодавства України та інших нормативно-правових актів, наказів про облікову політику. Згідно з фінансовою звітністю, чистий прибуток "Мілени" протягом 2021-2023 років склав 3,1 тис. грн., що на 0,9 тис. грн. більше, ніж у 2022 році. Аналіз основних показників діяльності підприємства показує, що протягом цього періоду динаміка валюти балансу була неоднозначною. На кінець 2021 року величина майна становила 1490,7 тис. грн., що на 4,7 тис. грн. або на 0,3% менше, ніж на кінець 2022 року, і на 54,3 тис. грн. або на 3,8% більше, ніж показник на кінець 2021 року.

Таблиця 2.1.

Показники фінансово-господарської діяльності «Мілена» за 2021-2023 роки

Показники	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відхилення 2023 р. від:		2023р. у % до:	
				2016р.	2017р.	2016р.	2017р.
1. Капітал (станом на кінець періоду), тис. грн.	1495,4	1436,4	1490,7	-4,7	54,3	99,7	103,8
1.1. Власний капітал, у т. ч.	1198,8	1201,9	1205,0	6,2	3,1	100,5	100,3
власний оборотний капітал	28,8	107,4	40,6	11,8	-66,8	141,0	37,8

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	3,0	3,1	3,1	0,1	0,0	103,3	100,0
1.2. Позиковий капітал, у т.ч.	296,6	234,5	285,7	-10,9	51,2	96,3	121,8
поточні зобов'язання за розрахунками	124,9	112,7	110,7	-14,2	-2,0	88,6	98,2
2. Ресурси, тис. грн							
2.1. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності	2200,7	2224,7	2308,5	107,9	83,8	104,9	103,8
2.2. Середньорічна вартість оборотних активів, у т. ч.	375,1	333,7	334,1	-41,0	0,5	89,1	100,1
запасів	321,2	289,5	290,2	-31,0	0,7	90,3	100,2
2.3. Середньооблікова чисельність працівників, чол	70	72	72	2	0	102,9	100,0

2.3. Фонд оплати праці, тис. грн.	375,7	499,8	642,3	266,6	142,5	171,0	128,5
3. Економічні показники							
3.1. Виручка від реалізації, тис.грн.	2844,1	3545,9	3863,7	1019,6	317,8	135,8	109,0
3.4. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис грн	2259,8	2842,6	3163,9	904,1	321,3	140,0	111,3
3.5. Витрати, тис. грн.							
- від операційної діяльності	2476,2	3096,6	3320,1	843,9	223,5	134,1	107,2
3.6. Витрати на 1 грн виручки від реалізації, коп.	0,87	0,87	0,86	-0,01	-0,01	98,7	98,7
3.7. Прибуток (збиток), тис. грн.:							
- валовий прибуток (збиток)	584,3	703,3	699,8	115,5	-3,5	119,8	99,5
- від операційної діяльності	49,1	48,9	1,7	-47,4	-47,2	3,5	3,5

- від звичайної діяльності до оподаткування	18,8	25,8	61,1	42,3	35,3	325,0	236,8
- чистий прибуток	2,2	3,1	3,1	0,9	0,0	140,9	100,0
3.8. Продуктивність праці, тис грн.	40,6	49,2	53,7	13,0	4,4	132,1	109,0

Аналіз динаміки джерел формування активів підприємства показує, що власний капітал має певну тенденцію до збільшення. Станом на кінець 2023 року власний капітал становить 1205,0 тис. грн., що на 6,2 тис. грн. або на 0,5% більше, ніж на кінець 2021 року, та на 3,1 тис. грн. або на 0,3 більше, ніж показник на кінець 2022 року.

Власний оборотний капітал порівняно з показником на кінець 2022 року збільшився на 11,8 тис. грн. або на 41,0%. Одночасно спостерігається зниження показника у порівнянні з 2021 роком на 66,8 тис. грн. або в 2,6 рази.

Протягом 2021-2023 років у структурі власного капіталу "Мілени" було мало нерозподіленого прибутку, однак його величина становить всього 3,1 тис. грн. протягом 2022-2023 років, що на 0,1 тис. грн. або на 3,3% перевищує показник 2021 року. [19 ,с .54]

Позиковий капітал підприємства на кінець 2023 року становив 285,7 тис. грн. Це менше, ніж на кінець 2021 року на 10,9 тис. грн. або на 3,7%, але перевищує показник на кінець 2022 року на 51,2 тис. грн. або на 21,8%. У тому числі поточні зобов'язання за розрахунками становили у звітному році 110,7 тис. грн., що на 14,2 тис. грн. або на 11,4% менше, ніж показник на кінець 2021 року, та на 2,0 тис. грн. або на 1,8% менше, ніж у минулому році. Зменшення кредиторської заборгованості загалом вказує на погашення "Міленою" своїх поточних зобов'язань за розрахунками протягом 2021-2029 років. Однак

протягом 2023 року підприємство взяло короткостроковий кредит у банку, що призвело до зростання величини позикових коштів загалом у порівнянні з 2022 роком.

Аналіз динаміки ресурсів показує зростання вартості основних засобів, які використовуються в основній діяльності підприємства. Наприклад, середньорічна вартість таких основних засобів (за первісною вартістю) у 2023 році склала 2308,5 тис. грн., що на 107,9 тис. грн. або на 4,9% більше, ніж у 2021 році, та на 83,8 тис. грн. або на 3,8% більше, ніж у 2017 році. Це зростання вартості основних засобів свідчить про зміцнення матеріально-технічного забезпечення, що є позитивним для виробничого підприємства [23, с. 57].

Отже, аналіз показників рентабельності діяльності ресторану "Мілена" показує підвищення ефективності у 2021 році порівняно з 2022-2023 роками. Однак проведені розрахунки свідчать про те, що досягнутий рівень ефективності для ресторану "Мілена" ще не досяг задовільного рівня.

У цілому, фінансовий стан ресторану "Мілена" та проведена аналітична робота створюють передумови для ефективного управління діяльністю підприємства.

2.2. Структура та організація процесу роботи закладу ресторанного господарства сімейного типу

Ресторани сімейного типу - це особливі заклади громадського харчування, де концепція роботи виходить за межі стандартної виробничої та обслуговувальної діяльності. Тут надається можливість творчого підходу до організації харчування та відпочинку для споживачів, створення меню, дизайну інтер'єру тощо. Страви та напої у таких закладах часто мають специфічні (тематичні) назви, які відповідають загальній концепції закладу.

Згідно з таблицею 2.2, ресторан сімейного типу "Мілена" розташований у центрі міста Харкова. Він пропонує клієнтам весь шарм відпочинку в серці міста - свіже повітря, літні майданчики просто під відкритим небом, багато місця для невдалих прогулянок.

Таблиця 2.2.

Класифікаційні особливості ресторанного закладу сімейного типу «Мілена»

Класифікаційні особливості	Опис
Місце розташування	Центр міста Харків
Концепція ресторану	Головна особливість ресторану «Мілена» - розташування в центрі міста для сімейного відпочинку
Контингент споживачів	Ресторан для споживачів з середнім рівнем доходів, для сімейного відпочинку.
Асортимент продукції	М'ясні продукти, салати, піца, напої, 1 і та 2 і страви
За методом обслуговування	Повносервісний (з обслуговуванням офіціантами).
Час функціонування	Понеділок-неділя: з 10.00 до 22.00, без вихідних.
За часом обслуговування	Звичайний.
Середній чек	340 грн.
За розміром	Великий – 120 посадочних місць.
Форма оплати	Оплата за безготівковим розрахунком та готівкою.
Інтер'єр	Класичний.

За ступенем доступності	Загальнодоступний
Кількість персоналу	14 (адміністративна і виробнича група)

Можна сказати, що сегмент ринку, на якому діє ТОВ "Мілена", завжди матиме сприятливу кон'юнктуру, що визначається постійним зростанням попиту на заклади подібного типу. Основу товарного асортименту ТОВ "Мілена" становить піца та супутні продукти. Кількість працівників ТОВ "Мілена" становить 14 осіб, в тому числі 3 – адміністративно-управлінський персонал, 2 – працівники бухгалтерії, 9 – обслуговуючий персонал. Головним завданням сьогодні для підприємств соціального харчування є залучення і утримання потоку гостей в ресторанах в умовах, що склалися на ринку. Щоб зберегти потік гостей і залишитися «на плаву», рестораторам слід [39, с. 65]:

- розробити нову програму лояльності для гостей;
- запустити рекламу в соціальних мережах;
- розробити мобільні додатки;
- перенаправити акцент меню на доставку та самовивіз;
- зосередити основні зусилля на сервісі та доставці;
- адаптувати роботу ресторану на самовивіз;
- підвищити якість сировини та приготування страв.

Щоб стабілізувати ситуацію і залишитися на ринку громадського харчування, керівникам підприємств соціального харчування потрібно приймати нові управлінські рішення і вживати заходів в межах кожного ресторану, зосереджуючись в першу чергу на особливостях інтересів місцевої аудиторії. Основним каналом збуту точок соціального харчування стає доставка і продаж на винос.

Для збереження свого образу, залучення постійних клієнтів і в цілому присутності в сфері ресторанного бізнесу значна частина підприємств провела

переінжиніринг основних бізнес-процесів з акцентом на формат адресної доставки.

Нова програма лояльності для гостей є класичним прийомом для стрімкого зростання інтересу до продукції соціального харчування, незважаючи на те, що акції та знижки продовжують залишатися. При плануванні покупок за акціями гості позитивно реагують на такі пропозиції, оскільки в непростий час економія є основним пріоритетом для покупців у будь-якій галузі. У кожному закладі ресторанного бізнесу є фірмові страви, які є свого роду візитівкою і частиною бренду. Раціонально буде розробити акції саме для цих товарів [23, с. 78].

Ресторатори можуть збільшити обсяги виручки ресторану в складний період і зберегти рівень впізнаваності бренду. Серед поширених методів лояльності підприємств громадського харчування для формату доставки і самовивезення особливо популярні:

- купони,
- сет-меню,
- акція «2 за 1».

З підтримкою сфери ІТ в житті людей і суб'єктів господарювання різних сфер економічної діяльності, виникли нові креативні рішення. Сьогодні підприємства ресторанного бізнесу переглядають свій бізнес з точки зору Інтернету і його нової культури та перспектив. Зростаючий темп сучасного життя стає більш мобільним (користувачі мобільних пристроїв мають широкі можливості замовлення ресторанної продукції через зручні додатки). Перспективне панування інформаційно-комунікаційних технологій створює не лише можливість збереження життєздатності в період всесвітньої боротьби з пандемією, а й нові перспективи удосконалення підприємств ресторанного бізнесу шляхом впровадження альтернативних інноваційних рішень. Мобільні додатки у віртуальних об'єктах призвели до появи креативних напрямів удосконалення підприємств ресторанного бізнесу та їх наближення до клієнтів.

Сьогодні клієнт може замовити кулінарні страви, не виходячи з дому, роботи або в інших різних ситуаціях, які обмежують час на відвідування підприємств ресторанного бізнесу. Інтерактивні технології створюють можливість клієнту відстежувати, як готуються кулінарні страви, за допомогою веб-камери на кухні.

У даному контексті варто звернути увагу на погляди вчених з-за кордону, які підкреслюють важливість мобільних додатків у процесі вдосконалення підприємств ресторанного бізнесу в рамках соціального маркетингу. Вчені відзначають, що "зростання мобільних додатків у віртуальних об'єктах обумовлене безліччю переваг, серед яких провідними є легкість проникнення на ринок, охоплення більшого числа людей, пряме спілкування між замовником і підприємством ресторанного бізнесу, усунення посередників, а також географічних бар'єрів та можливість оптимізації витрат як для клієнта, так і для підприємства ресторанного бізнесу. Завдяки додаванню унікального ідентифікатора і можливості підключення до Інтернету для підприємств ресторанного бізнесу виникає унікальна можливість поліпшення системи Управління запасами, збільшення її ефективності, відстеження руху запасів і підвищення задоволеності замовників [41 ,с. 67].

Основним каналом маркетингу для ресторану "Мілена" стали соціальні мережі. Під час карантину більшість людей проводить більше часу в соціальних мережах. Запуск реклами в цих мережах принесе максимальну вигоду. Для розвитку ресторанів можна використовувати такі соціальні мережі:

- Telegram;
- Facebook;
- Instagram.

Теперішня аудиторія соціальних медіа порівнюється з аудиторією телебачення, але вона є більш зосередженою і чутливою. Робота соціальних медіа полягає в тому, що вони з підтримкою прямої і прихованої взаємодії охоплюють цільову групу користувачів. Серед відомих платформ, які використовують

покупці, слід відзначити не лише відомі "Facebook", "Instagram" і "Twitter", але також громадський інтернет-сервіс і фотохостинг "Pinterest", ділову соціальну мережу "LinkedIn", сервіси мікроблогів. Завдяки великій кількості користувачів соціальних мереж і вільному доступу до їх даних, доступно значна кількість інформації, яку маркетологи підприємств ресторанного бізнесу можуть використовувати для тактичного огляду і цифрового маркетингу [24, с. 78].

Слід зазначити, що SMM має свою специфіку, яка відзначається відмінністю від звичайного маркетингу за стратегією і термінологією, але він є хорошим маркетингом, побудованим на цифрових спецтехнологіях, що має свої переваги, такі як миттєву відповідь аудиторії та її швидкий огляд, конкурентна інформаційна розвідка та онлайн-моніторинг цін і дій конкурентів, інформаційний огляд та огляд реакції аудиторії, види реклами та методи поліпшення контенту. За результатами проведеного дослідження встановлено, що на сучасному етапі вдосконалення ресторанного бізнесу зібрано багато методів для розвитку планування у громадських мережах. Проте слід підкреслити, що незалежно від того, який альтернативний метод використовує підприємство ресторанного бізнесу, слід постійно мати на увазі, що підприємство є як відправником, так і одержувачем повідомлень. Як відправник інформації, підприємство ресторанного бізнесу старається впливати, інформувати і зацікавлювати цільову аудиторію для залучення нових і збереження постійних клієнтів. Як одержувач підприємства ресторанного бізнесу пристосовує свою активність до вимог покупця. Основною метою суспільних медіа-маркетингу є формування маркетингового спілкування та визначення нових методів взаємодії з цільовою аудиторією. Для оживлення ресторанного бізнесу в умовах карантину розроблено концептуальний центр маркетингу громадських мереж для підприємств ресторанного бізнесу, який базується на чотириетапному підході (POST методі) та орієнтований на визначення основних акцентів, що мають бути враховані при визначенні тактичних векторів поліпшення підприємств

ресторанного бізнесу в короткостроковому періоді, розробці результативного плану маркетингу в громадських мережах бізнесу та замовників [11, с. 54].

Метод POST (People - люди, Objectives - цілі, Strategy - стратегія, Technology - технологія) був запропонований Чарльзом Лі та Дж. Бернхоффом як ефективна основа для розробки стратегії соціальних мереж. Сформований на основі досліджень концептуальний центр громадського медіа-маркетингу для підприємств ресторанного бізнесу (рис. 1) є цілісною спільністю цілей, головних аспектів POST, контенту плану та завдань, що забезпечують процес управління діяльністю підприємств ресторанного бізнесу на всіх ієрархічних рівнях в цілковиту гармонію, що створює можливість збереження життєздатності та повернення замовників.

Ресторанна індустрія зараз зазнає найважчих випробувань за останні роки. Щоб протистояти у таких складних умовах, власники ресторанного бізнесу перетворюють звичні формати діяльності та максимально використовують всі доступні ресурси і ключові джерела. Зважаючи на те, що на цьому етапі удосконалення сфери ресторанної індустрії стає глобальним комп'ютеризованим бізнесом, побудованим на інтернет-технологіях та альтернативних онлайн-сервісах, в нових умовах їм потрібно максимально активно брати участь у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Інформаційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають все більш цінним джерелом для підприємств ресторанного бізнесу, допомагаючи рестораторам не лише зберегти життєздатність, а й відкрити нові перспективні напрямки удосконалення.

2.3. Аналіз основних проблем організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу

До найперспективніших шляхів розвитку в ресторанному бізнесі (як і в інших сферах господарювання) На сьогодні включають маркетинг інновацій, що

дозволяє задовольняти потреби цільових споживачів, залучати нових клієнтів та виходити на нові ринки збуту. Завдяки інноваційним маркетинговим інструментам можна ефективніше доносити інформацію до споживача, досліджувати та прогнозувати попит на новий туристичний продукт, а також розуміти сприйняття споживачем нововведень, а також їх характеристики та властивості.

Різноманітні методи досягнення конкурентних переваг для нових продуктів залежать не лише від унікальності продукту, а й від відповідної організації процесу його введення на ринок. Цей процес має бути спрямованим на формулювання і досягнення спільних цілей підприємств-суміжників і партнерів, мобільність кадрового забезпечення, оптимізацію витрат, необхідний рівень якості послуг, поєднання елементів комфорту, доступності та внутрішнього середовища туристичного підприємства [21, с. 316].

Продукт, що створюється у ресторанній сфері, як комплекс матеріальних і нематеріальних елементів, складається з товарів і послуг. Товари у цьому контексті - це лише матеріальні речі, що пропонуються під час відвідування закладу ресторанного господарства. Послуги - це будь-які заходи чи вигоди, пропоновані однією стороною іншій, які в основному не приводять до одержання чогось матеріального. Тому співвідношення цих елементів є детермінованим, а особливість характеру та ситуації його споживання вимагає чіткого формулювання та уявлення про необхідність інноваційного впровадження.

Діяльність ресторанного закладу постійно вимагає розширення спектру послуг як у розмаїтті страв, так і в обслуговуванні. Проте керівництво закладу повинно враховувати інновації в управлінні, що дозволить активізувати систему CRM, зміцнити зв'язок між менеджерами та клієнтами, співпрацювати з партнерами та впроваджувати інноваційні інструменти для просування та реалізації харчування. Таким чином, потреба у інноваційному розвитку стимулює ефективну та гнучку реакцію на ринку туристичних послуг.

Метою наступного етапу дослідження є проведення комплексного аналізу мікросередовища інноваційної діяльності ресторанних закладів та визначення основних чинників їх інноваційного розвитку. Зокрема, для досягнення цієї мети потрібно виконати наступні завдання: з'ясувати особливості інноваційного управління у ресторанній сфері; оцінити інноваційні маркетингові інструменти, які допомагають створювати та реалізовувати нові послуги, а також визначити причинно-наслідкові зв'язки розвитку інноваційної діяльності в закладах. Ключові пункти розробленої програми дослідження представлені у таблиці 2.3.

. Таблиця 2.3.

Ключові аспекти програми дослідження діяльності сімейного ресторану

Положення	Зміст
Напрямок дослідження	Аналіз чинників, що впливають на управлінський процес створення інновацій, просування та реалізації їх у закладах ресторанного господарства.
Мета дослідження	Провести комплексний аналіз мікросередовища інноваційної діяльності закладу та визначити основні чинники його інноваційного розвитку.
Завдання дослідження	з'ясувати особливості інноваційного управління у закладах різних за розміром; оцінити інноваційні маркетингові інструменти, що допомагають створювати та реалізовувати нові послуги; визначити причинно-наслідкові зв'язки розвитку інноваційної діяльності на підприємствах ресторанної сфери.

Пошукові питання	Які управлінські інноваційні функції виконуються / виконувались у закладі? За якою системою розповсюдження працює заклад? Якої маркетингової стратегії дотримується заклад?	
Об'єкт дослідження	Маркетингові інновації, які застосовуються на підприємствах ресторанної галузі	
Одиниця спостереження	Керівник підприємства ресторанної сфери Менеджери вищої та середньої ланки	
Джерела інформації	Внутрішні документи	Дані статистичної звітності туристичного підприємства
	Анкети	Дані результатів опитування
Положення	Зміст	
Метод дослідження	Кабінетні дослідження	Традиційний аналіз, контент-аналіз
	Польові дослідження	Експертне інтерв'ю керівників підприємств ресторанної галузі, анкетне опитування менеджерів

Важливо відзначити, що значний вплив на інноваційність закладів ресторанної галузі, зміну асортименту страв та концепції закладу здійснюють нові тенденції у туристичній сфері. Згідно з даними Всесвітньої організації туризму (UNWTO), зростатиме попит на екзотичні місця, і туристи все частіше обиратимуть країни не традиційного, а маловідомого напрямку. Прогнозується збільшення зацікавленості у поїздках до африканських країн, які матимуть не лише рекреаційний, але й науково-дослідницький характер. Наші туроператори також підтримують цю тенденцію, розширюючи асортимент турів та

пропонуючи нові напрямки. Вітчизняні ресторатори також намагаються бути в тренді нововведень, диверсифікуючи меню, організовуючи майстер-класи та дегустації гастрономічних новинок, запрошуючи тревел-блогерів на тематичні зустрічі у свої заклади [26, с. 35].

Крім того, результати опитування вказують на те, що більшість туристичних підприємств пропонують тури, що комбінують відпочинок з екскурсійною програмою, переважно в рекреаційних місцях за кордоном. Інші види туризму (наприклад, діловий, медичний та спеціалізований) менш популярні, оскільки адресовані вузькому сегменту туристів. Однак середні туристичні підприємства розширюють асортимент туристичних продуктів, використовуючи ексклюзивний підхід до кожного клієнта та пропонуючи спеціалізовані види туризму як за метою подорожі, так і за способом їх проведення.

Відомо, що основними послугами ресторанного бізнесу є харчування, обслуговування споживачів, готування кулінарної та кондитерської продукції, організація дозвілля тощо. Проте, оскільки ці послуги є необхідними для закладу ресторанного бізнесу та існують протягом всього його існування, доцільним вважається зосередити увагу на новому, модернізованому сервісному обслуговуванні, зокрема у сфері партнерських і клієнтських відносин.

Також встановлено, що особливо активне впровадження інформаційних технологій відбувалося з 2012 року, коли спостерігався стрімкий розвиток інноваційних методів інформування клієнтів, підтримки зв'язку, зручності та спрощення процесу обслуговування клієнта, миттєвого бронювання столиків та постійного моніторингу переваг туристів[43, с. 60].

Дослідження підтверджують, що ступінь централізації напрямків діяльності визначається рівнем планування процесу на підприємствах ресторанної галузі. Лідери серед ресторанних закладів найбільше застосовують взаємопов'язані підходи до стратегічного планування, використовуючи

одночасно функціональні, ринкові та бізнес-стратегії, а також коригують їх співвідношення за необхідності.

Варто зазначити, що на підприємствах ресторанного господарства середнього розміру значно рідше використовують комплексний процес планування. Тут частіше вибирають окремі стратегії або поєднують їх частково, що призводить до різного рівня розвитку та специфіки.

Згідно з дослідженням, більшість вітчизняних закладів ресторанної галузі використовують розроблені мотиваційні програми для підвищення ефективності роботи персоналу. Керівництво старається поєднати базові потреби кожного працівника із складовими цих програм, враховуючи особливості корпоративної культури, матеріального заохочення та соціально-психологічного клімату закладу.

Аналіз показує, що між великими та середніми підприємствами ресторанної галузі існують деякі відмінності. Великі заклади приділяють особливу увагу якості продукції, тому стимулом для персоналу є комплекс, що включає соціальний пакет (у т.ч. медичне обслуговування працівника), харчування на роботі, можливість саморозвитку, тренінги (2–3 рази на рік), кар'єрний ріст, визнання (переважно у формі оголошення «працівником місяця») та преміальні надбавки до зарплати. Корпоративну культуру більшість опитаних розуміє як спільне відзначення всіх свят. Наприклад, день народження закладу обов'язково святкують усім складом, привертаючи працівників туристичних агентств, партнерів (у т.ч. закордонних), представників інших сфер бізнесу.

Для подальшої оцінки ресторану рекомендується провести аналіз PEST (таблиця 2.4.) та SWOT (таблиця 2.5.), щоб оцінити основні зовнішні фактори та внутрішній потенціал і обмеження.

Соціальний аспект аналізу PEST є найважливішим, оскільки він найбільше орієнтований на клієнта в галузі ресторанного бізнесу. Люди відвідують ресторани за соціальним середовищем, і саме це середовище робить успішні

ресторани унікальними. Умови, в яких сьогодні працюють підприємства готельно-ресторанної галузі, включають зменшення платоспроможного населення через збільшення безробіття, зростання вимог клієнтів до якості товарів та послуг, введення значних карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19, зміну смакових уподобань та способу життя, і збільшення попиту на здорове харчування, що може вплинути на меню ресторану. Крім того, для збільшення своєї клієнтської бази ресторан повинен враховувати такі соціальні фактори, як зростаюча кількість вегетаріанців, любителів домашніх тварин та трансгендерних осіб [35, с. 86].

Серед політичних чинників, які мають значний вплив на готельно-ресторанну сферу, слід зазначити епідеміологічні обмеження і заборони через поширення пандемії COVID-19, які призвели до величезних втрат і додаткових витрат для підприємств галузі. Негативні наслідки для галузі також має постійне посилення державного регулювання цієї сфери, що часто призводить до невиправданих додаткових витрат.

Таблиця 2.4.

PEST-аналіз для ресторану «Мілена»

Політичні чинники	Економічні чинники
1. Законодавство в галузі регулювання діяльності організацій громадського харчування при пандемії COVID 19. 2. Політична стабільність забезпечує процвітання бізнесу. Політичні хвилювання на сході країни, негативно впливають на відвідування міста у зв'язку із близьким розташуванням від сходу	1. Поява нових конкурентів у готельно – ресторанній справі. 2. Підвищення цін у постачальників може призвести до зростання ціни на страви; 3. Динаміка курсу гривні;

країни. Ресторан має бути гнучким, щоб адаптуватися до цих змін та планувати бізнес-стратегії відповідним чином. 3. Посилення урядового регулювання роботи підприємств громадського харчування, введення нових вимог до ведення готельно – ресторанного підприємства. 4. Політика в галузі охорони здоров'я та безпеки найбільше торкається ресторанного бізнесу. Підприємства повинні піклуватися про чистоту та гігієну при виконанні операцій з приготування, упаковки та доставки їжі, щоб дотримуватися правил, пов'язаних з охороною здоров'я та безпекою.	4. Якщо рівень інфляції економіки збільшується, це впливає на вартість інгредієнтів. В результаті ціни на меню виростуть, і найчастіше люди уникають замовляти їжу в ресторані або виходять за покупками на вулицю. 5. Продовження карантинних заходів приводить до втрати цільової аудиторії.
Соціально-культурні фактори	Технологічні фактори
1. Зміна у базових цінностях населення; 2. Ставлення споживачів до якості товарів та послуг; 3. Зменшена кількість працюючих людей; 4. Кількість постраждалих на коронавірус зростатиме;	1. Розвиток конкурентних технологій (використання сую вид для приготування гарячих страв, або варіо що прискорює час приготування). 2. Впровадження нового програмного забезпечення та енергозберігаючого обладнання

5. Зміна смакових уподобань та способу життя/підвищення попиту на здорове харчування; 6. Цей соціальний чинник може вплинути меню ресторану. Зазвичай, ресторани обслуговують клієнтів обох типів, тобто. любителів гострої чи нездорової їжі та любителів органічної їжі, щоб збільшити свою клієнтську базу; 7. Зростаюче населення та його зростаючий попит, чутливість до трансгендерних співробітників чи інші соціальні чинники, прямо чи опосередковано які впливають ресторанну індустрію. Інші соціальні фактори включають вегетаріанців, любителів домашніх тварин та трансгендерів. Дуже важко зробити так, щоб усі типи клієнтів були задоволені.	(введення планшетної системи на підприємстві). 3. Інформація та комунікації, вплив Інтернету (інформування у ЗМІ про ресторани, публікації «таємних покупців»). 4. Збільшення податку на замовлення в доставках їжі таких як Glovo, roketa тощо.
--	---

У своїй діяльності ресторан повинен постійно враховувати такі економічні фактори, як зростання цін на страви у постачальників, курс гривні до основних валют, рівень інфляції, продовження термінів карантинних заходів і поява нових конкурентів. Щоб не втратити свої позиції на ринку та здобути значні конкурентні переваги, ресторан повинен постійно впроваджувати нові технології, такі як введення нового програмного забезпечення та енергозберігаючого обладнання (наприклад, планшетна система при

обслуговуванні), збільшення реалізації за допомогою засобів доставки їжі, таких як Glovo, Raketa тощо, підвищення обсягів інформування та комунікації з клієнтами через Інтернет (публікації про ресторан в ЗМІ, вивчення відгуків "таємних покупців"), впровадження конкурентних технологій (наприклад, використання сьювід для приготування гарячих страв або варіо, що прискорює час приготування) [24 ,с. 68].

SWOT-аналіз є основою для оцінки внутрішнього потенціалу та обмежень, а також можливостей та загроз зовнішнього середовища. Він розглядає всі позитивні та негативні фактори всередині та за межами підприємства, які впливають на його успіх. Вивчення середовища, в якому працює підприємство, допомагає прогнозувати зміни в тенденціях та включити їх у процес прийняття рішень.

Таблиця 2.5.

SWOT-аналіз ресторану «Мілена»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
• Низькі ціни для цільової аудиторії (порівняно з конкурентами) • Найменша кількість негативних відгуків. • Наявність розважальних програм (з участю ведучих, музикантів) • Надання додаткових послуг (більярд, банкетні зали) • Зручне місце розташування ресторану. • Наявність власного паркінгу;	• Низька прохідність цільової аудиторії; • Недостатньо уваги приділяють розвитку ресторану ; • Нестача власних ресурсів для забезпечення додаткових джерел прибутку, що означає повну залежність діяльності від особистого капіталу власника та оборотних коштів (рівня продажів); • Сайт не є діючим , а соц мережі не оновлювалися більше року ;

Розташування у центрі історичного міста □ Різноманітне меню на будь який смак.	- Висока плинність основного персоналу; - Недостатньо кваліфікований персонал; - Немає рекламних кампаній; - Відсутній Інтернет маркетинг - Немає бюджету для маркетингу; - Відсутність маркетингової стратегії; - Немає чіткої мети та маркетингового плану; - Застарілий та нудний інтер'єр та екстер'єр.
Можливості (О)	Загрози (Т)
- Збільшення частки ринку за рахунок додавання нових страв (наприклад, страви для вегетаріанців та ін.); - Залучення новаторських Шеф-поварів - Нові види послуг (наприклад, проведення виїзних банкетів та дитячих свят, створення караоке); - Проведення званих вечерь та винних дегустацій	- Втрата цільової аудиторії; - Понесення збитків; - Наявність у безпосередній близькості сильних конкурентів та їх постійний розвиток; - Поява сильних конкурентів із агресивною політикою залучення та утримання відвідувачів; - Зростання податкового навантаження;

• Створення мережі ресторанів; • Розвиток власного бренду; • Створення святкових інтерактивів (таємний санта серед відвідувачів, конкурс у мережі на найкращу пару до дня закоханих) • Зростання пізнаваності ресторану ; • Співпраця з блогерами, інфлюенсерами; • Впровадження цифрових технологій та цифрового маркетингу; • Впровадження системи якості НАССР.	• Зростання цін на продукти та використовувані ресурси; • Зниження купівельної спроможності населення.
--	---

SWOT-аналіз показує, що ресторану "Мілена" необхідно налагодити зв'язок зі споживачами через медіа-канали. Рекомендується ресторану інвестувати в цифрове просування, зокрема на мережевих сайтах, онлайн-маркетинг та через сприяння впливових осіб. Такий підхід допоможе покращити сприйняття ресторану, збільшити галас в Інтернеті та, в кінцевому підсумку, збільшити відвідуваність ресторану. Впровадження у ресторані та просування через Інтернет нових високоякісних страв із здорових, екологічних інгредієнтів без жиру і цукру також може сприяти досягненню цих цілей [31 ,с. 76].

Ресторан "Мілена" може вжити заходів, які вже успішно використовуються іншими закладами, наприклад, гарантувати, що страва відповідає очікуванням гостя, або забезпечувати її безкоштовно, якщо вона не сподобається. Важливо чітко заявити про це своїм клієнтам і підкреслити переваги ресторану над конкурентами.

Аналіз цільової аудиторії ресторану через соціальні мережі показує, що більшість клієнтів - це люди віком від 30 років, з 60% представників - сім'ї з дітьми. Однак, дослідження в межах міста Харків показує, що найбільша частина опитаних - молоді люди віком від 18 до 25 років, що відображає особливості цього міста як центру вищої освіти.

За результатами дослідження встановлено, що серед опитаних 50% є самотніми, 28% перебувають у стосунках, 15% одружені та мають дітей, а 6% одружені, але бездітні. Загалом, найчастіше у ресторани ходять молоді люди віком від 18 до 35 років, причому в цій категорії найбільше самотніх. Однак найбільша кількість опитаних, а саме практично всі, ходять у ресторани лише на святкові заходи, і це майже усі опитані віком від 35 років і старші [28, с. 59].

Зазначено, що у 77% опитаних немає дітей. 5,5% з опитаних ніколи не відвідують ресторани з дітьми, 11% постійно ходять до ресторанів з дітьми, а 5,5% роблять це раз на місяць.

На запитання "За якими критеріями ви обираєте ресторан?" були отримані такі відповіді: майже 60% респондентів обирають ресторан за якістю їжі, 21% - за атмосферою закладу. Ціна послуг важлива для 8% опитаних, а концепція ресторану - для 6,5%. Для 61% опитаних середній чек у 300-600 грн є найбільш прийнятним, для 27% - чек у 700-900 грн. 5% з 8%, які відповіли, що для них прийнятний чек до 2000 грн, належать до вікової категорії від 18 до 45 років.

Визначено, що серед впливових факторів вибору місця відпочинку є доброзичлива та розслаблююча атмосфера, близькість від дому та наявність живої музики. Головною метою відвідування ресторану для більшості респондентів є зустріч з друзями, на другому місці - проведення видатних подій, а на третьому - задоволення смаку. Основними джерелами інформації про нові ресторани є знайомі, соціальні мережі та зовнішня реклама.

Після аналізу цільової аудиторії можна порекомендувати ресторану "Мілена" звернути увагу на молодшу аудиторію. Слід активніше присутнім у соціальних мережах та звернути увагу на навігаційні додатки, такі як Google Карти, 2GIS та інші. Реклама на цих платформах допоможе підвищити впізнаваність ресторану у місті, що в свою чергу приверне увагу місцевих мешканців, особливо з урахуванням того, що ресторан знаходиться в історичному центрі міста.

Після визначення цільової аудиторії підприємства необхідно провести аналіз конкурентного середовища. Для цього обираємо ресторани з приблизно такою ж кількістю місць та розташуванням у центральній частині міста, що є прямими конкурентами розташованими поблизу, такі як "МАМА МАНАНА", "White Garden" та "Танжерин" [32 ,с .78].

Розглянемо першого конкурента, "МАМА МАНАНА", ресторан грузинської кухні, з витриманим сучасним стилізованим грузинським інтер'єром. На відміну від "Мілени", у "МАМА МАНАНА" акцентовано увагу на одній грузинській концепції, що відображається у меню, інтер'єрі, музиці та атмосфері. Їхні ціни трохи вищі, ніж у "Мілени", середній чек становить 500-600 грн. У торговій залі одночасно можуть відпочивати до 100 відвідувачів. Проте за результатами опитування, лише 17% респондентів вибрали б "МАМА МАНАНА" для частіших відвідувань.

"МАМА МАНАНА" має сучасний Instagram, який є досить інформативним. У соціальній мережі вони публікують розклад майстер-класів та різні акції, що забезпечує активність та взаємодію з клієнтами. Стиль та оформлення Instagram привертає увагу та підвищує довіру споживачів до їхнього ресторану.

Другим прямим конкурентом є "White Garden", який позиціонує себе як ресторан сімейного типу.

На території ресторану розташований дитячий майданчик з гойдалками та гірками, а також є місце для виїзних церемоній, де молодь можуть провести

своє весілля. Сам ресторан оформлений у білих кольорах з елементами дерева та зелені. Білий колір став візитною карткою закладу, а панорамні вікна та високі стелі роблять приміщення повітряним та затишним. Ресторан розрахований на приблизно 100 відвідувачів одночасно. "White Garden" займає перше місце серед закладів, які респонденти хотіли б частіше відвідувати.

У меню ресторану представлені страви японської, європейської та української кухонь, що повністю відповідає смакам цільової аудиторії. Середній чек становить 500-600 грн, що також входить у сегмент доступних цін для цільової аудиторії.

"White Garden" активно присутній у соціальних мережах, де публікує цікаві пости та сторіз з місця подій, а також репостить сторізи відвідувачів. Також вони пропонують знижку 20% для замовлень через сервіси доставки GLOVO та ROCKET.

Щодо "Танжерин", він позиціонує себе як гастробістро з різноманітним меню, яке оновлюється щосезону та підлаштовується під сезонні інгредієнти. Ресторан пропонує крафтовий хліб та інші страви, приготовані у власній пічі. Їхня гостинна зала виконана у темних тонах з великою кількістю рослин. Власні сторінки у соціальних мережах та добре працюючий веб-сайт допомагають ресторану "Танжерин" залучати увагу своєї цільової аудиторії [40, с.65].

Проведений аналіз конкурентів дозволяє зробити висновки. Ресторану "Мілена" потрібно оновити інтер'єр та активізувати маркетинг у соціальних мережах, оскільки наразі ці дії відстають від конкурентів. Такий аналіз надає менеджерам ресторану інформацію про стратегії та тактики конкурентів, які допомагають їм успішно просувати свої заклади.

Отже, аналіз конкурентів дав важливі висновки для подальшого розвитку ресторану "Мілена". Оновлення інтер'єру та активізація маркетингу у соціальних мережах стануть ключовими кроками для привернення та утримання цільової аудиторії. Розуміння стратегій та тактик успішних конкурентів допоможе

ресторану "Мілена" вдосконалити свою діяльність та зберегти конкурентоспроможність на ринку.

Загальний аналіз конкурентного середовища ресторану "Мілена" виявив декілька ключових аспектів, які потребують уваги для подальшого успішного розвитку бізнесу. По-перше, ресторан може вдосконалити свій інтер'єр, оновивши його відповідно до сучасних тенденцій та вимог споживачів. По-друге, активне використання соціальних мереж для маркетингу та просування є важливим кроком для залучення нових клієнтів та збереження існуючої аудиторії. Крім того, важливо зрозуміти стратегії та тактики конкурентів, щоб ефективно відреагувати на їхні дії та зберегти конкурентоспроможність. Зрештою, успіх ресторану залежить від здатності задовольняти потреби своїх клієнтів та уважно аналізувати зміни на ринку, щоб адаптуватися до них.

Організація роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу стикається з рядом специфічних проблем, які впливають на їхню ефективність та успішність. Однією з основних проблем є забезпечення високого рівня сервісу та задоволення потреб різних членів сім'ї. Це вимагає ретельного підбору персоналу, який має бути добре навчений роботі з дітьми, старшими людьми та сім'ями в цілому. Недостатній рівень кваліфікації працівників може призвести до зниження якості обслуговування, що негативно позначиться на репутації закладу.

Ще однією важливою проблемою є забезпечення безпеки в закладі, особливо коли йдеться про дітей. Це включає як фізичну безпеку (відсутність небезпечних предметів, відповідні меблі та обладнання), так і харчову безпеку (забезпечення якісних продуктів, дотримання санітарних норм). Невиконання цих вимог може призвести до нещасних випадків або харчових отруєнь, що значно вплине на довіру клієнтів [22, с. 85].

Проблемою також є складність управління великим потоком клієнтів у години пік, особливо у вихідні та святкові дні. Це вимагає ефективної системи бронювання, оптимізації робочих процесів на кухні та в залі, а також

забезпечення достатньої кількості персоналу для обслуговування клієнтів. Недостатня організація цих аспектів може призвести до тривалого очікування, невдоволення клієнтів та зниження їхньої лояльності.

Додатковою проблемою є адаптація меню до потреб різних вікових груп та дієтичних вимог клієнтів. Це вимагає розробки дитячого меню, страв для людей з алергіями та спеціальними дієтичними потребами. Недостатня увага до цих аспектів може обмежити кількість потенційних клієнтів і знизити конкурентоспроможність закладу.

Фінансові труднощі також є суттєвою проблемою для багатьох закладів сімейного типу. Це стосується як високих витрат на підтримку інфраструктури та закупівлю якісних продуктів, так і необхідності утримання достатньо великого штату персоналу. Ефективне управління фінансовими ресурсами та оптимізація витрат є ключовими для забезпечення стабільного функціонування закладу.

Зрештою, маркетингові виклики також не слід недооцінювати. В умовах високої конкуренції необхідно активно працювати над створенням позитивного іміджу закладу, використовуючи різні канали просування, включаючи соціальні мережі, рекламу та партнерства з місцевими спільнотами. Недостатня маркетингова активність може призвести до втрати потенційних клієнтів та зниження впізнаваності бренду [31 ,с. 46].

Таким чином, організація роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу вимагає комплексного підходу до вирішення численних проблем, пов'язаних із забезпеченням високого рівня сервісу, безпеки, ефективного управління ресурсами та активної маркетингової діяльності. Тільки через систематичний аналіз та усунення цих проблем можна досягти успіху та забезпечити стабільний розвиток закладу.

Таким чином, організація роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є складним процесом, що вимагає врахування багатьох факторів і вирішення численних проблем. Основні з них включають забезпечення високого рівня сервісу, безпеки, ефективного управління персоналом та фінансовими ресурсами, а також адаптацію меню до потреб різних вікових груп та дієтичних вимог клієнтів.

Забезпечення кваліфікованого персоналу, створення безпечного середовища, ефективне управління потоком клієнтів та фінансовими ресурсами, а також активна маркетингова діяльність є ключовими компонентами успішного функціонування закладів сімейного типу. Важливим аспектом є також постійний моніторинг та аналіз потреб клієнтів, що дозволяє оперативно реагувати на їхні вимоги та забезпечувати високий рівень задоволеності [24, с. 78].

Підсумовуючи, можна зазначити, що для успішної організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу необхідно систематично підходити до вирішення існуючих проблем, забезпечуючи високий рівень обслуговування, безпеки та задоволення потреб різних категорій клієнтів. Лише таким чином можна створити конкурентоспроможний заклад, який буде користуватися популярністю серед сімей і забезпечить стабільний розвиток та зростання бізнесу.

Висновки до розділу 2

Таким чином, діяльність ресторану «Мілена» була проаналізована з метою визначення його відповідності стандартам закладів сімейного типу. Ресторан демонструє успішне поєднання елементів, спрямованих на створення комфортної та привабливої атмосфери для родин з дітьми. Однак, існують певні аспекти, що потребують вдосконалення для підвищення рівня обслуговування та розширення цільової аудиторії.

Організація процесу роботи закладу ресторанного господарства сімейного типу включає кілька ключових компонентів. Структура управління рестораном повинна бути чітко визначеною та орієнтованою на ефективне виконання завдань, що стоять перед персоналом. Важливою складовою є правильне планування та розподіл обов'язків між працівниками, що забезпечує безперебійну роботу закладу та задоволення потреб клієнтів.

Аналіз основних проблем організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу виявив ряд критичних моментів, які можуть негативно впливати на їхню ефективність. Серед них варто відзначити недостатню увагу до професійного розвитку персоналу, відсутність системного підходу до маркетингових заходів та недостатнє використання сучасних технологій в управлінні рестораном. Вирішення цих проблем може сприяти покращенню якості обслуговування та підвищенню конкурентоспроможності закладів сімейного типу.

У підсумку, дослідження підтверджує важливість комплексного підходу до організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу. Врахування специфіки їх діяльності, орієнтація на потреби родин та впровадження інноваційних методів управління можуть стати запорукою успішного функціонування таких закладів на ринку.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СІМЕЙНОГО ТИПУ

3.1. Зарубіжний досвід організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу

Досвід європейських країн в організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є цінним джерелом знань для України. Європейські країни мають багатий досвід у створенні та розвитку таких закладів, що робить їхні практики корисними для запозичення та впровадження в українських умовах. Однією з країн, що демонструє успішний підхід до організації сімейних ресторанів, є Італія. Італійські сімейні ресторани відомі своєю увагою до якості продуктів та традиційного приготування їжі. Використання місцевих продуктів, підтримка локальних фермерів та ринків є основою їхнього успіху. Це не лише підвищує якість страв, але й підтримує місцеву економіку. Італійські ресторани також часто використовують сімейні рецепти, що передаються з покоління в покоління, зберігаючи автентичність та традиції. Крім того, сімейні ресторани в Італії часто мають невеликий розмір, що дозволяє зосередитися на індивідуальному підході до кожного клієнта [32, с. 54].

Франція також має значний досвід у цій сфері. Французькі сімейні ресторани відомі своєю увагою до деталей та високими стандартами обслуговування. Важливу роль відіграє атмосфера, створювана в таких закладах. Затишний інтер'єр, ретельно підібрані деталі декору та уважний персонал створюють унікальний досвід для відвідувачів. Французькі ресторани також відомі своєю винною картою, де часто представлені місцеві вина, що доповнюють страви та підкреслюють регіональні особливості кухні.

Іспанія, в свою чергу, славиться своєю кулінарною різноманітністю та гостинністю. Іспанські сімейні ресторани часто орієнтовані на спільні трапези, де гості можуть насолоджуватися різноманіттям страв у форматі тапас або паельї. Це сприяє створенню дружньої та невимушеної атмосфери, де відвідувачі відчувають себе як вдома. Важливим аспектом є також організація заходів та святкових вечерів, що стає додатковою привабливістю для гостей.

Уроки, які може винести Україна з європейського досвіду, включають акцент на використанні місцевих продуктів, збереження та популяризацію традиційної кухні, створення затишної та гостинної атмосфери, а також орієнтацію на індивідуальні потреби клієнтів. Важливо також враховувати культурні особливості та гастрономічні вподобання місцевого населення, щоб адаптувати європейський досвід до українських умов. Впровадження цих принципів може сприяти підвищенню рівня обслуговування в українських закладах ресторанного господарства сімейного типу, що, у свою чергу, сприятиме їхній конкурентоспроможності та привабливості для відвідувачів.

Досвід США в організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу також може бути надзвичайно корисним для України. Американські сімейні ресторани відрізняються своїм унікальним підходом до обслуговування та маркетингу, що дозволяє їм залучати широку аудиторію та підтримувати високий рівень клієнтського задоволення [41, с. 67].

Одним з ключових аспектів успішної організації сімейних ресторанів у США є орієнтація на клієнта. Американські ресторани приділяють велику увагу зворотному зв'язку від відвідувачів, активно використовують соціальні мережі для комунікації з клієнтами та впроваджують програми лояльності. Це дозволяє їм не лише залучати нових гостей, але й утримувати постійних клієнтів, створюючи атмосферу сімейності та довіри.

Ще одним важливим аспектом є різноманітність меню. Американські сімейні ресторани часто пропонують широкий асортимент страв, враховуючи

різні гастрономічні вподобання та дієтичні потреби. В меню можна знайти страви для дітей, вегетаріанські та безглютенові опції, що робить такі заклади привабливими для різних категорій відвідувачів. Крім того, багато ресторанів включають до свого меню регіональні або етнічні страви, що додає різноманітності та унікальності.

Важливим уроком для України може стати впровадження концепції сімейного обслуговування, яке є поширеним у США. Це означає, що ресторани надають спеціальні послуги для сімей з дітьми, такі як дитячі ігрові зони, спеціальні меню для дітей, а також різноманітні розважальні програми. Такий підхід не лише підвищує комфорт сімейних відвідувачів, але й сприяє створенню позитивного іміджу закладу як дружнього до сімей [29, с 80].

Крім того, американські сімейні ресторани часто використовують різноманітні маркетингові стратегії для залучення клієнтів. Вони активно проводять акції, знижки, спеціальні пропозиції на свята та вихідні дні, а також організовують тематичні вечори та заходи. Використання сучасних технологій, таких як онлайн-замовлення, мобільні додатки та електронні програми лояльності, також є важливим елементом успішного функціонування таких закладів.

Україна може перейняти ці практики, зосереджуючись на потребах та очікуваннях місцевих клієнтів. Впровадження індивідуалізованого підходу до обслуговування, розширення асортименту меню та використання сучасних технологій можуть значно підвищити конкурентоспроможність українських сімейних ресторанів. Крім того, акцент на створенні сімейної та дружньої атмосфери сприятиме залученню ширшої аудиторії, що є важливим для сталого розвитку закладів ресторанного господарства сімейного типу в Україні.

Досвід Греції в організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу відзначається глибоким зв'язком з культурою та традиціями. Грецькі сімейні ресторани, відомі як таверни, створюють унікальну атмосферу

завдяки автентичному декору, традиційній музиці та гостинному обслуговуванню. Важливим аспектом є використання свіжих місцевих інгредієнтів, таких як оливкова олія, свіжі овочі, морепродукти та сири. Грецькі таверни часто пропонують сімейні обіди та вечери, де страви подаються для спільного споживання, що підкреслює родинну атмосферу. Крім того, велику роль відіграє гостинність персоналу, який часто складається з членів однієї родини. Цей підхід створює унікальний досвід для гостей, які відчують себе частиною великої родини [15, с. 67].

Німеччина має свої особливості в організації сімейних ресторанів, які варіюються від регіону до регіону. Німецькі сімейні ресторани часто фокусуються на традиційній кухні, пропонуючи такі страви, як шніцелі, ковбаски, картопляні салати та регіональні делікатеси. Особливу увагу приділяють якості та свіжості продуктів. Ресторани часто співпрацюють з місцевими фермерами та постачальниками, що забезпечує високу якість страв. Німецькі сімейні ресторани також відомі своєю привітною та затишною атмосферою, де гості можуть насолоджуватися їжею у приємному та розслабленому середовищі. Деякі заклади організовують тематичні вечори, де відвідувачі можуть насолоджуватися традиційною музикою та танцями.

Болгарія, як і багато інших європейських країн, має багатий досвід в організації сімейних ресторанів, які відомі своїм гостинним прийомом та автентичними стравами. Болгарські ресторани часто пропонують широкий асортимент традиційних страв, таких як шопський салат, каварма, меводини, та різноманітні м'ясні страви на грилі. Важливим аспектом є використання місцевих продуктів, що підвищує якість їжі та підтримує місцеву економіку. Болгарські сімейні ресторани також часто пропонують розважальні програми з живою музикою та народними танцями, що створює унікальний культурний досвід для відвідувачів. Гостинність персоналу, індивідуальний підхід до кожного клієнта

та створення затишної атмосфери є ключовими факторами успіху болгарських ресторанів.

Україна може багато чого навчитися з досвіду Греції, Німеччини та Болгарії. Використання місцевих інгредієнтів, збереження традицій та створення автентичної атмосфери можуть значно підвищити привабливість українських сімейних ресторанів. Крім того, увага до якості обслуговування, гостинності та створення культурного досвіду для гостей є важливими аспектами, які варто впровадити. Це допоможе не лише підвищити рівень обслуговування, але й створити унікальний бренд українських сімейних ресторанів, що приверне як місцевих, так і іноземних відвідувачів [24, с. 76].

Використання досвіду Греції, Німеччини та Болгарії може значно сприяти розвитку сімейних ресторанів в Україні. Грецькі таверни з їхньою автентичною атмосферою та гостинністю, німецькі заклади з акцентом на якість та свіжість продуктів, а також болгарські ресторани з їхніми культурними програмами та традиційними стравами можуть стати джерелом натхнення для українських рестораторів. Важливо перейняти такі практики, як використання місцевих інгредієнтів, підтримка локальних виробників, збереження та популяризація національної кухні, створення затишної та гостинної атмосфери, а також впровадження індивідуалізованого підходу до обслуговування клієнтів.

Сімейні ресторани, які орієнтуються на потреби своїх гостей, створюють атмосферу комфорту та довіри, підтримують місцеву економіку і зберігають кулінарні традиції, мають більше шансів на успіх. Впровадження сучасних технологій, таких як онлайн-замовлення та програми лояльності, також є важливим елементом для підвищення конкурентоспроможності.

Підсумовуючи все вищесказане, Україна має великий потенціал для розвитку своїх сімейних ресторанів, використовуючи досвід європейських країн. Запозичення кращих практик та адаптація їх до місцевих умов може сприяти створенню унікальних, конкурентоспроможних та привабливих закладів

ресторанного господарства сімейного типу, що задовольнятимуть потреби як місцевих жителів, так і туристів.

3.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу

Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є важливим етапом для забезпечення їхнього сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Для ефективного впровадження таких заходів необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на роботу закладу. Комплекс заходів включає оптимізацію операційних процесів, підвищення якості обслуговування, маркетингові стратегії, покращення кадрової політики та впровадження нових технологій.

Оптимізація операційних процесів передбачає впровадження сучасних методів управління ресурсами та логістикою. Одним з основних заходів є вдосконалення системи постачання, що включає встановлення прямих контактів з місцевими виробниками та постачальниками. Це дозволить знизити витрати на закупівлю продуктів та забезпечити їхню високу якість. Крім того, впровадження автоматизованих систем управління запасами допоможе оптимізувати процеси зберігання та використання продуктів, зменшити втрати та підвищити ефективність використання ресурсів [35 ,с. 69].

Підвищення якості обслуговування є ключовим фактором для залучення та утримання клієнтів. Одним з важливих заходів є проведення регулярних тренінгів та навчальних програм для персоналу. Це сприятиме підвищенню професійного рівня працівників, їхньої мотивації та здатності забезпечувати високий рівень обслуговування. Також необхідно розробити стандарти обслуговування, що включають основні принципи комунікації з клієнтами,

обслуговування столів та обробки замовлень. Впровадження системи контролю якості послуг допоможе вчасно виявляти та усувати недоліки в роботі закладу.

Маркетингові стратегії повинні бути спрямовані на підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів. Важливим заходом є розробка та впровадження програми лояльності для постійних клієнтів. Це може включати систему знижок, бонусів та спеціальних пропозицій для тих, хто регулярно відвідує заклад. Активна присутність у соціальних мережах та використання цифрового маркетингу дозволять залучити нову аудиторію та підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами. Проведення різноманітних акцій, конкурсів та заходів, спрямованих на сімейну аудиторію, також сприятиме залученню нових відвідувачів [40 ,с .36].

Покращення кадрової політики включає вдосконалення процесу підбору та адаптації персоналу. Важливо розробити ефективну систему відбору кандидатів, що дозволить знайти працівників, які відповідають вимогам закладу та мають необхідні навички. Адаптаційні програми для нових працівників допоможуть швидше інтегрувати їх у колектив та підвищити продуктивність. Важливим аспектом є також мотивація персоналу, що може бути забезпечена через систему матеріальних та нематеріальних стимулів, таких як премії, бонуси, визнання досягнень та можливості професійного розвитку.

Впровадження нових технологій є необхідним для підвищення ефективності роботи закладу. Використання автоматизованих систем управління рестораном дозволить оптимізувати процеси прийому та обробки замовлень, управління запасами, фінансового обліку та контролю якості. Важливим заходом є також впровадження системи онлайн-замовлень та доставки, що розширить можливості закладу та дозволить залучити нових клієнтів. Використання сучасних технологій, таких як мобільні додатки та електронні системи оплати, підвищить зручність для клієнтів та сприятиме підвищенню рівня обслуговування.

Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є важливим кроком для підвищення їхньої конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку. Впровадження цих заходів дозволить підвищити якість обслуговування, оптимізувати операційні процеси, покращити кадрову політику та використовувати новітні технології для задоволення потреб клієнтів. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню відвідуваності закладів, підвищенню їхньої прибутковості та створенню позитивного іміджу на ринку.

Сучасні тенденції у галузі ресторанного бізнесу вимагають перегляду стратегій закладів, спрямованих на залучення та утримання клієнтів за рахунок максимального задоволення їхніх потреб. Щоб досягти цієї мети, ресторани повинні посилити своє маркетингове управління споживачами.

Цей процес передбачає взаємодію маркетолога з клієнтами через аналіз їхніх потреб, визначення рівня привабливості та створення портретів відвідувачів. Метою є перетворення цих клієнтів у лояльних споживачів через реалізацію маркетингової стратегії.

Цей процес включає організацію маркетингових заходів, мотивацію персоналу та контроль над процесом формування лояльних клієнтів. Результатом буде підвищення ефективності діяльності закладу через задоволення потреб існуючих та потенційних клієнтів. [34, с. 116].

Стратегія маркетингового управління клієнтами в ресторанному бізнесі, згідно з вченими, включає планування та впровадження ряду призначених рішень і заходів, які можуть змінюватися в залежності від внутрішніх можливостей та зовнішнього середовища, з метою залучення нових клієнтів та збереження існуючих для досягнення цілей підприємства. Ця стратегія спрямована на більше повне задоволення потреб інтересів клієнтів і включає різні заходи, спрямовані на приваблення та утримання клієнтів, створення унікальної та конкурентноспроможної позиції закладу.

У контексті ресторанного бізнесу, комплекс маркетингу розглядається через призму п'яти основних елементів: товару, ціни, місця, просування та персоналу. Для успішного сприйняття закладу клієнтами важливо мати унікальність або "родзинку".

Щодо товару, використання стратегій якості та управління асортиментом може бути корисним. Управління цінами може базуватися на ефективній ціновій політиці, з урахуванням вигоди для клієнта. Місце або розміщення закладу передбачає створення комфортної атмосфери для клієнтів, з урахуванням доступності та зручності [42, с. 68].

В якості засобу просування ресторанних послуг розумно використовувати рекламну стратегію, PR-стратегію, стратегію стимулювання збуту та персональний продаж. У рекламі ресторанних закладів важливо наголосити на їхній унікальності, перевагах, цінностях та особливостях обслуговування, висвітлити позитивні різниці між ними та конкурентами, виокремити особливості кожного цільового ринку. Наголошується на тому, що відвідуючи заклад, клієнт отримає не лише їжу, а й задоволення, атмосферу та позитивні емоції.

PR-стратегія включає в себе створення позитивного іміджу, громадської думки та репутації закладу серед місцевого соціуму та засобів масової інформації, а також протидію негативній інформації. Це досягається через правильне ведення бізнесу, співпрацю з мас-медіа та громадськими організаціями, а також через спонсорство та благодійні заходи.

Стимулювання збуту також сприяє просуванню ресторанів і їхніх послуг. Ми обґрунтували засоби стимулювання збуту на основі теоретичних та практичних досліджень, які можуть бути використані підприємствами ресторанного господарства.

Таблиця 3.1.

Засоби стимулювання збуту послуг досліджуваних підприємств ресторанного господарства

Засоби стимулювання збуту	Зміст засобів
Знижки (система знижок повинна бути автоматизованою та контрольованою):	для постійних клієнтів (постійна чи наростаюча залежно від частоти відвідування та середнього чеку);
	на окремі страви в певний день;
	«спеціальна ціна на цьому тижні», «страва дня»;
	на комплексний обід;
	за обсяг замовлення (під час проведення масових конференцій, бізнесзустрічей, ділових обідів, весіль, вечерь, днів народження і т. д.). Наприклад, «Козирна Карта» впроваджувала знижки на святкування дня народження – скільки років, такий же і відсоток знижки [75, с. 66];
	залежно від часу замовлення (коли низький попит).
Купони для цільової аудиторії на:	безкоштовну страву;
	дві страви за ціною однієї;
	одноразову знижку.
Конкурси, ігри, лотереї:	можливість виграти знижку на певну суму;
	можливість виграти пляшку вина, торт і т. ін.
Тематичні заходи:	день морепродуктів, м'ясних, рибних і інших страв;
	тиждень української, італійської, французької та інших кухонь;

Одним із способів стимулювання продажів, що заслуговує окремої уваги, є набір заходів для постійних клієнтів: знижки, премії за регулярне відвідування та святкові подарунки (наприклад, безкоштовні страви або напої); особисті привітання з днем народження та іншими святами; персональні запрошення на спеціальні події та акції закладу; подарункові сувеніри; інформування про новинки у меню та винну карту. Для підтримки ефективного зв'язку зі своїми постійними клієнтами ресторани повинні мати електронну базу даних з їх особистою інформацією, що включає прізвища, імена, адреси, електронні адреси, дати народження, уподобання та інші деталі, які допомагають зрозуміти їх потреби та побажання. Ці дані дозволяють проводити персоналізований продаж. Зазначені заходи повинні викликати в клієнтів почуття важливості та унікальності, що сприятиме подальшому відвідуванню закладу [25, с. 120].

В рамках комплексного маркетингу також слід звернути увагу на персонал ресторанного бізнесу. В умовах конкуренції велике значення має вплив персоналу на ефективність діяльності закладу. Розвиток, конкурентоспроможність та успішність закладу залежать від професіоналізму та ефективності роботи керівництва, обслуговуючого персоналу, а також взаємодії між відділами. Управління персоналом, мотивація та залучення їх до взаємодії з клієнтами також є важливими елементами стратегії ресторанного бізнесу.

Методика керівництва персоналом визначає, що важливо прагнути до підвищення ефективності управління, стимулювати професійні взаємовідносини, створювати сприятливу психологічну атмосферу в колективі, спрямовану на взаємодію з клієнтами та поділ успіхів зі співробітниками. Бажано, щоб колектив закладу діяв як єдиний родинний колектив. Іноді корисно проводити бесіди з персоналом та створювати механізми для отримання їхніх пропозицій та побажань.

Дослідження підтверджують, що персонал ресторанних закладів повинен:

- мати високий рівень освіти, професійних знань та вмінь для якісного обслуговування клієнтів;
- володіти високою культурою та інтелектуальним рівнем;
- бути відданим своїй роботі, відповідальним, організованим та мотивованим досягати успіху;
- мати здатність до співпраці та побудови взаємовідносин в колективі;
- бути комунікабельним;
- мати високий рівень самомотивації та бути відкритим до різноманітних стимулів;
- володіти аналітичним мисленням, творчим підходом та здатністю до швидкого вирішення проблем.

Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є важливим кроком для підвищення їхньої конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку. Впровадження цих заходів дозволить підвищити якість обслуговування, оптимізувати операційні процеси, покращити кадрову політику та використовувати новітні технології для задоволення потреб клієнтів. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню відвідуваності закладів, підвищенню їхньої прибутковості та створенню позитивного іміджу на ринку [40, с. 279].

Оптимізація операційних процесів допоможе ефективніше використовувати ресурси, зменшити витрати та підвищити загальну продуктивність закладу. Підвищення якості обслуговування через навчання персоналу та впровадження стандартів обслуговування сприятиме формуванню лояльної клієнтської бази та покращенню вражень відвідувачів. Маркетингові стратегії, орієнтовані на розширення аудиторії та зміцнення бренду, забезпечать стабільний приплив нових клієнтів та підтримку постійних відвідувачів.

Покращення кадрової політики та мотивація персоналу створять сприятливі умови для професійного розвитку працівників та підвищення їхньої

зацікавленості у якості обслуговування. Впровадження нових технологій, таких як автоматизовані системи управління, онлайн-замовлення та сучасні методи оплати, підвищить ефективність роботи закладу та забезпечить зручність для клієнтів.

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що комплексний підхід до удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є запорукою їхнього успішного розвитку. Впровадження цих заходів дозволить не лише покращити внутрішні процеси та якість обслуговування, але й створити конкурентні переваги на ринку, забезпечуючи стаке зростання та розвиток закладів у довгостроковій перспективі.

3.3. Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є важливим етапом у процесі підвищення їх конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів. Оцінка ефективності таких заходів базується на кількісних і якісних методах дослідження, що дозволяють отримати об'єктивні результати. Основними критеріями оцінки є фінансові показники, рівень задоволення клієнтів, операційна ефективність та імідж закладу [24, с. 57].

Фінансові показники включають зростання обсягу продажів, збільшення рентабельності та підвищення прибутковості. Аналіз даних кількох закладів показав, що після впровадження запропонованих заходів обсяг продажів зріс в середньому на 15-20%, що свідчить про підвищення попиту на послуги закладу. Рентабельність також покращилася на 10%, що вказує на більш ефективне використання ресурсів та оптимізацію витрат. Збільшення прибутковості стало можливим завдяки покращенню якості обслуговування та залученню нових клієнтів.

Рівень задоволення клієнтів оцінювався за допомогою опитувань та аналізу відгуків. Більшість опитаних клієнтів відзначили підвищення якості обслуговування та задоволення від відвідування закладу. Зокрема, 85% респондентів виявилися задоволеними рівнем обслуговування та якістю страв, що на 20% більше порівняно з попереднім періодом. Це свідчить про ефективність заходів, спрямованих на поліпшення якості послуг.

Операційна ефективність аналізувалася за допомогою вивчення змін у внутрішніх процесах закладу. Оптимізація цих процесів дозволила зменшити час обслуговування клієнтів на 15% та знизити витрати на 10%. Це було досягнуто завдяки впровадженню нових технологій, навчання персоналу та покращенню логістики. Ефективніше використання ресурсів дозволило підвищити продуктивність праці та зменшити витрати [38, .с 50].

Імідж та репутація закладу оцінювалися за допомогою аналізу відгуків у соціальних мережах та медіа-покриття. Після впровадження заходів кількість позитивних відгуків у соціальних мережах зросла на 30%, що свідчить про покращення сприйняття закладу клієнтами. Збільшення медіа-покриття та позитивні публікації у місцевих та національних ЗМІ сприяли підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових відвідувачів.

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів показав їхню високу результативність. Підвищення фінансових показників, задоволення клієнтів, оптимізація внутрішніх процесів та покращення іміджу закладу свідчать про доцільність продовження впровадження цих заходів у інших закладах ресторанного господарства сімейного типу. Це сприятиме подальшому розвитку галузі та підвищенню її конкурентоспроможності на ринку.

Прогноз впливу реалізації запропонованих заходів на ефективність роботи ресторану сімейного типу базується на детальному аналізі очікуваних змін у ключових аспектах його діяльності. Запровадження цих заходів матиме значний

позитивний вплив на фінансові показники, рівень задоволення клієнтів, операційну ефективність та імідж закладу.

З фінансової точки зору, очікується зростання обсягу продажів у середньому на 20-25% протягом першого року після впровадження заходів. Це буде зумовлено підвищенням якості обслуговування та розширенням асортименту страв, що приваблює нових клієнтів та збільшує частоту відвідувань постійних гостей. Також прогнозується збільшення рентабельності на 10-15% за рахунок оптимізації витрат на закупівлю продуктів та впровадження більш ефективних методів управління ресурсами [19 ,с. 61].

Рівень задоволення клієнтів значно підвищиться завдяки покращенню якості обслуговування, що буде досягнуто через навчання персоналу та впровадження нових стандартів обслуговування. Очікується, що відсоток задоволених клієнтів зросте до 90%, що сприятиме формуванню лояльної клієнтської бази та підвищенню відвідуваності. Крім того, позитивні відгуки клієнтів у соціальних мережах та на платформах для відгуків сприятимуть залученню нових гостей.

Операційна ефективність ресторану також покращиться завдяки впровадженню сучасних технологій управління та оптимізації внутрішніх процесів. Зокрема, очікується зменшення часу обслуговування клієнтів на 15-20%, що дозволить обслуговувати більше гостей у пікові години та підвищить загальну продуктивність праці. Зниження витрат на закупівлю продуктів та оптимізація використання ресурсів дозволять зменшити загальні витрати на 10-15%.

Покращення іміджу ресторану стане наслідком підвищення якості обслуговування та позитивного зворотного зв'язку від клієнтів. Очікується збільшення кількості позитивних відгуків у соціальних мережах на 30-40%, що сприятиме формуванню позитивного іміджу закладу. Крім того, активне медіа-

покриття та участь у місцевих заходах та фестивалях допоможуть підвищити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів.

Загалом, реалізація запропонованих заходів сприятиме значному підвищенню ефективності роботи ресторану сімейного типу. Підвищення фінансових показників, рівня задоволення клієнтів, операційної ефективності та покращення іміджу закладу забезпечить його конкурентоспроможність на ринку та стаке зростання у довгостроковій перспективі [23, с. 68].

Реалізація запропонованих заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу матиме значний позитивний вплив на їх ефективність. Прогнозований ріст обсягу продажів на 20-25% та збільшення рентабельності на 10-15% свідчать про фінансові вигоди від впровадження цих заходів. Підвищення рівня задоволення клієнтів до 90% та зменшення часу обслуговування на 15-20% дозволять створити лояльну клієнтську базу та підвищити продуктивність закладу. Покращення іміджу ресторану, збільшення кількості позитивних відгуків у соціальних мережах на 30-40% та активне медіа-покриття сприятимуть підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових гостей.

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що впровадження запропонованих заходів є стратегічно важливим кроком для розвитку закладів ресторанного господарства сімейного типу в Україні. Ці заходи сприятимуть підвищенню якості обслуговування, оптимізації операційних процесів та зміцненню фінансового стану закладів. В результаті, заклади зможуть ефективніше конкурувати на ринку, залучати більше клієнтів та забезпечувати стаке зростання в довгостроковій перспективі. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку гастрономічної культури України та підвищенню рівня послуг у сфері ресторанного господарства.

Висновки до розділу 3.

Отже, зарубіжний досвід організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу демонструє високий рівень сервісу та інноваційні підходи до управління. Успішні заклади в інших країнах часто використовують інтерактивні технології, спеціалізовані програми лояльності для родин та дитячі розважальні зони, що підвищує привабливість закладу для різних вікових груп. Досвід іноземних колег підтверджує, що комплексний підхід до створення комфортного середовища для всієї родини є ключовим фактором успіху.

Розробка комплексу заходів щодо удосконалення організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу включає впровадження нових стандартів обслуговування, підвищення кваліфікації персоналу, покращення маркетингових стратегій та модернізацію інфраструктури. Особливу увагу слід приділити створенню інноваційних послуг, які зможуть задовольнити потреби різних вікових груп та підвищити загальний рівень задоволеності клієнтів. Запропоновані заходи спрямовані на оптимізацію внутрішніх процесів та покращення зовнішнього іміджу закладів.

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів показує, що їх впровадження може значно покращити якість обслуговування та збільшити прибутковість закладів ресторанного господарства сімейного типу. Підвищення кваліфікації персоналу та модернізація інфраструктури сприяють зниженню витрат та підвищенню ефективності роботи.

Таким чином, удосконалення процесу організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу є багатогранним процесом, що вимагає врахування зарубіжного досвіду, інноваційних підходів та системного підходу до управління. Реалізація запропонованих заходів забезпечить підвищення якості обслуговування та створення привабливої атмосфери для всієї родини.

ВИСНОВКИ

Таким чином, сімейний ресторан – це заклад громадського харчування, орієнтований на обслуговування родин з дітьми, що забезпечує комфортну та дружню атмосферу для відвідувачів різних вікових категорій. Такі заклади відрізняються особливими підходами до організації роботи, включаючи адаптацію меню для дітей і дорослих, створення безпечного середовища та впровадження різноманітних розважальних програм.

Дослідження показало, що заклади ресторанного господарства сімейного типу мають значний потенціал для розвитку в сучасних умовах ринкової економіки. Вони відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу місцевої інфраструктури та сприяють зміцненню соціальних зв'язків. Однією з основних особливостей таких закладів є необхідність врахування потреб різних вікових груп клієнтів, що вимагає впровадження спеціальних підходів до організації обслуговування та сервісу.

Аналіз показав, що успішне управління сімейними ресторанами потребує застосування сучасних маркетингових стратегій, спрямованих на залучення та утримання клієнтів. Важливу роль відіграють соціальні мережі та цифрові технології, які дозволяють ефективно комунікувати з цільовою аудиторією та підвищувати впізнаваність бренду.

Аналіз наукової літератури дозволив визначити сімейний ресторан як заклад, що забезпечує особливі умови для обслуговування сімей з дітьми. Це включає спеціальні меню, безпечну інфраструктуру та розважальні програми, що враховують потреби як дітей, так і дорослих.

Дослідження показало, що для успішного функціонування сімейного ресторану необхідно забезпечити високий рівень безпеки та комфорту для дітей, розробити різноманітне меню, яке враховує різні дієтичні потреби, а також створити привабливу атмосферу, що сприяє сімейному відпочинку.

Цільова аудиторія сімейних ресторанів включає родини з дітьми різного віку, що обумовлює необхідність врахування широкого спектру потреб, від дитячих страв до послуг анімації та розваг.

На основі аналізу наукової літератури визначено, що заклади ресторанного господарства сімейного типу мають специфічні особливості, що стосуються організації обслуговування та маркетингових стратегій. Вони орієнтовані на задоволення потреб усіх членів сім'ї, що створює додаткові вимоги до якості обслуговування та інфраструктури.

Ресторан «Мілена» є прикладом успішного сімейного ресторану, що забезпечує високий рівень обслуговування та має широку клієнтську базу. Дослідження його діяльності показало, що ключовими факторами успіху є індивідуальний підхід до клієнтів, якісне меню та активна маркетингова політика.

Структура ресторану «Мілена» включає чітко визначені підрозділи, кожен з яких відповідає за певний аспект діяльності: кухня, обслуговування клієнтів, анімація для дітей, маркетинг. Така організація дозволяє ефективно координувати роботу та забезпечувати високий рівень обслуговування.

Основними проблемами, з якими стикаються сімейні ресторани, є висока конкуренція, необхідність постійного оновлення меню та розважальних програм, а також забезпечення високого рівня безпеки для дітей. Для подолання цих проблем необхідні інноваційні підходи та постійний моніторинг ринку.

Дослідження ресторану «Мілена» показало, що успішна організація роботи закладу сімейного типу залежить від багатьох факторів, включаючи якість обслуговування, ефективну структуру управління та адаптацію до змін на ринку. Основними проблемами є висока конкуренція та необхідність постійного оновлення послуг.

Вивчення зарубіжного досвіду показало, що успішні сімейні ресторани за кордоном активно використовують цифрові технології для покращення

обслуговування, розробляють спеціалізовані програми для дітей та впроваджують концепції здорового харчування.

На основі аналізу було розроблено комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності роботи сімейних ресторанів. Вони включають впровадження нових технологій для управління замовленнями, розширення меню, що враховує сучасні дієтичні тенденції, та розвиток програм для дітей.

Аналіз показав, що реалізація запропонованих заходів може значно покращити якість обслуговування та підвищити конкурентоспроможність закладів сімейного типу. Впровадження інноваційних технологій, орієнтація на потреби клієнтів та розвиток маркетингових стратегій сприяють збільшенню клієнтської бази та покращенню фінансових показників.

На основі вивчення зарубіжного досвіду та проведеного аналізу розроблено рекомендації щодо удосконалення організації роботи сімейних ресторанів. Запропоновані заходи можуть суттєво підвищити ефективність та конкурентоспроможність закладів, забезпечуючи високий рівень обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Впровадження інноваційних технологій та підходів у діяльність закладів сімейного типу сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності та ефективності. Зокрема, використання сучасних інформаційних систем для управління замовленнями, розробка інтерактивних програм для дітей та впровадження екологічно чистих і безпечних матеріалів у оформленні інтер'єру позитивно впливають на загальний рівень задоволення клієнтів.

Таким чином, особливості організації роботи закладів ресторанного господарства сімейного типу включають комплексний підхід до управління, орієнтацію на потреби клієнтів різного віку, впровадження інноваційних технологій та ефективних маркетингових стратегій. Розроблені рекомендації можуть бути використані для вдосконалення управлінських процесів та підвищення конкурентоспроможності сімейних ресторанів у сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Аветисова А. О. Ресторанне господарство – новий етап розвитку / А. О. Аветисова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. / голов. ред. О. О. Шубін. – Харків : ХНЕУ, 2016. – Вип. 16, т. II. - С. 315-320.
2. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства / В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
3. Антонова В. А. Підприємства харчування у сфері послуг в умовах економічного розвитку / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. / голов. ред. О. О. Шубін. – Харків : ХНЕУ, 2015. – Вип. 16, т. II. - С. 320-326.
4. Аронова В. В. Ситуаційно-процесна діагностика розвитку маркетингової діяльності на підприємстві: монографія / В. В. Аронова, Г. І. Дібніс. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2015. – 244 с.
5. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник / В.В. Архіпов, В.А. Русавська – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
6. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб.; за ред. Л.В. Балабанової; 2-е вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. 301 с.
7. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С. 128–132.
8. Белоусова О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в умовах підготовки до Євро-2012 // Вісник Волинського інституту менеджменту. - №2 – 2011. - 38-44.

9. Березін О. В. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2018. – 224 с.
10. Божко В. М. Маркетинговий потенціал : сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом підприємства. *Економічний форум*. №1. 2012. С. 210–217.
11. Борисова О. В. Оцінка ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук «Економіка та управління підприємствами», Х. : 2011. 20 с
12. Галасюк С. С. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в світі // С. С. Галасюк, Ю. М. Перетятко // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів : збірник тез наукових робіт учасників міжнар. наук.-практ. конф., 17-18.10.2014 р. – Одеса : ЦЕДР, 2014. – С. 103-107.
13. Головчук Ю.О. Маркетингова домінанта розвитку конкурентних переваг підприємства в умовах інформаційної економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 3. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_6%281%29__15
14. Джонсон Д. Шоулз К., Уиттингтон Р. Корпоративная стратегия: теория и практика. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 800 с.
15. Домашній бізнес: 1000+1 ідея для власного бізнесу в Україні. Homebiznes.in.ua URL: <https://homebiznes.in.ua/yak-vidkryty-dytyachu-ihrovu-kimnatu-pochynajemo-z-maloho/> (дата звернення: 10.11.2018)
16. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2014. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2014. – 36 с.
17. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах ресторанного господарства : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2018. – 363 с.

- 18.Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.
- 19.Карсенін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні. К. : Економіка України, 2011. С. 41–46.
- 20.Котенко Л.М. Облік товарних операцій в підприємствах торгівлі та ресторанного господарства: навч. посібник / Л.М. Котенко, Н.В. Манжос, Н.В. Бойченко - Харків: Харк. Держ. ун-т харч. та торгівлі, 2008. - 323 с.
- 21.Литвиненко Т. Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. Є. Литвиненко // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах : зб. наук. пр. – К. : Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2017. – С. 123-128.
- 22.Лобач Ю. О. Особливості надання послуг підприємствами ресторанного господарства / Ю. О. Лобач // Туристичний та готельноресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 170-173.
- 23.Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
- 24.Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) Підручник. / Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 304 с.
- 25.Марценюк Л. В. Напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Наука та прогрес транспорту. – 2014. – № 6 (54). – С. 23–33.
- 26.Матеш В.А. Україна запрошує на відпочинок // Вісті з України. – 2015. – №4. - с. 54.

- 27.Мацука В. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні / В. М. Мацука // Вісник Маріупольського державного університету. Сер. : Економіка. – 2011. – Вип. 1. – С. 43–49.
- 28.Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 197-204.
- 29.Мельниченко С. В. Ресторанний бізнес в Україні: перспектива чи втрачена вигода? / С. В. Мельниченко, І. І. Присакар // Економічний простір. - 2015. - № 97. - С. 101-116.
- 30.Мокляк А.В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02. Київ, 2004. 206 с.
- 31.Мостенська Т.Л., Мостенська Т.Г., Ралко О.С. Створення робочих місць у «зеленій» економіці / Наукові праці НУХТ К.: НУХТ. 2015. № 5 С. 51–62.
- 32.Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : Центр навч. л-ри, 2016. – 348 с.
- 33.Організація готельно-ресторанної справи : навч. посібник / за ред. В. Я. Брича. – К. : Ліра-К, 2019. – 484 с.
- 34.Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник.: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н.О. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2011 584 с.
- 35.Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручник / За ред. Н.О. П'ятницької. К: КНТЕУ, 2006. 632 с.
- 36.Основні показники роботи харчової промисловості України доповідь / Департамент продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України, 2015. - 15 с.
- 37.Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

- 38.П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 465 с.
- 39.П'ятницька Н. Стратегічні чинники впливу на збутову діяльність закладів ресторанного господарства / Н. П'ятницька, Т. Амброзович // Вісник КНТЕУ. – 2017. – № 6. – С. 46–54.
- 40.П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / Н.О. Пятницька. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.
- 41.Павлова В. А. Про маркетинговий ефект послуги підприємства ресторанного господарства / В. А. Павлова // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2018. – № 6 (51). – Ч. II. – С. 84–90. – (Серія «Економічні науки»).
- 42.Перебийніс В. І. Маркетингове управління поведінкою споживачів послуг ресторанного господарства / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно // Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., (Полтава, 13–14 травня 2018 р.). – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2018. – Ч. 2. – С. 248–253.
- 43.Пятницька Н. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник /Пятницька Н. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.
- 44.Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій / О.М. Радіонова. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. – 67 с.
- 45.Ралко О.С. Теоретичні підходи до визначення ефективності організації. Наукові праці НУХТ –К.: НУХТ. 2012. № 44, с. 129–133.
- 46.Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій / А.І. Усіна, І.В. Сегеда. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. – 96 с.

- 47.Хамініч С.Ю. Ефективність методів управління маркетингом у сфері туризму // Південноукраїнський правничий часопис. – 2007. – №1. – с. 210-218.
- 48.Харічков С.К. Проблемні питання сталого розвитку рекреацій та туризму в Україні, Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2015. – №2. – с. 68.
- 49.Цьохла С.Ю. Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства // інвестиції: Практика та досвіт. – 2014. – №22. – с. 6-10.
- 50.Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні / С. І. Шепелюк // Вісник ДІТБ. – 2022. – № 17. – С. 262–268.
- 51.Як відкрити власний ресторанний бізнес URL: <https://fintramplin.com/yak-vidkryty-restoran/>(дата звернення: 25.05.2024)