

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Особливості функціонування концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

Назва теми

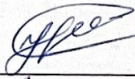
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Шифр і назва спеціальності


Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Назва

Шифр 20014

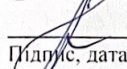
Виконала:
студентка 4 курсу група ГРС-20


Підпис Анастасія БОБК
Ім'я ПРІЗВИЩЕ


Керівник


Підпис, дата Наталія ПРИЛЕПА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер


Підпис, дата Оксана ГРИНДІЙ
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи


Підпис Ігор ЖУРБА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

24 червня 2024 р

Хмельницький 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Галузь знань 241 Готельно-ресторанна справа

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа ОП «Готельно-ресторанна справа»

Шифр, назва

Шифр, назва спеціальності та освітньої програми

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завдувач кафедри

«29» 04 2024р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Вовк Анастасія Юріївна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи «Особливості функціонування концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», м. Хмельницький»

керівник роботи Прилепа Наталія Валеріївна, к.е.н. доц. кафедри ТтаГРС

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 15.02.2024 р. № 8 дод.

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 10 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи статті, монографії, навчальні посібники з теми діяльності концептуального ресторану, інформація ресторанного закладу, бухгалтерська звітність ресторану «Piccolino Trattoria», інформація мережі Інтернет тощо

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1 Теоретичні аспекти щодо діяльності концептуального ресторанного закладу, 2 Аналіз діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», 3 Рекомендації щодо удосконалення функціонування концептуального ресторану «Piccolino Trattoria».

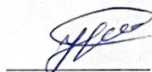
5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): 1. Головні важелі при створенні концепції ресторану. 2. Формати закладів ресторанного господарства. Концепції ексклюзивних ресторанів. 3. Основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria». Концепт-профіль ресторану. 4. Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria». SWOT-аналіз. 5 Конкурентний профіль ресторану. Штатний розклад та аналіз заробітної плати. 6. Аналіз фірмових страв щодо врахування концепції закладу. Мотиви відвідування споживачами ресторану «Piccolino Trattoria». Важливість факторів при виборі ресторану «Piccolino Trattoria» 7. Аналіз фінансових результатів. Обґрунтування проєкту щодо придбання піцемату для ресторану «Piccolino Trattoria». 8. Пропозиції щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

6. Дата видачі завдання 29 квітня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	квітень 2024	виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	квітень 2024	виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	квітень 2024	виконано
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	квітень 2024	виконано
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства	квітень 2024	виконано
6.	Підготовка першого розділу	травень 2024	виконано
7.	Підготовка другого розділу	травень 2024	виконано
8.	Підготовка третього розділу	червень 2024	виконано
9.	Підготовка висновків	червень 2024	виконано
10.	Здача науковому керівнику	червень 2024	виконано
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	червень 2024	виконано
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	червень 2024	виконано
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	червень 2024	виконано
14.	Одержання відгуку наукового керівника	червень 2024	виконано
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	червень 2024	виконано
16.	Захист дипломної роботи	червень 2024	виконано

Студент

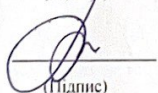


(Підпис)

Bobk A. 70

(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)

Керівник роботи



(Підпис)

Тришлена Г.В.

(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Вовк Анастасія Юріївна

Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: Особливості функціонування концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

Назва теми кваліфікаційної (дипломної) роботи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: к.е.н., доцент Прилепа Н.В.

Вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

м. Хмельницький, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 41 с., містить 12 таблиць, 8 рисунків, перелік джерел посилання складається з 18 найменувань, 2 додатки.

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

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні аспекти щодо діяльності концептуального ресторанного закладу. Визначено сутність та зміст поняття «концепція ресторану». Розглянута концепція закладу як запорука створення унікальності ресторанного закладу. Надано характеристику організаційним засадам розробки концептуального ресторанного закладу.

У другому розділі проведено аналіз діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», розглянуто загальну характеристику, проаналізовано персонал та концепцію ресторану «Piccolino Trattoria».

У третьому розділі надано пропозиції щодо удосконалення функціонування концептуального ресторану. Рекомендовано напрями, які спрямовані на удосконалення діяльності концептуального ресторану.

Результати дослідження можуть бути використані в діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» з метою підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку.

Ключові слова: концепція ресторану, унікальність ресторанного закладу, концептуальний ресторанный заклад .

ABSTRACT

for diploma thesis Vovk Anastasia Yuryivna

Full Name

Work theme: Features of the functioning of the conceptual restaurant “Piccolino Trattoria”

The title of the subject of the qualification (diploma)

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 “Hotel and restaurant business”

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor: PhD in Economics, As. Prof. Prylepa N.V.

Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2024

The qualification work is 41 pages long, contains 12 tables, 8 figures, a list of references consists of 18 titles, 2 appendices.

Relevance of work. In today's conditions, the restaurant business is one of those that is actively developing and brings significant profits. Therefore, the successful promotion of the restaurant in the service market requires the development of the concept of the establishment, which contains the idea, i.e. defines the restaurant idea, mechanisms and methods of phased implementation, determines promising directions in the restaurant's activity. The conceptual approach takes on special importance in the conditions of increased competition and innovative orientation of the hospitality industry.

In the first chapter of the work, the theoretical aspects regarding the activity of a conceptual restaurant establishment are considered. The essence and content of the concept of "restaurant concept" have been defined. The considered concept of the institution as a key to creating the uniqueness of the restaurant institution. The organizational principles of the development of a conceptual restaurant are described.

In the second chapter, the activity of the conceptual restaurant "Piccolino Trattoria" was analyzed, the general characteristics were considered, the staff and the concept of the restaurant "Piccolino Trattoria" were analyzed.

In the third section, suggestions are provided for improving the functioning of the concept restaurant. Areas aimed at improving the activity of a conceptual restaurant are recommended.

The results of the research can be used in the activities of the restaurant "Piccolino Trattoria" in order to increase competitiveness and increase profits.

Keywords: restaurant concept, uniqueness of the restaurant, conceptual restaurant.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ	
1.1 Сутність та зміст поняття «концепція ресторану».....	9
1.2 Концепція закладу як запорука створення унікальності ресторанного закладу.....	12
1.3 Організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу.....	15
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»	
2.1 Загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria».....	19
2.2 Аналіз персоналу ресторану «Piccolino Trattoria».....	24
2.3 Аналіз концепції ресторану «Piccolino Trattoria».....	27
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»	
3.1 Напрями, як спрямовані на удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria».....	30
3.2 Пропозиції щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria».....	33
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТКИ.....	40

ВСТУП

Одним із найприбутковіших сфер діяльності в Україні є ресторанний бізнес. Споживачі потребують не тільки смачних страв, а й спілкування один з одним. Адже, ресторани заклади працюють на загальне відчуття задоволення. Успішність діяльності ресторанного закладу залежить від багатьох факторів, головною якої є формулювання загальної філософії ведення ресторанного бізнесу та втілення її в життя.

Велике значення в умовах жорсткої конкуренції має також вибір концепції закладу. Це є достатньо відповідальним та важливим процесом, адже оновлення концепції ресторанних закладів з урахуванням динамічного ринку ресторанних послуг в умовах політичної, а також економічної нестабільності є перспективним напрямком для розвитку економіки країни загалом.

Проблемам концепції ресторанних закладів присвячена невелика кількість наукових статей науковців, зокрема: Н. О. П'ятницька, Ю. М. Савенко, В. В. Постова, В. П. Самодай, С. І. Митник, М. М. Левченко, І. А. Назаренко, Л. І. Нечаюк, М. П. Мальська, О. Ю. Давидова, А. І. Усіна, І. В. Сегеда, Н. І. Данько. Згідно наукових праць сформувався уявлення про вплив концепції ресторанного закладу на результати діяльності підприємства.

Актуальність теми. Успішна діяльність ресторанного закладу залежить від декількох факторів. Ресторанний заклад розпочинається з задуму засновників та закінчується контролем функціонування. Особлива та головна роль належить концепції ресторанного закладу.

Метою роботи є дослідження та аналіз концепції ресторану «Piccolino Trattoria» та обґрунтування шляхів його удосконалення.

Для цього необхідно вирішити наступні завдання:

- розкрити сутність та зміст поняття «концепція ресторану»;
- розглянути концепції закладів, що являють собою запорукою створення унікальності ресторанного закладу;

- дати характеристику організаційним засадам щодо розробки концептуального ресторанного закладу;
- здійснити аналіз ресторану «Piccolino Trattoria»;
- проаналізувати персонал ресторану «Piccolino Trattoria»;
- дослідити концепцію ресторану «Piccolino Trattoria»;
- обґрунтувати рекомендації щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є ресторан «Piccolino Trattoria».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria».

Результати досліджень, що висвітлені в роботі посприяють вдосконаленню діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», що призведе в майбутньому до покращення основних фінансових показників.

Структура кваліфікаційної дипломної роботи складається з 41 сторінки, кількість таблиць - 12, рисунків - 8, кількість позицій у списку використаних джерел - 18, додатків - 2.

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ

1.1 Сутність та зміст поняття «концепція ресторану»

Досягнення успіху в ресторанному бізнесі передбачає постійний розвиток: починаючи від створення концепції до впровадження особливих трендів. Створення унікальної концепції потрібно майже кожному ресторанному закладу. Концепція допомагає відрізнятись від конкурентів та допомагає підвищити рівень впізнаваності.

Концепція для ресторанного закладу створюється групою людей, які є ідейними генераторами. В команду обов'язково входять директор, шеф-кухар і маркетолог даного закладу. Саме директор вказує основний вектор і формат ресторанного закладу, маркетолог визначає цільову аудиторію, а також стратегію просування і унікальне позиціонування, яке виділить ресторанний заклад серед конкурентів. А ось шеф-кухар розробляє під цей формат меню. Саме ось ця група людей буде причетна до розробки концепції.

Існують багато думок, щодо змісту поняття «концепція ресторану». Так, на думку П'ятницької Н.О.: «концепція ресторану повинна відповідати дизайн інтер'єру, посуду, меню, розважальній програмі, організації обслуговування, асортименту страв та напоїв» [1]. При розробці концепції ресторану потрібно розуміти для якого контингенту споживачів створюється ресторанний заклад: для сімейного відпочинку, для людей різного віку, для споживачів з високим або середнім рівнем доходів.

Савенко Ю.М. у своїх працях акцентує, що: «у теперішній час можна прослідкувати існування різних концепцій організації ресторанного господарства на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів, як результат, збільшення прибутку» [2].

Валовой А. стверджує, що: «концепція ресторану – це конституція, яка повинна стояти в основі створення ресторану» [3]. На думку науковця, в концепції повинні відображатися наступні аспекти: візія та місія закладу, аналіз конкуренції, вимоги до розробки торгової марки, уніформа персоналу, фірмовий стиль, дизайн, стиль інтер'єру, мотивація персоналу, меню, карта напоїв, організація рекламно-маркетингових заходів, принципи ціноутворення, технологія закладу, очікуваний прибуток тощо.

Як стверджує Авраменко Т.: «концепція ресторану – це як душа, серце і мозок. Серце – це кухня, мозок – управлінська складова, яка рахує і продумує. А душа – це сервіс [9].

Отже, концепція ресторану – це план створення ресторанного закладу з покроковим ступенем деталізації. Слід зазначити, що концепція частково перетинається з бізнес-планом, але залишається менш формальною і акцентує увагу не на обов'язкових розділах, а на тому, що може виявитися найбільш корисними для ресторатора. Так, на думку науковців та рестораторів, на рис.1.1 відображені головні важелі при створенні концепції ресторану.

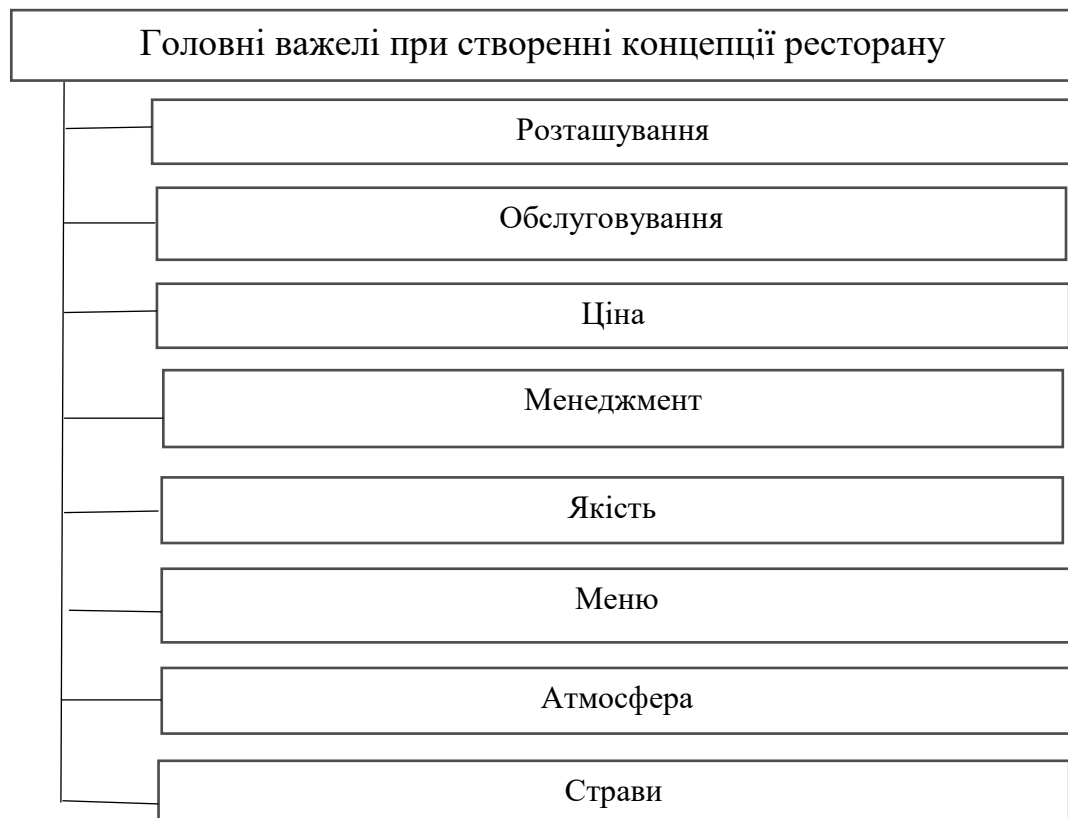


Рисунок 1.1 - Головні важелі при створенні концепції ресторану

Формати закладів ресторанного господарства класифікують за різними ознаками, що відображено на рис.1.2. Але найбільш важливим є розподіл на дві основні групи: не дотримуються чіткої концепції та концептуальні. Концепція ресторанного закладу може бути продиктована специфікою кухні (українська, італійська, китайська, японська тощо), стилізованою ідеєю художнього твору або загальною атмосферою (елітний, молодіжний, джазовий тощо).

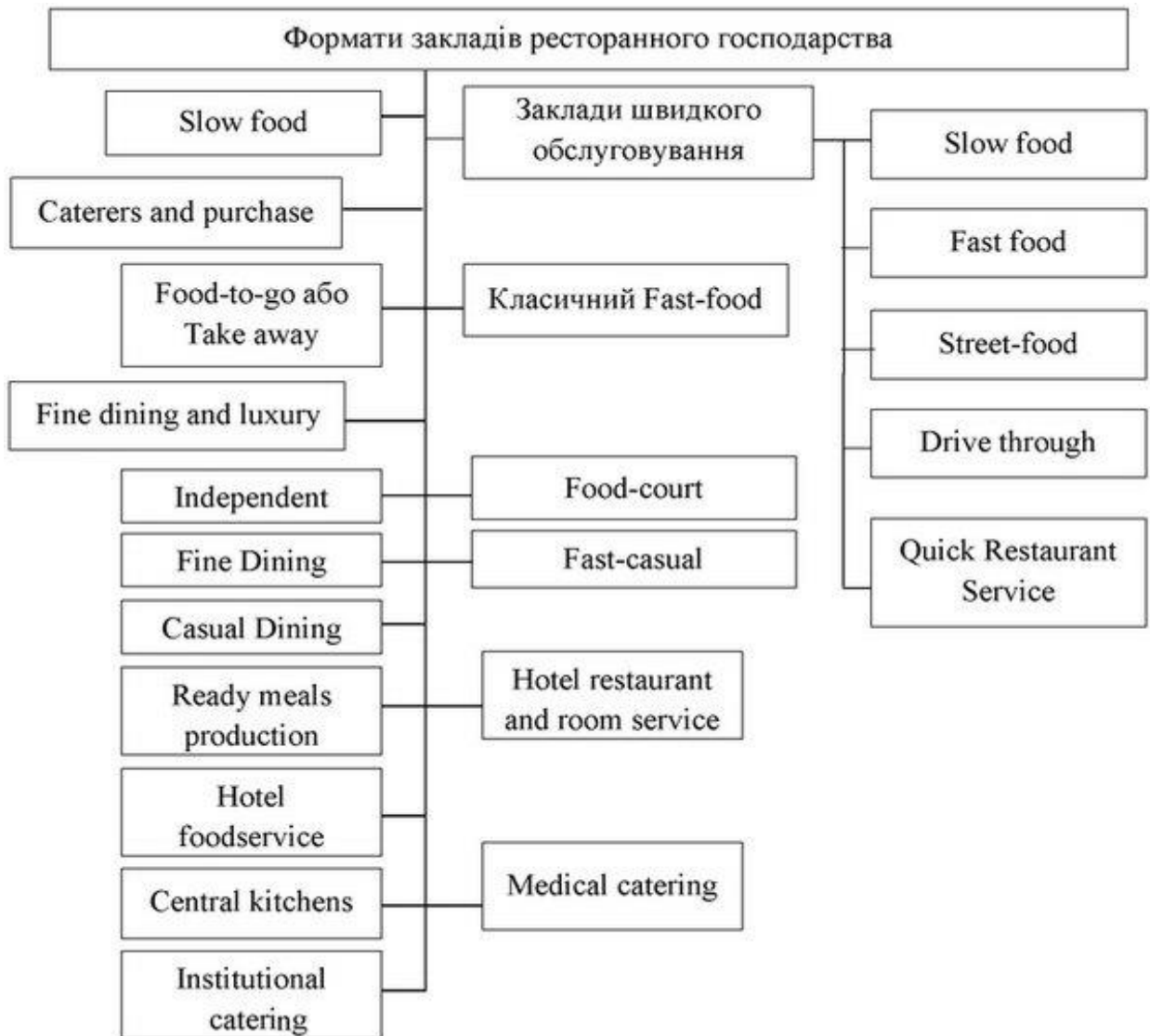


Рисунок 1.2 – Формати закладів ресторанного господарства

Кожний формат закладів ресторанного господарства, що відображено на рис. 1.2 має на увазі під собою певну концепцію, рівень цін, пропоновану атмосферу, формат обслуговування, а також асортимент відповідних страв.

1.2 Концепція закладу як запорука створення унікальності ресторанного закладу

В останні роки з'являється можливість обрати привабливий сегмент ресторанних закладів з великої кількості варіантів, адже споживач стає більш вимогливим. Зростаюча кількість кулінарних телевізійних програм, стрімкий розвиток соціальних мереж, глобальне поширення різних ресторанних форматів, а також збільшення інтенсивності їх рекламних кампаній призводить до зростання інтересу споживачів до концептуальних закладів.

Саме опрацювання концепції дозволяє чітко обрати умови і стандарти обслуговування, що у подальшому дає можливість детально вирішувати усі організаційно-технічні проблеми. Тобто успішна концепція закладу – це правила, які розкривають ідею, а також забезпечують його стабільний розвиток. Вдало розроблена концепція закладу являється запорукою успішного функціонування на ринку.

Загалом ресторанні заклади класифікують на основі наступних характеристик: кухня, формальності, послуги, атмосфера тощо. Типологія ресторанних закладів подана в табл. 1.1.

Але зазначимо, що успішна діяльність ресторанного закладу визначається його концепцією. Грамотно розроблена концепція ресторанного закладу - запорука успішного функціонування на ринку. Декілька років тому багато ресторанних закладів були досить високого класу, ресторанних закладів середньої цінової категорії було дуже мало. Але, після низки кризових явищ, частина дорогих ресторанних закладів знизила вартість обслуговування, з'явилася концепція економних ресторанів. Після кризи, у ресторанному ринку послуг відбуваються зміни в бік зниження вартості обслуговування. Так в ресторанному бізнесі з'являються мережі економічних ресторанів, економічні ресторани та ексклюзивні (авторські, концептуальні) заклади. Серед недорогих ресторанних закладів з'являється заклади змішаного типу ресторан-кафе, ресторан-клуб.

Таблиця 1.1 – Типи ресторанних закладів

Тип	Характеристика
1	2
Вишукані (авторські, концептуальні) ресторани	Ресторанні заклади відомі, як ресторани з білою скатертиною. Мають високий рейтинг. Повна протилежність закладам швидкого харчування. Панує більш витончене меню, а також формальна атмосфера. Персонал є освітчим та професійним
Ресторани швидкого харчування	Ресторанний заклад швидкого обслуговування за низькими цінами. У більшості випадків їжа є фаст-фудом. Їжу готують і подають швидко
Повсякденні ресторани швидкого приготування	Є різниця між ресторанами швидкого харчування та швидкого приготування. Тут пропонують тільки що виготовлені страви в неформальній формі та за прилавком
Ресторан повсякденного обіду	Являє собою ресторанний заклад смачної домашньої їжі, де страви подають за помірними цінами
Кафе	Ресторанний заклад, де основне призначенням є пропозиція гарячих напоїв, а також пропонують легкі перекуси
Харчова вантажівка	Фудвантажівка, де продаються страви, які містять ресурси для виготовлення різних страв. Це ресторан на колесах
Ресторан зі шведським столом	Ресторанний заклад за системою «шведський стіл». Споживачі самостійно обирають собі страви, що викладені на столі
Хмарна кухня	Кухня привід або темна кухня, що виникла під час пандемії COVID-19. Заклад, який орієнтується на доставку їжі, тобто страви на виніс.

Джерело: складено на основі [1]

У великих містах-мегаполісах збільшилася авторські ресторани. Так, на думку Савенко Ю.М.: «авторські ресторани - це ресторани, що спеціалізуються на будь-якій певній концепції, чи то особливий інтер'єр, чи незвичайна кухня, здатна задовольнити інтерес публіки до гастрономічного асортименту в гармонійній за концепцією атмосфері відпочинку та розваг» [2, с. 34-35]. Авторські ресторани можуть мати декілька у своєму меню кухонь світу, тобто це колаборація різних напрямків кулінарії з національними аспектами. Концепції ексклюзивних ресторанних закладів можуть змінюватись в залежності від деяких

характеристик, що відображено на рис. 1.3.

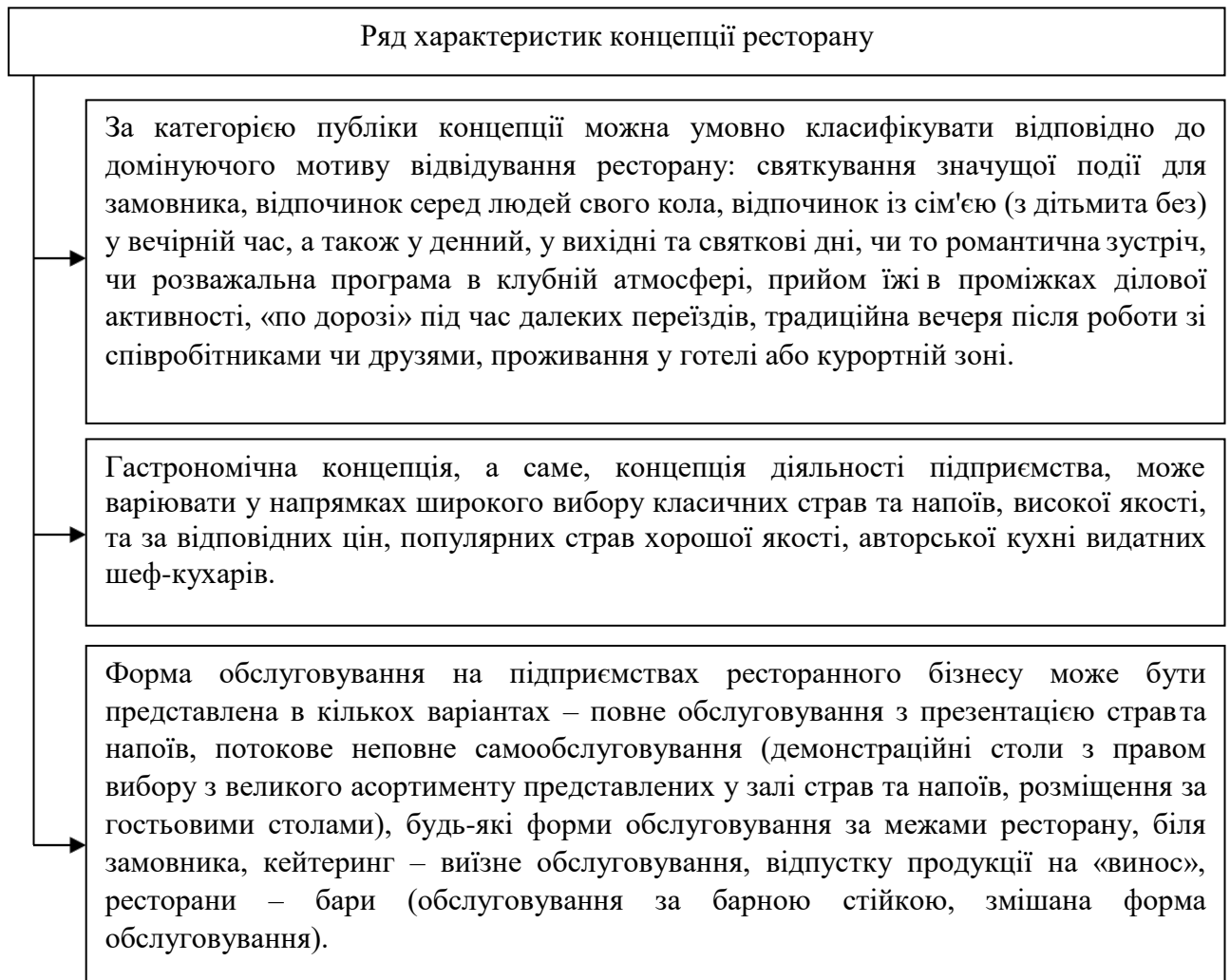


Рисунок 1.3 – Концепції ексклюзивних ресторанів

Основна роль у розробці концепції ресторанного закладу відіграють маркетингові дослідження, що являють собою джерело, яке дозволяє підтвердити або заперечити актуальність ідеї відкриття нового ресторанного закладу в певному сегменті.

Існують два розділи концепції ресторанних закладів:

1. Ідейно-тематичний опис, тобто загальний опис ідеї ресторанного закладу, рівень обслуговування та сервісу, специфіка меню, напрями кухні тощо;
2. Організаційно-економічний опис, тобто опис маркетингової, цінової, конкурентної стратегії розвитку ресторанного закладу, де описується профіль споживчих послуг та характеризується асортиментна політика.

Підсумовуючи зазначимо, що при створенні унікальності ресторанного закладу повинні бути враховані етапи: назва ресторанного закладу; розробка екстер'єру та інтер'єру ресторану; розробка меню; внутрішній дизайн; розробка цінової політики; розробка стилю одягу для персоналу; розробка рекламної стратегії тощо.

Успішність діяльності концептуального ресторанного закладу залежить від факторів, що розпочинаються від формулювання загальної філософії та закінчуючи контролем за тим, як філософія втілюватиметься у життя ресторанного закладу.

1.3. Організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу

В умовах конкуренції для ресторанних закладів вагоме значення є розробка концепції: реклама, дизайнерські розробки, політика утримання клієнтів, технологічні ланцюги та позиціонування (стратегії), меню. Розробка концептуального ресторанного закладу завжди формується письмово та може виглядати як документ на декілька сторінок, який створюється на основі маркетингових досліджень. Саме маркетингові дослідження виявляють актуальність готової ідеї ресторанного закладу у визначений час та місці, а також ціновому сегменті. Але проведення маркетингових досліджень достатньо затратний та трудомісткий процес. Зазначимо, що концепція є головною складовою після розробки ідеї ресторанного закладу. Найчастіше концепція містить в собі назву ресторанного закладу, і вже потім вона наповняє її певним змістом.

Концепцію закладу розроблюють самостійно керівники ресторанних закладів або доручають експертам ресторанного бізнесу. Згідно опитування рестораторів, приблизна ціна розробки концепції ресторанного закладу стартує від 900\$ і вище, тобто ціна визначається початковою ідеєю ресторанного закладу та умовами відкриття [5]. Дівенко Ю. І. стверджує, що організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу поділяється на чотири етапи:

1. «Маркетинг проєкту, що включає: визначення перспективної цільової аудиторії; територіальне розміщення закладу харчування; аналіз конкурентного середовища; меню с розцінками та описом страв та напоїв; визначення місця, яке займе ресторан на цільовому ринку.

2. Планувальні рішення та технології, тобто концептуальне планування приміщень; посадочні місця; технологічне обладнання тощо.

3. Бізнес-план, що включає: інвестиційний план; встановлення планових обсягів продажів; план постійних витрат та прибутків / збитків.

4. Творча частина, що відноситься від планування та розробки інтер'єру до екстер'єру ресторанного закладу закладу» [5].

Велике значення має також дизайн-проєкт інтер'єру, тобто це комплект документів, який розроблений в ході проєктних робіт відповідно до технічного завдання. До складу дизайн-проєкту інтер'єру входить: необхідні документи та креслення, які потрібні для того, щоб реалізувати ідею ресторанного закладу. Великою популярністю буде користуватися ресторанний заклад із креативним дизайном.

З огляду на потенційних споживачів розробляється профіль або концепція ресторанного закладу, який характеризує імідж, пов'язаний з певним ринковим сегментом: етнічний, дитячий або повсякденний.

Наступний і важливий етап у втіленні концепції ресторанного закладу – це гастрономічна тема. Так меню концептуального ресторанного закладу повинно відповідати назві та тематиці закладу. Як стверджує львівський ресторатор Марк Зархін: «всі страви мусять буди смачними, технологічно та економічно відповідати концепції та можливостям ресторану та декорованими і поданими відповідно до ідеї закладу» [7, с. 61]. Щодо асортименту - не надто широким, але повинен відповідати співвідношенню задоволення потреб споживачів та цінової політики. Але основною стратегією асортиментної політики концепції ресторанного закладу є введення в меню фірмових страв, а також напоїв власного приготування у поєднанні з класичними стравами та елементами національної

кухні. Тільки такий ресторанний заклад, на думку багатьох рестораторів, може задовольнити потреби та створити базу постійних споживачів.

Цінова політика концептуального ресторанного закладу повинна відповідати концепції в цілому, а також прив'язуватися до меню страв та напоїв. Зазначимо, що втілення концепції ресторанного закладу неможливе без підкріплення реклами. Адже, завдяки рекламі відбувається інформування потенційних та реальних споживачів щодо нововведення, які відбуваються в закладі.

На думку Митника С.І.: «якісно та оригінально надруковане, з назвами страв і цінами, емблемою закладу та фотографіями фірмових страв меню ресторану саме по собі може служити рекламою» [8]. Для зручності знаходження ресторанного закладу розміщують борди, стенди або «живу» рекламу.

Цікавим є закордонний досвід рекламування ресторанних закладів шляхом розміщення автографів та фотографій знаменитостей, які відвідували у різні часи. Також організація майстер-класів, кулінарних і барних шоу для споживачів – все це слугує гарній рекламі концептуального ресторанного закладу.

Зауважимо, що при розробці концептуального ресторанного закладу слід враховувати місце його розташування (торговий центр, центр міста або ресторанний ряд). Профіль та концепція закладу розробляються з урахуванням щодо майбутніх споживачів. Інакше вийде, що створений ресторанний заклад певного профілю не буде матиме достатньої кількості споживачів, щоб забезпечити свою прибутковість. Успішність ресторанного закладу буде залежити від якісної реалізації новаторської концепції культури сервісу в обслуговуванні відвідувачів. Така концепція визначає також імідж ресторанного закладу, яка повинна орієнтуватися на існуючий ринок та враховувати місцерозташування. Атмосфера ресторанного закладу має безпосередній вплив на споживачів, де є важливим: музика, освітлення, розміри ресторанних залів, меблі, розташування столів, колір скатертини тощо. Але в першу чергу споживачі звертають увагу на дизайн інтер'єру або на концепцію ресторанного

закладу. Якщо концепція ресторанного закладу задовільняє смаки споживачів, відвідувачі стануть постійними споживачами ресторанного закладу.

Особливий вплив на створення унікальної концепції закладу повинен надавати інтер'єр ресторанів національних кухонь. Так, для створення відповідного настрою споживачів, ресторани заклади використовують специфічні звукові, декоративні, колірні, освітлювальні, візуальні ефекти.

Важливе значення концепції закладу відіграють культура сервісу, якість і вартість страв. З цією метою вивчають попит за вартістю і видам страв, які замовили споживачі в ресторанному закладі. Для вивчення попиту використовують результати анкетних опитувань, де чітко сформовані питання.

Важливість формування вдалої концепції ресторанного закладу підкреслює той факт, що в Україні було започатковано премію «Пальмова Гілка» - нагорода, яка видається за найкращу ресторанну концепцію. Заснував премію у 1993 році Даніель Мажонш (Франція). Щорічно премію нагороджує міжнародний клуб професіоналів ресторанного бізнесу Leaders Club International під керівництвом президента Юргена Штрассера. Премію «Пальмова Гілка», в Україні, почали видавати з 2016 року.

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»

2.1 Загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria»

Ресторан «Piccolino Trattoria» розташований в центрі міста Хмельницький за адресою: вулиця Кам'янецька 17/1 (ТРЦ «KVARTAL»). Це затишний ресторан домашньої італійської кухні, де основний акцент зроблено на традиційні італійські страви за домашніми рецептами.

Згідно сайту ресторану «Piccolino Trattoria»: «має затишний інтер'єр приміщення у сучасному стилі – м'які дивани та крісла, меблі та оздоблення з натурального дерева світлих порід, жива зелень, оригінальні світильники, панорамні вікна. Ресторан має дитячий ігровий куточок, кімнату для мам та дитини, а також є зона для паркування дитячих колясок [4].

Для відвідувачів пропонують такі страви як: пасти та равіоллі, салати, основні страви з м'яса, птиці, риби, супи, закуски, десерти, а також піцу з різними варіантами начинки на тонкому тісті. Для любителів японської кулінарії пропонують суші та роли. У меню є корисні сніданки (кожен п'ятий безкоштовний сніданок) та дитяче меню.

Ресторан «Piccolino Trattoria» має карту бару, де є фірмові напої такі як кава «Орео» та м'ятний латте, домашні та заварні чаї, фреші, соки, лимонади, смузі, пиво. Пропонують відвідувачам великий асортимент міцного алкоголю, а також коктейлі. Є в асортименті ігристі та класичні вина Італії та Грузії. Ресторан має свою продуктову крамницю, де можна придбати італійське вино, маслини та оливки, сири, в'ялені томати та прошутто.

Зал ресторану «Piccolino Trattoria» є зручним для проведення ділових зустрічей, бізнес ланча та святкових урочистостей. Ресторан регулярно проводить тематичні та інтерактивні вечори. Автором і ведучою тематичного вечора «Сніданок з особистістю» є директор ресторану Алла Шихалєєва. Також

проводять дитячі майстер-класи з приготування улюбленої для кожної дитини піци.

Сфера діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» - надання послуг громадського харчування. На рис. 2.1 відобразимо основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria».



Рисунок 2.1 - Основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria»

У порівнянні з іншими ресторанными закладами міста Хмельницького, ресторан «Piccolino Trattoria» має наступні переваги:

- власна продуктова крамниця, де можна придбати італійське вино, маслини та оливки, сири, в'ялені томати та прошутто.
- гарантована якість страв та напоїв італійської кухні;
- японська кулінарія (суші та роли);
- дитяче меню;
- висока швидкість обслуговування;
- привітний персонал;
- комфортність перебування в закладі;
- проведення тематичних вечорів «Сніданок з особистістю», а також

дитячих майстер-класів тощо.

Розглянемо концепт-профіль ресторану «Piccolino Trattoria», що відображено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Концепт-профіль ресторану «Piccolino Trattoria»

Показник	Характеристика
Тип закладу, спеціалізація закладу, назва закладу	Мережевий ресторан італійської кухні «Piccolino Trattoria»
Торгова марка та вивіска ресторану	
Розробка меню та спеціальних пропозицій	Італійська кухня. Японська кулінарія (суші та роли). Дитяче меню. Меню і карта бару художньо оформлені та викладені українською та англійською мовами. Ресторан має свою продуктову крамницю.
Кількість місць	100 посадочних місць в залі
Номенклатура послуг, що надаються	Повний перелік послуг: зв'язок, телекомунікації і замовлення транспорту, замовлення їжі, «їжа на виніс», безкоштовний WiFi, бронювання столиків, дисконтна система розрахунку, впровадження подарункової картки, тематичні та інтерактивні вечори, дитячі майстер-класи, парковка.
Рівень обслуговування	Офіціантами, бармен
Розташування, будівля	Центр міста, ресторан знаходиться в ТРЦ KVARTAL на 2 поверсі
Умови експлуатації	Каналізація, водопостачання, кондиціонування, вентиляція, електроенергія, телекомунікації.
Система «Ріст та позиціонування робітників»	Тренінг безконфліктного спілкування
Режим роботи	Ресторан працює без вихідних Понеділок 12:00-21:00 Вівторок-неділя 10:00-21:00

Організаційна структура ресторану «PiccolinoTrattoria» є лінійною. Усі виробничі та управлінські функції зосереджено у руках керівника. Лінійній

структурі управління властиві чіткість та простота, узгодженість дій виконавців та оперативність. Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria» зображено на рис. 2.2.

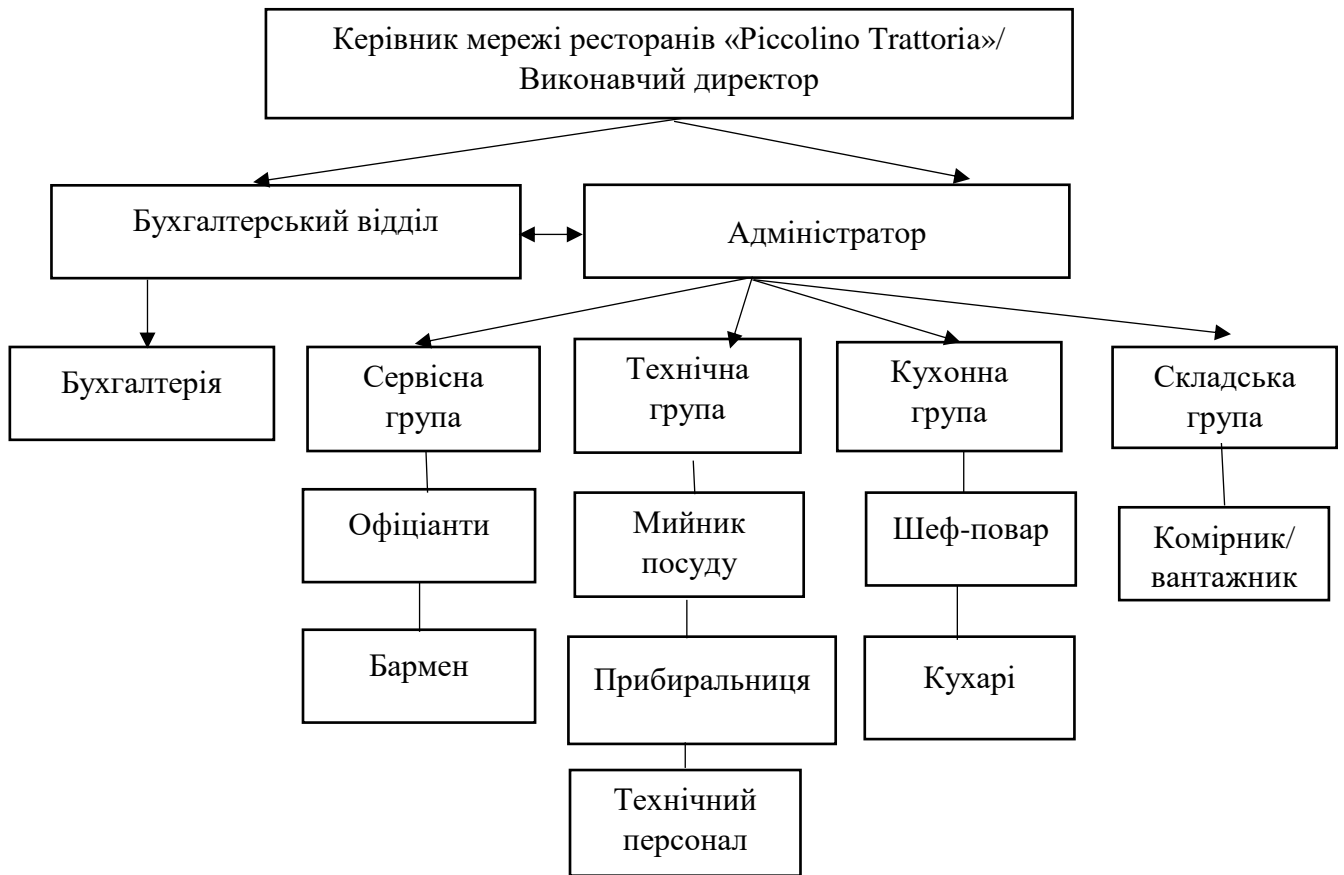


Рисунок 2.2 - Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria»

У структурно-технологічну характеристику ресторану «Piccolino Trattoria» входять адміністративно-побутові, складські, виробничі та торгівельні приміщення.

Основними конкурентами ресторану «Piccolino Trattoria» є ресторани «Mama in cucina», «New-York Street Pizza» та «Фамілія». Перелічені ресторани спеціалізуються на італійській кухні. Проаналізуємо більш детально по показниках розташування, кухня, спеціальні пропозиції, додаткові послуги, кількість місць, наявність безкоштовного Wi-Fi. Визначимо середній бал конкурентів, згідно даних сайту <https://list.in.ua/>.

Побудуємо конкурентний профіль перелічених ресторанів та дані відобразимо у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Конкурентний профіль ресторану «Piccolino Trattoria»

Показник	Ресторан			
	«Piccolino Trattoria»	«Mama in cucina»	«New-York Street Pizza»	«Фамілія»
Розташування	Кам'янецька, 17/1	Проскурівська, 44/1	Кам'янецька, 17/1	Кам'янецька, 50
Кухня	Італійська та японська кухня Дитяче меню	Італійська кухня. Дитяче меню	Меню поєднує страви різних кухонь світу	Італійська, європейська та японська кухня
Спеціальні пропозиції	Є своя продуктова крамниця	У наявності веганські страви в меню	Коктельна карта. Пиво на розлив	Комплексні сніданки
Додаткові послуги	Дитяча кімната для матері і дитини, проведення майстер-класів, доставка їжі	Є тераса, закрита обідня зала, доставка їжі	Є VIP-зала з окремим виходом, доставка їжі	Дитяча ігрова кімната, доставка їжі
Кількість місць	100	80	80	100
Безкоштовний Wi-Fi	так	так	так	так
Рейтинг	4,9	4,8	4,7	5,0

Джерело: складено на основі даних сайту <https://list.in.ua/>

Згідно табл. 2.2 можна стверджувати, що ресторан «Piccolino Trattoria» у порівнянні з іншими ресторанными закладами має відносно великий рейтинг (4,9), адже знаходиться в зручному розташуванні (ТРЦ «KVARTAL»). У всіх ресторанных закладах пропонується великий вибір страв італійської кухні. Спеціальні пропозиції є у всіх конкуруючих ресторанів. Щодо додаткових послуг, на нашу думку, лідирує ресторан «Piccolino Trattoria», адже надає найбільшу кількість послуг. Найбільша кількість посадочних місць в ресторанах «Piccolino Trattoria» та «Фамілія», а це може призвести до додаткового прибутку.

Після детального аналізу ресторану «Piccolino Trattoria» можна відтворити усю інформацію у вигляді SWOT-аналізу, який дозволяє знайти важливі сфери. Це дозволяє сконцентруватися на головних та основних аспектах, а також

виділити завдання, які мають вагоме значення для успіху ресторану «Piccolino Trattoria». Формуємо SWOT-аналіз у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - SWOT-аналіз ресторану «Piccolino Trattoria»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Мережевий ресторан італійської кухні; 2. Розташування у центрі м. Хмельницький (ТРЦ «KVARTAL»); 3. Дитяча кімната для матері і дитини; 4. Проведення майстер-класів (у т.ч. дитячих майстер-класів) та тематичних вечорів «Сніданок з особистістю»; 5. Професіоналізм шеф-кухаря; 6. Впізнаваність бренду «Piccolino Trattoria»; 7. Наявність сайту в соціальних мережах.	1. Велика кількість конкурентів; 2. Нестабільність в Україні (війна); 3. Постійна зміна персоналу або плинність кадрів; 4. Обмежена кількість відвідувачів; 5. Недостатнє фінансування.
Можливості	Загрози
1. Орієнтування на широкий сегмент споживачів; 2. Збільшення додаткових послуг; 3. Створення бонусної програми для споживачів.	1. Не платоспроможність українського споживача (війна); 2. Зростання цін на сировину; 3. Збільшення кількості конкурентів з нижчою вартістю надання послуг; 4. Податкові реформи.

Таким чином, вдало прийняті рішення принесуть вагомі значення у діяльність ресторану «Piccolino Trattoria», а також вплинуть на конкурентоспроможність наданих послуг загалом.

2.2 Аналіз персоналу ресторану «Piccolino Trattoria»

Персонал ресторану «Piccolino Trattoria» складається з адміністративно-управлінського персоналу у кількості 4 чоловік; працівники виробництва – 17 чоловік.

Таблиця 2.4 – Штатний розклад персоналу ресторана «Piccolino Trattoria»

№	Посада	Кількість
Адміністративно-управлінський персонал		
1	Директор	1
2	Адміністратор	1
3	Бухгалтер	2
Всього		4
Працівники виробництва		
4	Шеф-кухар	1

5	Кухарі	5
6	Офіціанти	4
7	Бармен	2
8	Прибиральниця	1
9	Мийник посуду	2
10	Технічний персонал	1
11	Комірник/вантажник	1
Всього		17

Для ресторану «Piccolino Trattoria» на 100 місць кількість офіціантів у зміну складає 5 осіб. У ресторані передбачається обслуговування споживачів офіціантами, де один офіціант може обслуговувати 10-16 місць. Зустрічати та проводити до столів споживачів буде адміністратор, за барною стійкою працюватимуть бармени. Роботу з управління в ресторані «Piccolino Trattoria» з обслуговуючим персоналом здійснюватиме адміністратор. Зазначимо, що цільовим сегментом споживачів ресторану будуть мешканці та гості міста Хмельницького – сімейні пари віком від 18 до 60 років, а також молодь із середнім рівнем доходу.

Персонал ресторану «Piccolino Trattoria» є єдиною командою, що прагне як найбільш задовольнити потреби споживачів щодо якісного обслуговування, а також отримання прибутку. Працівники ресторану «Piccolino Trattoria» керуються наступними принципами, що відображено на рис. 2.3.



Рисунок 2.3 – Принципи роботи ресторану «Piccolino Trattoria»

Стиль управління персоналом в ресторані «Piccolino Trattoria» є демократичним. Організаційні питання вирішується колегіально. При влаштуванні на роботу до ресторану «Piccolino Trattoria» персонал ознайомлюється з правилами внутрішнього розпорядку закладу.

Система оплати праці у ресторані «Piccolino Trattoria» є погодинна. Штатний склад ресторану «Piccolino Trattoria» зображено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Штатний розклад ресторану «Piccolino Trattoria»

Найменування посади	К-сть од.		Зміна, чол. 2023-2022
	2022	2023	
Директор	1	1	0
Адміністратор	1	1	0
Бухгалтер	2	2	0
Шеф-кухар	1	1	0
Кухарі	4	5	1
Офіціанти	5	4	-1
Бармен	2	2	0
Прибиральниця	2	1	-1
Мийник посуду	2	2	0
Технічний персонал	1	1	0
Комірник/вантажник	1	1	0
Всього	22	21	-1

Згідно табл. 2.5 робимо висновок, що у ресторані є плинність персоналу. Вважаємо, що основною причиною плинності персоналу є погіршення політичного становища в Україні. У табл. 2.6 проаналізуємо заробітну плату працівників ресторану «Piccolino Trattoria».

Таблиця 2.6 - Аналіз заробітної плати працівників ресторану «Piccolino Trattoria»

Найменування посади	Середньомісячна ЗП, грн		Темп приросту/ падіння, % 2023/2022
	2022	2023	
Директор	17000	18000	6,0
Адміністратор	13000	15000	15,3
Бухгалтер	12500	15000	20,0
Шеф-кухар	15000	17000	13,3
Кухарі	13000	15600	20,0

Офіціанти	9000	10000	11,1
Бармен	9500	10500	10,5
Прибиральниця	6800	7000	3,0
Мийник посуду	6800	7000	3,0
Технічний персонал	6800	7000	3,0
Комірник/вантажник	6800	7000	3,0

Отже, заробітна плата, не зважаючи на те, що в країні війна, зростає, але в повільному темпі. Високий темп приросту спостерігається у бухгалтера (20%), кухарів (20%), адміністратора (15,3%) та шеф-кухаря (20 %).

Мінімальна заробітна плата присутня у прибиральниці, мийника посуду, технічного персоналу, а також комірника/вантажника. Їх темп приросту 3,0%. Важається, що праця допоміжного персоналу в ресторані «Piccolino Trattoria» не потребує особливого досвіду. Але непрофесіональне надання послуг допоміжного персоналу може призвести до конфліктних ситуацій, а це веде до погіршення репутації ресторану «Piccolino Trattoria», а також втраті прибутку.

2.3 Аналіз концепції ресторану «Piccolino Trattoria»

Фірмова або авторська страва являє собою унікальний рецепт, що ідентифікує заклад/ мережу закладів або окремого шеф-кухаря. Це може бути основна страва, десерт, закуска, напій тощо. Проаналізіємо як ресторан за допомогою своїх фірмових страв задовільняє концепцію закладу (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Аналіз фірмових страв щодо врахування концепції закладу

Мета ресторану «Piccolino Trattoria»	Категорії, перед якими ставляться цілі	Страви всередині категорії, які досягають цих цілей
Забезпечити постійний потік відвідувачів	Пріоритетні та базові страви	Відомі та актуальні страви ресторану
Отримання прибутку	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі та нові страви
Втримати відвідувачів	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі, недорогі та сезонні страви
Збільшення середнього чеку	Пріоритетні та базові страви	Комплексні страви/сніданки
Винекнення бажання щодо здійснення замовлення	Пріоритетні та унікальні страви	Страви зі спеціальної пропозиції дня або новинки

Підтримати імідж ресторану	Пріоритетні та унікальні страви	Вишукані страви італійської кухні
----------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

Так, у межах маркетингового дослідження було опитано 50 осіб віком від 18 до 60 років з різних сфер діяльності щодо визначення уподобань та смаків споживачів ресторанних послуг. Збір інформації тривав два тижні. Основні мотиви відвідування споживачами ресторану «Piccolino Trattoria» відображено на рис.2.4.

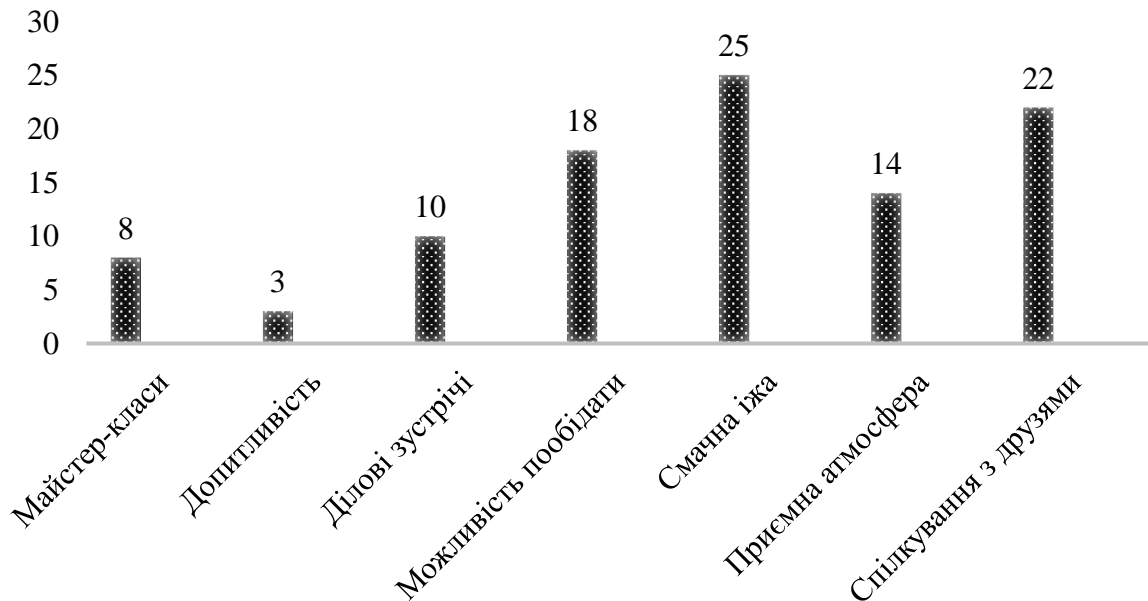


Рисунок 2.4 – Мотиви відвідування споживачами ресторану «Piccolino Trattoria», (%)

Основним мотивом відвідування споживачами ресторану «Piccolino Trattoria» є смачна їжа (25%), спілкування з друзями (22%), на третьому місці знаходиться показник можливість пообідати (18%).

Проаналізуємо важливість при виборі ресторану наступних факторів: атмосфера в закладі, ввічливість персоналу, чистота приміщення, швидкість обслуговування, інтер'єр закладу, місце розташування, величина середнього чеку, карта бару, а також популярність закладу. Дані відобразимо на рис. 2.5.

Для ресторану «Piccolino Trattoria» важливим є місце розташування та популярність самого закладу. Подобається споживачам швидкість та якість обслуговування, а також оптимальна вартість середнього чеку (500-600 грн.)

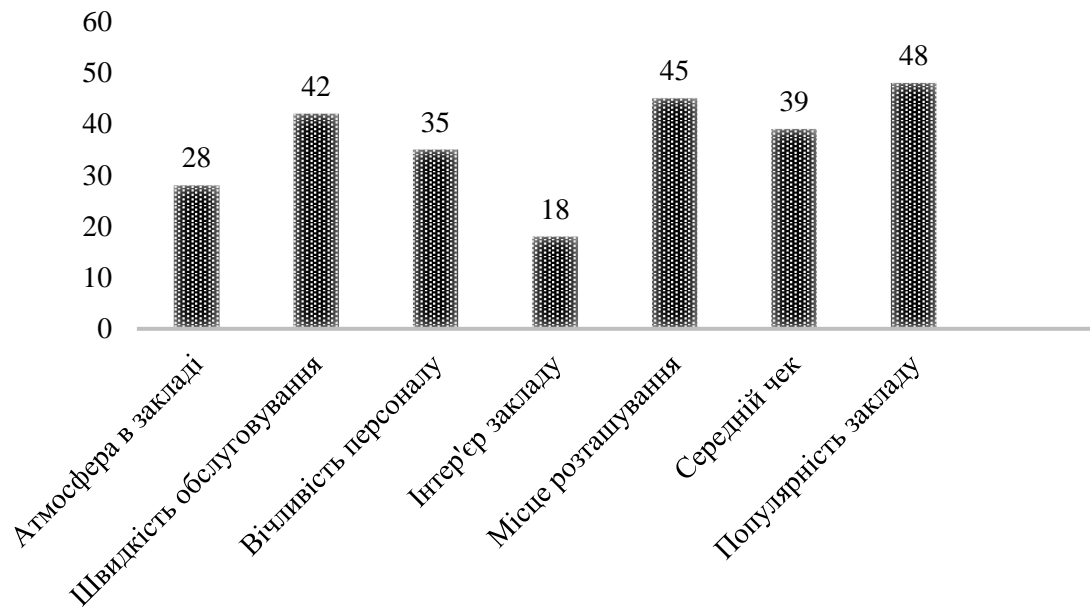


Рисунок 2.5 – Важливість факторів при виборі ресторану «Piccolino Trattoria», (осіб)

Зробимо аналіз основних фінансових показників ресторану «Piccolino Trattoria» та відобразимо у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Аналіз фінансових результатів ресторану «Piccolino Trattoria».

Показник	Од.вим.	Роки		Темп зростання/падіння, %
		2022	2023	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	грн	5 304 893	7 342 539	38,41
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	грн	1 847 658	1 951 724	5,63
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300 - (+) 2310)	грн	318 293	551 501	73,26

Отже, чистий дохід від реалізації продукції ресторану збільшився у 2023 році на 2 037 646 грн. Відповідно і темп зростання складає 38,41 %. Щодо собівартості реалізованої продукції, то у 2023 році спостерігаємо зростання на 104 066 грн та темп зростання є 5,63%. Не зважаючи на економічне та політичне становище нашої країни, у 2023 році ресторан «Piccolino Trattoria» збільшив свій прибуток на 233 208 грн. Темп зростання складає 73,26%.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»

3.1 Напрями, як спрямовані на удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

Для поєднання зручного і не дуже вимогливого способу надавати послуги в закладах ресторанного господарства використовують вендинг. Вендинг – це торгівля через автомати. Слід зазначити, що найбільш вендинговою країною вважається Японія. У цій країні розповсюджені вендингові магазини і навіть кав'ярні. В Європі, а також США вендингові автомати є популярними у певних місцях: в аеропортах і вокзалах, на заправках або в офісних центрах. Це є зручним, тому що автомати працюють цілодобово та надають змогу швидко обслуговувати споживачів. В Україні вендинговий бізнес слабо розвинутий через недовіру до автоматів з боку споживачів. Але вартість робочої сили постійно зростає, тоді як торгові автомати стають все більш доступними.

Пропозиція, яка буде спрямована на покращення концептуальної складової ресторану «Piccolino Trattoria» - це придбання піцемату. Піцемат представляє собою вендинговий апарат з продажу або (і) приготування піци. В Україні є два піцемата. Перший вид - готова охолоджена піца тільки розігрівається, а ось у другій – відбувається увесь цикл виготовлення, розпочинаючи з замішування тіста та закінчуючи випіканням.

Купівля піци в піцематі від ресторану «Piccolino Trattoria» буде позбавлена усіх недоліків, адже якщо виготовлення піци проходить усі стадії приготування, споживач завжди буде отримувати смачну піцу. Також, придбання в піцематі завжди буде пропонувати гарячу та ароматну піцу за 2-3 хвилини після внесення оплати. Адже, вендинг дозволяє власнику ресторанного господарства зекономити заробітну плату найманим працівникам, а споживачу – отримати якісний продукт за привабливою ціною. Для розміщення піцемату потрібно не більше 2 квадратних метрів.

Отже, пропонуємо придбання для ресторану «Piccolino Trattoria» саме автомат продажу піци (піцемат), тобто машини для продажу гарячої піци в лотках, що здійснюється після оплати суми встановленої власником. У піцематі можна обрати до трьох різних видів піци. Час приготування піци визначається заводом-виробником. Середній час приготування піци триватиме 2-3 хвилини. Мова, на якій відображаються повідомлення, можливо персоналізувати як замовнику, так і власнику. Додаткові повідомлення виводяться на монітор піцемату, щоб допомогти споживачеві на етапі оплати за піцу (Додаток В).

Загальні особливості піцемату:

- Автоматична система контролю для пошуку несправностей;
- Конструкція касети завантаження піци буде виконана із сталевих лотків зі 108 осередками, що є розділеними на 3 колонки (тобто по одній стопці для кожного типу піци);
- Вибір до 3-х різних видів піци;
- Місткість для продажу коливається до 102 штук;
- Екологічний холодоагент холодильної камери.

Важливим є інтерфейс для споживача, що може включати можливий показ реклами ресторану «Piccolino Trattoria» при використанні піцемату.

Піцемат виконує наступний цикл виробництва піци (Додаток В):

- Споживач обирає потрібну мову за допомогою кнопки «Вибір мови», якщо є нагальна потреба;
- Вносять купюри для купівлі бажаної піци;
- Обирають піцу за допомогою кнопок 1, 2, 3;
- Підтверджують вибір кнопкою «ОК»;
- Якщо споживач бажає скасувати вибір - натискають кнопку «Ні».

Зазначимо, що принцип дії простий. В індивідуальній упаковці охолоджений продукт завантажується в спеціальний відсік. У той момент, коли споживач робить свій вибір - піца звільняється від упаковки та відправляється в піч. При відносно високій температурі піца випікається та в упакованому вигляді

відправляється в лоток для видачі. Процес випікання піци в піцематі триватиме 2-3 хвилини.

Основні технічні характеристики піцемату наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1 - Основні технічні характеристики піцемату

Загальна характеристика	
Загальна вага піцемату	560 кг
Розміри (мм)	1920x985x1920
Робоча температура холодильної камери піцемату	0 °C ÷ 7 °C
Продуктивність компресора холодильної камери піцемату	0,6 HP
Робоча температура виготовлення піци	300 °C
Тривалість приготування	2-3 хв
Можливість регулювання тривалості приготування	так

Найбільш вдалим варіантом установки піцематів від ресторану «Piccolino Trattoria» буде: торгові центри, автомобільні заправки, парки і зони відпочинку з великою прохідністю, авто і залізничні вокзали, навчальні заклади, кінотеатри, готелі тощо. Для збільшення обсягу продажів можна установити піцемат біля автомата з продажу гарячих напоїв.

Розрахуємо проєкт щодо придбання піцемату та зведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 - Обґрунтування проєкту щодо придбання піцемату для ресторану «Piccolino Trattoria»

Вартість 1 піцемата EXW Italy.	23 260 € = 976 920 грн
Витрати на оренду місця під піцемат і електроенергію	(100+30\$/міс.)=130 x 12 = 1560 \$ = 60 840 грн./рік
Максимальний продаж піци за день з одного піцемату	100 шт
Максимальний продаж піци за год. з одного піцемату	20 шт
Продаж піци за рік (365 днів/рік)	100 x 365 = 36 500 шт.
Ціна 1 піци 12" (28-30 см)	200 грн
Приблизна собівартість піци	120 грн
Маржинальний прибуток з одиниці	200-120=80 грн
Прибуток за рік	80 x 36 500 = 2 920 000грн.
Точка беззбитковості	(976 920+60 840):80=12 972піци
Чистий прибуток	1 882 240 грн

Точка беззбитковості – це обсяг виробництва та продажу, де доходи повинні дорівнювати витратам. Іншими словами немає ні прибутку, ні збитків, але нижче цієї точки ресторанний заклад не повинен опускатися. Адже це може супроводжуватись до збитків.

При забезпеченні продажу 36 500 піц, 12 972 піци забезпечать покриття капітальних вкладень і $(36\,500 - 12\,972 = 23\,528)$ піц забезпечать чистий прибуток: $23\,528 \times 80 = 1\,882\,240$ грн.

3.2 Пропозиції щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

Ресторан «Piccolino Trattoria» являється закладом з унікальним інтер'єром, смачною кухнею, чудовим персоналом та відданими споживачами. Але для підтримки унікальності ресторану - необхідно посилювати маркетинг ресторанного закладу. Завдяки грамотному інтернет-маркетингу можливо зростання прибутку без особливих вкладень. Наразі можливості соціальних мереж, а також пошукових систем дають змогу збільшити попит та зацікавленість нових споживачів у локальному масштабі значно ефективніше, ніж офлайнова реклама.

Реклама ресторанного закладу в інтернеті – не найпростіше завдання. Невірне налаштування рекламної кампанії або, навіть, неефективний email-маркетинг для ресторанного закладу може принести великі витрати.

Пропозицією щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria» є SMM просування ресторанного закладу.

Ресторан «Piccolino Trattoria» має групи в соціальних мережах: Інстаграм та Фейсбук, але інформація щодо останніх подій, нових страв тощо не поновляється. Тому краще найняти фахівця, який буде поновляти інформацію: робити відеоконтент щодо оновлення меню, інтер'єру тощо, постити фото, відповідати на коментарі, відгуки та питання споживачів.

Пропонуємо фахівцю, який буде займатись SMM просування ресторанного закладу наступне:

1. Додати ресторан «Piccolino Trattoria» в Google «Мій бізнес», що являє собою найпопулярнішим пошуковим ресурсом. Також переконатись, що інформація у мережі про ресторан «Piccolino Trattoria» відповідає дійсності;

2. Робити репости, відповідати на записи постійних споживачів. Це можна використовувати у подальшому як рекламу ресторанного закладу;

3. Відстежувати згадки про ресторанний заклад за гештегами або геолокаціями. Не пропускати будь-які обговорення ресторану «Piccolino Trattoria» в соцмережах.

4. Працювати з негативними відгуками. Адже поодинокі негативні відгуки будуть виділятимуться серед позитивних коментарів, а також впливати на рішення потенційного споживача щодо відвідування ресторану «Piccolino Trattoria». Щоб цього не було, потрібно стимулювати споживачів залишати позитивні відгуки та коментарі. Можна придумати нагороду за позитивний відгук (знижка або безплатна кава). Тобто будь-якими діями намагатись, щоб переважали реальні позитивні коментарі.

5. Фотографувати ресторанный страви. Ефективна реклама для ресторанного закладу ґрунтується на просуванні напоїв та страв, адже це і є товар. Можна публікувати цікаво оформлені страви з ресторанного меню, а також розміщувати в Інстаграмі або в інших соцмережах.

6. Платна реклама ресторану «Piccolino Trattoria» в соціальних мережах або інтернеті. Два або три платні пости на тиждень забезпечать стабільні перегляди, якщо правильно налаштувати таргетування.

7. Опитування - один з найкращих видів комунікації зі споживачами. Можна запитати думку своїх лояльних споживачів про якість сервісу, про найкомпетентного офіціанта, про те, що б хотіли бачити у ресторані «Piccolino Trattoria» (нові італійські страви і напої, інша фонова музика, послухати живий концерт, перегляд італійського фільму тощо). Такі опитування допоможуть

додатково зібрати базу споживачів, для яких у майбутньому можна робити акції та розсилки.

8.Пости з робочими фото працівників ресторану «Piccolino Trattoria», а також історії про досвід роботи, їхні захоплення та унікальні навички. Один раз на тиждень можна створювати пости про персонал ресторанного закладу. Таким чином, поширюючи цікаву інформацію про працівників, можна підвищити не тільки репутацію самої команди, а також престиж ресторану «Piccolino Trattoria».

Запропоновані пропозиції зводимо в таблицю 3.3.

Таблиця 3.3 - Пропозиції щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria»

Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	2	3
Рекомендовано проект щодо придбання піцемату	Запропонований піцемат для продажу гарячої піци в лотках, що здійснюється після оплати суми встановленої власником. У піцематі можна обрати до трьох різних видів піци. Середній час приготування піци триватиме 2-3 хвилини.	Піцемат дозволить зекономити заробітну плату найманим працівникам, а споживачу – отримати якісний продукт за привабливою ціною від ресторану «Piccolino Trattoria». Підраховано обґрунтування проекту щодо придбання піцемату для ресторану «Piccolino Trattoria»
Рекомендовано SMM просування ресторанного закладу	Запропоновано покроковість SMM просування ресторанного закладу	Призведе до удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», що позитивно вплине на прибутковість та популярність закладу

Таким чином, реалізація запропонованих заходів сприятиме удосконаленню діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria», що вплине на популярність закладу та його прибутковість.

ВИСНОВКИ

При створенні ресторанного бізнесу досить часто можна почути такі поняття, як концепція ресторану, тематика ресторану або ідея ресторану. Концепція розкриває ресторанну ідею, а також описує діяльність ресторану: стратегію позиціонування, рекламні і маркетингові програми по утриманню і залученню споживачів, меню та інших складових діяльності.

У першому розділі кваліфікаційної роботи актуалізовано проблему діяльності концептуального ресторану. Проведено огляд наукової літератури щодо сутності та зміст поняття «концепція ресторану». Розглянуті головні важелі при створенні концепції ресторану. Охарактеризовано різні концепції ресторанних закладів, які є запорукою створення унікальності. З'ясовано, що концепція ексклюзивних ресторанних закладів можуть змінюватись в залежності від деяких характеристик. Описані організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу.

У другому розділі кваліфікаційної роботи дана загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria». Розглянута організаційна структура управління. Дана характеристика основних напрямів діяльності ресторану. Розглянуто концепт-профіль ресторану. Зауважено, що основними конкурентами ресторану «Piccolino Trattoria» є ресторани «Mama in cucina», «New-York Street Pizza» та «Фамілія». Перелічені ресторани заклади спеціалізуються на італійській кухні. Побудовано SWOT-аналіз. Зазначено, що персонал ресторану є єдиною командою, що прагне як найбільш задовольнити потреби споживачів щодо якісного обслуговування, а також отримання прибутку. Проаналізовано основні мотиви відвідування споживачами ресторану: смачна їжа (25%), спілкування з друзями (22%), на третьому місці знаходиться показник можливість пообідати (18%). Для концептуального ресторану «Piccolino Trattoria» важливим є місце розташування та популярність самого закладу. Подобається споживачам швидкість та якість обслуговування, а також оптимальна вартість середнього чеку (500-600 грн.).

У третьому розділі кваліфікаційної роботи наведені пропозиції щодо використання вендингу. Вендинг – це торгівля через автомати. Запропоновано придбання піцемату. Піцемат представляє собою вендинговий апарат з продажу або (і) приготування піци. Купівля піци в піцематі від ресторану «Piccolino Trattoria» буде позбавлена усіх недоліків, адже якщо виготовлення піци проходить усі стадії приготування, споживач завжди буде отримувати смачну піцу. Також, придбання в піцематі завжди буде пропонувати гарячу та ароматну піцу за 2-3 хвилини після внесення оплати. Адже, вендинг дозволяє власнику ресторанного господарства зекономити заробітну плату найманим працівникам, а споживачу – отримати якісний продукт за привабливою ціною. Для розміщення піцемату потрібно не більше 2 квадратних метрів. Розраховано також проєкт щодо придбання піцемату ресторану «Piccolino Trattoria». Другою пропозицією щодо підтримки унікальності ресторану – є посилення маркетингу ресторанного закладу. Завдяки грамотному інтернет-маркетингу можливо зростання прибутку без особливих вкладень. Пропозицією щодо удосконалення діяльності концептуального ресторану «Piccolino Trattoria» є SMM просування ресторанного закладу. Розписана покроковість SMM просування ресторанного закладу, а це позитивно вплине на прибутковість та популярність закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – К. Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.
2. Савенко Ю.М. Основні тенденції ринку громадського харчування. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2014-4/6.pdf> (дата звернення 14.06.2024)
3. Валовой А. Що ж таке «концепція ресторану»? [Електронний ресурс]. URL: <https://posteat.ua/kolonka-gurmana/konceptsiya-restoranu/> (дата звернення 14.06.2024)
4. Ресторан Piccolino.Trattoria (Пикколино. Траттория). [Електронний ресурс]. URL: <https://tomato.ua/khmelnyskiyi/restaurants/piccolinotrattoria> (дата звернення 14.06.2024)
5. Дівенко Ю.І. Організаційні засади розробки концепції підприємства ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/divenko.htm (дата звернення 14.06.2024)
6. Постова В.В. Особливості становлення концепції ресторанів формату «Fast Casual». [Електронний ресурс]. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2627/2035> (дата звернення 14.06.2024)
7. Зархін М.Г. Моє місце роботи – це ресторан, а не кабінет / М. Г. Зархін // AIRPORT. – 2014. –№ 1.– С. 60-61
8. Митник С.І. Концептуальні підходи до створення ресторану і організації його діяльності. [Електронний ресурс]. URL: [file:///C:/Users/Uzer/Downloads/Torg_2014_17_12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Uzer/Downloads/Torg_2014_17_12%20(1).pdf) (дата звернення 14.06.2024)
9. Авраменко Т. Не лише поїсти: що передбачає вдала концепція ресторану. [Електронний ресурс]. URL: <https://mind.ua/openmind/20195284-nelisse-poyisti-shcho-peredbachae-vdala-konceptsiya-restoranu> (дата звернення 14.06.2024)

14.06.2024)

10. Завадинська О.Ю., Кінчур А.А., Деревицький Є.В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zavadynska3.htm (дата звернення 14.06.2024)

11. Силівейстр В. Як просувати ресторан в інтернеті – креативні ідеї для реклами ресторану. [Електронний ресурс]. URL: <https://joinposter.com/ua/post/prosuvannya-restoranu-v-interneti> (дата звернення 14.06.2024)

12. Шамара І. Мерчандайзингові підходи до формування концепції закладів ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102066.pdf> (дата звернення 14.06.2024)

13. Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження як інструмент розробки концепції нового підприємства ресторанного бізнесу. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3085> (дата звернення 14.06.2024)

14. Самодай В.П. Організація ресторанної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай, А. І. Кравченко. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. – 424 с.

15. Бойко О.В. Перспективи ресторанного бізнесу в житті сучасного суспільства. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bojko16.htm (дата звернення 14.06.2024)

16. Мальська М.П., Гаталюк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. – 584 с.

17. Давидова О.Ю., Усіна А.І., Сегеда І.В. Ресторанний менеджмент: підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. –279 с.

18. Маркетингові поради: меню кафе і ресторанів. [Електронний ресурс]. URL: <https://wizart.agency/marketynhovi-porady-menu/> (дата звернення 14.06.2024)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Ключові пункти розробки концепції:

1 Назва закладу → Виходячи з назви розробляється варіанти логотипів



2 Формат і тип → Доповняють назву або роз'яснює формат



3 Слоган, або система слоганів

→ Доносять до гостя емоції та ідею закладу

4 Меню → Цільова аудиторія. Хто є наш гість? Яку кухню обирає?



5 Зонування приміщень → Проводиться виходячи з потреб різних груп гостей



6 Дизайн інтер'єру → Включає обробку, вибір меблів, декору та інших елементів



7 Обслуговування → Вид, стиль обслуговування, зовнішній вигляд офіціантів



Піцемат



- (1) Холодильна камера з піцею
- (2) Зона печі
- (3) Інтерфейс користувача з монітором та пристроєм прийому оплати
- (4) Зона видачі лотка з гарячою піцею

Дісплей піцемату

