МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»
Денна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА ПУСТИННИКА ДМИТРА МИРОСЛАВОВИЧА

на тему: «ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ»

Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних цінностей академічної доброчесності_____ Пустинник Д.М.

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доц.
_____*Семенчук А.О*

Робота допущена до захисту в ЕК «10» жовтня 2023р. протокол № 1874-СТ

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф. Інна РЄПІНА

Київ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління

Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»

ПОГОДЖЕНО	**ЗАТВЕРДЖУЮ**
Керівник проєктної групи (гарант) освітньо-професійної програми	Завідувач кафедри
Валентина ЛАВРЕНЕНКО	Інна РЄПІНА
_____ 20___ р.	_____ 20___ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Пустиннику Дмитру Мирославовичу
денної форми навчання
на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему «Організація підприємницької діяльності у сфері громадського харчування»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "13" серпня 2023 р .№ 1089-ст
Кваліфікаційна магістерська робота виконується за матеріалами :

План кваліфікаційної магістерської роботи	
Розділ 1	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Розділ 2	ДІАГНОСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ
Розділ 3	ПРОГНОЗУВАННЯ СТАРТАП АКТИВНОСТІ В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ-КОНДИТЕСЬКИХ
Розділ 4	СЦЕНАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ЛІДЕРСТВА В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Об'єкт дослідження:	процес організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування
Предмет дослідження:	сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів організації підприємницької діяльності

Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	узагальнення теоретико-методичних засад організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування та проектування роботи закладу на ринку послуг ресторанного господарства

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Створити теоретичний і методичний базис формування підприємницької діяльності

- Визначити основні теоретичні передумови формування та існування підприємницької діяльності
- Окреслити концептуальні засади організації основних бізнес-процесів підприємницької діяльності
- Розглянути методичні основи вимірювання ефективності підприємницької діяльності

У розділі 2	Виконати діагностику особливостей функціонування та розвитку сфери громадського харчування в Україні

- Проаналізувати сучасний ринок громадського харчування
- Надати загальну характеристику ефективності функціонування підприємств у сфері громадського харчування

У розділі 3	Здійснити прогнозування стартап активності в сфері громадського харчування на прикладі кафе-кондитерської

- Охарактеризувати особливості розробки та комерціалізації бізнес ідей у сфері громадського харчування
- Сформувати та окреслити процес впровадження напрямів забезпечення ефективності функціонування кафе-кондитерської

У розділі 4	Обґрунтування заходів для забезпечення конкурентоспроможності та лідерства в підприємницькій діяльності

- Розробка концептуального сценарію розвитку кафе-кондитерської
- Обгрунтування доцільності впровадженого сценарію та його вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку

Завдання підготував науковий керівник _____ Семенчук А.О
(підпис)

«_____»_____20___р.

Завдання одержав здобувач _____ Пустинник Д.М
(підпис)

«_____»_____20___р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 88 сторінок, 32 таблиці, 1 рисунок, перелік джерел посилання з 50 найменувань, 7 додатків.

«ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ»

Об'єктом дослідження виступає процес організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів організації підприємницької діяльності.

Метою роботи є узагальнення теоретико-методичних засад організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування та проектування роботи закладу на ринку послуг ресторанного господарства.

Основними завданнями кваліфікаційної магістерської роботи, які дозволяють досягти поставленої мети є:

- розробити концепцію закладу, обґрунтувати тип, спеціалізацію, спрямування на споживачів;
- спрогнозувати динаміку попиту;
- охарактеризувати сервісно-виробничий процес;
- розробити виробничі програми закладу ресторанного господарства згідно спроектованого попиту та динаміки завантаження зали;
- визначити кадрове забезпечення сервісно-виробничого процесу;
- розробити систему управління якістю надання послуг та виробництва продукції;
- визначити ефективність підприємницької діяльності запропонованого закладу;
- проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку послуг ресторанного господарства.

За результатами дослідження сформульовані висновки і пропозиції щодо організації підприємницької діяльності закладу громадського харчування.

Проведені в роботі розрахунки та запропонований бізнес-план дозволяють застосовувати його на практиці для створення та організації підприємства.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2023.

Рік захисту роботи кваліфікеаційної роботи 2023.

Ключові слова: підприємницька діяльність, ідея, підприємництво, кондитерська, стратегія, виробництво, продаж, конкурентоспроможність.

В і д г у к

наукового керівника про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету економіки та управління
освітньо-професійної програми «Підприємництво»

спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
ПУСТИННИКА ДМИТРА МИРОСЛАВОВИЧА

на тему: «ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ»

1. *Актуальність теми:* окреслена постійно зростаючим попитом у сфері громадського харчування та зміною в свідомості населення культури харчування. Тому останнім часом все більше популярними стають кофейні і кондитерські, які відкриваються біля житлових будинків та офісних будівель. Актуальність тематики роботи Пустинника Д.М. підтверджується досягненням максимальної економічної ефективності діяльності створеного кафе-кондитерської у відповідності до обраної концепції.

2. *Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи:* Кваліфікаційна магістерська робота Пустинника Д.М. висвітлює теоретико-методичні аспекти створення та організації підприємницької діяльності через призму принципів побудови підприємства та його основних бізнес-процесів. Автором зазначено основні тенденції сучасного ринку громадського харчування та здійснено аналітичне оцінювання ринку ресторанного господарства, окреслено основних конкурентів та визначено основні канали реалізації продукції. Запропоновано проект створення кафе-кондитерської та розроблено його сценарій розвитку, розглянуто і обгрунтовано маркетингову цінову політику закладу, основні напрями його діяльності, та визначено ефективність запропонованого проекту створення кафе-кондитерської.

3. *Наявність самостійних розробок автора.* Розробки, наведені в роботі, належать автору, виконані самостійно та свідчать про достатній рівень кваліфікації здобувача.

4. *Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:* В кваліфікаційній магістерській роботі матеріал викладено у змістовній та логічній послідовності, результати авторських досліджень узагальнені і підкріплюються аналітичними розрахунками. Розроблений автором проект може бути реалізований у підприємницькій діяльності.

5. *Наявність недоліків:* Автору варто було б поглибити методичний інструментарій вимірювання ефективності підприємницької діяльності у теоретичній частині, що вплинуло на загальноекономічний результат оцінювання підприємницької діяльності закладів харчування проведеного у другому розділі кваліфікаційної магістерської роботи. Дуже деталізовано описані виробничі процеси на підприємстві, що зміщує акцент з економічної складової ефективності впроваджуваного проекту. В роботі відсутнє оцінювання впливу реалізації запропонованого проекту на конкурентну ситуацію на ринку та конкурентоспроможність підприємства загалом.

6. *Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед Ек.* В цілому робота магістра Пустинника Д.М. відображає, що автор має необхідні знання, які відповідають кваліфікації фахівця. Дана робота може бути рекомендована до захисту перед Екзаменаційною комісією.

Науковий керівник:
Доцент кафедри бізнес-економіки
та підприємництва
доцент, к.е.н А.О. Семенчук
«20» листопада 2023р.

Рецензія

На кваліфікаційну магістерську роботу

здобувача вищої освіти Пустинника Дмитра Мирославовича

Рецензія

Тема:

Автор магістерської дипломної роботи обрав актуальну тему "Організація підприємницької діяльності у сфері громадського харчування", яка не лише відображає сучасні тенденції в галузі, але і відкриває широкий простір для дослідження і вдосконалення підходів до управління у цьому секторі.

Актуальність теми і доцільність її розроблення:

Актуальність теми беззаперечна, оскільки сфера громадського харчування є ключовою в сучасному підприємницькому середовищі. Розробка цієї теми в магістерській дипломній роботі виявляється доречною, оскільки вона вносить вагомий внесок у розуміння проблем і можливостей цієї галузі.

Якість проведеного дослідження:

Автор продемонстрував глибоке розуміння предмету дослідження і вміло використовував методи аналізу. Дослідження є комплексним і включає в себе аналіз організаційних аспектів, економічних та соціокультурних впливів на галузь громадського харчування.

Позитивні риси кваліфікаційної роботи:

Робота відрізняється чітким структурованим підходом та систематичністю у викладі матеріалу.

Автор успішно використовує сучасні теоретичні концепції і практичні приклади для підтвердження своїх висновків.

Високий рівень дослідницької роботи і оригінальність підходів до вирішення поставлених завдань.

Зауваження:

Дещо більше уваги можна б було приділити аналізу конкретних кейсів та практичних прикладів успішної організації громадського харчування.

Зазначте висновки більш конкретно і по можливості додайте порівняльний аналіз з іншими дослідженнями у цій області.

Практична значимість висновків і рекомендацій:

Висновки та рекомендації, представлені в роботі, мають велику практичну цінність і можуть бути використані підприємствами у сфері громадського харчування для вдосконалення організаційних процесів та стратегій розвитку.

Узагальнюючи, ця магістерська дипломна робота є важливим внеском у вивчення підприємницької діяльності у сфері громадського харчування та рекомендується до захисту.

Місце роботи та посада рецензента – ТОВ «АРТ-МАРК», директор Коба В.В

Місце печатки організації, де працює рецензент -

ЗМІСТ

ВСТУП 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 6

1.1. Основні теоретичні передумови формування та існування підприємницької діяльності 6

1.2. Концептуальні засади організації основних бізнес-процссів підприємницької діяльності 10

1.3 Методичні основи вимірювання ефективності підприємницької діяльності 21

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ 26

2.1. Аналітичне оцінювання сучасного ринку громадського харчування 26

2.2. Загальна характеристика ефективності функціонування підприємств у сфері громадського харчування 33

РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ СТАРТАП АКТИВНОСТІ В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ-КОНДИТЕСЬКИХ 39

3.1. Особливості розробки та комерціалізації бізнес ідей у сфері громадського харчування 39

3.2. Формування та впровадження напрямів забезпечення ефективності функціонування кафе-кондитерської 44

РОЗДІЛ 4. СЦЕНАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ЛІДЕРСТВА В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ 56

4.1 Розробка концептуального сценарію розвитку кафе-кондитерської 56

4.2 Обгрунтування доцільності впровадженого сценарію та його вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку 73

ВИСНОВКИ 80

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 83

ДОДАТКИ 89

ВСТУП

Актуальність теми. В контексті розвитку ресторанного господарства України та попиту на послуги ресторанного господарства існують тенденції, коли відвідувачів цікавлять заклади сімейного відпочинку, де можна смачно поїсти та провести час разом з родиною та дітьми. До класу таких закладів відносяться кафе-кондитерські, де можна випити кави та насолодитись десертом. Різноманіття видів десертів та гарячих і холодних напоїв дозволяє створити кафе з унікальним асортиментом кондитерських виробів, яке буде задовольняти потребу населення України та іноземних гостей у десертній продукції.

Зважаючи на це, доцільно розглянути проект кафе-кондитерської та роботи її основного цеху, а також запропонувати цікаве десертне меню та карту напоїв.

Метою даної роботи є узагальнення теоретико-методичних засад організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування та проектування роботи закладу на ринку послуг ресторанного господарства.

Об'єктом дослідження є це процес організації підприємницької діяльності у сфері громадського харчування.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів організації підприємницької діяльності.

Основними **завданнями** кваліфікаційної магістерської роботи, які дозволяють досягти поставленої мети є:

1) розробити концепцію закладу, обґрунтувати тип, спеціалізацію, спрямування на споживачів;

2) спрогнозувати динаміку попиту;

3) охарактеризувати сервісно-виробничий процес;

4) розробити виробничі програми закладу ресторанного господарства згідно спроектованого попиту та динаміки завантаження зали;

5) визначити кадрове забезпечення сервісно-виробничого процесу;

6) розробити систему управління якістю надання послуг та виробництва продукції;

7) визначити ефективність підприємницької діяльності запропонованого закладу;

8) проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку послуг ресторанного господарства.

Методичною базою дослідження є положення різних технологій та організацій ресторанного господарства та праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів у галузі ресторанно-готельного та туристичного бізнесу. Так, в роботі були використані загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного дослідження.

Структура роботи. Робота складається з вступу, 4-х розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Основні теоретичні передумови формування та існування підприємницької діяльності

Основні теоретичні передумови формування та існування підприємницької діяльності включають ряд ключових концепцій і теорій, що допомагають розуміти сутність і розвиток підприємництва. Коротко проаналізуємо позитивні та негативні аспекти деяких із них:

1.Теорія підприємництва Жозефа Шумпетера:

Інновації та творчий руйнівний процес: Шумпетер вважав, що підприємництво є процесом впровадження новаторських ідей (інновацій) у господарську практику. Підприємець виступає як агент зміни, який може викликати "творчий руйнівний процес", змінюючи звичайний порядок речей у господарстві. Позитивні аспекти: Підкреслення ролі інновацій та творчого руйнівного процесу сприяє розвитку господарства шляхом створення нових продуктів та ринків. Негативні аспекти: Може не враховувати всі аспекти підприємництва, зокрема стійкість та управління існуючими підприємствами.

2.Теорія підприємницької операційної теорії:

Роль підприємця у створенні нових підприємств: Ця теорія акцентує увагу на розумінні і вивченні процесів, які призводять до створення нових підприємств, розвитку та управління ними. Позитивні аспекти: Акцент на процесах створення та управління новими підприємствами важливий для розуміння практичної реалізації підприємництва. Негативні аспекти: Може виключати аспекти стратегічного розвитку та інновацій.

3.Теорія ресурсів і підприємництва:

Ресурсна перспектива: Підприємницька діяльність розглядається як використання та максимізація ресурсів, таких як фінанси, людські ресурси, технології тощо, для досягнення підприємницьких цілей. Позитивні аспекти: Зосередження на використанні ресурсів допомагає зрозуміти ефективне управління компанією та підтримку конкурентних переваг. Негативні аспекти: Може бути недостатньою в урахуванні соціальних та культурних аспектів підприємництва.

4.Теорія інновацій Ігоря Ансоффа:

Стратегії інновацій: Підприємництво розглядається як процес впровадження нововведень у всі сфери діяльності підприємства. Ансофф визначав стратегії інновацій, такі як розвиток нових продуктів чи нових ринків. Позитивні аспекти: Зосередження на стратегіях інновацій важливе для розвитку конкурентоспроможних підприємств. Негативні аспекти: Може вимагати більш гнучкого підходу до реалізації стратегій.

5.Теорія підприємницької культури:

Культурні аспекти підприємництва: Однією з передумов є розвиток підприємницької культури в суспільстві, що визначається цінностями, ставленням до ризику, підтримкою інновацій тощо. Позитивні аспекти: Підкреслення важливості культурних чинників сприяє формуванню сприятливого середовища для розвитку підприємництва. Негативні аспекти: Може бути менш придатною для аналізу конкретних стратегій та операцій.

6.Теорія соціального капіталу. Мережі та взаємодія: Основна ідея полягає у визнанні важливості соціальних зв'язків та мереж для підприємництва, а також в розумінні, як ці зв'язки впливають на доступ до ресурсів та можливостей. Позитивні аспекти: Визнання ролі соціальних мереж і взаємодії важливе для розуміння можливостей та обмежень підприємства. Негативні аспекти: Може потребувати більш конкретизованого застосування до підприємницького середовища.

Ці теоретичні концепції сприяють розумінню природи та розвитку підприємництва у різних аспектах, від інновацій та управління ресурсами до соціокультурних чинників.

Основним завданням бізнес-планування розвитку нового підприємства на регіональному ринку ресторанних послуг України є прискорення вирішення проблеми функціонування існуючих закладів готельно-ресторанного господарства як комплексних закладів. Ці комплекси проектуються та будуються разом із необхідною інфраструктурою, такою як ресторани, бари, автостоянки та бізнес-центри. Зараз багато з цих готелів працюють як окремі організації без єдиної системи надання послуг. Метою є сприяння подальшому вдосконаленню матеріально-технічних можливостей готелів, мотелів, кемпінгів та інших типів закладів розміщення відвідувачів України. Це буде зроблено з урахуванням їх спеціалізації (наприклад, бізнес, туризм, спорт, відпочинок) і відповідності міжнародним вимогам щодо рівня комфорту, що пропонується. Крім того, метою є створення ресурсного потенціалу, який гарантуватиме виконання запланованих обсягів послуг, оптимізацію операційних доходів і витрат, досягнення бажаних цільових показників прибутку та виконання запланованої прибутковості капітальних інвестицій.

Економічне обґрунтування бізнес-проекту створення нового закладу ресторанного господарства передбачає вирішення таких завдань:

1. Проектування операційних доходів закладу, в тому числі, роздрібного товарообороту і операційного доходу закладу ресторанного господарства (ЗРГ), доходів від іншої операційної діяльності, доходів від фінансової діяльності готельного підприємства;

2. Проектування обсягів та структури операційних активів;

3. Розроблення плану з праці;

4. Планування операційних витрат та собівартості послуг ресторанного підприємства;

5. Планування операційного прибутку у першому році створення та функціонування;

6. Діагностика отриманих фінансових результатів на перший рік створення;

7. Прогнозування основних економічних показників діяльності підприємства на найближчі п’ять – десять років їх функціонування.

8. Оцінка ефективності капітальних вкладень, окупності проекту.

Перший етап – визначення економічних показників діяльності підприємства, що забезпечать його успішний вихід на ринок та досягнення рентабельної роботи, виходячи з середньогалузевого рівня рентабельності (за показником чистого прибутку у % до чистого доходу від усіх видів підприємницької діяльності ЗРГ України), що склався в останні роки на регіональному ринку послуг.

Другий етап планування – прогнозування основних показників діяльності ЗРГ на наступні п’ять - десять років та оцінка періоду окупності капітальних вкладень.

Від виробничої програми ЗРГ залежить величина доходу від основної операційної діяльності, що відповідає за покриття витрат на послуги, визначення прибутку і задоволення потреби в матеріальних, трудових і фінансових ресурсах. Ця програма окреслює запланований обсяг основних і додаткових послуг, які надаватиме підприємство. З точки зору економічної природи дохід, отриманий від надання як основних, так і додаткових послуг, є ключовим показником операційної діяльності, яку проводить ЗРГ. Він відображає результати маркетингових зусиль, вжитих ЗРГ для залучення фінансової підтримки від споживачів, включаючи як іноземних, так і внутрішніх туристів, а також інших категорій відвідувачів. Ці особи обмінюють свої грошові кошти на послуги харчування, які пропонує ЗРГ, залежно від їхньої платоспроможності. Крім того, дохід, незалежно від його форми, є прямим результатом фінансово-господарської діяльності, яку

здійснює ЗРГ. Він виступає в якості найважливішого джерела коштів для виконання як внутрішніх, так і зовнішніх зобов'язань підприємства.

Основним джерелом доходів ЗРГ є операційна діяльність. Програма операційної діяльності нового підприємства на регіональному ринку послуг РГ охоплює сукупність напрямків його діяльності.

1.2. Концептуальні засади організації основних бізнес-процесів підприємницької діяльності

Моделювання бізнес-процесів широко використовується в різних практичних застосуваннях і відіграє вирішальну роль у проектах, спрямованих на реструктуризацію бізнес-процесів, а також розробку інформаційних систем і програмного забезпечення електронної комерції. Однак значна проблема полягає у виборі відповідних методів та інструментів моделювання через відсутність стандартизованих практик у цій галузі. Як наслідок, існує велика різноманітність методів і інструментів моделювання, кожен з яких використовує різні мови та термінології, які несумісні один з одним. Ці інструменти часто дорогі та трудомісткі у використанні. Відповідно, було започатковано численні проекти з інтеграції існуючих методів і мов моделювання з метою створення єдиної методологічної та технологічної основи для моделювання бізнес-процесів [11].

Одна з інтерпретацій бізнес-процесу – це структурована послідовність дій, які відбуваються протягом усього життєвого циклу господарського об’єкта. Це включає в себе такі дії, як концептуалізація ідеї, проектування процесу, його реалізація та досягнення бажаного результату. Цей процес є самодостатнім і охоплює етапи від отримання вхідних даних до доставки чи надання послуг, зрештою завершуючи певні етапи діяльності підприємства.

Визначення «бізнес-процесу» наразі нечітке, і не існує загальновизнаного визначення. У формальному розумінні його можна розглядати як обмежений набір дій, які включають такі поняття, як «вхід», «процес», «вихід», «управління», «постачальник процесу» та «клієнт процесу». Існують різні тлумачення бізнес-процесу, які разом допомагають пояснити цю концепцію.

Бізнес-процес – це набір бізнес-операцій, серія внутрішніх заходів, які починаються з одного або кількох вхідних даних і закінчуються виробництвом продукції, необхідної замовнику (замовник – не обов'язково зовнішній споживач по відношенню до підприємства, це може бути замовлення самої організації або конкретного працівника). Мета будь-якого бізнес-процесу – запропонувати споживачеві продукти, які задовольняють його з точки зору вартості, довговічності, обслуговування та якості. Продукція в даному випадку означає результат господарської діяльності, що має матеріальну чи нематеріальну цінність для конкретного споживача.

Під бізнес-процесом розуміється систематичний потік завдань і дій, які передаються від однієї особи до іншої або, у випадку більш складних процесів, між різними відділами в організації. Ці процеси можна окреслити на різних рівнях, але вони послідовно охоплюють певний початок, серію послідовних кроків і чітко визначену кульмінацію. Важливо відзначити, що не існує універсального стандартизованого каталогу процесів, тому кожна компанія повинна самостійно сформулювати та встановити власний набір процесів. Нарешті, це випливає з того, що таким чином досягається глибше розуміння власної ситуації в даній організації, коли вона описується процесами.

Також бізнес-процеси визначають як сукупність різних видів діяльності, в яких на «вході» використовується один або кілька видів ресурсів, а на виході виробляється продукт, який є цінним для споживача.

Усі визначення підкреслюють той факт, що бізнес-процеси тривають і включають певні вхідні ресурси, такі як ресурси, поява бізнес-ідей і створення нових продуктів або послуг. Результатом цих процесів є продукт, який

відповідає потребам і очікуванням споживачів. Таким чином, концепція бізнес-процесу охоплює всю організацію, починаючи від найвищих рівнів управління до найнижчих рівнів функціонування. [9].

Виходячи з визначення бізнес-процесу, завдання належить до області опису бізнес-процесу. При достатньо насичених ринках компанії хочуть підвищити свою прибутковість, розуміючи роботу своїх відділів і бізнес-процеси, в тому числі і їх вплив на фінансовий стан та фінансові результати діяльності підприємства. Але перш ніж почати говорити про корпоративну реструктуризацію, потрібно розібратися в поточній ситуації і, виходячи з її оцінки, реструктуризувати свої внутрішні бізнес-процеси. Зараз більшість компаній працюють над описом бізнес-процесів за допомогою різноманітних графічних інструментів. Використання графічних інструментів є результатом зручності та строгості створеного опису, оскільки, на відміну від текстового опису, модель набагато краще і чіткіше відображає логіку роботи. Якщо в текстовому описі все залежить від особи, яка створює опис, то з графічним описом, використовуючи певні стандарти моделювання, результат опису буде більш зрозумілим. Моделюючи бізнес-процеси та розраховуючи їх вплив на рейтинг підприємства на ринку, керівництво може спрогнозувати наслідки тих чи інших управлінських рішень і відповідно вплинути на кінцевий результат, покращивши окремі елементи процесів.

Але модель не є кінцевим результатом опису бізнес-процесу, потрібно багато документів, необхідних для реалізації бізнес-процесу (різні нормативні документи, штатний розклад, посадові інструкції, положення про відділи, специфікації впровадження інформаційних систем тощо). Тому вихідними документами для аналізу фінансового стану є звітні та облікові дані, а також інструкції щодо взаємозв’язків окремих елементів. При створенні системи аналізу фінансового стану потрібно скласти описи основних бізнес-процесів, які впливають на фінансові результати, а також схему отримання та використання даних для розрахунку показників фінансового стану на будь-

який момент часу. Після складання графічного опису бізнес-процесу необхідно створити текстовий опис процесу. Опис моделі вручну вимагає додаткових ресурсів, тому доцільно автоматично генерувати опис процесу на основі моделі. Насправді потрібно вміти написати програму, використовуючи просту мову програмування, яка буде виводити текстовий опис на основі намальованих моделей. Ця вимога виконується лише в досить потужних середовищах для опису бізнес-процесів [9].

Управління процесом відрізняється від функціонального управління тим, що воно охоплює створення та виконання серії дій, які спеціально розроблені для досягнення конкретних і кінцевих результатів. На відміну від функціонального управління, управління процесами зосереджено на розбитті бізнес-процесів на окремі елементи, кожен з яких має власний набір ресурсів на вході та результати на виході. Ці результати є дуже конкретними та вимірними. Роль менеджера процесів полягає в нагляді за результатами на кордонах цих елементів або підпроцесів, а не в контролі технологій, які використовуються для перетворення ресурсів у результати. Одним із ключових аспектів управління процесами є делегування повноважень і відповідальності. Виконавці або особи, відповідальні за виконання дій у рамках процесу, мають свободу вибору найбільш прийнятних технологій для досягнення бажаних результатів. Однак ця свобода пов’язана з очікуванням того, що виконавці мають необхідну кваліфікацію та досвід для ефективного виконання своїх завдань. Важливо відзначити, що кваліфікації, які не роблять позитивного внеску в загальні результати підприємства, вважаються непотрібними в контексті управління процесами. [8].

Застосовуючи процесний підхід, компанії можуть оптимізувати свою робочу силу, усуваючи непотрібні завдання, наповнюючи діяльність цілеспрямованістю та створюючи ефективну систему мотивації персоналу, яка відповідає загальній ефективності бізнес-системи. Такий підхід не тільки оптимізує розподіл ресурсів, але й сприяє більш ефективній та мотивованій

робочій силі. Процесний підхід забезпечує фундаментальну зміну фокусу, переходячи від управління окремими ресурсами до управління бізнес-процесами, які поєднують різні підрозділи всередині компанії. Цей зсув дозволяє організаціям визначити пріоритети для досягнення кінцевого результату цих процесів, покращуючи координацію операцій і, зрештою, призводячи до підвищення продуктивності праці та якості роботи. [1; с. 128].

Використовуючи зв’язки між моделями та маючи мову програмування, яка дозволяє аналізувати комунікаційні дані, можна збирати та аналізувати інформацію з усієї бази даних моделі, що дозволяє створювати звіти на основі даних з різних моделей.

Однак із середовища моделювання можна завантажити лише ті дані, які є там, які розміщені на моделях. Як правило, інструменти моделювання мають можливість генерувати звіти на основі моделей, дозволяють описати різні предметні сфери діяльності компанії і завжди можна включити будь-які дані, які можуть знадобитися в моделі. Якщо говорити про тематичні сфери, то це процеси, організаційна структура, IT-системи, знання, повноваження, дані, продукти/послуги, цілі тощо.

Проста генерація звітів навіть зі складними алгоритмами значно спрощує роботу, а збір матеріалів для аналізу та попереднього аналізу бізнес-процесів із застосуванням програмного забезпечення - ще одне завдання, над яким зараз працюють. Перевірка намальованих моделей відповідно до попередньо сформульованих правил, аналіз організаційних та інформаційних прогалин у процесах та вирішення інших проблем за допомогою програмного забезпечення - це може допомогти в розробці бізнес-процесів і полегшити виконання цієї складної задачі [9].

У сучасну епоху для промислових підприємств стає все більш необхідною для впровадження механізму управління бізнес-процесами, також відомого як BPM. Ця потреба виникає внаслідок постійного розвитку інформаційних технологій і використання організаційних і функціональних

методів проектування. Ефективне управління бізнес-процесами на промисловому підприємстві передбачає розробку оптимальної моделі для виконання цих процесів. Це передбачає визначення та визначення пріоритетів найважливіших процедур для ефективної роботи з подальшим глибоким аналізом та оцінкою на основі різних ключових параметрів, таких як витрати, доступність інформації, розподіл ресурсів та швидкість прийняття рішень тощо. Одним із ключових показників успішного впровадження BPM є помітне підвищення якості окремих процесів підприємства. Це включає в себе здатність визначати ефективні критерії та формулювати рекомендації, які окреслюють обов'язки кожного окремого працівника, а також враховують накладні витрати.

Загалом кажучи, структура бізнес-процесу стосується розташування та взаємозв'язку різних компонентів у бізнесі чи його процесах. Ці компоненти визначаються на основі бажаних цілей, функціональних завдань, спеціалізації шляхом комбінування та спільних зусиль. Важливо відзначити, що процесно-орієнтований підхід розглядає діяльність підприємства як сукупність процесів (на відміну від функціонального підходу, який розглядає її як сукупність функцій). Як наслідок, управління підприємством вимагає зосередженості на управлінні цими процесами. Розробка комплексної моделі процесу відіграє вирішальну роль в ефективному управлінні та оптимізації бізнес-процесів на підприємстві. Ця модель побудована з використанням структури самого бізнес-процесу. [3]

Без належного регулювання підприємства можуть рухатися різними шляхами кожного разу, коли виконується завдання. Ця відсутність послідовності може негативно вплинути на якість процесу та його результати. Встановлюючи правила та рамки, компанії можуть створити згуртований і стійкий механізм, який зможе протистояти таким викликам, як плинність кадрів та інші шкідливі фактори. Підсумовуючи, організаційне регулювання є життєво важливим для підтримки ефективності та результативності бізнес-

процесів. Встановлення правильного балансу в регулюванні має вирішальне значення для того, щоб процеси належним чином контролювалися, але не ставали надмірно обтяжливими. Впроваджуючи добре продумані правила, компанії можуть досягти більшої надійності, передбачуваності та загального успіху у своїй діяльності. Для часто виконуваних і послідовних бізнес-процесів необхідний більш високий рівень деталізації в регулюванні. Це гарантує, що всі аспекти процесу ретельно задокументовані та контрольовані. Однак для бізнес-процесів, які зазнають частих змін, може бути достатнім більш поверхневий рівень регулювання, оскільки він забезпечує більшу гнучкість і адаптивність. Однак знайти правильний баланс в організаційному регулюванні може бути складно. З одного боку, якщо правила є надто широкими та загальними, вони можуть не охопити ключових аспектів бізнес-процесу. З іншого боку, надто детальні правила можуть бути обтяжливими для управління та контролю, оскільки важливо включати лише ті елементи, які можна ефективно контролювати. Якщо імплементація та контроль ускладнюються, нормативні акти можуть бути неефективними. Тому вкрай важливо знайти золоту середину в плані організаційного регулювання. Організаційне регулювання відіграє вирішальну роль у забезпеченні безперебійного функціонування бізнес-процесів. Запроваджуючи ефективні правила, компанії можуть покращити свої системи управління, зробивши їх більш надійними та передбачуваними. Основними цілями організаційного регулювання є вдосконалення бізнес-процесів і збереження знань і досвіду зацікавлених сторін. [16].

Процес прогнозування економічного зростання компанії та аналіз різних аспектів її діяльності вимагає вивчення її економічного та соціального потенціалу, науково-технічних досягнень, промислового виробництва та загальних економічних і соціальних факторів. Це передбачає збір інформації з різних джерел, таких як накопичені знання та досвід, фактичні та статистичні дані, а також економічні та математичні моделі. На практиці існує кілька

методів прогнозування. Експертний метод передбачає опитування спеціалістів у цій галузі для отримання уявлень і думок щодо конкретного об’єкта чи предмета. Інший метод, відомий як екстраполяція, передбачає вивчення історичного розвитку об’єкта та визначення закономірностей, які можна спроектувати в майбутньому. Нарешті, моделювання передбачає побудову моделей, які імітують потенційні зміни та розвиток у майбутньому. [14; с. 122].

Щоб забезпечити узгоджений і комплексний підхід до прогнозування, існують певні принципи, якими керується процес. Ці принципи служать для уніфікації різних методів і моделей, що використовуються в прогнозуванні, і охоплюють різні аспекти практики. Деякі з ключових принципів прогнозування національної економіки включають наявність чітких цілей і завдань, забезпечення точності та відповідності прогнозу, розгляд альтернативних сценаріїв, систематизацію інформації, максимізацію ефективності та базування прогнозів на надійних наукових принципах. Прогнозування охоплює широкий спектр об'єктів, включаючи національну економіку, економіку різних галузей і галузей, економіку окремих регіонів і адміністративних одиниць, економіку окремих підприємств. Крім того, прогнозування передбачає також оцінку стану державного управління на різних рівнях, економічних послуг, що надаються органами місцевого самоврядування, економічних підрозділів підприємств.

Принцип цільового обмеження є найважливішим аспектом соціально-економічного прогнозування. Він заснований на забезпеченні змістовного опису предмета дослідження на основі заздалегідь визначених цілей дослідження. Крім того, концепція адекватності прогнозу стосується оцінки взаємозв’язку різних факторів у зростанні економіки країни та побудови теоретичної моделі, яка точно відтворює реальні економічні процеси за допомогою точних методів моделювання. Це означає, що перш ніж робити прогнози, важливо перевірити методи та моделі, які використовуються. Принцип альтернативного прогнозування виникає з потенційних коливань

економічного розвитку та соціально-економічних процесів, які можуть відбуватися в різних напрямках. Крім того, принцип системності підкреслює розгляд економіки як єдиного цілого з метою прогнозування. Принцип ефективності забезпечує ефективність прогнозу з урахуванням витрат, пов'язаних з його аналітичною підготовкою. Нарешті, принцип наукової обґрунтованості прогнозів підкреслює комплексне дослідження впливу об’єктивних економічних законів і законів суспільства на процес прогнозування. [3; с. 123].

Соціально-економічне прогнозування проявляється через свої функції:

1. нормативна функція, уможливлює реалізацію прогностичної моделі та застерігає владу від суб'єктивізму в їх діях;

2. Функція орієнтації виражається у визначенні об'єкта управління цілями суспільства в більш реалістичному напрямку та вибірковому підході до інформації;

3. функція попередження, завданням якої є інформування органів влади про можливі та фактичні відхилення об'єкта від прогнозної моделі.

Таким чином, прогнозування відіграє вирішальну роль у розумінні та передбаченні майбутніх економічних і соціальних умов суспільства. Він охоплює як соціально-економічні, так і науково-технічні аспекти і може бути класифікований на основі рівня управління та ступеня обґрунтованості. Завдяки прогнозуванню суспільства та організації можуть приймати обґрунтовані рішення та розробляти стратегії для досягнення бажаних цілей. Прогнозування можна розділити на дві основні категорії: соціально-економічне і науково-технічне. Соціально-економічне прогнозування зосереджено на прогнозуванні потенційних змін економічних і соціальних умов суспільства. З іншого боку, науково-технічне прогнозування спрямоване на розробку науково-технічних і технологічних стратегій реалізації планів, пов'язаних із соціально-економічним розвитком. За обґрунтованістю прогнози можна поділити на два види: пошукові (або експериментальні) і нормативні.

Дослідницьке прогнозування оцінює потенційні тенденції економічного розвитку без будь-яких заздалегідь визначених цілей. Він спрямований на дослідження та розуміння майбутніх можливостей. З іншого боку, нормативне прогнозування передбачає визначення методів і термінів досягнення бажаного стану економічного і соціального розвитку на основі досягнутих результатів. Він ґрунтується на заздалегідь визначених цілях і спирається на стандарти, встановлені заздалегідь, такі як ті, що встановлені нормативно-правовими актами. Крім того, прогнозування також можна класифікувати на основі рівня управління. Економічне прогнозування передбачає оптимальне досягнення виробничих завдань і загального економічного розвитку. З іншого боку, галузеве або регіональне прогнозування враховує внески та прогнози різних галузей промисловості та регіонів. Нарешті, прогнозування розвитку підприємства фокусується на конкретних тенденціях в економіці та соціальних аспектах, а також на останніх досягненнях у техніці та виробничих технологіях у компаніях, корпораціях та підприємствах. [15, 58 с.].

Прогнозування є надзвичайно важливою діяльністю, яка належить до компетенції органів державного управління і є однією з їхніх ключових функцій. Особливо в умовах ринкової економіки, де економічні відносини характеризуються горизонтальністю і обмежені можливості адміністративного впливу на виробників, значення прогнозування зростає.

Економічне прогнозування здійснюється на основі використання як загальнонаукових методів і дослідницьких підходів, так і конкретних методів, доцільних для наукового прогнозування економічних явищ. Серед загальних підходів виділяють: історичний, комплексний, системний, структурний, системно-структурний.

Історичний підхід передбачає аналіз кожного явища шляхом вивчення його історичних проявів. Прогнозування, з іншого боку, спирається на екстраполяцію існуючих законів і тенденцій, щоб передбачити модель майбутнього, якої зараз не існує. Розглядаючи злиття різних історичних

проявів одного і того ж явища, ми можемо переконатися, що поточний стан досліджуваного об’єкта є прямим наслідком його минулого розвитку, тоді як майбутній стан є природним результатом його прогресування в минулому та сьогоденні. .

Застосування комплексного підходу передбачає розгляд взаємопов’язаної та взаємозалежної природи різних явищ і використання методів дослідження, які включають не лише дані, але й ідеї з інших наукових дисциплін, які досліджують ті самі явища. Галузь політичної економії служить основою для просування наукового мислення щодо майбутнього розвитку. Крім того, для досягнення цієї мети теоретичні та практичні аспекти економічного прогнозування значною мірою покладаються на наукові інструменти та рамки, надані іншими соціальними науками.

Системний підхід – це метод, який передбачає аналіз як кількісних, так і якісних закономірностей імовірнісних процесів у складних економічних системах. Цей підхід має вирішальне значення в економічному прогнозуванні, оскільки дозволяє глибше зрозуміти, як працюють ці системи. По суті, будь-який аспект реальності можна розглядати як систему, що складається з різних взаємопов’язаних частин, які мають різні властивості та функції. Розуміючи ці властивості та функції, можна робити прогнози щодо поведінки системи. Для повного розуміння передбачуваної природи системи використовується структурний підхід. Цей підхід спрямований на виявлення глибинних причин досліджуваного явища, таким чином забезпечуючи цінне розуміння предмета.

Системно-структурний підхід охоплює два важливі аспекти. По-перше, це передбачає розгляд економічної системи як суб’єкта, що постійно розвивається, з урахуванням її різних компонентів та їх взаємодії. По-друге, потрібно розбити систему на складові структурні елементи та вивчити, як вони взаємодіють один з одним і з системою в цілому. Цей підхід дає нам змогу виявити моделі зв’язків, відносин та ієрархій між елементами системи.

Розуміючи цю динаміку, ми можемо отримати цінну інформацію про те, як система функціонує та розвивається з часом.

Соціально-економічне прогнозування передбачає використання різноманітних методів, які можна розуміти як сукупність способів мислення. На основі даних вони дають змогу вивести певні та достовірні судження про майбутній стан досліджуваного об’єкта. Тому створення системи аналізу фінансового стану підприємства має на меті визначення поточної ситуації, загроз банкрутства, а також майбутніх результатів діяльності в залежності від прийнятих управлінських рішень на поточний момент.

1.3 Методичні основи вимірювання ефективності підприємницької діяльності

Моделювання бізнес-процесу — це акт представлення суб’єктивного бачення робочого процесу через формальну модель, що складається із взаємопов’язаних операцій. Мета моделювання — організувати знання про компанію та її бізнес-процеси у візуально привабливому форматі, який легше аналізувати. На сучасному ринку, орієнтованому на технології, існує безліч спеціалізованих програм, які дозволяють компаніям досліджувати та створювати ці моделі. Вибір методик та інструментів для моделювання бізнес-процесів не різноманітний. Існують усталені, перевірені часом методики та інструменти, доступні для дослідження та моделювання компанії. Вони є перевагами, оскільки прості для розуміння та доступні для оволодіння людьми. Деякі з видатних методик включають SADT (Structured Analysis and Design Technique), групу стандартів IDEF (ICAM DEFinition) та алгоритмічні мови. Ці методики складають основу багатьох сучасних підходів до моделювання бізнес-процесів. Основні категорії методик моделювання та

аналізу бізнес-процесів включають моделювання бізнес-процесів, моделювання робочих процесів і моделювання потоків даних. Стандарт IDEF0 є найбільш часто використовуваною методологією для опису бізнес-процесів. Моделі, створені в нотації IDEF0, забезпечують загальний огляд діяльності компанії з точки зору функціональних можливостей. Моделювання потоку робіт, з іншого боку, використовує стандарт IDEF3, який нагадує алгоритмічні методи побудови блок-схем для опису робочих процесів. Нарешті, моделювання потоку даних використовує нотацію DFD (схема потоку даних), щоб відобразити послідовність завдань, які виконуються в рамках процесу, і потік інформації між цими завданнями. [7].

Основна сфера застосування бізнес-моделей – реінжиніринг бізнес-процесів. При цьому була представлена побудова поточної та майбутньої моделей діяльності, а також план і програма переходу від першого стану до другого.

Сучасні підприємства — це дуже складні системи, які включають численні взаємопов’язані функції та операції. Основна мета розробки моделей, полягає в тому, щоб отримати повне розуміння поточної та майбутньої діяльності підприємства, а також його функціонування для досягнення поставлених цілей. Важливо підкреслити, що моделі бізнес-процесів — це не просто проміжні результати, які використовуються консультантами для надання рекомендацій і висновків; скоріше, це цінні незалежні результати зі значними практичними наслідками, які мають бути чітко визначені під час їх створення. [15].

Бізнес-правила мають важливе значення в рамках моделі бізнес-процесу. Ці правила охоплюють широкий спектр нормативних актів і вказівок, зокрема корпоративну політику та державні закони. Як правило, бізнес-правила документуються в спеціальному форматі та можуть бути візуалізовані за допомогою моделей. Існують різні схеми класифікації для ефективної організації цих правил, але найповніша класифікація включає такі категорії:

факти, обмеження, керівні впливи та відповіді, оперативні вказівки, структурні обмеження та активатори операцій. [15, с. 195].

Перший етап цього процесу передбачає проведення експрес-діагностики наявних процесів. Це включає в себе аналіз і вибір показників, які потребують вдосконалення, визначення їх поточних і цільових значень, а також розробку моделі процесів верхнього рівня. Крім того, здійснюється пріоритезація та вибір процесів, які впливають на визначені показники, а також виявлення проблемних зон у процесах верхнього рівня підприємства. Нарешті, формується план подальших дій щодо вдосконалення цих бізнес-процесів. Впроваджуючи цей перший етап, керівництво компанії отримує краще розуміння поточних процесів. Вони також можуть встановити, як ці процеси співвідносяться з різними рівнями управління та рангами в організації. Крім того, вони можуть визначити, які процеси відіграють вирішальну роль у досягненні головної мети підприємства. Проектування та моделювання бізнес-процесів промислового підприємства відіграють важливу роль в управлінні ним. Цей процес включає кілька важливих компонентів, які необхідно дотримуватися в методологічній послідовності.

Крім того, увага приділяється гарантіям впровадження стандартів моделювання та опису бізнес-процесів. Це передбачає створення документів, які регулюють опис процесу, і розробку комплексної моделі процесу верхнього рівня. Додатково вибирається та моделюється пілотний процес, а на основі створених моделей розробляються сценарії формування звітності. Скрипти перевірки також створюються для забезпечення точності та надійності моделей. Зрештою, моделі публікуються в Інтернеті для доступності. Паралельно розробляється програма забезпечення впровадження бізнес-процесів на рівні підприємства. Ця програма включає визначення різних компонентів, таких як обов'язки керівництва, розподіл ресурсів, виробництво, аналіз і вдосконалення, а також управління нормативною документацією. [19].

Для того, щоб ефективно відобразити бізнес-процеси, необхідно прийняти спеціальну методологію, яка охоплює всебічне пояснення методів моделювання. Ці методи передбачають використання різних методів для точного представлення матеріальних аспектів підприємства за допомогою модельних об’єктів. Крім того, ця методологія передбачає систематичну процедуру, яка охоплює низку послідовних кроків, спрямованих на збір, обробку та представлення інформації у формі моделей, включаючи діаграми та документи.

Існують різні методи, які використовуються в області моделювання, які можна розділити на структурні та об'єктно-орієнтовані підходи до моделювання. Однак слід зазначити, що відмінність між цими двома категоріями є дещо умовною, оскільки найскладніші методи часто включають елементи обох підходів. Серед найбільш широко використовуваних методів є метод функціонального моделювання SADT (також відомий як IDEF0), метод моделювання процесу IDEF3, моделювання потоків даних DFD, метод ARIS і метод Ерікссона-Пенкера.

В даний час на ринку існує значний набір інструментів, які дозволяють людям будувати моделі бізнес-процесів різними засобами. Оцінка переваг кожного методу та середовища моделювання може бути визначена лише шляхом вивчення конкретного завдання чи проекту в межах його власних параметрів. [15, с. 197].

На завершення можна сказати, що використання технологій умовної оптимізації, таких як система SAS Marketing Optimization, зробило революцію в моделюванні бізнес-процесів на сучасних підприємствах. Завдяки точному прогнозуванню майбутніх фінансових результатів і аналізу даних клієнтів підприємства можуть оптимізувати свої маркетингові кампанії та максимізувати прибутки. Використовуючи систему оптимізації маркетингу SAS, компанії можуть створити середовище, яке розраховує потенційні зміни в уподобаннях, схильностях і прибутковості клієнтів. Крім того, він враховує

вартість пропозицій, надаючи цілісне уявлення про потенційні прибутки від кожного клієнта для різних пропозицій. Потім ці дані аналізуються, щоб визначити оптимальну комбінацію пропозицій і каналів для окремих клієнтів, забезпечуючи максимальну ефективність і ефективність охоплення цільової аудиторії. Система SAS Marketing Optimization пропонує низку переваг для бізнесу. По-перше, це дозволяє точно прогнозувати поведінку клієнтів і фінансові результати, дозволяючи компаніям приймати обґрунтовані рішення щодо своїх маркетингових стратегій. По-друге, він дає уявлення про економічну ефективність різних пропозицій, допомагаючи підприємствам ефективно розподіляти ресурси. Нарешті, це дозволяє компаніям пристосовувати свої маркетингові зусилля до окремих клієнтів, збільшуючи ймовірність залучення клієнтів і конверсії. Останнім часом зростає інтерес до моделювання бізнес-процесів сучасних підприємств. Однією з сфер уваги було використання технологій умовної оптимізації для моделювання різних аспектів, таких як фінансові результати та маркетингові кампанії. Однією з таких технологій є система оптимізації маркетингу SAS, яка пропонує комплексне рішення для прогнозування майбутніх фінансових результатів на основі розподілу бюджету та маркетингових стратегій. [6, с. 478-479].

Є кілька критичних питань у сфері управління підприємством, які все ще потребують значної уваги та вирішення. Ці проблеми охоплюють широкий спектр сфер, але деякі з найважливіших включають необхідність оптимізації стратегічного планування, зокрема врахування фінансових показників. Крім того, надзвичайно важливими є визначення ідеального розміру бюджету та структури для кожного процесу, вдосконалення процесів медіапланування, проведення всебічної оцінки фінансової політики та вирішення різноманітних інших проблем.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

2.1. Аналітичне оцінювання сучасного ринку громадського харчування

Ресторан планується відкривати у Деснянському районі міста Чернігів. Деснянський район Чернігова утворено 22 грудня 1973 року шляхом поділу міста на два окремих райони — Деснянський та Новозаводський. Межа між цими районами проходить по проспекту Миру. Деснянський район охоплює східну частину проспекту Миру, включаючи такі райони, як Дитинець, Третяк, Передгороддя, Окольний Град, Бобровиця, Площа П'ят Кутів, Ялівщина. Район займає площу 4870,3 га. Дані про сегментацію за видами діяльності населення району, взяті у відділі статистики міської державної адміністрації, наведено у Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Розподіл населення району за видами діяльності

№ з/п	Населення	Структура населення, %	Кількість тис. чоловік,
1	Школярі	15	45
2	Студенти	1	3
3	Діти	6	18
4	Пенсіонери	12	36
5	Безробітні	7	21
6	Працюючі	53	159
7	З обмеженими можливостями	6	18
	Всього	100	300

Джерело: розроблено автором на основі даних відділу статистики міської державної адміністрації

Підприємство, що проектується, планується розмістити в Деснянському районі. Заклад планується не дуже дорогим, доступним середньому споживачеві, сучасний із хорошою кухнею, яких не вистачає в Деснянському районі.

Як бачимо кількість працюючих в районі велика, також очікується залучення клієнтів з усього міста Чернігова, з інших районів міста, а також туристів та ін. за рахунок рекламного просування, акцій та підтримання середнього рівня цін, високої якості обслуговування, а також смачної кухні. Ще один особливий вид доходів підприємства – кейтерингове обслуговування.

Заклад планується розмістити окремим будинком по Кільцевій дорозі. В принципі область розміщення – житлова, проте за рахунок розміщення близько до шосе планується залучення клієнтів з інших районів, туристів, тощо. Таке розміщення також легше розрекламувати, воно є вигідним та кидається в очі.

Провівши дослідження м. Чернігова визначено динаміку розвитку ресторанних послуг в ареалі діяльності закладу протягом 2020 – 2021 років, оскілки під час повномасштабної війни заклади не відкривались. Дані наведені в Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Динаміка ринку послуг ресторанного господарства в місті

Показники	2020	2021	Відхилення ±
Загальна кількість закладів ресторанного господарства	9	10	1
Кількість закладів ресторанного господарства по класам:			
ресторан, в тому числі:	4	4	-
люкс;	-	-	-
вищий;	1	1	-
перший.	3	3	-
-бар:	2	2	-
люкс;	-	-	-
вищий;	2	2	-
перший.	-	-	-
- кафе;	3	3	-

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4
- закусочні;	3	3	-
Загальна кількість місць у тому числі	1560	1640	80
Кількість місць у закладах ресторанного господарства - ресторан:	1080	1080	-
люкс;	-	-	-
вищий;	100	100	-
перший.	980	980	-
- барах:	150	230	80
люкс;	-	-	-
вищий;	150	230	80
перший.	-	-	-
- Кафе;	200	200	-
- Закусочні;	130	130	-

Джерело: Головне управління статистики у Чернігівській області [5]

Щоб розробити успішну концепцію закладу, необхідно ретельно вивчити та проаналізувати конкурентів. Це передбачає врахування їхніх сильних і слабких сторін. При цьому всі заклади ресторанного господарства, розташовані в радіусі 1 км від визначеного місця, вважаються потенційними конкурентами, як зазначено в таблиці 2. 3. Проаналізувавши дані таблиці, можна помітити, що відбулося збільшення на одиницю. бар у кількості закладів ресторанного господарства порівняно з минулим роком. Загальна кількість закладів також значно зросла на 80 із загальною кількістю 1560 закладів у 2020 році та 1640 на початку 2022 року.

Таблиця 2.3 - Дислокація закладів ресторанного господарства м. Чернігова

Заклад	Адреса	Кількість місць
"Нітра" Ресторан,	м.Чернігів, пр. Перемоги, 147	250
"Дитинець" Ресторан,	м.Чернігів, вул. Преображенська, 18	210
"Mamma mia!" Ресторан	м.Чернігів, пр. Миру, 49	250
"Колиба" Ресторан,	м.Чернігів, вул. Воїнів Інтернаціоналістів, 1	290

Продовження таблиці 2.3

1	2	3
"Бумеранг" , кафе	пр-т Перемоги, 95-А	40
"Валері" ,кафе	пр-т Миру, 80	40
"Вега" , кафе	вул. Київська, 30	60
"Вікінг" ,кафе-бар	вул. Старобілоуська, 73	150
"Гетьман ",кафе-бар	пр-т Миру, 139	150
"Гетьман's Club" ресторан-бар	пр-т Перемоги, 83	200
Разом		1640

Джерело: складено автором на основі відкритих даних про заклади

Отже, робимо висновок, що проектований заклад буде цілком конкурентним, оскільки закладів із середнім рівнем цін та якісною кондитерською продукцією в районі мало.

Процес визначення необхідної кількості місць у мережі враховує кілька факторів. По-перше, враховується співвідношення самозайнятих осіб і тих, хто не є самозайнятими, а також переміщення людей у межах міста. Крім того, враховується кількість населення конкретної території. Для того, щоб визначити необхідну кількість посадочних місць у закладах ресторанного господарства, ми враховуємо кількість мешканців мікрорайону, а також кількість мешканців, які виходять і заходять на територію.

Враховуючи коефіцієнт внутрішньоміської міграції та нормативну кількість місць підприємства ресторанного господарства проводимо розрахунок необхідної кількості місць в мережі ресторанного господарства (формула 2.1).

За даними управління статистики, чисельність населення Чернігова становить близько 300 тис. осіб. Сюди входять різноманітні особи, які з різних причин тимчасово або постійно проживають у районі. Наприклад, близько 5000 робітників і службовців мігрують до Чернігова в пошуках роботи. З

іншого боку, є близько 100 тис. робітників і службовців, які переїжджають з Чернігова в інші регіони через такі чинники, як переведення з роботи, кар'єрне зростання чи особисті переваги.

Загальну кількість місць, доступних у мережі, відкритій для громадськості, можна визначити за допомогою спеціального математичного рівняння:

$$P=(H1*K*н)/1000, \quad (2.1)$$

де Р- розрахункова кількість місць у загальнодоступній мережі харчування, місць;

Н - чисельність місцевого населення, тис. чол.;

К - коефіцієнт внутрішньо міської міграції;

н - норматив місць на тисячу місць (40 місць на 1000 чоловік).

Отже: Р= (300*0,87*40)/1000=104 місць.

Коефіцієнт внутрішньо міської міграції, що враховує зміну чисельності населення в районі визначається за формулою:

$$K=(H_1-(H_3-H_2)*p)/H1, \quad (2.2)$$

Де H_1-чисельність проживаючого населення, тис. чол.;

H_2- приїжджаючі в район, тис. чол.;

H_3-від"їжджаючі з району, тис. чол.;

р - коефіцієнт непрацездатного населення , р=0,4-0,6.

$$K= (300-(100-5)*0,4)/300 = 0,87$$

За результатами розрахунку визначаємо можливий тип закладу ресторанного господарства для ареалу діяльності.

Питома вага закладів ресторанного господарства, котрі реалізують повний асортимент страв у середньому дорівнює 60%, серед них ресторанів – 35%, їдалень – 65%. Питома вага закладів, котрі реалізують обмежений асортимент страв становить 30%. Із них кафе та бари – 70%, закусочні – 30%.

204 х 60% = 122 (ресторани, їдальні)

204 х 30% = 61 (для кафе, барів, закусочних)

Для ресторанів необхідна кількість місць:

(122 х 35%)\100% = 43 (місць)

Для їдалень:

(122 х 65%)100% = 79 (місць)

Для барів: (61 х 70%)\100%= 43 (місць)

Дані заносимо у таблицю.

Щоб краще зрозуміти кількість посадочних місць у закладах ресторанного господарства, ми проведемо аналіз і порівняємо її з реальною кількістю. Цей аналіз включатиме використання рекомендованого відсоткового співвідношення закладів ресторанного господарства з урахуванням рівня міграції. Результати цих розрахунків разом із реальними показниками кількості місць у різних типах закладів можна знайти в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 - Визначення структури мережі закладів ресторанного господарства на 2023 рік

Тип закладу	**Співвідношення, %**	**У тому числі**	**Кількість місць у закладах ресторанного господарства**		
			розрах.	**Факт.**	**недост.**
Заклади з повним асортиментом страв	60	Ресторани 35%	43	115	-
Заклади з обмеженим асортиментом страв	30	Бари 70%	43	35	8

Джерело: складено автором на основі власних спостережень

Порівнявши кількість розрахункових та існуючих місць в закладах ресторанного господарства можна зробити висновок про незначну недостатність забезпечення послугами ресторанного господарства у Деснянському районі. Проте, ця недостатність буде більшою, якщо врахувати залучення споживачів із інших районів та «проїжджаючих» мимо клієнтів,

оскільки ресторан матиме зручне розташування – недалеко від Кільцевої дороги, та буде помітним із машини. З метою глибшого розуміння попиту на продукцію ресторанного господарства було проведено комплексне дослідження шляхом анкетування мешканців району. Основна мета цього дослідження полягала в тому, щоб знайти відповіді на кілька важливих запитань, зокрема: конкретні демографічні показники споживачів, які будуть купувати ці продукти, передбачувана кількість споживачів у регіоні, які саме продукти з більшою ймовірністю будуть придбані різні групи споживачів, орієнтовний діапазон цін на різні види продукції та послуг. Крім того, для забезпечення ретельного та всебічного аналізу було також проведено опитування населення, яке дало цінну інформацію про загальні вимоги та вподобання споживачів. Дані анкетування наведені в Додатку А.

У досліджуваному регіоні було опитано 450 осіб.

Що стосується типу ресторанного закладу, то більшість учасників (22%) обирають традиційні ресторани та кафе. У рамках цього налаштування респонденти надають першочергового значення якості кухні, причому 35% з них вважають її головним пріоритетом. Крім того, 30% учасників опитування високо оцінюють якість обслуговування персоналу ресторану. Аналізуючи дані, можна зробити висновок, що більшість відвідувачів Деснянського району – це люди середнього віку – 52% учасників опитування. Ці особи готові витратити понад 150 грн за разове відвідування ресторану та мають фінансові можливості для таких витрат. Крім того, вони мають вибагливий смак і високо цінують кухню закладу та якість обслуговування. У кулінарних уподобаннях опитування показало, що українська кухня посідає перше місце, їй віддають перевагу 30% респондентів. Слідом за нею йде італійська кухня, їй віддають перевагу 26% учасників, а на третьому місці центральноєвропейська кухня, якій віддають перевагу 20% респондентів.

Після ретельного вивчення відповідей, наданих в анкеті, можна визначити конкретний цільовий сегмент ринку, який буде найбільш

зацікавлений у наших пропозиціях. Цей цільовий ринок переважно складається з осіб працездатного віку, які демонструють явну перевагу як італійській, так і українській кухні. Крім того, ключовим фактором, який впливає на процес прийняття рішення при виборі ЗРГ, є якість страв, що подаються. З даних видно, що цей цільовий ринок відвідує заклади харчування на регулярній основі, відвідуючи їх кілька разів протягом тижня. Крім того, варто зазначити, що ці особи виявляють готовність витрачати значні суми, в середньому витрачаючи понад 150 грн за відвідування.

Отже проектований заклад припадає в потрібну нішу – кафе-кондитерська з переважно українською кухнею, середній рівень цін, що задовольнить вимоги кожного. Особливим попитом в проектованому закладі має користуватися кейтерінговий сервіс, проте цей сервіс не прив'язується до одного району або мікрорайону, розповсюджується на все місто та поза його межі (виїзд в передмістя).

2.2. Загальна характеристика ефективності функціонування підприємств у сфері громадського харчування

Щоб досконало зрозуміти конкурентний ландшафт, наші дослідницькі зусилля включатимуть комплексний аналіз навколишнього ринку. Наша мета полягає в тому, щоб визначити та ретельно вивчити основних конкурентів, які створюють виклик для створення нашої запланованої установи. Це включатиме проведення порівняльного аналізу, який передбачає створення детального конкурентного профілю, що дозволить нам отримати цінну інформацію про їхні сильні та слабкі сторони та загальні стратегії. (Таблиця 2.6)

Таблиця 2.6 - Конкурентні профілі закладів

КФУ	**Проектований заклад**	**Ресторан “Дитинець”**	**Ресторан «Нітра»**	**Кафе “Валері”**
Місце розташування	5	5	5	5
Режим роботи	5	4	4	4
Якість продукції	5	5	5	4
Якість сервісу	5	4	4	4
Інноваційність	5	5	4	2
Ціна та цінові знижки	5	2	3	2
Кваліфікованість персоналу	5	4	4	3
Інтер’єр	5	5	5	3
Потужність	5	5	5	4
Номенклатура послуг	5	4	4	3
Стимулювання збуту	5	4	3	3
Середній бал	5,0	4,3	4,2	3,4

Джерело: на основі оцінки закладів автором

Вивчаючи конкурентні профілі різних закладів, стає очевидним, що найбільшим показником є ресторан «Дитинець», який може похвалитися вражаючим середнім балом 4,3.

Дослідження ресторанного продукту вимагає проведення досліджень у закладах, які визнані основними конкурентами в галузі. Це передбачає ретельний аналіз і вивчення пропозицій, стратегій і вподобань клієнтів цих установ, щоб отримати повне розуміння конкурентного середовища. Важливо проаналізувати сильні та слабкі сторони цих конкурентів, щоб визначити потенційні можливості та загрози на ринку. Проводячи такі дослідження, можна отримати цінну інформацію, що дозволить розробити унікальний і привабливий ресторанний продукт, який виділяється серед конкурентів, - це ресторан “Дитинець” , ресторан «Нітра», кафе «Валері», дані дослідження наведено в Таблиці 2.7

Таблиця 2.7 - Якість ресторанного продукту закладів-конкурентів, бали

Заклад-конкурент	**Якість**						
	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
	Закуски	**Перші страви**	**Другі страви**	**Солодкі страви**	**Борошняні кондитерські вироби**	**Напої власного виробництва**	**Купівельні товари**
Ресторан “Дитинець”	8	9	8	6	7	7	8
Ресторан «Нітра»	7	-	8	9	7	8	9
Кафе «Валері»	7	-	6	6	6	5	7

Джерело: на основі оцінки закладів автором

Провівши комплексну оцінку гастрономічної пропозиції ресторану, стає очевидним, що «Дитинець» є беззаперечним лідером у всіх категоріях страв. Ретельно вивчивши зібрані дані про ціни в конкуруючих закладах, стає очевидним, що ці конкуренти використовують різні цінові стратегії, що дозволяє нам зробити важливі висновки щодо їхніх підходів. Ресторан “Дитинець” та кафе «Валері» мають поряд із високою якість продукції, високі ціни. Ресторан «Нітра» має відносно якісну продукцію та дещо нижчі ціни, аніж в інших.

Проаналізуємо переваги та недоліки, а також перспективні канали збуту продукції для проектованого підприємства ресторанного господарства.

Загальна стратегія каналів збуту повинна бути узгодженою та збалансованою, враховуючи переваги та недоліки кожного варіанту, щоб максимізувати досягнення бізнес-цілей.

Кафе, з його затишною атмосферою та вишуканою кулінарією, пропонує широкий асортимент готової продукції і послуг. Однак, його недоліками є обмежена кількість споживачів та малий обсяг реалізації.

Дані аналізу перспективних каналів збуту продукції та послуг наведено в Таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 - Канали збуту продукції та послуг закладу ресторанного господарства, що проектується

Канал збуту	**Характеристики каналів**	
	Переваги	**Недоліки**
1. Кафе	1. Широкий асортимент готової продукції і послуг 2. Затишна атмосфера 3. Вишукана кулінарія	1. Обмежена кількість споживачів 2. Малий обсяг реалізації
2. Доставка їжі додому	1. Додатковий збут продукції 2. Додаткова клієнтура	1. Необхідність у транспорті 2. Необхідність у додатковому персоналі – кур'єри, водії
3. Кейтерінговий сервіс	1. Додатковий дохід 2. Великі обсяги збуту продукції	1. Необхідність у транспорті 2. Необхідність у додатковому персоналі – бармени, офіціанти, - що будуть їздити на виїзд, водії

Джерело: на власній оцінці каналів збуту автором

Таким чином, спроектований заклад пропонує безліч значних переваг, зосереджених насамперед навколо послуги громадського харчування та варіантів доставки додому. Ці функції не тільки забезпечать значний додатковий дохід для компанії, але й гарантують, що кількість клієнтів не буде обмежена кількістю місць у ресторані та барі. Крім того, серед інших переваг, які варто взяти до уваги, є вигідне розташування закладу, зручне розташування біля автомагістралі, а також винятковий кулінарний досвід, який демонструє високоякісна кухня. Крім того, меню може похвалитися унікальними та вишуканими стравами, створеними шановним шеф-кухарем, що додає ексклюзивності вечері. Заклад також пишається тим, що надає першокласний сервіс, гарантуючи задоволення клієнтів. Крім того, заклад працює цілодобово, пропонуючи свої послуги 24/7, таким чином задовольняючи потреби найрізноманітнішого кола клієнтів.

Дослідження ринку в маркетингу передбачає вивчення та прогнозування потенційного розміру та масштабів конкретного ринку. Одним з аспектів цього дослідження є визначення місткості споживчого ринку ресторанних

послуг у межах конкретного району міста. Аналізуючи та прогнозуючи місткість ринку, компанії можуть отримати цінну інформацію про попит на ресторанні послуги в певному регіоні, що дозволить їм приймати обґрунтовані рішення щодо своїх маркетингових стратегій і бізнес-операцій:

$$M_{PP} = \sum_{i=1}^{n} (P_i \times K_i) \tag{2.3}$$

де M_{PP} - місткість ринку ресторанних послуг, ос.;

P_i - кількість місць в окремому закладі ресторанного господарства;

K_i - середня фактична оборотність одного місця в даному закладі за добу.

M_{PP} = 80*2,8 + 90*3,1 + 140*5,0 + 90*2,7 + 90*2,8 + 40*4,2 + 60*5,7 + + 75*3,2 + 45*4 = 2628 осіб

Розрахунок потенційної місткості ведеться за формулою:

$$M_{ПРР} = M_{PP} + \sum_{i=1}^{n} (P_i \times K_i), \tag{2.4}$$

де $M_{ПРР}$ – потенційна місткість ринку ресторанних послуг, чол.;

Р - кількість місць в окремому закладі ресторанного господарства, що будується, і буде введений в експлуатацію у розрахунковий період, місць;

K_i - середня оборотність одного місця в закладі даного типу за добу, разів.

Проведемо розрахунки:

$M_{ПРР}$ = 2628 + (70*2,8) + (30*6,4) = 3017 осіб

Місткість ринку минулого року незначно відрізняється від поточного, оскільки закладів збільшилося лише на одиницю, загальна місткість збільшилася на 80 місць. Відповідно місткість ринку за минулий рік становила:

M_{PP} = (80*2,8 + 90*3,1 + 140*5,0 + 90*2,7 + 60*2,0 + 40*4,2 + 60*5,7 + 75*3,2 + 45*4) = 2505 осіб

Результатом дослідження сегменту ринку є визначення кон’юнктури ринку за такими характеристиками:

– співвідношення попиту і пропозиції послуг;
– рівень і динаміку цін на послуги;
– стан конкуренції;
– вплив державного регулювання;
– природу сезонних коливань на послуги;
– сумарні та відносні грошові доходи споживачів;
– тенденції та перспективи розвитку певного ринку (сегменту ринку).

Для проектованого закладу найбільш перспективним напрямом є розширення переліку надаваних послуг, шляхом введення послуги кейтерингу. Етапами впровадження цього напряму можуть бути такі:

- придбання або залучення іншими шляхами транспортних засобів;
- розширення обсягів виробництва;
- набір додаткового персоналу.

Для проектованого закладу можливі наступні варіанти розширення:

- відкриття літнього майданчику біля ресторану;
- організація сервісу доставки їжі додому;
- відкриття додаткових ігрових залів (не лише більярд).

З метою розширення переліку надаваних послуг слід виконати такі завдання:

Етап 1. Розробити економічне обґрунтування доцільності розширення діяльності ЗРГ

Етап 2. Проаналізувати чинну нормативно-правову базу щодо питань роботи ЗРГ в обраному сегменті.

Етап 3. Визначити поточну концепцію розвитку ЗРГ

Етап 4. Розробити пропозиції стосовно створення фірмового образу проектованого ЗРГ після розвитку

Етап 5. Визначити основні організаційні заходи для забезпечення розвитку ЗРГ

РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ СТАРТАП АКТИВНОСТІ В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ-КОНДИТЕСЬКИХ

3.1. Особливості розробки та комерціалізації бізнес ідей у сфері громадського харчування

Основна мета будь-якої організації, незалежно від її структури власності, ієрархічного устрою чи інших факторів впливу, має бути зосереджена на забезпеченні найвищої якості продукції. Щоб забезпечити безперебійне функціонування та процвітання підприємства, воно має займатися виробництвом товарів, які спеціально розроблені для задоволення чітко визначених запитів споживачів. Крім того, ці продукти також повинні відповідати очікуванням і вподобанням кінцевих користувачів, відповідати переважаючим галузевим стандартам і відповідати нормативним умовам, пропонуючись при цьому за цінами, які залишаються конкурентоспроможними на ринку.

Підприємство спеціалізуватиметься на приготуванні страв класичної італійської кухні та різних варіацій на тему італійської кухні – авторських доробок шеф-кухаря.

Меню запропонує широкий вибір різноманітних, насичених і неповторно оригінальних варіантів на вибір клієнтів. При розгляді впливу технологічного процесу на загальну якість продукції, що виготовляється, виявляється кілька важливих аспектів. До них відносяться впровадження у виробничий процес найсучаснішого технологічного обладнання, забезпечення використання високоякісної сировини та необхідних комплектуючих,

утримання кваліфікованої та кваліфікованої робочої сили та наявність комплексних технологічних карт для керівництва.

Характеристика маркетингової цінової політики закладу

В основу маркетингової стратегії покладено припущення про реалізацію раціональної цінової політики. Враховуючи економічну ситуацію в Україні та умови світової фінансової кризи, вкрай важливо реалістично підходити до встановлення націнок і надбавок для ресторанного господарства. Важливо визначити таку ціну, яка була б не тільки психологічно привабливою для споживачів, але й нижчою за ціни, встановлені конкурентами. Крім того, обрана ціна повинна сприяти зростанню продажів продукту на ринку, максимізувати прибуток, забезпечити задовільний дохід і дозволити ресторану досягти точки беззбитковості в умовах гострої конкуренції та потреб споживачів, що змінюються. Діапазон націнки має становити від 15% до 45%, а максимальна націнка – 200%. Для порівняння, конкуренти, як правило, встановлюють націнки, що перевищують діапазон 200-250%.

Для отримання більшого доходу кафе планує запропонувати послуги кейтерингу та доставки їжі. Кафе важливо підтримувати високий відсоток (60-70%) продукції власного виробництва в загальному товарообороті, оскільки це вважається найбільш оптимальним для закладів подібної спрямованості. Оборот, або обсяг продажів ЗРГ, є ключовим показником його економічної ефективності. Ціни на позиції меню ресторану визначаються з урахуванням витрат на закупівлю сировини і продуктів харчування за оптовими цінами, а також торгових надбавок і відповідних націнок. У деяких випадках при продажу товарів, які вважаються соціально значущими, існують обмеження на максимальні торгові надбавки, які можуть застосовуватися.

Розмір торгової надбавки залежить від типу ресторанного закладу. Наприклад, у ресторанах, кафе і барах торгова націнка встановлюється в розмірі 200%. Для ефективного просування продуктів і послуг, які пропонує саме цей ресторанний заклад, важливо розробити комплексну маркетингову

стратегію. Ця стратегія повинна бути розроблена таким чином, щоб привернути інтерес і увагу потенційних споживачів. Для досягнення цієї мети буде реалізовано ряд маркетингових заходів. Ця діяльність спрямована на вплив та поведінку споживачів шляхом культивування бажаних звичок, смаків, намірів і загального стилю взаємодії. Ключові компоненти цієї маркетингової стратегії включають рекламу, стимулювання збуту та пропаганду. Реклама передбачає поширення переконливої інформації, закликів і рекомендацій для привернення уваги споживачів до пропозицій ресторану. Стимулювання збуту передбачає впровадження короткотермінових заходів стимулювання для заохочення потенційних споживачів до взаємодії з закладом. Нарешті, пропаганда використовується для стимулювання попиту на продукти шляхом поширення комерційно важливої та науково значущої інформації про них.

Характеристика маркетингової комунікаційної політики закладу

У сучасному діловому світі неможливо уявити підприємство, що працює на ринку товарів і послуг, без ефективних комунікацій. Успіх і зростання будь-якого бізнесу значною мірою залежать від його політики маркетингових комунікацій, яка охоплює чотири важливі інструменти: рекламу, зв’язки з громадськістю, стимулювання збуту та особистий продаж. Серед цих засобів реклама виділяється як найбільш значущий і впливовий засіб стимулювання збуту. Його головні цілі включають покращення сприйняття споживачами позитивних властивостей продуктів або послуг, що пропонуються, надання інформативної інформації про товари та послуги та створення широкої популярності пропозицій.

Основною метою рекламної кампанії є ознайомлення всіх потенційних клієнтів на місцевому ринку з унікальними можливостями та послугами, які пропонує планований ресторанний заклад. Для досягнення цієї мети кампанія включає кілька стратегічних заходів. По-перше, рекламні щити будуть стратегічно розміщені в робочій зоні кафе з інформацією про пропоновані

послуги та години роботи. Крім того, на прилеглих адміністративних будівлях та зупинках громадського транспорту будуть встановлені рекламні вивіски, що забезпечить максимальну видимість та доступність. Крім того, у місцевих газетах будуть розміщені рекламні оголошення, що висвітлюють конкретні якості послуг кафе-кондитерської. Для подальшого підвищення впізнаваності бренду на фасаді закладу буде встановлено світлову рекламу, яка слугуватиме як нагадуванням, так і стимулом для потенційних клієнтів. Нарешті, рекламний логотип буде помітно розміщений на одноразовій упаковці страв, що відіграватиме вирішальну роль у підвищенні впізнаваності бренду. Реалізуючи таку комплексну рекламну кампанію, заклад ресторанного господарства прагне ефективно представити свої пропозиції бажаній споживчій базі.

Реклама різноманітних видів діяльності ресторанного бізнесу позитивно вплине на торгівлю та зацікавить потенційних клієнтів. Рекламні зусилля передусім включатимуть рекламні кампанії в друкованих виданнях, розповсюдження інформаційних листівок у певних місцях, доставку рекламних матеріалів безпосередньо до поштових скриньок у місцевості, демонстрацію ресторану на білбордах та сітілайтах по всьому місту, взаємодію з потенційними клієнтами через радіо реклами та, можливо, навіть у телевізійних передачах. Крім того, публікація газетних статей може бути ефективним способом охоплення ширшої аудиторії та служити формою «безкоштовної реклами», якщо ЗРГ отримує схвалення газети, створюючи таким чином потужний маркетинговий інструмент для бізнесу та його продуктів.

Крім того, наявність публікацій може сприяти сприйняттю об’єктивності серед людей, що зрештою приносить користь ресторанному закладу, створюючи позитивну репутацію без необхідності надмірних витрат на рекламу. Отже, саме різноманітний асортимент і найвищий калібр продукції в кінцевому підсумку стануть найефективнішою формою реклами.

Витрати на рекламу будуть досить солідними, проте окупляться. Детальніші розрахунки витрат на рекламу та їх окупності проводяться у бізнес-плані проекту ресторанного господарства. Нижче наведені приблизні ціни на рекламні заходи:

Таблиця 3.1 - Бюджет рекламної кампанії проектованого закладу ресторанного господарства на 2023-2024 рік

Види рекламних заходів	**тис. грн.**
Виготовлення рекламних листівок	3,2
Світлові установки (вивіска закладу)	1,0
Поштові послуги	0,15
Разом	4,15
Виготовлення рекламного стенду	0,2
Вартість меню-візитки	1,5
Розробка слайд-шоу	1,5
Разом	3,2
Дозвіл міської адміністрації на встановлення рекламних щитів:	
- на центральній вулиці міста	1,7
- на вулицях району	1,3
Вартість виготовлення рекламних щитів (9 шт.)	4,0
Вартість встановлення рекламних щитів (9 шт.)	1,0
Разом	8,0
Вартість виготовлення рекламних плакатів	0,8
Вартість монтажу рекламних плакатів	0,2
Рекламні сувеніри (настінні календарі, запальнички, авторучки, блокноти)	0,6
Разом	1,6
Разом одноразових витрат	15,35
Розміщення реклами у мережі “Інтернет” (за рік)	3,15
Разом рекламний бюджет на 2024 рік	18,5

Джерело: Розроблено автором на основі [26]

Ця диференціація рекламних витрат дозволяє охопити різні канали просування, включаючи традиційні (лістівки, вивіски) та сучасні (Інтернет). Планування також передбачає витрати на дозвіл та установку рекламних щитів, що може бути важливим в місцевому контексті.

3.2. Формування та впровадження напрямів забезпечення ефективності функціонування кафе-кондитерської

Ресторанна індустрія є різноманітною та динамічною сферою, яка включає виробництво та торгівлю як саморобними, так і купленими товарами, призначеними в основному для негайного споживання в закладі. У цій галузі підприємства можуть відрізнятися за спеціалізацією, сезонними пропозиціями, потужністю тощо. Комплексне підприємство, наприклад, — це сукупність установ різного типу, розміщених в одній будівлі, де виробництво й управління повністю централізовані. З іншого боку, підприємства більш загального характеру, такі як їдальні, ресторани, кафе та закусочні, обслуговують широке коло клієнтів, пропонуючи різноманітний асортимент страв і напоїв. Крім того, в ресторанному господарстві існують спеціалізовані підприємства, такі як ресторани, кафе, закусочні, які в основному зосереджені на виробництві та продажу певного асортименту напоїв і покупних товарів. Серед таких спеціалізованих закладів можуть бути ресторани, що спеціалізуються на національній кухні, кондитерські кафе, пельменні закусочні та ін.

Заклади ресторанного господарства поділяються на різні типи, такі як ресторани, бари, кафе, їдальні, закусочні, буфети та інші. Крім того, ресторани та бари додатково класифікуються за різними класами, включаючи розкіш, вищий і перший. Класифікація цих закладів базується на сукупності загальних характеристик, які охоплюють торгово-виробничу діяльність. Ці характеристики включають асортимент продукції, що надається, рівень обслуговування, різноманітність доступних послуг, якість використовуваних матеріально-технічних ресурсів.

Ресторанна індустрія охоплює широкий спектр закладів, кожен зі своєю унікальною пропозицією та атмосферою. Це традиційні ресторани, де клієнти можуть посидіти та насолодитися їжею, бари, де подають напої та легкі закуски, кафе, які створюють затишну атмосферу для кави та випічки, та кафетерії, які пропонують різноманітні страви у форматі самообслуговування. Крім того, є їдальні, які обслуговують офіційні страви, снек-бари, які пропонують швидкі перекуси для клієнтів, які подорожують, буфети, які пропонують широкий вибір страв за фіксованою ціною, і фабричні заклади закупівель, які зосереджуються на пошуку джерел. інгредієнти безпосередньо від постачальників. Крім того, існують заводи-кухні, які виробляють харчові продукти для розповсюдження, домашні кухні, які пропонують домашні страви в більш інтимній обстановці, і ресторани на спеціальні замовлення, також відомі як кейтерингові послуги, які обслуговують конкретні події та випадки. З такою різноманітністю закладів ресторанна індустрія справді задовольняє будь-які смаки та вподобання.

Визначення типів закладів ресторанного господарства регламентується ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація". Згідно з цим стандартом класифікація кафе за різними ознаками наведена на рис. 3.1.

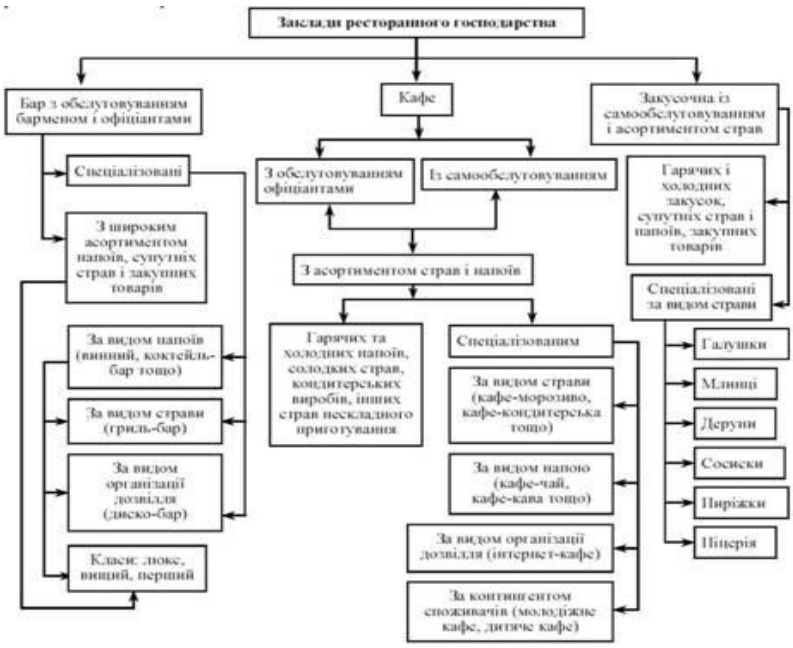

Рис. 3.1 Класифікація барів, кафе, закусочних [9; 148]

Кафе — це тип ресторану, який пропонує різноманітний вибір зручно приготованих страв, чудових десертів і освіжаючих напоїв, якими можна насолоджуватися як самообслуговуванням, так і за допомогою офіціанта. Кафе можуть мати різні форми, включно з тими, які пропонують комплексні страви, і ті, які зосереджені на конкретних кулінарних особливостях. Наприклад, ви можете знайти кафе, які спеціалізуються на вишуканих кондитерських виробах, спокусливому морозиві, солодощах на молочній основі або навіть кафе, які обслуговують лише любителів вареників. Варіанти безмежні, дозволяючи людям насолоджуватися улюбленими кулінарними вишукуваннями, насолоджуючись унікальною атмосферою та обслуговуванням, які можуть запропонувати кафе.

Доступні різні типи кафе, такі як кав'ярні, кафе-бари, кафе-пекарні та чайні. Кав'ярні пропонують широкий вибір кави та супутніх товарів. Кафе-бари характеризуються наявністю бару всередині торгового залу кафе або поруч з ним. Кафе-пекарні спеціалізуються на виготовленні та реалізації хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на території підприємства. Чайні салони пропонують широкий вибір чаю, а також кондитерських, хлібобулочних та борошняних кулінарних виробів. Ще один вид кафе – таверна, яка вирізняється своєю пропозицією національної кухні, що супроводжується великим і різноманітним вибором алкогольних напоїв на розлив.

Кафетерій - це тип ресторану, який пропонує самообслуговування та широкий вибір зручно приготованих страв і напоїв. Відрізняє його розміщення в обідній зоні торгово-технологічного обладнання, спеціально призначеного для роздачі їжі. Кафетерії зазвичай зустрічаються в навчальних закладах, установах, промислових підприємствах, об’єктах роздрібної торгівлі та ін., де вони сприяють споживанню за допомогою столових прилавків.

Кондитерське кафе - це вид бізнесу, який спеціалізується на продажу не тільки кави, але і різноманітного вибору кондитерських виробів, в наявності

до 15 найменувань. Ці заклади часто надають клієнтам додаткову зручність: свіжі газети та журнали, щоб насолоджуватися ними, насолоджуючись солодощами. Яскравий приклад таких кафе можна знайти в жвавому місті Париж, де ці заклади здобули славу та популярність. На відміну від традиційних ресторанів, кондитерські кав'ярні зазвичай не віддають перевагу гарячим стравам у своєму меню. Однак цікаво відзначити, що в деяких країнах, таких як Австрія та Німеччина, ці кафе все ще можуть задовольнити запити батьків, які бажають мати гарячі страви, такі як омлет, приготовані спеціально для своїх маленьких дітей. [8, с. 82].

Кафе часто знаходяться в готелях, а не як окремі заклади. Для готелю не обов’язково мати кафе, але готелі зазвичай пропонують маленьке кафе поряд із рестораном. Додаткове кафе надає розширений вибір десертів, напоїв та інших кулінарних і кондитерських виробів. Він також пропонує варіант самообслуговування, обслуговуючи клієнтів, які мають обмежений час і вважають за краще не обідати в ресторані з повним набором послуг. Однак у деяких випадках кафе все ще можуть наймати офіціантів для обслуговування столиків. Бувають також випадки, коли кафе спеціально створюється для обслуговування персоналу готельного комплексу. Як правило, кафе розташовані на першому поверсі готелю.

Кафе-кондитерські можуть створюватись при розважальних дитячих центрах, в місцях родинного відпочинку, на фуд-кортах торговельних центрів та у інших місцях, де споживачеві може бути потрібна послуга забезпечення десертною та кондитерською продукцією. Кафе-кондитерські можуть торгувати покупною продукцією, а можуть мати власну пекарню і продавати кондитерські вироби як для споживання у кафе. так і на виніс. Кафе-кондитерські можуть мати власну службу доставки або користуватись послугами сторонніх компаній, таких як «Глово» чи «Ракета». Кафе-кондитерські можуть надавати послуги кейтерингу по обслуговуванню дитячих днів народження чи інших заходів (кофе-брейк на конференціях

тощо). Отже, діяльність кафе-кондитерських може бути різноманітною і включати окрім основних ряд додаткових послуг. Тому доцільно врахувати ці особливості при проектуванні нових кафе як засоби підвищення конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства.

Кондитерські цехи - це особлива категорія цехів, які є в різних закладах ресторанного господарства. Ці заклади можуть бути як заготівельними підприємствами з виробництва кондитерських напівфабрикатів, так і загальнодоступними мережами, такими як кафе, ресторани, їдальні. Якщо на підприємствах громадського харчування невеликі кондитерські цехи існують, то на заготівельних підприємствах кондитерські цехи значно більші за розмірами, мають сучасне технічне оснащення, а тому є більш прибутковими. Ці цехи відповідають за виготовлення широкого асортименту кондитерських виробів, включаючи дріжджове, пісочне, листкове, бісквітне, заварне тісто. Крім того, виробляють напівфабрикати з дріжджового, пісочного та листкового тіста. [22].

Кондитерські цехи організовуються в ресторанах, крупних їдальнях, кафе, комбінатах харчування, фабриках-кухнях і столових.

Кондитерські цехи класифікують по їх продуктивності і асортименту продукції, що випускається.

По продуктивності розрізняють цехи потужністю 3, 5, 8 і 10 тис. виробів в день.

На крупних підприємствах заготівок продуктивність кондитерських цехів може доходити до 20, 30 і більше тисяч виробів в день.

Процес виготовлення борошняних кондитерських виробів складається з декількох етапів. Це включає зберігання та підготовку сировини, наприклад просіювання борошна та приготування яєць. Далі готується і замішується тісто. Потім тісто обробляють і ділять на частини. З тіста формуються вироби. Після цього вироби проходять розстойку, випікання та охолодження. Крім того, кондитерський цех готує оброблені напівфабрикати, такі як креми,

сиропи, помадки. Нарешті, продукти проходять подальшу обробку, перш ніж вони будуть готові до продажу. Виробничий план кондитерського цеху складається з урахуванням запитів покупців і замовлень, які вони отримують від обробних підприємств. Асортимент продукції, що створюється кондитерським цехом, визначається тим, наскільки він продуктивний. Якщо кондитерський цех може виробляти до 3000 виробів на день, він зазвичай виготовлятиме вироби з 2-3 видів тіста (наприклад, дріжджове, пісочне або листкове), які не потребують обробки кремом (наприклад, торти, кекси тощо). листкове тісто). Однак, якщо потужність кондитерського цеху може виробляти більше 3000 виробів на день, вони будуть виготовляти різноманітні вироби з використанням різних типів тіста, в тому числі тих, які потребують обробки кремом.

Планування та поділ приміщень кондитерського цеху визначаються Правилами забудови та інструкціями з проектування підприємств громадського харчування. У кондитерському цеху, який виробляє до 10 000 виробів на день, необхідно кілька різних ділянок. До них відносяться комора і холодильна камера для добової подачі продуктів, приміщення для обробки яєць, просіювання борошна, замішування і бродіння тіста, а також приміщення для обробки, розстойки і випікання кондитерських виробів. Додатково є приміщення для приготування напівфабрикатів, обробки кондитерських виробів, миття посуду та обладнання, зберігання готових кондитерських виробів, розміщення тари, миття тари, кімната для начальника цеху. Нарешті, є також експедиційна зона. За останні кілька десятиліть виробництво кондитерських і борошняних виробів зазнало змін у зв'язку з перепрофілюванням багатьох заготівельних підприємств. Це призвело до відокремлення кондитерського і борошняного цехів, хоча на невеликих підприємствах ці цехи можуть об’єднуватися.

Борошняний цех працює за певним технологічним процесом, який складається з кількох етапів. Починається з підготовки сировини, яка після

надходження в цех вивантажується в склади добових запасів. Потім борошно просівають у спеціальному приміщенні, а потім передають у цех, де тісто замішують, обробляють і випікають для створення різних борошняних виробів. Для забезпечення високої якості дріжджового тіста є відведене приміщення для вистоювання тіста на дріжджах. Після того, як вироби готові, вони зберігаються на складі на стелажах, поки не будуть готові до відправки для відправки. Так само кондитерський цех також дотримується певного технологічного процесу. Починається з підготовки продуктів, потім йде приготування та випікання тіста та інших кондитерських виробів. Після процесу запікання вироби охолоджуються і проходять подальшу обробку. Потім вони складаються в стопки та проходять ще один раунд охолодження та консервації. Нарешті, продукти готові до транспортування до відповідних місць призначення.

Процес починається з розвантаження сировини в окремі склади щоденного постачання, де одні потребують охолодження, а інші ні. Борошно просівають і роблять необхідні приготування для різних продуктів. Це включає в себе створення різних видів тіста, які проходять подальшу обробку і випікання для отримання пісочного, листкового, заварного і бісквітного тіста. Після випікання виробам дають охолонути перед обробкою кремами, джемами та іншими декоративними напівфабрикатами. Ці покращені продукти потім поміщають у контейнери та знову охолоджують перед зберіганням у охолоджуваних або неохолоджуваних камерах, призначених для готових продуктів. Тільки після цього процесу зберігання продукція готова до відвантаження та відправляється в експедиції. [23].

Відповідно до приведених схем борошняний і кондитерський цехи проектують у такий спосіб.

У великих кондитерських цехах можуть передбачатися додаткові приміщення для виконання окремих завдань, таких як приготування бісквітного тіста та охолодження виробів. У обробно-пекарному цеху можуть

бути окремі ділянки для приготування різних видів тіста, наприклад, дріжджового, листкового, пісочного, бісквітного, заварного. Кожна зона оснащена необхідним обладнанням для виконання поставлених завдань. Борошняний цех складається з кількох приміщень і відділень різного призначення. До них відносяться комора, де зберігається добовий запас, приміщення для приготування продуктів, приміщення для просіювання борошна, відділення для замісу тіста, відділення для обробки і випічки, приміщення для розстоювання дріжджового тіста, холодильна камера для склад напівфабрикатів, комора для готової продукції, кімната для миття яєць, мийне обладнання, комора для пакувальних матеріалів, комора для тари для готової продукції, кабінет начальника цеху. Так само кондитерський цех також має різні приміщення та відділення. До них відносяться комора для зберігання добового запасу, холодильна камера для зберігання добового запасу, приміщення для підготовки продуктів, приміщення для просіювання борошна, відділення для приготування тіста, відділення для обробки і випікання, приміщення для приготування крему, відділення для приготування тіста, відділення для випічки. приміщення для обробки продукції, відділення для приготування сиропу та помадки, холодильне приміщення для зберігання напівфабрикатів, холодильне приміщення для зберігання готової продукції, приміщення для зберігання готової продукції, приміщення для обробки яєць, приміщення для обробки мішків. , дрібного інвентарю, прибирального інвентарю, комора для тари, комора для тари готової продукції, кімната начальника цеху.

Кондитерські та борошняні цехи меншої потужності, не більше 5 тис. найменувань, окремих приміщень не мають. Натомість виділяють приміщення спеціально для переробки продуктів та яєць. З іншого боку, кондитерські і борошняні цехи потужністю до 15 тис. найменувань проектуються з різними відділеннями. Ці відділення включають зони прийому добових запасів сировини, обробки яєць, підготовки сировини і тіста, обробки і випікання,

охолодження і обробки продуктів, короткочасного зберігання готової продукції, а також мийне обладнання і холодильну камеру для консервації вершків. на основі готової продукції. За місцем розміщення кондитерський і борошняний цехи розміщені єдиним блоком на другому і третьому поверхах заготівельного підприємства. При багатоповерховості підприємства таке розміщення забезпечує легкий доступ і зв'язок із зонами прийому та зберігання сировини, а також з експедиційним районом. Планування приміщень стратегічно розташовується послідовно, дотримуючись технологічного процесу. Це гарантує, що рух сировини та готової продукції відбувається за найкоротшими шляхами.

Майстерні оснащені різноманітним обладнанням та інструментами, які були спеціально розроблені для полегшення різноманітних технологічних процесів, які відбуваються в них. У механічній майстерні можна очікувати, що ви зустрінете велику кількість обладнання, такого як сита, машини для замішування тіста, перекидачі, машини для ділення та округлення, машини для розкатки тіста, збивальні машини, універсальні приводи, а також комплексні системи, призначені для ефективного видалення пилу борошна. і скоринки тіста з пакетів. Холодильний цех повністю оснащений широким асортиментом холодильних шаф різного розміру та місткості. Також є столи з охолоджуваною поверхнею, спеціально призначені для розкочування та обробки виробів з пісочного та листкового тіста. Крім того, в наявності розбірні холодильні камери для зберігання як продуктів і напівфабрикатів з листкового тіста, так і начинок, кремів і сиропів. Переходячи до термічної майстерні, ви знайдете безліч корисного обладнання, наприклад духовки, автомати, спеціально розроблені для смаження пирогів, трикамерні пекарні шафи для більш ефективного процесу випікання, лотки для зручного використання, розстойні шафи для забезпечення ідеального приготування. вистоювання тіста, автоклави для стерилізації, а також комплекси, обладнані трьохполковими люльками, спеціально призначеними для розстоювання тіста.

Нарешті, допоміжний цех повністю обладнаний виробничими столами, рухомими стелажами для зручного зберігання та організації, піддонами для ефективного транспортування, секційними столами з вбудованим холодильником для зручності, шафами, спеціально розробленими для сушіння кондитерських мішків, чанами для мисок для тіста та мийні ванни з сітчастими вставками для ефективного очищення [4; 154].

У кондитерському цеху використовуються: тістомісилки, тісто-рокзаточні, машини збивачок, універсальний привід П-Н або ПУ-0,6 з комплектом змінних механізмів (м'ясорубка Мс2-70, просіювач Мс24-300, багатоцільовий механізм Мс4-78-20), варочні казани, електроплити, електропекарні шафи, холодильне устаткування.

У крупних кондитерських цехах організовуються механізовані лінії розвантаження борошна з машини, завантаження його в бункери подачі з бункера ковшовим транспортером і шнеком в просіювач, а звідти в автоборошноміри, які регулюють дози муки для завантаження діж машин тістомісилок. Застосування механізованих ліній сприяє поліпшенню умов праці працівників цеху, ліквідації важкої ручної праці вантажників, скороченню втрат від розпилу борошна.

Для виконання основних операцій технологічного процесу в кондитерському цеху організовують робочі місця для обробки яєць, замісу тесту, оброблення листкового тіста, оброблення інших видів тесту (дріжджового, пісочного, заварного) і формування виробів, расстойки, випічки і охолоджування виробів, приготування обробних напівфабрикатів, обробки виробів.

Коли яйця розпаковують, їх ретельно перевіряють за допомогою овоскопа, щоб переконатися в їх свіжості та загальної якості. Після того, як яйця вважаються прийнятними, їх поміщають у спеціально розроблений ґратчастий кошик. Потім цей кошик занурюють у першу ванну, де яйця проходять ретельне очищення теплою водою. Це початкове миття слугує для

видалення будь-яких поверхневих домішок або забруднень, які можуть бути присутніми на яйцях. Підсумовуючи, процес обробки та санітарії яєць передбачає використання овоскопа для перевірки якості, а також серії ванн, спеціально розроблених для забезпечення чистоти та безпеки яєць. Цей ретельний процес гарантує, що яйця, які постачаються споживачам, мають найвищу можливу якість і вільні від будь-якої потенційної небезпеки для здоров’я. Після цього початкового миття решітчастий кошик, у якому все ще містяться яйця, опускають у другу ванну. Ця ванна містить спеціальний розчин, що складається з 2% хлорного вапна. Яйця залишаються в цьому розчині протягом п'яти хвилин. Цей крок є вирішальним, оскільки розчин хлорного вапна ефективно знищує будь-які залишки бактерій або патогенів, які можуть бути присутніми на яйцях. У третій ванні яйця витримують в 2 % - ном розчині соди і, нарешті, в четвертій — обполіскують в проточній воді.

Банки із замороженим меланжем для відтавання поміщають у ванну з гарячою водою температурою не вище 45° З на 2—3 год.

У приміщенні для просіювання муки і замісу тесту організовують два робочих місця. На робочому місці для просіювання муки використовують малогабаритні просіювальні машини, що є змінним механізмом до універсального приводу ПГ-0,6, продуктивністю 300 кг/год, або електричне вібросито ВЕ-350 продуктивністю 350 кг/ч. Мішки з мукою укладають на дерев'яні стелажі. Потім в міру необхідності мука з мішків висипається в бункер просіювальної машини.

На робочих місцях, призначених для замішування тіста, існує два варіанти тістомісильних машин: ТММ-1М з трьома валковими діжами об’ємом до 140 л кожна або МТІ-100 з однією діжею об’ємом 100 дм3. . Додатково є машина МТМ-15 з чашею 15 дм3. Виробничий стіл оснащений вбудованою мийною ванною і гнучким шлангом для наповнення посуду водою. Для допомоги в приготуванні компонентів тіста є ще один виробничий стіл з ящиками. Пластикові ящики під кришкою столу містять амоній, харчову

соду та різне обладнання, наприклад скребки та шпателі. На кожному робочому місці є стандартний стіл довжиною 1,25 метра. Діжа тістомісильної машини оснащена шкалою, яка відображає поділки, що вказують відповідний рівень води та об'єм для замішування тіста. Торговельні ваги використовуються для точного зважування борошна та інших інгредієнтів. Після того, як дріжджове тісто замішане, його розкочують у тепле місце, зазвичай біля електричних пекарських шаф.

Устаткування в приміщеннях цехів розміщають послідовно, по ходу технологічного процесу, з дотриманням припустимих відстаней, перпендикулярно вікнам для забезпечення нормальної освітленості робочих місць.

РОЗДІЛ 4. СЦЕНАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ЛІДЕРСТВА В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

4.1 Розробка концептуального сценарію розвитку кафе-кондитерської

Враховуючи режим роботи підприємства, кількість відвідувачів за кожну годину роботи розраховують за формулою

$$N_{год} = P\ \varphi\ X / 100, \qquad (4.1)$$

де P – місткість залу (кількість місць); φ – оборотність місця в залі протягом однієї години; X – завантаження залу на дану годину, %.

Підсумовуючи кількість відвідувачів за кожну годину роботи підприємства, отримують кількість відвідувачів за один день

$$N_{день} = \sum N_{год}. \qquad (4.2)$$

Оскільки в нас проектується кафе-кондитерська, то графік роботи кафе ми встановимо з 10.00 до 22.00. Відповідно до даного графіку роботи розрахуємо завантаженість зали (Табл. 1.)

Таблиця 4.1 - Динаміка завантаження залу підприємства (кафе-кондитерська «Дольче Тайм»)

№ пор.	Години роботи підприємства	Оборотність одного місця	Середній відсоток завантаження	Кількість відвідувачів, осіб
1	10-11	1,5	16	15
2	11-12	1,5	16	15
3	12-13	1,5	31	30
4	13-14	1,5	35	34
5	14-15	1,5	31	30
6	15-16	1,5	23	22
7	16-17	1,5	19	18

Продовження таблиці 4.1

1	2	3	4	5
8	17-18	1,5	19	18
9	18-19	0,5	32	10
10	19-20	0,5	35	11
11	20-21	0,5	35	11
12	21-22	0,5	28	9
Разом				223

Джерело: оцінка очікуваної завантаженості зали автором

Отже, загальна кількість споживачів за день складає 223 відвідувачі. Середня оборотність місця за день: 223/64 = 3,5, що відповідає типовій оборотності для закладів типу кафе.

Щоб визначити кількість страв, проданих за певний день у закладі, необхідно знати добову кількість відвідувачів. Для підприємств, які пропонують меню з необмеженим вибором страв, розрахунок ведеться за встановленою формулою.

$$n = N_{день} \times m, \tag{4.3}$$

де n – кількість страв, яка реалізується за день;

m – коефіцієнт споживання страв.

Розбивання загальної кількості страв, що реалізуються за день, на окремі групи здійснюють за формулами

$$n_1 = N_{день} \times m_{хс}$$
$$n_2 = N_{день} \times m_{пс}$$
$$n_3 = N_{день} \times m_{дс}$$
$$n_4 = N_{день} \times m_{слс}, \tag{4.4}$$

де n_1, n_2, n_3, n_4 – кількість холодних, перших, других і солодких страв; $N_{день}$ – кількість відвідувачів за день; $m_{хс}$, $m_{пс}$, $m_{дс}$, $m_{слс}$ – коефіцієнт споживання, відповідно, холодних, перших, других і солодких страв.

Кожна група харчових продуктів має свої підгрупи. Наприклад, солодкі страви можна розділити на желейні, гарячі, холодні та морозиво. Таким чином, кількість страв у кожній підгрупі можна розрахувати за такою формулою:

$$n_{хс1} = N_{день} \cdot m_{хс} \cdot m_{хс1}, \tag{4.5}$$

де $n_{хс1}$ – кількість холодних страв першої підгрупи, яка реалізується за день; $N_{день}$ – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи залу; $m_{хс}$,– коефіцієнт споживання холодних страв; $m_{хс1}$ – коефіцієнт споживання холодних та перших страв першої підгрупи.

При кількісному визначенні кількості холодних страв, других страв і десертів, а також борошняних і кондитерських виробів цифри округлюють до цілого числа. До основних груп посуду входить посуд з авторським брендом. Розрахунок кількості гарячих і холодних напоїв, кондитерських виробів, хліба визначається за встановленими нормами споживання, що діють для даного типу закладу, і розраховується за встановленою формулою.

$$n_н = N_{день} \times H, \quad (4.6)$$

де $n_н$ – кількість напоїв, кондитерських виробів і хліба; H – норма споживання.

Отримані результати зводять у табл. 4.2 та 4.3.

Для кафе-кондитерської коефіцієнт споживання страв складає m = 0,3, тому

$$n = N_{день} \times m = 223*0,3 = 67 \text{ страв}$$

Таблиця 4.2 - Співвідношення страв в асортименті для кафе-кондитерської «Дольче Тайм»

Найменування страв	Масова частка від загальної кількості страв		Масова частка від даного виду страв	
	масова частка, %	кількість страв, шт.	масова частка, %	кількість страв, шт.
Солодкі	100	67		
Гарячі			20	13
Жельовані			10	7
холодні			45	30
морозиво			25	17
РАЗОМ		67		67

Джерело: оцінка співвідношення страв в асортименті автором на основі спостережень

Таблиця 4.3 - Кількість страв іншої продукції власного виробництва і товарів, що купуються

Продукт	Одиниця вимірювання	Норми споживання на одну людину	Вихід на загальну кількість споживачів
Гарячі напої			
чай	Порція	0,1	22
кава	Порція	0,7	156
какао	Порція	0,2	45
Холодні напої			
фруктова вода	Порція	0,09	20
мінеральна вода		0,00	0
натуральний сік	Порція	0,15	33
Власного виробництва	Порція	0,06	13
Хліб та хлібобулочні вироби	кг		
житній		0,00	0
пшеничний		0,00	0
Борошняні кондитерські вироби	шт.	1,75	390
Булочки, пиріжки	Шт.	0,75	167
Цукерки, печиво, шоколад	кг	0,06	13

Джерело: оцінка кількості страв іншої продукції власного виробництва, що купується, автором на основі спостережень

Отже, ми розрахували, скільки видів кожної продукції повинно бути представлено в меню кафе тепер на основі цих даних ми можемо скласти меню, врахувавши можливі страви, які будуть запропоновані відвідувачам кафе-кондитерської «Дольче Тайм»

Меню складаємо у вигляді табл. 4.4. В меню входять всі страви та вироби – як ті, що виробляють на підприємстві, так і покупні товари (безалкогольні напої, кондитерські та хлібобулочні вироби.).

У складанні нашого меню ми враховуємо багатогранні палети смаку, пропонуючи широкий вибір страв та виробів. В ньому можна знайти не лише традиційні страви, які будуть готуватися на власному підприємстві, а й унікальні кулінарні шедеври з покупних товарів. Кожен пункт меню створений з урахуванням кулінарних стандартів та оригінальних рецептів, щоб задовольнити гастрономічні пристрасті.

Таблиця 4.4 - Меню кафе-кондитерської «Дольче Тайм»

№ рецептури	Назва страви	Вихід, г	Ціна, грн.
Солодкі страви			
1083/1070	Млинці під фруктовим соусом	100	50
968	Мусс малиновий	110	40
913	Фруктовий салат	150	80
Згідно ТТК	Желе «Мозаїка фруктова»	150	50
Згідно ТТК	Мікс з фруктів та горіхів	150/50	80
-	Морозиво ванільно-лимонне	150	40
-	Морозиво з фруктами та шоколадом	200/20/20	80
Напої			
1010	Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	200	20
1011	Чай чорний «Грінфілд» з молоком чи вершками	200	20
1014	Кава чорна розчинна	100	30
1016	Кава з молоком чи вершками	200	35
Згідно ТТК	Какао розчинне з молоком	200	35
-	Сік «Садочок» апельсиновий	200	20
-	Сік «Садочок» яблучний	200	20
-	Сік «Садочок» мультивітамін	200	20
Згідно ТТК	Сік фреш в асортименті	200	
-	Вода солодка «Оранж»	500	30
-	Вода солодка «Лимон»	500	30
-	Вода солодка «Фанта»	500	30
-	Вода солодка «Спрайт»	500	30
Кондитерські та хлібобулочні вироби			
згідно ТТК	Тістечко медове	250	50
згідно ТТК	Тістечко Тірамісу	200	50
згідно ТТК	Тістечко Наполеон	140	40
згідно ТТК	Тістечко заварне	110	30
згідно ТТК	Кекс ванільний	60	30
згідно ТТК	Кап-кейк шоколадний	40	40
Згідно ТТК	Пиріжки з малиновим джемом	60	15
Згідно ТТК	Пиріжки з полуницею та агрусом	60	15
Згідно ТТК	Булочки з маком	40	25
Згідно ТТК	Булочки з корицею	40	40
-	Печиво Американка з шоколадом та цукатами	40	25
-	Шоколад чорний з горіхами	50	20

Джерело: складено автором на основі [41]

Підсумовуючи, створення меню передбачає ретельний розгляд різноманітних факторів, щоб гарантувати, що клієнти отримають різноманітні та задовільні страви. Різні типи меню задовольняють різні потреби та вподобання, пропонуючи клієнтам низку варіантів на вибір. Для тих, хто

потребує певних дієтичних потреб, є меню, розроблене спеціально для дієтичних обмежень. Ці меню пропонують страви, які відповідають певним дієтичним вимогам, наприклад вегетаріанські, безглютенові або низькокалорійні. Нарешті, є банкетні меню, які розроблені для особливих подій або великих зібрань. Ці меню пропонують широкий вибір страв і часто налаштовуються відповідно до конкретних уподобань і потреб заходу. Ще один вид меню – це комплексне меню на сніданок, обід або вечерю. Ці меню забезпечують повноцінну їжу з певною комбінацією страв, гарантуючи, що клієнти отримають повноцінний та задоволений обід. Складання кошторисного меню передбачає складання різноманітних страв і кулінарних виробів і враховує кілька важливих факторів. До цих факторів належать мінімальний асортимент, необхідний для різних типів закладів громадського харчування, наявність сезонних інгредієнтів, потреба в різних стравах у різні дні тижня, специфічні способи приготування, уподобання місцевого населення і навіть місцеві клімат. Залежно від типу закладу громадського харчування та бажаного стилю обслуговування, можна запропонувати кілька різних типів меню. Перший тип - це меню, яке дозволяє клієнтам вільно вибирати страви з набору варіантів. Це дає клієнтам свободу вибору страв, яким вони віддають перевагу.

Меню містить повний перелік страв, які організовані в певному порядку. Кожній страві присвоюється рецептурний номер, назва, інформація про основний продукт, гарнір, соус і кількість порцій. Кількість порцій кожної страви визначається виходячи з процентного співвідношення різних груп страв. Відповідальність за складання щоденного плану меню несе керівник виробництва, наприклад шеф-кухар або бригадир. Цей план складається за день до варіння і повинен бути затверджений директором підприємства. У план-меню страви розташовуються за категоріями: холодні закуски, перші страви, другі страви, треті страви, комплексні обіди. [15].

При складанні плану меню враховуються різні чинники, такі як наявність сировини, уподобання і запити клієнтів, а також можливості підприємства громадського харчування виготовити потрібні страви. Після того, як план-меню остаточно складений і затверджений, відповідальна особа, будь то кухар, бригадир або начальник, складає заявку або рахунок на отримання необхідної сировини з комори. Для документального оформлення план-меню складається в одному примірнику та підписується директором. Однак важливо зазначити, що план-меню дійсний лише один день, тому наступного дня його передають до бухгалтерії для обліку.

На основі меню складаємо план-меню за формою (табл. 4.5)

Таблиця 4.5 - План-меню кафе-кондитерської «Дольче Тайм» на 64 місця

№ рецептури	**Назва страви**	**Кількість порцій, шт.**	**Вихід, г**
	Солодкі страви		
1083/1070	Млинці під фруктовим соусом	13	100
968	Мусс малиновий	10	110
913	Фруктовий салат	10	150
Згідно ТТК	Желе «Мозаїка фруктова»	7	150
Згідно ТТК	Мікс з фруктів та горіхів	10	150/50
	Напої		
1010	Чай чорний «Грінфілд» з лимоном	11	200
1011	Чай чорний «Грінфілд» з молоком чи вершками	11	200
1014	Кава чорна розчинна	56	100
1016	Кава з молоком чи вершками	100	200
Згідно ТТК	Какао розчинне з молоком	45	200
Згідно ТТК	Сік фреш в асортименті	13	200
	Кондитерські та хлібобулочні вироби		
згідно ТТК	Тістечко медове	75	250
згідно ТТК	Тістечко Тірамісу	75	200
згідно ТТК	Тістечко Наполеон	75	140
згідно ТТК	Тістечко заварне	75	110
згідно ТТК	Кекс ванільний	45	60
згідно ТТК	Кап-кейк шоколадний	45	40
Згідно ТТК	Пиріжки з малиновим джемом	60	60
Згідно ТТК	Пиріжки з полуницею та агрусом	60	60
Згідно ТТК	Булочки з маком	40	40
Згідно ТТК	Булочки з корицею	40	40

Джерело: створено автором на основі ТТК [40]

Меню на підприємстві складається виключно зі страв і продуктів власного виробництва. Тому до нього не включені солодкі води, соки, морозиво та печиво.

Отже, ми склали план-меню з врахуванням розрахункової кількості страв кожного виду.

Розрахунок кількості страв на кожну годину роботи на підприємстві проводиться на підставі таблиці завантаження залу та плану-меню. Цей розрахунок виконується за формулою Ng = m × K (4.7), де m представляє загальну кількість страв із певною назвою, а K — коефіцієнт розрахунку, визначений за формулою K = Nh/Nday (4.8). У цій формулі Nh представляє кількість споживачів, які заходять до торгового залу за одну годину, а Nday представляє загальну кількість споживачів за день. Для розрахунку коефіцієнта перетворення страв за кожну годину роботи застосовується формула, але тільки для тих страв, які готуються в кондитерському цеху.

Розрахуємо коефіцієнти для кожної години:

$К_{10-11}$ = 15/223 = 0,07

$К_{11-12}$ = 15/223 = 0,07

$К_{12-13}$ = 30/223 = 0,13

$К_{13-14}$ = 34/223 = 0,15

$К_{14-15}$ = 30/223 = 0,13

$К_{15-16}$ = 22/223 = 0,10

$К_{16-17}$ = 18/223 = 0,08

$К_{17-18}$ = 18/223 = 0,08

$К_{18-19}$ = 10/223 = 0,04

$К_{19-20}$ = 11/223 = 0,05

$К_{20-21}$ = 11/223 = 0,05

$К_{21-22}$ = 9/223 = 0,04

Таблиця 4.6 - Графік реалізації страв кондитерського цеху

Страви	Кількість страв, реалізованих за день, порцій	Години реалізації страв											
		10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22
		Коефіцієнт перерахунку											
		0,07	0,07	0,13	0,15	0,13	0,10	0,08	0,08	0,04	0,05	0,05	0,04
		Кількість страв, реалізованих за 1 год											
		Сололкі страви											
Млинці під фруктовим соусом	13	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Мусс малиновий	10	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0
Фруктовий салат	10	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0
Желе «Мозаїка фруктова»	7	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Мікс з фруктів та горіхів	10	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0
		Кондитерські та хлібобулочні вироби											
Тістечко медове	75	5	5	10	11	10	8	6	6	3	4	4	3
Тістечко Тірамісу	75	5	5	10	11	10	8	6	6	3	4	4	3
Тістечко Наполеон	75	5	5	10	11	10	8	6	6	3	4	4	3
Тістечко заварне	75	5	5	10	11	10	8	6	6	3	4	4	3
Кекс ванільний	45	3	3	6	7	6	5	4	4	2	2	2	2
Кап-кейк шоколадний	45	3	3	6	7	6	5	4	4	2	2	2	2
Пиріжки з малиновим джемом	60	4	4	8	9	8	6	5	5	2	3	3	2
Пиріжки з полуницею та агрусом	60	4	4	8	9	8	6	5	5	2	3	3	2
Булочки з маком	40	3	3	5	6	5	4	3	3	2	2	2	2
Булочки з корицею	40	3	3	5	6	5	4	3	3	2	2	2	2

Джерело: створено автором на основі власних спостережень.

Отже, ми склали графік погодинної реалізації, на основі якого буде визначатись потреба в трудових ресурсах та сировині.

Оскільки план-меню може змінюватись під час роботи підприємства, виробничу програму підприємства розробляємо за укрупненими показниками на основі плану-меню та режиму роботи підприємства. Виробничу програму складаємо у вигляді табл. 4.7

Таблиця 4.7 - Виробнича програма всього підприємства

Група страв і кулінарних виробів	Питома вага %	Кількість страв
Напої, у т.ч.	**100**	**236**
гарячі	94	223
холодні	6	13
Солодкі страви, у т.ч.	**100**	**50**
гарячі	26	13
холодні	74	37
Борошняні кондитерські вироби	100	567

Джерело: створено автором на основі таблиці 4.5

Отже, в виробничій програмі враховано всі види страв та напоїв, які виготовляються на підприємстві. Жельовані солодкі страви включено до холодних страв для спрощення розрахунку. Булочки та пиріжки включено до борошняних кондитерських виробів.

Необхідну кількість сировини та продукції визначають шляхом аналізу виробничої програми підприємства та врахування середньої норми витрати сировини. Щоб визначити кількість кожного конкретного виду сировини, яка використовується на проектованому підприємстві, використовуємо наступну формулу:

$$Q_n = \sum M_n \cdot q_n, \quad (4.9)$$

Таблиця 4.8 - Середньостатистичні норми витрати сировини на солодкі страви та напої

Сировина	Витрати сировини на солодкі страви та напої (нетто, г)							
	Солодкі страви				Напої			
	Холодні		Гарячі		Холодні		Гарячі	
	1 порція	N(37) порцій	1 порція	N(13) порцій	1 порція	N(13) порцій	1 порція	N(223) порцій
Овочі баштанні	3,9	144,3						
Плоди та ягоди	30,6	1132,2	49,1	638,3	1,3	16,9	5,4	1204,2
Цукор	15	555	20	260	8,5	110,5	5,5	1226,5

Джерело: складено автором на основі [29]

Оскільки в нас кафе має невеликий асортимент, то борошняні кондитерські вироби також виготовляються в кондитерському цеху.

Таблиця 4.9 - Середньостатистичні витрати сировини на борошняні кондитерські вироби

Сировина	Витрати сировини на борошняні кондитерські вироби (нетто, г)											
	Борошно		Цукор		Яйця		Жири		Молоко згущене		Повидло	
	1	N(567)	1	N(567)	1	N(567)	1	N(567)	1	N(567)	1	N(567)
Борошняні напівфабрикати з тіста:												
Вироби з дріжджового тіста	49,8	28236,6	9,9	5613,3	5,8	3288,6	9,6	5443,2				

Продовження таблиці 4.9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Вироби з пісочного тіста	27,5	15592,5	10,2	5783,4	3,6	2041,2	15,3	8675,1				
Вироби з бісквітного тіста	45,1	25571,7	12,4	7030,8	23,4	13267,8	2,9	1644,3				
Вироби з листкового тіста	40,8	23133,6		0	2,1	1190,7	27,2	15422,4				
Оздоблюючі напівфабрикати												
Кремові			36,0	20412	12	6804	10,5	5953,5	2,2	1247,4		0
Фруктові			16,9	9582,3		0		0		0	22	12474

Джерело: складено автором на основі [14]

Зведений розхід основних видів сировини зводимо у табл. 4.10. З огляду того, що сировина розрахована масою нетто, а закупається вона масою брутто, визначаємо масу брутто, з урахуванням норм відходів та виходу напівфабрикатів.

Таблиця 4.10 - Витрати основних видів сировини за групами страв

Назва продукту	Солодкі страви	Напої	Борошняні вироби	Разом
Овочі баштанні	0,1			0,1
Плоди та ягоди	1,8	1,2		3,0
Цукор	0,8	1,3	48,4	50,6
Борошно			100,5	100,5
Яйця			40,4	40,4
Жири			41,1	41,1
Молоко згущене			1,2	1,2
Повидло			12,5	12,5

Джерело: складено автором на основі [14]

Визначаємо масу брутто, з урахуванням норм відходів та виходу напівфабрикатів. Розрахунок зводимо у таблицю 4.11.

Таблиця 4.11 - перерахунок основних видів сировини на масу брутто

№	Сировина	разом нетто, кг	% відходів	маса відходів	сировина брутто, кг
1	Овочі баштанні	0,1	23	0,02	0,123
2	Плоди та ягоди	3,0	12	0,36	3,36

Джерело: складено автором на основі [41]

Зведену сировинну відомість витрати основних видів сировини, що витрачається на виготовлення власної продукції масою брутто зводимо у таблиці 4.12.

Таблиця 4.12 - Сировина для виготовлення продукції власного виробництва

№ з/п	Сировина	Сировина брутто, кг
1	Овочі баштанні	0,123
2	Плоди та ягоди	3,36
	Разом	3,483

Інші види сировини враховуємо як відсоток від суми основних видів сировини та зводимо у таблицю 4.13.

Таблиця 4.13 - Розрахунок додаткових видів сировини

№ з/п	Види сировини	Співвідношення, %	Кількість, кг
1	Основна сировина	80	3,483
2	Крупи, бобові, макаронні вироби	3	0,131
3	Борошно	1	0,044
4	Жири	2	0,087
5	Кисломолочні продукти	4	0,174
6	Яйця	5	0,218
7	Молоко	1	0,044
8	Цукор	1	0,044
9	Спеції та приправи	0,1	0,004
10	Сухофрукти	0,4	0,017
11	Сік натуральний	0,4	0,017
12	Консерви плодово-ягідні	1,5	0,065
13	Чай	0,1	0,004
14	Кава	0,5	0,022
	Разом	100	4,354

Джерело: складено автором на основі [13]

Зведену сировинну відомість по підприємству, що проектується з урахуванням сировини на виготовлення борошняних виробів та покупних товарів зводимо у таблицю 4.14. Цей підхід дозволить забезпечувати стабільну та високоякісну продукцію, зокрема ту, яка виготовляється із застосуванням борошна.

Таблиця 4.14 - Зведена сировинна відомість

№ з/п	Сировина	Витрати сировини на виготовлення (кг):		Покупна продукція, кг	Разом сировини, кг
		Продукція власного виробництва	Борошняних кондитерських виробів		
1	Основна сировина	3,483			3,483
2	Крупи, бобові, макаронні вироби	3,483			3,483
3	Борошно	0,131	48,4		48,531
.4	Жири	0,044	100,5		100,54
5	Кисломолочні продукти	0,087	40,4		40,487
6	Яйця	0,174	41,1		41,274
7	Молоко	0,218	1,2		1,418
8	Цукор	0,044	12,5		12,544
9	Спеції та приправи	0,044	0,037		0,081
10	Сухофрукти	0,004	0,150		0,154
11	Сік натуральний	0,017		12,000	0,017
12	Консерви плодово-ягідні	0,017			0,017
13	Чай	0,065			0,065
14	Кава	0,004			0,004

Джерело: складено автором на основі [13]

На підставі виробничої програми підприємства харчування розробляють виробничу програму кондитерського цеху у вигляді таблиці 4.15.

Таблиця 4.15 - Виробнича програма десертного цеху

Групастрав і кулінарних виробів	Питома вага %	Кількість страв
Солодкі страви, у т.ч.	**100**	**50**
гарячі	26	13
холодні	74	37
Борошняні кондитерські вироби	100	567

Джерело: створено автором на основі таблиці 4.5.

Однією зі складових організації виробництва є визначення чисельності працівників для виходу на роботу з урахуванням кількості змін та їх тривалості.

Розрахунок чисельності працівників заготівельного цеху ведеться залежно від виробничої програми та з урахуванням погодинної оплати праці.

Фактична явочна чисельність працівників, безпосередньо зайнятих у виробничому процесі, розраховується за такою формулою:

$$N_я = \frac{\sum A}{T \cdot \lambda}; \tag{4.10}$$

$$A = \frac{Q}{a}, \tag{4.11}$$

де $N_я$ – явочна чисельність працівників, чол.; ΣA – трудовитрати, людино-годин; T – тривалість робочого дня кухаря, год.; λ – коефіцієнт зростання продуктивності праці, λ=1,14; Q – маса сировини, кг; a – норма виробітку для певної операції, кг/год.

Таблиця 4.16 - Розрахунок чисельності робітників в цеху

Група страв і кулінарних виробів	Кількість страв	Норма часу, с	Сума витрат часу, с
Солодкі страви, у т.ч.			
гарячі	13	60	780
холодні	37	200	7400
Борошняні кондитерські вироби	567	170	96390
РАЗОМ			104570

Джерело: створено автором на основі [41]

$N_я$ = 104570/(60*60*8) = 3,6 ≈ 4 – по 2 кухарі 3 і 4 розряду

Загальну (списочну) чисельність працівників з врахуванням святкових та вихідних днів, відпусток та лікарняних визначають за формулою:

$$N_c = N_я \cdot \alpha, \tag{4.13}$$

де N_c – списочна чисельність працівників, чол.; α – коефіцієнт, що враховує роботу у вихідні і святкові дні.

N_c = 4*1,58 = 6,3 ≈ 6 кухарів, які працюватимуть позмінно.

Щоб задовольнити потреби працівників, гаряча та холодна вода доступна для ванн, раковин, плит і бойлерів. Система каналізації ефективно видаляє відходи та нечистоти, а всі труби непомітно приховані в підлозі та настилі. На цьому підприємстві висота виробничих приміщень становить 3,2 метри, а стіни, облицьовані плиткою, досягають 1,5 метра. Майстерні обладнані водонепроникним покриттям підлоги з ухилом для забезпечення належного дренажу. Для освітлення приміщення використовується як природне, так і штучне освітлення, зокрема люмінесцентні лампи денного світла. Крім того, цехи обладнані автоматичними установками кондиціонування, які не тільки регулюють температуру, але й контролюють вологість повітря, створюючи сприятливий мікроклімат.

Робоче місце у виробничому цеху спеціально розроблено та обладнано для полегшення виробничих операцій. Для кожного робочого місця важливо мати відповідну зону, яка сприяє продуктивності та забезпечує ефективну роботу. Обладнання для майстерні вибирається з урахуванням конкретних вимог, викладених у рекомендованих стандартах технічного оснащення закладів ресторанного господарства. Ці стандарти офіційно затверджено Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України своїм наказом від 01.03.2003 р. № 2 [6]. Підібране обладнання заносять у табл. 4.17.

Таблиця 4.17 - Обладнання цеху

№ пор.	Устаткування: тип, вид, найменування	Показник потужності, продуктивності	Кількість
1	Ванна мийна		1
2	Стіл виробничий	-	3
3	Стелаж	-	2
4	Холодильна шафа	100 л	2
5	Пароконвекційна піч	100 кг/год	1
6	Плита електрична	75 кг/год	2
7	Гриль ребристий	25 кг/год	1
8	Гриль рівний	25 кг/год	1
9	Фритюрниця подвійна	25 кг/год	1
10	Піч мікрохвильова	-	1

Продовження таблиці 4.17

1	2	3	4
11	Раковина	-	1
12	Бачок	-	3
13	Ваги настільні	-	2

Джерело:створено автором на основі [41]

Механічне устаткування повинне бути встановлене так, щоб був вільний доступ і не було зустрічних або пересічних потоків сирих продуктів з напівфабрикатами і готовими кулінарними виробами.

По закінченню роботи устаткування необхідно:

- розібрати;
- звільнити від залишків продуктів;
- ретельно промити гарячою водою;
- обшпарити окропом;
- просушити в розібраному виді, краще в жарочній шафі;
- посудомийні машини після роботи треба ретельно промити гарячою водою зі шлангу і провітрити. Касети для тарілок промити й обшпарити.

Робочі дошки, які використовуються для нарізання і приготування м'яса, повинні бути виготовлені з деревини твердих порід. Важливо, щоб їх поверхня була гладкою і без тріщин. Для розрізнення сирого і вареного м'яса, а також для позначення цеху, до якого вони належать, на бічній поверхні дощок слід наносити маркування СМ (м'ясо сире) і ВМ (м'ясо варене). Крім того, має бути відображено назву майстерні. Правильна чистка дощок передбачає їх ретельне промивання в теплому розчині кальцинованої соди з подальшим ошпарюванням окропом. Для повної дезінфекції дошки необхідно прокип’ятити протягом 15-20 хвилин. При підборі інвентарю та посуду слід дотримуватись норм, встановлених для оснащення кухонного інвентарю та посуду. Ці норми були затверджені наказом МВС СРСР № 38 від 2 вересня 1973 р. і введені в дію з 1 серпня 1973 р. Більш детальну інформацію по цій темі можна знайти в Довіднику МВС СРСР. керівник підприємства громадського харчування з 1976 року, а саме сторінки 340-342. Неметалеве

обладнання відноситься до різних предметів, які використовуються у виробництві та переробці харчових продуктів і не виготовлені з металу. Це виробничі столи, обробні дошки, ванни для миття овочів і навіть стілець з колоди для обробки м'яса. Що стосується виробничих столів, то для них важливо мати гладку і рівну поверхню. Кришки для столів можуть виготовлятися з різних матеріалів, таких як нержавіюча сталь, дюралюміній або дерево. Кришки з нержавіючої сталі та дюралюмінію підходять для обробки овочів і тіста, а також можна використовувати дерев’яні. Щоб столи були чистими, їх слід мити теплою водою з миючими засобами. Якщо є пара, їх також можна приготувати на пару. Дерев'яні накриття на стіл вимагають особливого догляду, включаючи ретельне чищення та прання. Підібраний інвентар і посуд оформлюють у вигляді табл. 4.18.

Таблиця 4.18 - Інвентар і кухонний посуд цеху

№ пор.	Інвентар, посуд	Одиниці вимірювання	Норма оснащення
1	Дошка обробна	Шт.	6
2	Ніж кухонний	Шт.	4
3	Миска велика	Шт.	6
4	Миска середня	Шт.	6
5	Лоток для борошняних напівфабрикатів	Шт.	10
6	Лоток для інших напівфабрикатів	Шт.	10

Джерело: створено автором на основі [41]

Таким чином, ми розрахували та підібрали устаткування, інвентар та посуд для кондитерського цеху на основі виробничої програми підприємства ресторанного господарства.

4.2 Обгрунтування доцільності впровадженого сценарію та його вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку

Основними операційними доходами ЗРГ є доходи від реалізації продукції та товарів, також проектований ЗРГ матиме доходи від надання додаткових послуг.

За результатами проведених маркетингових досліджень визначаємо рівень торговельної націнки проектованого ЗРГ в розмірі 200% - оптимальний показник.

Розрахунки плану-меню здійснюємо за наступними основними групами страв та закупних товарів: 1. Холодні закуски. 2. Перші страви. 3. Другі страви. 4. Солодкі страви. 5. Гарячі напої. 6. Холодні напої. 7. Кондитерські вироби. 8. Закупні товари, в т.ч.: 8.1. Алкогольні напої. 8.2. Пиво.

Провівши розрахунки продажної ціни або ціни реалізації за основними групами страв та планової ціни реалізації типових закупних товарів, можемо спланувати обсяги реалізації продукції власного виробництва та закупних товарів та визначити товарооборот. Результати розрахунків заносимо до таблиці 4.19.

.

Таблиця 4.19 - Планування обсягів реалізації продукції власного виробництва та закупних товарів проектованого ЗРГ

Найменування продукції та товарів	Товарооборот за день			Товарооборот за місяць	
	К-сть порцій	Роздрібна продажна ціна, грн	Сума, тис. грн..	К-сть страв	Сума, тис. грн..
1. Продукція власного виробництва	3388	364	204,1	101640	6123
2. Закупні товари	1500	50,00	75,0	45000	2250,0
3. Разом	-	-	279,1	-	8373,0

Джерело: створено автором на основі власних спостережень

Тоді узагальнюємо та наводимо планові річні обсяги реалізації продукції та закупних товарів у таблиці 4.20.

Таблиця 4.20 - Планування річного обсягу товарообороту продукції власного виробництва та закупних товарів проектованого ЗРГ за сценарієм розвитку на 2023 рік

№	Найменування продукції та товарів	Обсяг товарообороту за місяць, тис.грн.	Обсяг товарообороту річний, тис.грн.
1	Продукція власного виробництва	6123,0	73 476,0
2	Закупні товари	2250,0	27 000,0
4	Плановий роздрібний товарооборот	8373,0	100 476,00

Джерело: створено автором на основі таблиці 4.19.

Розрахунки складу та первісної вартості основних фондів узагальнимо у вигляді таблиці 4.21.

Таблиця 4.21 - Обґрунтування складу, структури, вартості основних фондів та інших необоротних активів по проектованому ЗРГ

Види основних фондів	Первісна вартість, тис. грн.
1. Будівлі, споруди	6 230,05
2. Робочі машини та устаткування, у т.ч.:	4829,00
2.1. Холодильне обладнання	1522,00
2.2. Механічне обладнання	415,00
2.3. Теплове обладнання	2782,00
2.4. Торговельне обладнання	100,00
2.5. Вимірювальні прилади	10,00
3. Меблі, інше офісне обладнання	25,00
4. Автотранспорт	1000,00
5. Комп’ютери, ЕОМ	40,00
6. Телефони	10,00
Інші основні фонди	500,00
Всього	17463,05

Джерело: створено автором на основі [31]

Тепер розрахуємо суми амортизаційних витрат та залишкову балансову вартість основних фондів, результати розрахунків заносимо у Додаток Б.

Залишкова балансова вартість основних фондів на початок кожного кварталу розраховується за формулою:

$$БВ_1 = БВ_0 + П – А – В, \quad (4.16)$$

Де $БВ_1$ – балансова вартість ОФ на початок розрахункового періоду;

$БВ_0$ – балансова вартість ОФ на початок періоду, ще передує розрахунковому періоду;

П – витрати на придбання додаткових ОФ, їх модернізацію протягом періоду, що передує розрахунковому;

А – сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у кварталі, що передує розрахунковому;

В – сума виведених з експлуатації ОФ у періоді, що передує розрахунковому.

Функції управління людськими ресурсами покладено перш за все на керівників підрозділів. Процесами набору, розробки і впровадження системи мотивації керує HR-директор. Нарахування заробітної плати здійснює бухгалтерія. Всі згадані підрозділи та працівники підпорядковуються генеральному директорові.

Найважливішим є якісний підбір персоналу, щоби персонал відповідав заявленому рівню закладу, важливе також своєчасне навчання та матеріальне стимулювання – мотивація персоналу.

З іншого боку, довгострокові або капітальні витрати пов’язані зі значними інвестиційними проектами, які мають тривалий вплив на бізнес. Ці витрати охоплюють такі види діяльності, як будівництво, реконструкція та розширення підприємства. Крім того, вони включають придбання нематеріальних активів, таких як передові технології, інноваційні продукти та інформаційні ресурси, які використовуються бізнесом протягом тривалого періоду. Поточні витрати підприємства мають вирішальне значення для розуміння його економічної ефективності та служать цінним інструментом для оцінки ефективності виробництва, праці та загального управління. Ці витрати відіграють ключову роль у визначенні цін на продукцію, впливаючи на прибуток підприємства, прибутковість і доступність фінансових ресурсів.

Поточні витрати можна визначити як зменшення економічних вигод через вибуття активів або зменшення зобов’язань, що призводить до зменшення власного капіталу.

Оцінка ефективності запланованої діяльності ЗРГ значною мірою залежить від різних показників, з першочерговою увагою до вартості товарів і продукції. На цю собівартість впливають такі фактори, як витрати, понесені на виробництво або придбання цих предметів.

Розрахунок собівартості проведемо в Додатку В.

Припустимо, що проектований ЗРГ несе виключно операційні витрати. Узагальнимо планові показники поточних витрат ЗРГ у вигляді Додатку Г. Результати розрахунку поточних витрат на експлуатація проектованого ЗРГ на 2023 рік наведено у Додатку Д.

Прибуток – це виражений у грошовій формі чистий дохід підприємства на капітал, що вкладений та є основною умовою розширеного утворення. Прибуток підприємства – це різниця між сукупними (валовими) доходами та сукупними (валовими) витратами підприємства за певний період.

Результати планування основних результатів діяльності проектованого ЗРГ на 2023 рік наведено у Додатку Є.

Визначаємо показники рентабельності.

Рентабельність реалізованої продукції:

$$Р_{РП} = \frac{П_р}{ЧД} \cdot 100, \qquad (4.22)$$

Де $П_р$ – прибуток від реалізації продукції, грн.; ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн..

$$Ð_{ðï} = 28770,75 / 83730 * 100\% = 34,36\%.$$

Рентабельність поточних витрат:

$$Р_{РП} = \frac{П}{ПВ} \cdot 100, \qquad (4.23)$$

Де ПВ – обсяг поточних витрат, грн..

$$Ð_{Ðï} = 28770,75 / 11876,95 * 100\% = 242,24\%.$$

Рентабельність операційних витрат:

$$P_{OB} = \frac{П_o}{OB} \cdot 100, \quad (4.24)$$

Де $П_o$ – прибуток від операційної діяльності підприємства, грн.; ОВ – операційні витрати, грн..

$$Ð_{ïÂ} = 38361,05/11876,95*100\% = 323\%.$$

Розрахуємо роздрібний товарооборот за формулою:

$$TO_{пл} = \frac{TO_{баз} \cdot I}{100}, \quad (4.25)$$

Де $ТО_{пл}$ – товарооборот у плановому році, тис.грн.; $ТО_{баз}$ – товарооборот у базисному році, тис.грн.; І – темп зростання товарообороту у плановому періоді, %.

Рівень рентабельності визначаємо як 12% річних.

Розмір амортизаційних відрахувань визначається коефіцієнтом 0,95.

Результати планування основних показників діяльності проектованого закладу ресторанного господарства на п'ять років заносимо до Додатку Е.

Розрахуємо основні показники ефективності реальних інвестиційних проектів, а саме:

1. Чистий дисконтований дохід означає невідповідність між дисконтованим чистим грошовим потоком, створеним протягом операційного періоду інвестиційного проекту, та початковими інвестиційними витратами, необхідними для його реалізації.. Розраховується за формулою:

$$ЧПД = \sum_{t=1}^{n} \frac{ЧГП_t}{(1+i)^t} - IB, \quad (4.26)$$

Змінні в цьому рівнянні представляють конкретні фінансові компоненти, пов’язані з інвестиційними проектами. ЧПД являє собою зменшення загального доходу внаслідок інвестицій, ЧГП являє собою грошовий потік протягом певних періодів часу в межах загальної тривалості

проекту, ІВ являє собою витрати, пов’язані з інвестиційним проектом, а ставка дисконту є десятковим дробом, який використовується для розрахунку поточної вартості. Змінна t представляє тривалість кожного конкретного періоду часу, тоді як n представляє загальну кількість років у розрахунковому періоді.

Дисконтну ставку приймаємо за 19% річних. Результати розрахунку чистого приведеного доходу занесемо до таблиці 4.23.

Таблиця 4.23 - Оцінка чистого приведеного доходу за інвестиційним проектом

Рік	Капітальні витрати за проектом по роках, ІВ, тис.грн.	Чистий прибуток за проектом по роках та амортизаційні відрахування, ЧГП	Кумулятивний грошовий потік за проектом, тис.грн	Дисконтований грошовий потік за проектом, тис.грн	Чистий приведений дохід ЧПД, тис.грн.
2023	6230,05	25000,00	25000,00	21008,4	14778,35
2024	6404,00	28000,00	53000,00	19772,61	13368,61
2025	-	31360,00	84360,00	18609,52	18609,52
.026	-	35123,20	119483,20	17514,84	17514,84
2027	-	39337,98	158821,18	16484,56	16484,56
Разом	12634,05	158821,18	158821,18	93389,94	80755,89

Джерело: складено автором

Висновок - чистий приведений дохід за п’ять років експлуатації проекту становить 80755,89 тис. грн..

2. Індекс (коефіцієнт) дохідності – дозволяє зіставити обсяги інвестиційних витрат з майбутнім грошовим потоком за проектом, розраховується за формулою:

$$ІД = \sum_{t=1}^{n} \frac{ЧГП_t}{(1+i)^t} \Big/ ІВ \,. \qquad (4.27)$$

ІД = 93389,94/12634,05 = 7,39.

3. Індекс рентабельності розраховується за формулою:

$$ІР = \frac{ЧП}{ІВ} \cdot 100 \,, \qquad (4.28)$$

Де ІР – індекс (коефіцієнт) рентабельності інвестиційного проекту; ЧП – середньорічний чистий прибуток за період експлуатації інвестиційного проекту; ІВ – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом.

ЧП = 158821,18/5 = 31764,24.

ІР = 31764,24/12634,05 *100 = 251,42%.

4. Період окупності розраховується за формулою:

$$ПО = \frac{ІВ}{ЧГПр}, \quad (4.29)$$

Де ПО – період окупності інвестиційного проекту, роки; ЧГПр – середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту.

ПО = 12634,05 /(93389,94/5) = 0,68.

Висновок: період окупності проекту становить менше одного року.

Дані по капітальному бюджету проектованого ЗРГ на перші п’ять років функціонування наведено в Додатку Ж.

Отже, в даному розділі ми провели визначення основних моментів управлінського характеру проектованого закладу ресторанного господарства. Проведені економічні розрахунки вказують на те, що проект є цілком прийнятним для реалізації в реальному житті, не потребує жодних коректив. Термін окупності проекту згідно до проведених розрахунків складає менше одного року, - це дуже хороший показник.

ВИСНОВКИ

Мета та призначення даної роботи – спроектувати заклад ресторанного господарства – виконані повністю.

Спроектований заклад ресторанного господарства планується розмістити в Деснянському районі міста Чернігова. Згідно до проведеного соціологічного опитування, сам по собі означений мікрорайон потребує (має місце на ринку) створення закладу ресторанного господарства подібного типу.

У ході дослідження та аналізу процесу створення кафе-кондитерської виявлено ключові аспекти та визначено фактори, що впливають на успішну реалізацію такого підприємства. Отримані результати надають цінний внесок у розуміння та оптимізацію бізнес-процесів у галузі гастрономії. Зокрема, визначено, що ефективне управління кафе-кондитерською потребує ретельного планування, виваженої стратегії та уважного відстеження тенденцій у сфері харчової індустрії. Важливим аспектом є також розробка концепції закладу, яка враховує сучасні стандарти обслуговування, дизайн і кулінарні тенденції.

Провівши маркетингові дослідження та проаналізувавши конкурентів навколо проектованого закладу ресторанного господарства, стає очевидним: по-перше – місце розташування обрано вдало, по-друге – структура кафе-кондитерська – вдале рішення, по-третє – сучасна кухня – вдалий вибір на проектування. З наших досліджень також стає очевидним, що важливими факторами стануть: по-перше – середній рівень цін, а по-друге – якісна кухня та високий рівень обслуговування, що не є надзвичайно складним в реалізації.

Результатами роботи стали:

- визначення основних цехів, вибір обладнання, проектування технологічних ліній;
- визначення площ основних приміщень, розрахунок загальної площі проектованого закладу ресторанного господарства, поверховості будівлі;

- розроблення заходів щодо забезпечення санітарно-гігієнічних норм ведення процесу;

- розроблення об’ємно-планувального рішення закладу та комунікаційного забезпечення технологічного устаткування.

Дослідження підтвердило, що успішна експлуатація кафе-кондитерської вимагає великої уваги до якості продукції, організації обслуговування та високого рівня професійної компетентності персоналу. Впровадження інноваційних методик управління та використання сучасних технологій у процесі приготування та обслуговування також є важливими аспектами в успішному функціонуванні підприємства.

На організаційно-економічному етапі проектування було визначено організаційну структуру – товариство з обмеженою відповідальністю, основні засаді управління підприємством, спроектовано кадрову структуру, розроблено штатний розклад та розраховано фонд заробітної плати. Основними результатами четвертого розділу дипломної роботи є економічні розрахунки, які підтверджують конкурентноздатність, рентабельність та прибутковість спроектованого закладу ресторанного господарства. Розраховано термін окупності проекту, що складає 0,7 року – менше одного року, що є дуже хорошим та перспективним показником.

Даний проект закладу ресторанного господарства можна без доробок та перерахунків впроваджувати у реальному житті, оскільки ми отримали хороші результати економічних розрахунків, що підтверджують ефективність проекту.

В цілому, робота над дипломом підкреслила, що успішна кафе-кондитерська – це творчий і динамічний бізнес, який вимагає постійного вдосконалення, адаптації до змін в суспільстві та уважного відношення до клієнтів.

В заключенні, слід відзначити, що дана магістерська робота не лише вирішила завдання з проектування закладу ресторанного господарства, але й виявила його великий потенціал для успішної реалізації. Успішне

розташування, організація простору та уважно розроблені аспекти маркетингу свідчать про виважений підхід до планування та реалізації проекту. Зазначимо також, що врахування соціокультурних та економічних особливостей регіону дозволило адаптувати заклад до потреб цільової аудиторії. Це, разом із зазначеними конкурентними перевагами та вірно обраним стратегічним напрямком, створює підґрунтя для успіху в конкурентному середовищі. Завершальні розрахунки підтверджують економічну вигідність та швидку окупність інвестицій. Отже, розроблений проект є не лише теоретично обґрунтованим, а й практично ефективним варіантом для запуску у реальних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіти Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

2. ДСТУ 3946-2000. Продукція харчова. Основні положення. – К. : Держстандарт України, 2000. – 6с

3. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 11 с.

4. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) : ДБН В.2.2-25:2009. – [Чинний від 2010-09-01].

5. Головне управління статистики у Чернігівській області. URL : https://www.chernigivstat.gov.ua/metod_kl/

6.Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Постанова Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України № 219 від 24.07.02 р.

7. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. Посібник /Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2012 – 352 с.

8. Галасюк К. А. Аналіз існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств сфери туризму / К. А. Галасюк // Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. – 194 Миколаїв : МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2015. – № 1 (4). – С. 98-101.

9. Грабовенська С. П. Напрями підвищення конкурентоспроможності України в туристичній сфері / С. П. Грабовенська // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 22. – С. 83–88.

10. Гребенюк Г.М., Марценюк Л.В., Задоя В.О., Пікуліна О.В. Трансформація та розвиток підприємств ресторанного бізнесу україни в

умовах пандемії. Інвестиції: практика та досвід. Економічні науки. 2021. № 7 с. 14-19.

11. Доцяк В. С. Українська кухня : підр. [для учнів проф.-техн. навч. закл.] / В. С. Доцяк. – Л. : Оріяна-Нова, 1998. – 558 с.

12. Завадинська О.Ю. Організація ресторанного господарства за кордоном : навч. посіб. / О.Ю. Завадинська, Т.Є. Литвиненко. – К. : КНТЕУ, 2003. – 200с.

13. Зайцева Г.Т., Горпинко Т.М., технологія виготовлення борошняних виробів, «Вікторія» 2002

14. Збірник нормативних технічних документів, що регламентують виробництво кулінарної продукції / Под ред. Ю. Н. Болдирєва. - М .:Хлебпродінформ, 2001. - 616 с.

15. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів. – Х. : Фактор, 2012. – 752 с.

16. Зубар Н. М. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Зубар, М. Ю. Григорак. – К. : ЦУЛ, 2010. – 312 с.

17. Клюковська Л. О. Лабораторний практикум з предмета «Технологія борошняних кондитерських виробів» / Л. О. Клюковська, О. В. Гараскевич. – К.: Освіта України, 2011. – 255 с.

18. Кучер Л. С., Шкуратова Л. М. Організация обслуговування громадського харчування: Підручник. - М.: Видавничий Будинок «Ділова література», 2002. - 544с.

19. Литвиненко Т.Є. Організація виробництва : опорний конспект лекцій / Т.Є. Литвиненко. – К. : КНТЕУ, 2002. – 217 с.

20. Мазаракі А. А. Проектування закладів ресторанного господарства : навч. посібник / А. А. Мазаракі та ін. – К. : Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2008. – 307 с.

21. Механічне обладнання для ресторанів. Обладнання Centur для вашого бізнесу : веб-сайт. URL: https://flagma.ua/mashina-vzbivalnaya-sirmanplutone-lt20-bn-o7067014.html

22. Могильний М. П. Технологія продукції в громадському харчуванні:довідковий посібник / М. П. Могильний. - М .: Делі принт, 2005. - 320 с.

23. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства : навч. посіб. К.: Ліра-К, 2010. С. 388.

24. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л. І. Нечаюк. – К. : «Центр Начальної Літератури», 2006. – 325 с.

25. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підручник / за ред. Н.О. П'ятницької. – К. : КНТЕУ, 2005. – 632 с.

26. Організація рекламної компанії. URL : http://4ua.co.ua/marketing/va3ad69b5c43a89421316c27_0.html

27. Організація роботи кондитерського цеху. URL - https://pidru4niki.com/1494051143450/turizm/organizatsiya_roboti_konditerskogo_tsehu

28. П'ятницька Н. О. Організація ресторанного господарства : Підручник для вищих навчальних закладів / За загальною редакцією П'ятницької Н.О. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

29. П'ятницька Н.О. Організація виробництва та обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. К.: КНТЕУ, 2005. 563 с.

30. Паламарчук О. М. Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / О. М. Паламарчук // Економічний вісник університету ПХДПУ. – 2011. – № 17. – С. 23–31.

31. Перебийніс В. І. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства / В. І. Перебийніс, О. М. Помаз, О. В. Перебийніс // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 1 (52). – С. 23–28.

32. Пересічний М.І., Корзун В.Н., Кравченко М.Ф., Григоренко О.М. Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика : монографія. К. : КНТЕУ, 2003. -526 с.

33. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Постанова Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України № 219 від 24.07.02 р.

34. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. пос. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 344 с.

35. Розрахунок і вибір технологічного обладнання. KazEdy : веб-сайт. URL: https://kazedu.com/referat/93828/6

36. Ростовський В. С. Барна справа / В. С. Ростовський, С. М. Шамаян. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 398 с.

37. Саєнко Н. П. Устаткування підприємств громадського харчування : підр. [для учнів проф.-техн. навч. закл.] / Н. П. Саєнко, Т. Д. Волошенко. – К. : ЛДЛ, 2005. – 320 с.

38. Силівейстр В.. Бізнес-план кафе: як правильно скласти бізнес-план для відкриття кафе. URL - https://joinposter.com/ua/post/biznes-plan-kafe

39. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів : підр. [для учнів проф.-техн. навч. закл.] / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Пономарьов. – К. : Лібра, 2002. – 368 с.

40. Технологічна карта - https://joinposter.com/ua/business/cafe

41. Технологія кондитерських виробів: навчальний посібник для самостійного вивчення курсу [Електронний ресурс] / укл. : З.І. Кучерук, Н.В. Шматченко., 2020.

42. Ткачова С. С. Ресторанний бізнес: основні етапи становлення та розвитку / С. С. Ткачова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – № 2. – С. 510-519.

43. ТоргОборуд . URL - https://torgoborud.com.ua/ua/Teplove-obladnannya.html

Усов В. В. Організація обслуговування в ресторанах : практичний посібник / В. В. Усов. – М. : Вища школа, 2005. – 246 с.

44. Черниш С. С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності / С. С. Черниш // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С. 305-309.

45. Чудковський В. Н. Ресторанний бізнес / В. Н. Чудковський. – М. : Академія, 2004. – 124 с.

46. Шелудько В.М. Розширення асортименту сучасних борошняних кондитерських виробів підвищеної харчової цінності. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Т. Технічні науки. 2021. №26. С. 71-77.

47. Шулік Н. В. Організація обслуговування в ресторанах / Н. В. Шулік. – М. : Вища школа, 2005. – 89 с.

48. Шумило Г.І. Технологія приготування їжі : навч. посіб. [для студентів навч. закл. I-II рівнів акредит.] / Г. І. Шумило. – К. : Кондор, 2006. – 506 с.

49. Яке обладнання використовують у кондитерському цеху. Обладнання та інвентар кондитерського цеху. URL -

https://avtovsamare.ru/uk/kakoe-oborudovanie-ispolzuyut-v-konditerskom-cehe-oborudovaniya-i-inventar-konditerskogo-ceha-zada/

50. Яценко В. Ф. Обліково-аналітичне забезпечення стратегічного управління витратами виробництва: теорія, методика та організація : монографія / В. Ф. Яценко. – Херсон : ХНТУ, 2014. – 180 с.

ДОДАТКИ

Додаток А - Результати опитування респондентів у Деснянському районі

Запитання	**Варіанти відповідей**	**Кількість Відповідей**	**% відповідей**
Чи мешкаєте Ви в цьому районі?	Так Ні	306 144	68 32
Скільки Вам років?	6-16 16-25 25-50 Більше 50	25 102 228 48	6 22 52 11
Чи користуєтесь Ви послугами підприємств ресторанного господарства?	Так Ні	423 27	94 6
Ваш дохід на одного члена родини складає:	до 1500 грн 1500-2500 грн більше 2500 грн	90 248 112	20 55 25
Яку суму ви звичайно витрачаєте на одне відвідування закладу ресторанного господарства?	50-80 грн. 80-150 грн. 150 і більше грн.	95 121 234	21 27 52
Яким закладам ресторанного господарства віддаєте перевагу?	ресторан кафе піцерія бар	261 27 59 103	58 6 13 23
Які б ви хотіли бачити нові заклади ресторанного господарства в своєму мікрорайоні?	ресторан магазин кулінарії піцерія кафе пивний бар закусочна молодіжне кафе	102 90 68 45 14 71 70	22 20 15 10 3 15 20
Що, на Вашу думку, найголовніше в закладах ресторанного господарства?	інтер’єр кухня обслуговування розважальна програма все разом	54 158 135 58 45	12 35 30 13 10
Яка з перерахованих кухонь вам найбільш подобається?	українська російська європейська далекосхідна італійська	135 54 90 54 117	30 12 20 12 26

Додаток Б - Обґрунтування суми амортизаційних відрахувань за основними видами основних фондів та інших нематеріальних активів по проектованому ЗРГ

Види основних фондів	Первісна вартість, тис. грн..	Норма амортизації, %	Залишкова вартість, сума амортизації, тис. грн..				
			1й кв.	2й кв.	3й кв.	4й кв.	Разом на рік
1. Перша група амортизації – будівлі, споруди	6 230,05	2	-	-	-	-	-
Залишкова вартість на початок кварталу	-	-	6 230,05	6105,45	5983,34	5863,67	-
Сума амортизації	-	-	124,6	122,11	119,67	117,27	483,65
2. Друга група амортизації	5854,00	10	-	-	-	-	-
2.1. Холодильне обладнання	1522,00	10	-	-	-	-	-
2.2. Механічне обладнання	415,00	10	-	-	-	-	-
2.3. Теплове обладнання	2782,00	10	-	-	-	-	-
2.4. Торговельне обладнання	100,00	10	-	-	-	-	-
2.5. Вимірювальні прилади	10,00	10	-	-	-	-	-
2.6. Меблі, інше офісне обладнання	25,00	10	-	-	-	-	-
2.7. Автотранспорт	1000,00	10	-	-	-	-	-
Разом по 2й групі амортизації. Залишкова вартість	-	-	5854,0	5069,0	4562,1	4105,9	-
Сума амортизації	-	-	585,4	506,9	456,2	410,6	1959,1
4. Четверта група амортизації	550,00	-	-	-	-	-	-

Продовження таблиці Додаток Б

1	2	3	4	5	6	7	8
Комп'ютери, ЕОМ	40,00	15	-	-	-	-	-
Телефони	10,00	15	-	-	-	-	-
Інші офісні основні фонди	500,00	15	-	-	-	-	-
Разом по 4й групі амортизації. Залишкова вартість на початок кварталу		-	550,00	467,5	397,4	337,8	-
Сума амортизації	-	-	82,5	70,1	59,6	50,7	262,9
Разом амортизація основних фондів	-	-	792,50	699,11	635,47	578,57	2705,65

Додаток В - Планування собівартості реалізованої продукції проектованого ЗРГ на рік

№	Найменування продукції	Обсяг реалізації, роздрібний товарооборот, тис.грн	Середній процент торговельної націнки, %	Сума націнки ЗРГ, тис. грн..	Собівартість реалізованих товарів, тис.грн.
1	Продукція власного виробництва	73476,00	200	48984,00	24492,00
2	Закупні товари	27000,00	200	18000,00	9000,00
Разом на рік		100476,00		66984,00	33492,00

Додаток Г - Планування поточних витрат проектованого ЗРГ на 2023 рік

Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис.грн.
1. Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів	33492,00
2. Витрати на оплату праці	2949,60
3. Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування	1133,20
4. Амортизаційні відрахування	3148,00
5. Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів	1226,11
6. Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів	100,00

Продовження таблиці Додаток Г

1	2
7. Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів	-
8. Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	285,60
9. Витрати на зберігання, підсортування пакування та передпродажну підготовку продукції	240,00
10. Витрати на транспортування	150,00
11. Витрати на охорону ЗРГ	300,00
12. Інші поточні витрати діяльності	2344,44
13. Фінансові витрати	-
14. Разом поточні витрати	45368,95

Додаток Д - Планування поточних витрат на експлуатацію проектованого ЗРГ на 2023 рік за періодами розвитку

Витрати	Од. виміру	Обсяг витрат у натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн	Поточні витрати за рік, тис. грн..
1. Витрати електроенергії	кВт*ч	488303*12	1,6846	23,15
2. Витрати на опалення	Гкал	194,21*12	11,63	167,9
3. Витрати води	$м^3$	3909(120/70)*12	4,88/27,07	30,3

Додаток Е - Планування основних показників діяльності проектованого закладу ресторанного господарства на п'ять років

Рік	Плановий товарооборот		Чистий прибуток		Амортизаційні відрахування, тис.грн.
	Тис.грн.	Середньорічні темпи зростання,%	Тис.грн.	Рівень рентабельності, %	
2012	100476,00	3	25000,00	12	3148,00
2013	103490,28	4	28000,00	12	2990,60
2014	107629,89	5	31360,00	12	2841,07
2015	114087,68	6	35123,20	12	2699,02
2016	123214,70	8	39337,98	12	2564,07
Разом за п'ять років	548898,55	-	158821,18	-	14242,76

Додаток Є - Результати планування основних результатів діяльності проектованого ЗРГ на 2023 рік

№	Стаття	Разом за рік
1	Доходи від реалізації продукції (роздрібний товарооборот)	100476,00
2	ПДВ	16746,00
3	Чистий дохід від реалізації	83730,00
4	Собівартість реалізованої продукції	33492,00
5	Поточні операційні витрати (без врахування собівартості реалізованої продукції)	11876,95
6	Прибуток від операційної діяльності	38361,05
7	Фінансові витрати	-
8	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	38361,05
9	Податок на прибуток	9590,30
10	Чистий прибуток - можливий	28770,75
11	Планова рентабельність реалізації, %	12
12	Чистий прибуток - плановий	25000,00

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагіатною інтернет-системою Unicheck

UNICHECK
by Turnitin

Ім'я користувача:
Бізнес-економіки та підприємництва Чебакова Тетян...

ID перевірки:
1015919968

Дата перевірки:
18.11.2023 15:18:27 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
18.11.2023 15:30:24 EET

ID користувача:
100005716

Назва документа: Пустинник Дмитро

Кількість сторінок: 83 Кількість слів: 16943 Кількість символів: 129890 Розмір файлу: 270.37 KB ID файлу: 101558863

18.4%
Схожість

Найбільша схожість: 4.94% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1009226044)

12.5% Джерела з Інтернету | 353 ..... Сторінка 85

9.83% Джерела з Бібліотеки | 387 ..... Сторінка 90

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи | 77

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомлась з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: **Пустинник Дмитро Мирославович**

Назва роботи: **Організація підприємницької діяльності у сфері громадського харчування**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Семенчук А.О.

Підрозділ: *кафедра бізнес-економіки та підприємництва*

Коефіцієнт подібності: **18,4%**

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- **виявлені в роботі запозичення є сумлінними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;**
- виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

_____

_____

_____

27.11.2023

Семенчук А.О.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» кафедра економіки та підприємництва

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПЛАН
НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА
Пустинника Дмитра Мирославовича

ОПП «Підприємництво»
на 2022- 2023 рр.

№	Вид науково-дослідної роботи	Термін виконання	Результат виконання
1	Участь у конференції V Міжнародна студентська конференція «Діджиталізація науки як виклик сьогодення».	4-8 грудня 2023 р.	Стаття: Підприємництво в галузі торгівлі в Україні до та під час періоду війни: аспекти порівняльного аналізу Сертифікат учасника.

Дата **Підпис**

МОЛОДІЖНА
НАУКОВА
ЛІГА

МАТЕРІАЛИ V МІЖНАРОДНОЇ
СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ НАУКИ ЯК ВИКЛИК СЬОГОДЕННЯ

м. Суми, Україна
8 грудня 2023 рік

Вінниця, Україна
«UKRLOGO S Group»
2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.
ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ, МАКРО- ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ВАЖЛИВІСТЬ ОБЛАДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ВІДПОВІДНО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ
Кондратенко А.О., *Науковий керівник: Криворучко М.Ю.* 15

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ
Аль-Файюмі К.М., *Науковий керівник: Орлов В.М.* 18

СЕКЦІЯ 2.
ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

TRADITIONAL AND SUSTAINABLE PACKAGING SOLUTIONS FOR FAST FOOD
Liaskovska A.A., *Scientific adviser: Savchenko L.V.* 21

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ
Сокол Є.І., *Науковий керівник: Олена С.П.* 24

ПІДПРИЄМНИЦТВО В ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ДО ТА ПІД ЧАС ПЕРІОДУ ВІЙНИ: АСПЕКТИ ПОРІВНЯЛЬНОГО АНАЛІЗУ
Ільчук Є.Д., *Науковий керівник: Вострякова В.Ю.* 27

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЗОСЕРЕДЖЕНЕ НА ІННОВАЦІЯХ, В ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
Пустинник Д.М., *Науковий керівник: Семенчук А.О.* 29

СТАН СВІТОВОГО ФОНДОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Новицька А.Є., *Науковий керівник: Нечипоренко А.В.* 31

ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЕРУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ
Ліннік Д.М., *Науковий керівник: Паздрій В.Я.* 34

СЕКЦІЯ 3.
ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА; ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІК І АУДИТ

DIGITAL-ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА
Біленька А.В., *Науковий керівник: Гордополов В.Ю.* 36

Копія тез статті

Пустинник Дмитро Мирославович

Здобувач вищої освіти факультету економіки та управління

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна

Науковий керівник: Семенчук Аліна Олександрівна

канд.екон.наук, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна

Інновації є ключовим фактором успіху в сучасному підприємництві. Підприємства, які зосереджуються на інноваціях, мають кращі шанси на успіх у конкурентному середовищі. Це особливо актуально для галузей сільськогосподарської діяльності, гостинності та торгівлі, які стикаються з рядом викликів, таких як зростання попиту, зміна споживчих уподобань та зростаюча конкуренція.

Починаючи з 2020 року, українська економіка стала свідком численних випробувань. Мирослав Козак, керівник відділу організації наукових досліджень та інноваційного розвитку Національного наукового центру "Інститут аграрної економіки", висловлював думку ще у 2020–2021 роках, що глобальні карантинні заходи через пандемію COVID-19 призведуть до масової міграції українців, що, в свою чергу, сприятиме розвитку сільських територій в Україні та сприяє швидшому впровадженню інновацій, спрямованих на зменшення негативного впливу карантину [1].

Цей прогноз здійснився, оскільки Україна, з липня 2021 року, збільшила обсяги експорту зернових та зернобобових на понад 30% – до 42,6 млн тонн. Особливо активно вивозили кукурудзу та пшеницю.

Однак економіка почала оправлюватись, але з 24 лютого 2022 року розпочалась повномасштабна агресія з боку Росії, найбільше за всі сфери економіки зазнала аграрна галузь. Україна, будучи одним із п'яти провідних світових експортерів, що забезпечує приблизно 10% світового постачання зерна, стала ключовим гравцем у світовому аграрному ринку. Попри виклики та військові події, українські аграрії засіяли 9,9 млн га сільгоспугідь із 11,45 млн га запланованих на травень 2022 року, що можна вважати позитивним результатом. Інновації в сільському господарстві включають в себе використання автоматизованих систем, агрегатів із GPS-навігацією та смарт-технологій для контролю за сільськогосподарською технікою та процесами обробки землі [3].

Тепер треба розглянути аспекти у сфері гостинності. Військова агресія держави-терориста спричинила практично повну зупинку функціонування готельно-ресторанного бізнесу. Тим не менше, багато власників таких закладів перейшли на волонтерську діяльність, допомагаючи армії та переселеним особам, а інші продовжили обслуговування клієнтів, сплачуючи податки на підтримку державної економіки. Волонтерство та участь ресторанів у часи повномасштабної війни стали ключовими інноваційними методами підприємництва.

Щодо торгівлі, тут варто зачепити позитивні аспекти. Негативні проблеми, які були в аграрній сфері та сфері гостинності, не перешкоджають позитивному розвитку торгівлі. 30 серпня 2022 року Україна приєдналась до Конвенції про процедуру спільного транзиту, що дала українським компаніям можливість транзитувати товари територіями країн Європейського Союзу, країн Європейської асоціації вільної торгівлі та інших країн-учасниць. Зокрема, це спростило ввезення товарів подвійного та військового призначення. Угоди та інновації в цей період війни проти країни-агресора свідчать про незламність українського народу та інноваційне підприємництво

в аграрній сфері, галузі гостинності та торгівлі в Україні – це і було, і є, і буде [2].

Однією з найважливіших тенденцій у торговельному підприємництві є розвиток нових каналів збуту. Торгові підприємства розвивають нові канали збуту, такі як електронна комерція та соціальні мережі, щоб досягти більшої аудиторії. Наприклад, багато торгових компаній відкривають інтернет-магазини, щоб продавати свої товари онлайн.

Іншою важливою тенденцією є використання даних для аналізу поведінки споживачів. Торгові підприємства використовують дані для аналізу поведінки споживачів, щоб персоналізувати пропозиції та підвищити ефективність маркетингу. Наприклад, багато торгових компаній використовують дані про перегляди сайту, щоб рекомендувати клієнтам товари, які можуть їх зацікавити.

Висновок

Інновації є ключовим фактором успіху в сучасному підприємництві. Підприємства, які зосереджуються на інноваціях, мають кращі шанси на успіх у конкурентному середовищі. Це особливо актуально для галузей сільськогосподарської діяльності, гостинності та торгівлі, які стикаються з рядом викликів, таких як зростання попиту, зміна споживчих уподобань та зростаюча конкуренція.

У галузі сільськогосподарської діяльності інновації дозволяють аграрним підприємствам підвищити продуктивність, ефективність і сталість своїх операцій. У галузі гостинності інновації дозволяють гостинним підприємствам задовольняти потреби сучасних споживачів. У галузі торгівлі інновації дозволяють торговим підприємствам досягати більшої аудиторії та підвищувати ефективність своєї роботи.

Список використаних джерел.

1. COVID-19: Пандемія коронавірусу може стати каталізатором розвитку сільських територій. Інститут аграрної економіки. URL: http://www.iae.org.ua/presscentre/presrelease/2857- covid-19-pandemiya-koronavirusu-mozhe-staty-katalizatorom-rozvytkusilskykh-terytoriy-instytut-ahrarnoyi-ekonomiky.html.

2. Аграрний бізнес під час війни: труднощі та перспективи. URL: https://hub.kyivstar.ua/news/agrarnyj-biznes-pid-chas-vijnytrudnoshhi-ta-perspektyvy/.

3. Зміни у сфері ЗЕД під час війни. URL: https://buh.ligazakon.net/aktualno/12777_zmni-u-sfer-zed-pd-chas-vyni-vdvalyutnikh-obmezhen-do-zmni-protsesu-deklaruvannya-tovarv.

СЕРТИФІКАТ

учасника конференції

IN 50123
від 08.12.2023

ПУСТИННИК ДМИТРО МИРОСЛАВОВИЧ

ВЗЯВ(-ЛА) УЧАСТЬ У V МІЖНАРОДНІЙ СТУДЕНТСЬКІЙ НАУКОВІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ НАУКИ
ЯК ВИКЛИК СЬОГОДЕННЯ

8 ГРУДНЯ 2023 РІК • М. СУМИ, УКРАЇНА

В рамках участі було опубліковано тези доповіді учасника на тему:

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЗОСЕРЕДЖЕНЕ НА ІННОВАЦІЯХ, В ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ДИРЕКТОР МОЛОДІЖНОЇ НАУКОВОЇ ЛІГИ
ГОЛОВА ОРГКОМІТЕТУ КОНФЕРЕНЦІЇ

ІГОР КОРЕНЮК

МОЛОДІЖНА НАУКОВА ЛІГА
Реєстраційний номер запису в Єдиному реєстрі 1509423