

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
БІЗНЕС ПРОЕКТ РЕСТОРАНУ ФОРМАТУ
«FISH FOOD» У МІСТІ КИЄВІ»

Студент 2 курсу, 5 м групи
спеціальності 181
«Харчові технології»
спеціалізації
«Харчові технології та
бізнес»

Омельченко
Дмитро Ігорович

підпис студента

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Компанець Катерина
Андріївна

підпис керівника

Науковий консультант
к.т.н., доц.

Перепелиця Мирослава
Павлівна

підпис консультанта

Гарант освітньої
програми
д.т.н., проф.

Федорова Діна
Володимирівна

підпис

Київ 2020

Факультет	ресторанно-готельного та туристичного бізнесу	Кафедра	готельно-ресторанного бізнесу
Спеціальність	181 «Харчові технології»		
Спеціалізація	«Ресторанні технології та бізнес»		

Зав. кафедри готельно-ресторанного
бізнесу
проф. Бойко М.Г.
“ ” 2019 р.

на випускн^у кваліфікаційну роботу студентіві

(прізвище, ім'я, по батькові)

- ### 3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

Предмет дослідження – теоретичні, методичні, технологічні та прикладні засади застосування ресторанних технологій ресторанного бізнесу у бізнес-проектуванні

4. Консультанти по проекту із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 2. Проектування технологічних рішень	Перепелиця М.П.		

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАНУ

- 1.1. Локація. Наймінг. Атмосфера
- 1.2. Маркетинг проекту
- 1.3. Організаційний план

Розділ 2. Проектування ресторанних технологій

- 2.1. Проектування операційних технологій
- 2.2. Проектування сервісних технологій

Розділ 3. Фінансовий план

- 3.1. Бюджет
- 3.3. Food cost
- 3.2. Термін окупності

Висновки

6. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2019 р.- 31.10. 2019 р.	01.09.2019 р.- 31.10. 2019 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	01.11.2019 р.- 31.12.2019 р.	01.11.2019 р.- 31.12.2019 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.01.2020 р.- 11.05.2020 р.	02.01.2020 р.- 11.05.2020 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	14.05.2020 р.- 18.05.2020 р.	14.05.2020 р.- 18.05.2020 р.
5	<i>Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті</i>	до 18.05.2020 р.	до 18.05.2020 р.
6	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	18.05.2019 р.- 07. 09. 2020 р.	18.05.2019 р.- 07. 09. 2020 р.
7	<i>Попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	07.09.2019 р.- 10. 09. 2020р.	07.09.2019 р.- 10. 09. 2020р.
8	<i>Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	11.09.2020 р. - 28.10.2020 р.	11.09.2020 р. - 28.10.2020 р.
9	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	29.10.2020 р.- 31.10.2020 р.	29.10.2020 р.- 31.10.2020 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	20.11.2020 р	20.11.2020 р
11	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	16.11.2020 р. 18.11.2020 р	16.11.2020 р. 18.11.2020 р
12	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	18.11.2020 р.- 01.12.2020 р.	18.11.2020 р.- 01.12.2020 р.
13	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>

7. Дата видачі завдання: “28 ” грудня 2019 р.

8. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н., доцент

К.А. Компанець
(прізвище, ініціали)

(підпис)

9. Гарант освітньої програми, д.т.н., доцент

Д.В. Федорова
(прізвище, ініціали)

(підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

Д.І. Омельченко
(прізвище, ініціали)

(підпис)

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Омельченко Дмитро Ігорович виконав випускню кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі розроблена концепція організації бізнес - проекту ресторану формату «Fish food» у місті Києві. Здійснено оцінювання локації закладу та підтверджено доречність вибраного місця розташування. Розроблена дизайнерська концептуальна ідея ресторану; розглянуто питання організації та управління рестораном. Обґрунтовано впровадження бізнес-проекту ресторану формату «Fish food» у місті Києві та доведена ефективність інвестицій.

Випускний кваліфікаційний проект є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК.

12. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Д.І. Омельченко

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Федорова Д.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

“ _____ ”

2020р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
Розділ 1 <u>КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАНУ</u>	10
1.1. Локація. Наймінг. Атмосфера	10
1.2. Маркетинг проекту	18
1.3. Організаційний план	21
Розділ 2 <u>Проектування ресторанних технологій</u>	24
2.1. Проектування операційних технологій.....	24
Користуючись даними, наведеними в таблиці 2.2, проведено моделювання виробничого процесу. Визначено прогнозовану кількість страв для ресторану, який проектується в м. Київ.....	26
2.2. Проектування сервісних технологій	31
РОЗДІЛ 3 <u>ФІНАНСОВИЙ ПЛАН</u>	39
3.1. Бюджет ресторану «Sea Paradise».....	39
3.2. Food cost ресторану «Sea Paradise».....	42
3.3. Термін окупності проекту ресторану «Sea Paradise».....	46
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	58

ВСТУП

Актуальність теми. Риба у нас не настільки популярна як, наприклад, м'ясні страви, так склалося історично. Риба є корисним продуктом, але фактор корисності сам по собі поки далекий від того, щоб цей продукт отримав автоматичне розвиток в повсякденному харчуванні. Споживач, може, підсвідомо і готовий поміняти м'ясо на рибу в своєму раціоні, але тут в справу втручається економічна складова. Дика морська риба в Україні дорожче м'яса. Середній чек в рибному ресторані швидкого харчування по формулі «шматок риби, плюс салат, плюс напій» складе ніяк не менше 170-200 грн. Раціон ресторану формату «Fish food» апріорі залежить від сезонності. Диких лососів у нас видобувають лише з червня по жовтень, крабів ловлять тільки в місяці, в назвах яких є буква «р». Є види риб і молюсків, вилов яких і зовсім триває не більше півтора-двох місяців. Відповідно, якщо в м'ясному ресторані близько 90% лінійки - це традиційні страви, а 10% - сезонні, то в ресторану формату «Fish food» кількість сезонних страв буде доходити до 40%. Тому саму концепцію ресторану формату «Fish food» для уникнення такої тенденції планується розробка унікального меню, де асортимент риби буде не тільки морської екзотичної, але і з використання звичайного асортименту Української фауни. В дизайнерському плані в ресторані планується використання акваріумів з живою рибою, що теж буде зацікавлювати певний сегмент ринку споживачів. Тобто відкриття ресторану формату «Fish food» є унікальною та дуже специфічною ідеєю в м. Києві, тому і попит на таку послугу буде великий.

Мета випускного кваліфікаційної роботи – за результатами комплексу організаційно-технологічних, дослідницько-інноваційних та маркетингових методів та бізнес-проект об'єкта ресторанного бізнесу.

Відповідно до поставленої мети визначено наступні завдання:

1. Визначити концептуальні засади діяльності об'єкта відповідно до категорії і місткості. Обґрунтувати форму утворення формату «Fish food» в

м. Києві, контингент споживачів, перелік та особливості послуг, що надаються.

3. Структурувати торговельно-виробничий процес закладів ресторанного господарства, обґрунтувати організацію роботи їх структурних підрозділів.

4. Розробити інтер'єр та екстер'єр формату «Fish food». Дизайнерське рішення торговельної зали ресторану.

5. Визначити і обґрунтувати організаційно-правовий статус об'єкта; побудувати органи управління; визначити системи і процедури управління; розробити організаційну структуру управління; розробити штатний розпис.

6. Обґрунтувати операційні доходи об'єкта; спланувати поточні затрати та основні економічні показники діяльності. Оцінити ефективність капіталовкладень, окупності проекту.

Об'єкт дослідження – процес бізнес-проекування об'єкта ресторанного бізнесу за визначеним форматом «Fish food»

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та прикладні засади ефективного функціонування та стратегічного розвитку закладу ресторанного господарства

Інформаційна база дослідження. склали законодавчі й нормативно-правові акти України, каталоги готелів, рекламних проспектів, мережі Інтернет, публікацій у вітчизняній і закордонній періодичній пресі, статистичні дані, інтернет-сайти готелів.

Методи дослідження обрані відповідно до мети та завдань дослідження та включають в себе загальнотеоретичний метод, методи аналізу та синтезу, а також економіко-статистичні методи.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування при здійсненні проектування підприємств готельного господарства, розробленні концепції та управлінні їх господарською діяльністю.

Наукові праці. За результатами наукового дослідження опубліковано статтю на тему «Управління технологіями персоналізації послуг підприємства ресторанного господарства під час пандемії» у збірнику наукових праць КНТЕУ, 2020. – с 262 (Додаток А).

Структура випускного кваліфікаційного проекту. Випускний кваліфікаційний проект складається зі вступу, трьох розділів. Загальний обсяг роботи становить 54 сторінок, на яких представлено

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАНУ

1.1. Локація. Наймінг. Атмосфера

Локація

Щоб мати успіх, майбутній ресторатор зобов'язаний бути інформаційно підкріпленим в самих різних сферах, оскільки ресторан являє собою унікальну економічну одиницю. Він одночасно є і торговим, і виробничим підприємством, вимагає від свого майбутнього власника знань в таких областях, як дизайн, архітектура, кулінарія, маркетинг.

Незважаючи на те, що багато завдань покладаються на персонал, підприємець повинен розбиратися у фінансових питаннях, вміти працювати з людьми, вести контроль за витратами, закупівлями продуктів, турбуватися про хороше обслуговування своїх клієнтів та інше.

У ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства класифікація», визначено основні нормативи площі на одне посадкове місце. Виходячи з даного нормативного документу, орієнтовна площа рибного ресторану має складати 150-200 м².

Вимоги наведеного нормативного документу не можна сприймати як універсальні. До того ж, з 1 вересня 2019 року усі вимоги державних стандартів в Україні почали носити, у відповідності до змін законодавства, рекомендаційний характер. Тому, при виборі локації рибного ресторану варто в більшій мірі орієнтуватися на практичний досвід експертів ринку. На їх думку, локація має залежати від концепції ресторану та формату бізнесу.

Так для того, щоб з'ясувати яка локація буде обов'язковою для виконання умов законодавства України треба:

-визначитися з форматом закладу, тому що від цього буде залежати фінансовий план. Всі заклади громадського харчування можна класифікувати таким чином: Кафе швидкого харчування відрізняються більшою

прохідністю і низькою вартістю меню, їхня аудиторія - в основному студенти, школярі і люди з середнім достатком.

- елітні ресторани відвідують забезпечені люди, потік гостей не такий великий, але середня сума чека досить висока. Їх доцільніше відкривати в елітних районах. У будь-якому торговому або бізнес-центрі або біля них краще відкривати заклад із середніми доступними цінами. Отже, перед тим як відкрити ресторан і скласти бізнес-план, потрібно позначити цільову аудиторію і визначитися з форматом закладу.

На основі основної концепції ресторану встановлено, що такий заклад необхідно відкривати саме в центрі м. Києва, а саме вул. Саксаганська 56. В приміщенні, що здається в оренду і має велику терасу (рис. 1.1).

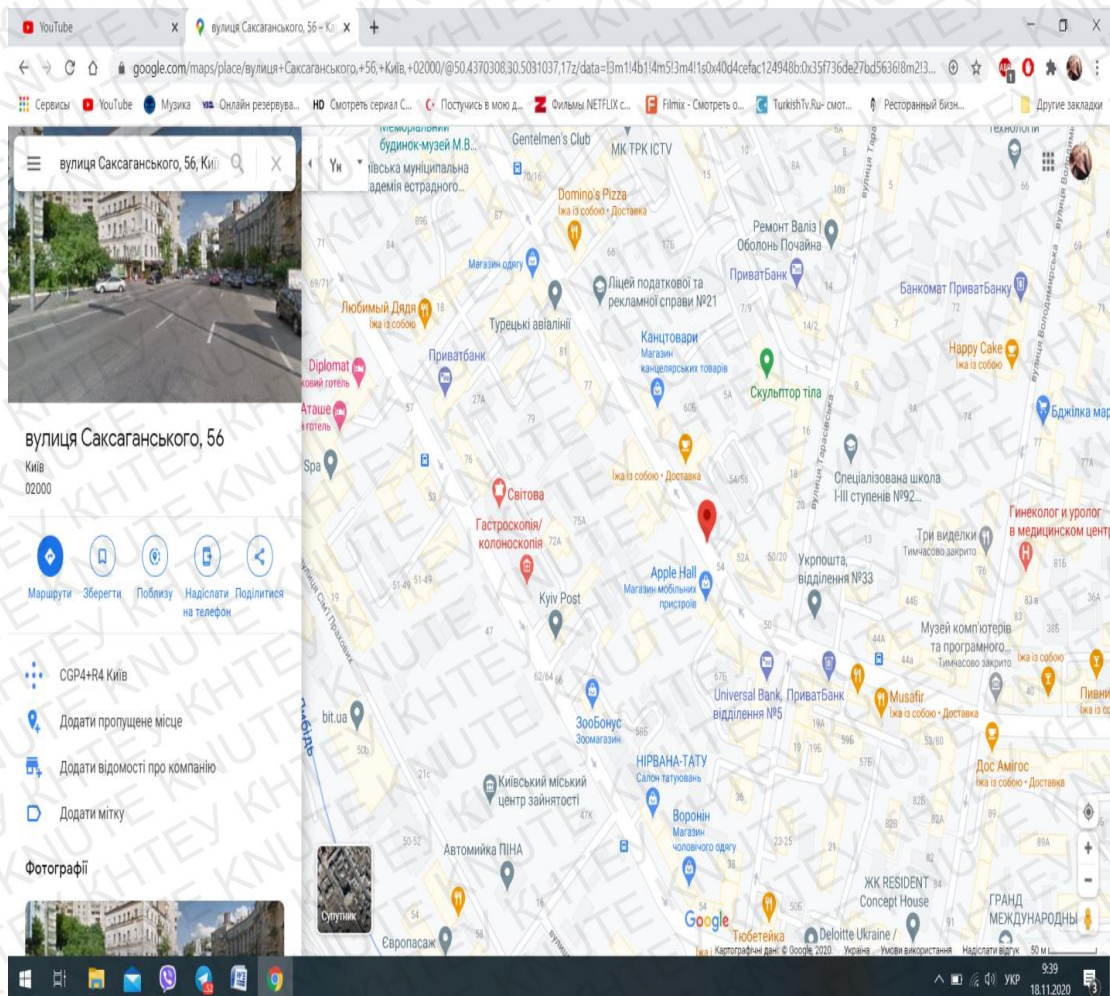


Рис.1.1 Локація ресторану формату «Fish food» у місті Києві

Локація ресторану майже у центра міста, але через унікальність, неперевершений дизайн та смачні страви, шанс того, що саме цей ресторан буде займати топові місця та отримає «Національну ресторанну премію «Сіль» великий.

Звичайно, поблизу закладу знаходяться конкуренти, але у порівнянні з меню, ціновою категорією та віковим фактором ресторану формату «Fish food» виграє. Поруч знаходяться бізнес-центри, музеї, Київський інститут музики імені Р.М. Глієра, IRISHotel. Автомобільна розв'язка чудова. Поруч два метро – Площа Льва Товстого та Університет. Через те, що поруч бізнес центри – за статистикою кількість мужчин більше, а отже кухня ресторану формату «Fish food» буде користуватись попитом, так як саме в цьому районі не має закладу з такою концепцією. Дослідження конкурентів цього району дало можливість сформувати уявлення про основну цільову аудиторію. Всі основні данні про головних конкурентів ресторану формату «Fish food» наведено в таблиці 1.1

Таблиця 1.1

Потенційні конкуренти ресторану формату «Fish food»

№ п.п	Назва закладу	Середній чек, та вікова цільова ознака
1	BukowskiBar	(150-500грн) клієнти різного віку;
2	Tiger	(300-600грн) клієнти молодь та середнього віку;
3	Бар "Бездельники"	(250-600грн) клієнти молодь, люди середнього віку;
4	Lost&Found	(300-450грн) клієнти переважно молодь;
5	Три вилки	(500-1000грн) люди середнього віку;
6	Domino'sPizza	клієнти різного віку;
7	Душа	(200-450грн) клієнти різного віку;
8	IVY BarKyiv	(230-500грн) сімейни;
9	VarvarBar	(400-700грн) клієнти різного віку;
10	VAM_bakery_kiev	(200-400грн) клієнти різного віку;
11	Вареничная Катюша	(100-250грн) клієнти різного віку;
12	Тетя Клара Пирожкова	(30-150грн) клієнти переважно молодь;

Закінчення таблиці 1.1

13	Кофейня Brew	(50-90грн) клієнти різного віку;
14	DaMario Ресторан	(200-500грн) клієнти молодь та середнього віку;
15	Cvetaeva CAFE	(150-300грн) клієнти молодь та середнього віку;
16	PizzaKing	(300-550грн) клієнти різного віку
17	Musafir	(100-300грн) люди середнього віку;
18	ГдеБар	(200-400грн) клієнти молодь та середнього віку;
19	Любимый Дядя	(200-500грн) клієнти різного віку;
20	ilMolino	(250-400грн) клієнти різного віку;
21	BurgerFarm	(150-300грн) клієнти різного віку;
22	Пивоварня Шульц	(300-900грн) клієнти різного віку;
23	BEIRUT cafe	клієнти різного віку;
24	Портер Паб	(250-500грн) клієнти різного віку;
25	THE CHEF	(250-600грн) клієнти різного віку;
26	Теплица	(200-400грн) клієнти різного віку;
27	Велюр	(900-2200грн) клієнти молодь та середнього віку;
28	Ресторан Хан Ганг	(350-500грн) сімейний.

Тобто на відстані 2 км від встановленої локації розташовано 28 закладів, які потенційно можуть робити конкуренцію ресторану формату «Fish food». Для більшого аналізу конкурентного середовища по вибраній локації було досліджено основні ознаки кожного з наведених вище закладів, дані про які показано в Додатку Б.

Виходячи з проведеного дослідження не один з наведених вище закладів не має концепцію ресторану формату «Fish food». Так знаходиться безліч кав'ярень, ресторанів більш швидкого харчування («Пиріжки Тітка Клара», «Café boutique», «Coffe and thecity», Домінос-піца), які орієнтовані більше на фрілансерів, які бажають випити чашечку кави і, можливо, зробити швидкий легкий перекус.

Заклад має конкуренцію щодо закладів даного цінового сегмента і наявності національності кухні (грузинської(«Ой, мамо, цеБуло в Тбілісі»), ізраїльської («Улюблений Дядя»), італійської (Molino). При цьому ресторанів формату «Fish food» в радіусі 3 км від локації не має.

Так само легкість добирання до місця робить його легко доступним для того, щоб приїхати з центру міста або прийти, прогулюючись затишними вулицями центру Києва. Тому локація є доречною і має великі переваги серед визначених конкурентів.

Неймінг.

Неймінг є основою ідентифікаційної стратегії ресторану, так само як будь-якого іншого товарного або корпоративного бренду.

Значимість грамотно підбраної назви складно переоцінити. Від цього залежить сприйняття споживачем товару, його позиціонування на ринку і все подальше просування.

Невеликі компанії часто намагаються взяти цю роботу на себе. При цьому процес неймінга зводиться тільки до мозкового штурму і подальшого відбору найбільш вподобаних назв. Це в корені невірний підхід, так як розробка неймінга - складний поетапний процес.

Основні етапи створення неймінгу ресторану формату «Fish food»:

1. Вивчення конкурентів.

Головна мета вивчення - відбудуватися від конкурентів, і в той же час вибрати таку назву, яка своєю несхожістю не буде відлякувати споживача. Конкурентів дослідили в Додатку Б

2. Вивчення цільової аудиторії.

Для визначення цільової аудиторії був встановлений рівень купівельної спроможності закладу, а саме середній чек на одну людину в ресторані плануємо встановити 700 -1000 грн з людини. Цінова політика обумовлена місцем розташування ресторану в центрі міста. Навколо розташована велика кількість житлових будинків, мешканці, яких будуть раді новому закладу для посиденьок в своєму районі. Рівень доходу дозволить їм прийти і зробити вибір орієнтуючись на смакові переваги, а не на цінник.

Так само наявність в окрузі великої кількості офісних будівель, підприємств високого і середнього класу призведе до закладу працівників, бізнесменів, а пізніше -їх же, але з сім'ями, друзями.

Тобто виходячи з проведеного дослідження неймінг ресторану формату «Fish food» повинен враховувати основну ідею, а саме, що кухня пов'язана з морепродуктами. Сама назва повинна заворожувати і запам'ятовуватись. Тому для проєктованого ресторану було обрано назву «Sea Paradise» - що з перекладу значить морський рай. Сама назва заворожує і дає підстави прийти подивитись та спробувати смачні та унікальні страви з морепродуктів. Логотип закладу буде простим але повністю відповідати тематиці і назві закладу(рис. 1.3).



Рис 1.3 Логотип ресторану «Sea Paradise»

Ребристі не закінчені лінії на логотипі нагадують хвилі і морський бриз. Яскраво голубий колір логотипу дозволить про морську тематику і на фірмених кравтових виробах він здалеку буде видно, що це саме вироби або продукція з ресторану «Sea Paradise»(рис 1.4)



Рис 1.4 Візуалізація логотипу ресторану «Sea Paradise»

Атмосфера. Атмосферу ресторану можна визначити як комфортність перебування в ньому. При цьому, звичайно, це дуже динамічний поняття, оскільки залежить від самих клієнтів, типу ресторану, часу доби, що проходять заходів і багатьох інших обставин.

Атмосфера ресторану тісно пов'язана з емоціями людини

Основні групи емоцій, які можуть сполучатися з ресторанної атмосферою такі:

1. Пов'язані з комунікаціями
2. Емоції, пов'язані з потребою в самоствердженні
3. Пов'язані з успішною діяльністю
4. романтичні емоції
5. Гедоністичні емоції (пов'язані з потребою в комфорті, отриманню задовольств)

З такої класифікації добре простежується зв'язок деяких емоцій і підходящої атмосфери. А також стає зрозумілим, що у людей бувають різні емоційні стани в різні періоди часу, які, швидше за все один і той же ресторан часто задовольнити не в силах. І, також, очевидно, що в кафе зі стабільною атмосферою можуть мати постійних клієнтів, які відвідують тільки їх в тому випадку, якщо у людини домінує якесь одне емоційний стан.

Крім того, очевидно, що однозначно вираженою атмосфери не буває - це завжди змішання кількох груп, що накладаються на емоційні стани клієнтів. Інтер'єр нашого закладу наповнений зеленню у комбінації з дерев'яними столами, панелями, підлогою. Саме такій стиль буде нагадувати трюм старовинного корабля, а зелені ліани під стелею будуть нагадувати водорості та морську фауну (рис 1.5 – рис. 1.6).



Рис.1.5 Дизайнерська ідея інтер'єру основної зали



Рис. 1.6 Дизайн барної стойки ресторану

Сама дизайнерська ідея полягає в створенні інтер'єру у вигляді затонулого старовинного корабля якій лежить на морському дні. Зараз в дуже креативно в ресторана ставити великий акваріум з морськими екзотичними рибами. Тому це досить цікава і октуальна ідея. В основній залі головну стінку заповнити акваріумами з живою рибою та моллюзками які є в меню рестарану (рис.1.7)



Рис. 1.7 Дизайн акваріума в ресторану «Sea Paradise»

Сама ідея такого каскадного акваріума нагадує водопад тим саме він дуже гармонійно вписується в основну концепцію інтер'єру ресторану «Sea Paradise». Ця ідея ще приверне увагу сегменту сімейних пар з дітьми, а гостям може бути надана можливість спіймати рибу яку шеф повар може їм приготувати. Батьки можуть спокійно насолодитись смачним асортиментом блюд поки їхня дитина грається з морською фауною.

Ще одна з цікавих переваг ресторану «Sea Paradise» є тераси, яка буде дизайнерським продовженням внутрішнього інтер'єру (рис.1.8).



Рис 1.8 Дизайн інтер'єру тераси ресторану «Sea Paradise»

У нашому закладі в теплі дні можна насолодитись смачною їржею та дизайнерським стилем тераси, що нагадує корабель який опинився на морському дні.

1.2. Маркетинг проекту

Маркетинг - це процес планування і втілення задуму, ціноутворення, просування і реалізація ідей, товарів і послуг за допомогою обміну, який задовольняє цілі окремих осіб і організацій. Тобто головною ідеєю маркетину це правильне просуванні послуг. Головними важелями для просування послуг є реклама.

Зовнішня реклама

В данному районі більше використовується зовнішня реклама у вигляді сіті-лайту.

Переваги:

- сюжет розміщується на рівні нашого погляду, що підвищує тривалість контакту з рекламою;
- високий рівень інформативності;
- можливість розміщення в місцях, недоступних для альтернативних носіїв реклами;
- сучасний і стильний дизайн конструкції сіті-лайта;
- високий рівень ефективності рекламного повідомлення у вечірній і нічний час;
- висока якість трансляції рекламного повідомлення незалежно від погодних умов.

Ціна оренди: 5000-10000 грн.

У вартість оренди того чи іншого рекламоносія не входить вартість виготовлення постера. Контакти: 044 451-49-95, 067 181-22-33, 063 113-57-57

Сайт: <http://www.maxmedia.com.ua/narugnaya-reklama/siti-layti-ili-siti-formati.html>

Таблиця 1.2

Типографія листівок

Прайс-таблиця для роздруківки двохсторонніх рекламних листівок:

1000 шт	397 грн	417 грн	755 грн	920 грн	1124 грн
2000 шт	725 грн	763 грн	1534 грн	1704 грн	2160 грн
3000 шт	893 грн	940 грн	2360 грн	2540 грн	3240 грн
4000 шт	975 грн	1026 грн	2895 грн	3120 грн	3920 грн
5000 шт	1159 грн	1220 грн	3140 грн	3250 грн	4352 грн

Контакти: (044) 360-71-71, (050) 315-35-20, (067) 327-59-79, (093) 170-01-07

Сайт: <https://www.50kopeek.kiev.ua/brovary/uslugi/euro-listovka/>

Промоутери

Ціни:

- від 70-75 грн / год - промоутер

- від 180-200 грн / год - промоутер модельної зовнішності, хостес
- від 100 грн / год - додатковий супервайзер / контролер / координатор на локацію
- від 100 грн / год - промо-аніматор

Додатково оплачується:

- + 5-10 грн / год - робота на вулиці (10-15 грн / год в зимовий період)
- + Від 10 грн / год - проговор речівки, консультація
- +10 грн / год - роздача по автомобілям на перехрестях і стоянках
- + Від 10-50 грн / год - накидки, костюми, особливі вимоги до промоформа, статтю, віком, зовнішнім виглядом

У вартість включено:

- організація промо-акції
- підбір і підготовка промоперсонала
- контроль активності промоперсонала
- фото кастинг (для промомоделей, хостес)
- надання фотозвіту по завершенню рекламної акції
- комісія агентства

Контакти: (044)-361-21-98, (096)-913-94-83

Сайт: <http://prom5.kiev.ua>

Підрахунки всіх можливих варіантів рекламної компанії ресторану «Sea Paradise» представлено в таблиці 1.3

Таблиці 1.3

Рекламні ходи

Тип	Місто	Проходимість	Оплата по місяць/час
Транспорт	Київ	65 тис. в добу	70 тис. в місяць
Білборд	Київ	80 тис. в добу	10-30 тис. в місяць
Промоутери	На вулиці, біля метро, ресторану	150-300 листівок в годину	80 грн/година
Метро	Київ	1800 тис. в добу/ 680 вагонів/3000 рекламних вивіски	25 тис в місяць
Соціальні мережі	Банер на екрані	85 тис. в добу	24 тис в місяць

Блогери

- 1) Спільне відео. Записати спільне відео з іншим блогером - відмінний варіант!
- 2) Конкурс. Ви можете зробити якийсь спільний конкурс для Ваших підписників і підписників іншого блогера, влаштувавши змагання між ними.
- 3) Згадка в відео. Це один з найбільш простих видів реклами - Ви згадуєте про каналі \ продукті \ бренд іншого блогера в своєму відео, а він робить те ж саме з Вашим каналом \ продуктом \ брендом - в своєму;
- 4) Челлендж. Можете влаштувати змагання між собою і іншим блогером.
- 5) Сходка підписників.
- 6) Зустріч і фото з блогерами для клієнтів. (В день акції)
Для всіх відвідувачів прийшли з промокодом від блогерів знижка 10-20%

1.3. Організаційний план

Процес управління рестораном являє собою сукупність взаємопов'язаних заходів та дій, які спрямовані на забезпечення оптимального співвідношення робочої сили, матеріальних та фінансових ресурсів. Ритмічне виробництво продукції та високий рівень обслуговування в ресторані та барі залежить не тільки від технічного стану виробничих приміщень і технічного обладнання залів, але і від ділових якостей працівників.

Структура управління рестораном – це сукупність та супідрядність взаємопов'язаних організаційних одиниць чи ланок, які виконують визначені функції. Елементом структури є орган управління, який являє собою групу працівників, які об'єднані вирішенням одної задачі – задовольнити запити споживачів. Головою цієї групи є керівник – працівник, який виконує функції управління відповідно до дорученого йому закладу. Організаційну структуру управління рестораном «Sea Paradise» представлена на рис. 1.9

Управління побудоване за функціональною ознакою – кожен виконавець має своє завдання-функцію, яку він повинен якісно і своєчасно

виконувати, за що отримує відповідну винагороду. Розмір винагороди визначається залежно від якості та кількості виконаних робіт.



Рис 1.9 Організаційна структура ресторану «Sea Paradise»

Така організаційна структура визначає стабільність функціонування підприємства. Посадові інструкції персоналу представлено в додатку В

Оплата праці робітників здійснюється за системою твердих ставок і премій, які нараховують «Sea Paradise» (середній оклад – 14000 грн. на місяць); премії залежать від результатів фінансово-господарської діяльності підприємства – преміальний фонд становить 9 % товарообігу ресторану та бару.

Планується підтримувати тісні стосунки на договірній основі з маркетинговою фірмою “Прогрес”. Оплата їх послуг здійснюється за виконання конкретних замовлень.

Адміністрація ресторану «Sea Paradise» представляє собою групу посадових осіб, яка являє собою частину трудового колективу, на чолі з директором.. Адміністрація здійснює керівництво діяльністю колективу у відповідності зі своїми правами та зобов’язаннями .

Директор «Sea Paradise» є відповідальним за організацію та результати всієї торгово-виробничої діяльності підприємства: виконання встановленого плану по товарообігу та прибутку, культуру обслуговування відвідувачів, якість продукції, стан обліку та контролю, зберігання матеріальних цінностей, дотримання трудового законодавства. Директор особисто відповідає за підбір та розміщення кадрів.

Завідуюча виробництвом «Sea Paradise» відповідає за виконання планових завдань по виробництву. Вона повинна забезпечити раціональне використання сировини та організувати кулінарну обробку продуктів з додержанням правил технології приготування їжі, досягнути випуск продукції високої якості, кожен день складати меню з урахуванням тих продуктів, які є в розпорядженні, вивчати попит відвідувачів, забезпечити додержання на виробництві правил санітарії та гігієни, охорони праці та техніки безпеки, своєчасно подавати в бухгалтерію звіти про використання товарно-матеріальних цінностей.

В ресторані «Sea Paradise» зайнято 23 працівники, 4 з яких належать до адміністрації підприємства і 19 – до виробничого персоналу.

Відкрити заклад громадського харчування може лише суб'єкт господарювання. В іншому випадку – це може трактуватися контролюючими органами як здійснення господарської діяльності без державної реєстрації як суб'єкта господарювання, що передбачає накладення штрафу у розмірі від 17 000 до 34 000 гривень. Законодавчих обмежень щодо організаційно – правової форми (ФОП чи юридична особа) для здійснення господарської діяльності з надання послуг харчування немає, проте варто обирати з основних форм господарювання в Україні. Так як, відповідно до статті 15 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19.12.1995 торгувати вроздріб алкогольними напоями (крім столових вин) можуть суб'єкти господарювання всіх форм власності, у т. ч. виробники, якщо мають ліцензії.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТУВАННЯ РЕСТОРАННИХ ТЕХНОЛОГІЙ

2.1 Проектування операційних технологій

Проектування операційних технологій ресторану формату «Fish food» на 120 місць здійснюємо відповідно до функцій, що забезпечують виробничо-торговельну діяльність майбутнього закладу ресторанного господарства.

Послідовність етапів процесу виробництва продукції ресторану формату «Fish food» на 60 місць у м. Києві структуризовано відповідно до схеми технологічного процесу (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Схема виробничо-торговельної структури ресторану

Технологічний процес виробництва страв та напоїв складається з окремих процесів – приймання сировини та продуктів, їх зберігання, кулінарної обробки сировини і виготовлення напівфабрикатів, виготовлення готової продукції.

Основним гастрономічним спрямуванням за тематикою є страви з риби та морепродуктів: сарсеулла, качукко, тріска піль-піль, буйябес, паелья, карпаччо, та ін. При розробці концептуального меню враховано формат, тип і концепцію закладу ресторанного господарства (додаток)

Структуризацію виробничого процесу ресторану проводять відповідно до схеми технологічного процесу закладу, на основі якої визначають послідовність етапів процесу виробництва продукції у проектованому закладі.

Прогнозована денна кількість відвідувачів визначається за графіком завантаження залів, який складається з урахуванням режиму роботи залу, середньої тривалості приймання їжі одним споживачем, орієнтованого коефіцієнта завантаження за кожну годину роботи закладу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Прогнозована динаміка завантаженості зали ресторану на 60 місць
у м. Києві**

Години роботи, год	Тривалість відвідування, хв	Оборотність місця за годину, разів	Коефіцієнт завантаження зали, частка від одиниці	Кількість споживачів, осіб
10:00 – 11:00	60	1,00	0,3	18
11:00 – 12:00	60	1,00	0,2	12
12:00 – 13:00	60	1,00	0,3	18
13:00 – 14:00	60	1,00	0,4	24
14:00 – 15:00	60	1,00	0,3	18
15:00 – 16:00	60	1,00	0,3	18
16:00 – 17:00	90	0,67	0,6	24
17:00 – 18:00	90	0,67	0,7	28
18:00 – 19:00	120	0,50	0,9	27
19:00 – 20:00	120	0,50	0,7	21
20:00 – 21:00	90	0,67	0,4	16
21:00 – 22:00	60	1,00	0,2	12
Відвідувачі ресторану, осіб/день				236
Денна оборотність місця, рази				3,9

В результаті проведення розрахунків, з таблиці 2.2 визначено, що загальна кількість споживачів ресторану протягом дня становить 236 чоловік, а оборотність місця в залі за день - 3,9.

Визначення прогнозованої кількості реалізованої продукції

Користуючись даними, наведеними в таблиці 2.2, проведено моделювання виробничого процесу. Визначено прогнозовану кількість страв для ресторану, який проектується в м. Київ.

Прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах розраховують на підставі моніторингу конкурентного середовища шляхом визначення споживаної кількості страв за одне відвідування закладу та прогнозованої чисельності споживачів за зміну роботи зали [4]. Розрахунок наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах в ресторані на 60 місць в м. Києві

Група страв	Коефіцієнт споживання групи страв	Денна кількість страв, порц.
Холодні закуски	1,9	448
Гарячі закуски	0,4	94
Супи	0,18	42
Основні страви	1,2	283
Солодкі страви (десерти)	0,4	94
Гарячі напої	0,4	94
Холодні напої	0,6	142
Безалкогольні напої (вина, пиво)	0,4	94

Розробка розрахункового виробничої програми закладу

Враховуючи асортимент продукції, який характерний для ресторану, концептуальне меню та прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах розроблено розрахункове меню (виробничу програму) закладу ресторанного господарства (Додаток Г).

При подальшому проектуванні ресторану формату «Fish food» на 60 місць в м. Києві необхідно обрати стратегію управління сировинними запасами. Для формування виробничих запасів ресторану за основу було прийнято денну виробничу програму, за якою розраховували добову потребу у сировині і продуктах. Оптимізовані обсяги сировинних і продуктових запасів наведено у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Управління сировинними та продуктовими запасами ресторану

Назва Сировини	Добова потреба, кг	Оптимальний обсяг запасу, кг	Умови поповнення запасів	Стратегія управління запасами
Риба та морепродукти	161,78	223,0	Регіональний постачальник, через добу свіжу, заморожену раз в тиждень	Точно в термін
М'ясна та рибна гастрономія	2,86	5,9	Місцевий виробник, через дві доби, н\ф в охолоджену стані	Точно в термін
Молоко, молочні і жирові продукти	141,81	280,0	Вітчизняний виробник. Щодня, співвідношення ціна якість 1:1, упаковка не повертається	Мінімізація запасів
Овочі	216,07	432,0	Місцевий виробник, свіжі через добу, інші через раз у тиждень у вигляді н\ф	Точно в термін
Фрукти	11,85	23,0	Вітчизняний посередник. Через дві доби, якість висока	Мінімізація запасів
Бакалійні товари	99,28	200,0	Місцевий виробник, через три дні	Мінімізація запасів
Напої алкогольні	106,24	212,4	Регіональний постачальник два рази в тиждень	Точно в термін
Напої безалкогольні та слабоалкогольні	60,0	120,0	Регіональний постачальник, два рази в тиждень	Точно в термін
Смакові товари	37,13	74,26	Вітчизняний постачальник, два рази у тиждень	Рівномірне постачання

Технологічний процес виготовлення готової кулінарної продукції завершується в гарячому та холодному цеху. Проектування передбачає реалізацію наступних етапів: організацію технологічних ліній виробництва готової кулінарної продукції та розробку схеми виробничого процесу гарячого та холодного цеху, визначення чисельності виробничого персоналу;

обґрунтування режиму роботи гарячого та холодного цеху; обґрунтування вибору технологічного і допоміжного устаткування і визначення площі гарячого та холодного. Складаємо схему організації технологічних процесів виробництва готової кулінарної продукції в гарячому цеху (рис.2.2)

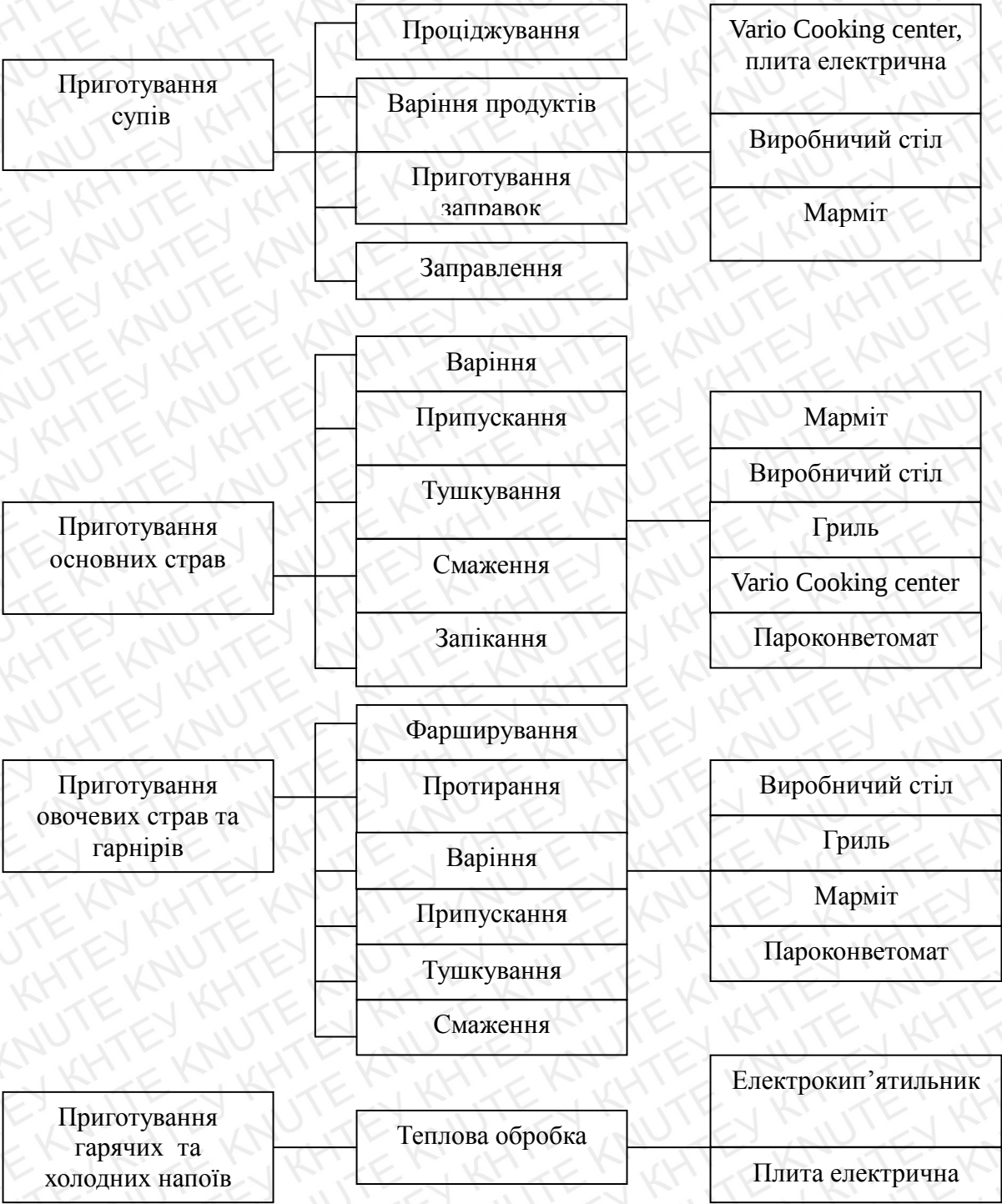


Рис. 2.2 Структурно-технологічна схема організації виробничого процесу гарячого цеху ресторану

Виробничу програму гарячого цеху наведено у таблиці 2.4, в яких одночасно розраховують і кількість виробничого персоналу.

Таблиця 2.4

Розрахунок норм часу на виробництво продукції в гарячому цеху

Група страв	Вихід,г	Кількість страв	Коефіцієнт трудомісткості	Норма часу на виробництво
Равлики „Провансаль”	55/95	15	2,8	42
Смажений кликач	150/320	23	1,9	43,7
Шашлик з осетрини	150/325	23	1,9	43,7
Філе форелі, фаршироване	215/225	24	2,6	62,4
Лампуки-печеня	235	27	1,9	51,3
Сом смажений з базиліком і овочами	200/100	32	2,1	67,2
Сьомга з мідіями і ікорним соусом	200/100/50	28	2,3	64,4
Восьминіг смажений з морквяно-грибним пюре	375	28	2,8	78,4
Сарзуела	300	32	2,9	92,8
Плов з морепродуктами	300	26	3,1	80,6
Різотто «Сент-Жак»	285	37	3	111
Чорне різотто каракатицею	320	37	2,7	99,9
Пене з лососем з вершково-томатним соусом	300	32	2,9	92,8
Феттучині з морськими гребінцями і креветками	225	23	2,6	59,8
Картопля фрі	150	16	1,8	28,8
Рис басматі	150	11	1,9	20,9
Спаржа по бажанню	150	13	1,6	20,8
Овочі гриль	150	17	2,3	39,1
Всього				1099,6

Розраховуємо явочну кількість працівників, необхідних для виконання виробничої програми гарячого цеху ресторану (N_1):

$$N_1 = 1099,6 \cdot 100 / 3600 \cdot 11,3 \cdot 1,14 = 2,37$$

Визначаємо спискову чисельність робітників:

$$N_2 = 2,37 \cdot 1,59 = 4 \text{ робітника}$$

Отже, в цеху буде працювати дві зміни по два кухаря в кожній зміні.

Для розрахунку загальної площі гарячого, цеху необхідно визначитись з технологічним обладнанням, і в залежності від його габаритних розмірів, розрахувати корисну площу цеху. Підбір устаткування наведено в таблицях 2.5.

Таблиця 2.5.

Визначення площі гарячого цеху ресторану

Тип устаткування	Марка, модель	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм		Площа, м ²
			довжина	ширина	
Стіл виробничий	RADA CO-12/6BH	2	1200	600	1,44
Стелаж	RADA СК-8/6H	2	800	600	0,96
Ванна мийна двохсекційна	RADA BB2-453-12/6H	2	1200	600	1,44
Полиці настінні	RADA ПС-12/4H	2	1200	400	-
Ваги порційні електронні	CAS AD-5	2	350	325	-
Пароконвектомат	RATIONAL CombiMaster CM 101	1	847	771	0,65
Плита електрична	APACH APRES-77P	2	700	700	0,98
Кулінарний центр VarioCooking Center	Rational VCC 211	1	1157	914	1,05
Кип'ятильник	GASTRORAG DK-WB-40	1	390	390	-
Підставка під кип'ятильник	RADA ППК 45/45/50H	1	450	450	0,20
Холодильна шафа	Apach F 700 TN	1	710	800	0,56
Кутер	Sirman C 6 VV CE	1	380	320	-
Мікрохвильова піч	Hendi 281703	1	452	3620	-
Рукомийник	RADA 02	1	500	500	0,25
Бачок для відходів	Forcar AV4652	1	390	390	0,15
Площа, яку займає устаткування, м²					7,68
Площа гарячого цеху, м²					22

Так, знаючи, площу устаткування гарячого цеху було розраховано площу цеха. Площа гарячого цеху ($S_{г.ц.}$) склала:

$$S_{г.ц.} = 7,68 / 0,35 = 22 \text{ м}^2.$$

Кулінарний центр VarioCookingCenter при мінімальній площі замінює до 50 % традиційного кухонного устаткування – такого, як котли, перекидні сковороди, фритюрниці, пароварки, і навіть більшу частину всіх каструль та сковорідок.

2.2. Проектування сервісних технологій

Проектування сервісних технологій у ресторані направлене на:

- створення сучасних умов у харчуванні та відпочинку споживачів та моделювання оптимальних варіантів просторової структури сервісної системи;
- передбачає високу якість обслуговування.

Сервісні технології забезпечують визначений перелік посліг і включають послідовні дії та операції по формуванню матеріальн-технічної бази та виконання функціональних обов'язків працівниками ресторану.

Організація процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства починається з розроблення фірмового сервісу відповідно до вибраної концепції, для чого необхідно визначити номенклатуру послуг і розрахувати обсяги матеріально-технічного та кадрового забезпечення цих послуг, а саме:

- модель процесу обслуговування;
- кількість та номенклатуру меблів, торговельно-технологічного устаткування для забезпечення процесу обслуговування (місткість, форма, розстановка тощо);
- кількість обслуговуючого персоналу;
- надання інших послуг (паркування, продаж сувенірів, квітів, пакування продукції, забезпечення доступу до мережі Інтернет; факсу, надання залів для проведення ділових зустрічей та ін.).

Визначаючи метод обслуговування споживачів у закладі ресторанного господарства, слід обґрунтувати, чому обрано один із наступних методів: повне обслуговування офіціантами, часткове обслуговування офіціантами,

самообслуговування; а також необхідність надання послуг сомельє, баріста тощо.

Загальну структуру приміщень для здійснення сервісного процесу представлено у вигляді схеми на рис. 1.9. При визначенні структури груп приміщень у підрозділах закладу враховуємо сучасні вимоги до проектування всіх груп приміщень.

Визначення складу приміщень для здійснення процесу обслуговування розпочинаємо з вестибюльної групи приміщень. До вестибюльної групи приміщень відносять: вестибюль, аванзалу та торговельна зала.

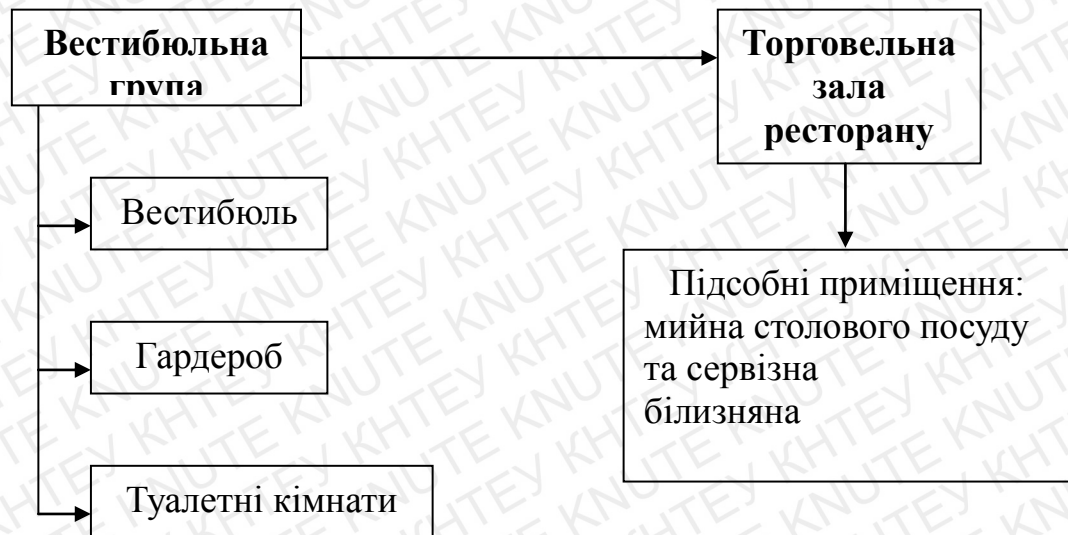


Рис. 1.9 Просторове забезпечення сервісного процесу ресторану

Вестибюль—вхідна частина закладу. Передбачено розміщення гардеробу, санвузлів для відвідувачів. Площу вестибюлю приймають з розрахунку $0,3 \text{ м}^2$ на одного споживача:

$$S_{\text{вестибюлю}} = 60 \times 0,3 = 18 \text{ м}^2$$

Гардероб — зберігання верхнього одягу та особистих речей відвідувачів. Площу гардеробу визначаємо з розрахунку $0,11 \text{ м}^2$ на одне місце в закладі.

$$S_{\text{гардеробу}} = 60 \times 0,11 = 6,6 \text{ м}^2.$$

Фронт видачі одягу — $1,2 \text{ м}$, прохід між вішалками в гардеробі — $0,8 \text{ м}$.

Санвузли: до структури цих приміщень входять вхідні тамбури, туалетна кімната, кабінки вбиралень, комірка для прибиральників.

Для закладу ресторанного господарства окремо передбачено чоловічу та жіночу туалетну кімнати. Входи в туалети для відвідувачів передбачено з вестибюля. При вирішенні стилістики витримана загальна концепція закладу. Управління освітленням та системою витяжної вентиляції скомбіноване для одночасного вмикання. Туалетні кімнати згідно норм оснащення обладнанням туалетних кімнат закладів ресторанного господарства, будуть оснащені наступним обладнанням: унітази та умивальники сучасних форм, що відображають профіль закладу, пісуар (підлоговий) для чоловічого туалету, тримач туалетного паперу, набір для санітарної обробки туалету, бачок з кришкою для використаного паперу, диспенсери рідкого мила, тримач паперових рушників, дзеркала на рівні 1,25 м від підлоги.

Торговельний зал розрахований на 60 місць, виходячи з того, що одне місце за нормою складає 2 м^2 , має площу 120 м^2 .

Передбачено проходи в торговельних залах: основний – 1,2-1,5 м; додатковий (розподілення потоків) – 0,9-1,2 м; підхід до місць – 0,6-0,8 м.

З метою забезпечення конкурентоспроможності послуг у проєктованому закладі ресторанного господарства буде дотримуватися високий рівень обслуговування, що буде охоплювати всі ланки забезпечення якості:

- ✓ внутрішню якість (непомітну відвідувачу), яка проявляється в якості організації виробництва, технічного обслуговування обладнання, роботи таверни;
- ✓ матеріальну якість (помітну відвідувачу), що відображається у дизайні приміщень, меблів, якості посуду, оздобленні страв;
- ✓ час обслуговування, що включає час очікування, оперативність та швидкість обслуговування;
- ✓ психологічну якість обслуговування, що проявляється у гостинності, ввічливості, доброзичливості, чуйності обслуговуючого персоналу.

Важливе значення для забезпечення процесу обслуговування споживачів має склад приміщень для здійснення процесу обслуговування.

Для більш чіткого уявлення про процес обслуговування в закладі, наведено поелементну структурно-технологічну схему з урахуванням існуючих вимог (ГОСТ 30523-97; ДСТУ 3862-99; ДСТУ 4281:2004) (табл. 1.6).

У проектованому закладі ресторанного господарства планується надавати ряд додаткових різноманітних послуг: реалізація продукції власного виробництва та купівельних товарів, організація обслуговування та дозвілля.

Таблиця 1.6

Поелементна структурно-технологічна схема процесу обслуговування

Зона	Елемент процесу	Засоби забезпечення процесу		Учасник
		Просторові	Матеріально-технічні	
1	2	3	4	5
Первинного обслуговування	Надання попередніх послуг	-Парковка -Вестибюль -Гардероб верхнього одягу -Санвузол	-Гардеробна стійка -санітарні прилади -стійка адміністратора	-Відвідувач -Гардеробник, -Прибиральниця -Адміністратор,
Послуг харчування і відпочинку	Надання і споживання послуг харчування, обслуговування і відпочинку	-Торговельна зала	-Меблі та обладнання торгівельної зали -столовий посуд -столові набори -столова білизна - елементи інтер'єру, декорації	-Відвідувач -Адміністратор, -Офіціант, -Бармен,
Допоміжна	процесу Забезпечення обслуговування	-Торговельна зала -сервізна тамийна столового посуду -приміщення офіціантів -приміщення для зберігання музичних інструментів	Торговельно-технологічне устаткування	-Відвідувач, -Офіціант, -Бармен, -Організатор музичного супроводу в закладі,

Закінчення таблиці 2.8

Зона	Елемент процесу	Засоби забезпечення процесу		Учасник
Інформаційно-консультативна	Консультування.		- стійка адміністратора; - м'які меблі.	-Відвідувач - Адміністратор ;
Додаткові послуги	Надання інших послуг: - організація бенкетів; - бронювання місць; - розрахунок за кредитними картками; - виклик таксі.	- зала на 60 місць	- стійка адміністратора; - м'які меблі; - торговельні меблі; - касовий термінал.	-Відвідувач - Адміністратор ; - Касир.

У таблиці 2.7 наведено площі приміщень для здійснення обслуговування в таверні.

Таблиця 2.7

Площа приміщень для здійснення процесу обслуговування в ресторані на 60 місць

Приміщення	Площа, м ²
Вестибюль	18
Гардероб	6,6
Туалетні кімнати	16
Аванзал	15
Торговельна зала	120
Приміщення для персоналу	6
Всього	310

Передбачається, що торговельна зала таверни буде оснащена усіма необхідними меблями та устаткуванням відповідно до вимог та обраної концепції.

Розрахунок кількості меблів та устаткування для споживачів проведено згідно з рекомендаціями та зведено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Характеристика меблів торговельної зали

Тип меблів	Габаритні розміри, мм	Характеристика	Кількість меблів
Стіл двоохмісний	800 x 800	Для споживання страв споживачами	5
Стіл чотирьохмісний	1200 x 800		8
Стіл шестимісний	900 x 1500		6
Стільці	Дерев'яні та металеві	Для сидіння гостей	60
Барні табурети	Ø400		4
Сервант для офіціантів	1150x750	Зберігання посуду, наборів, скла, білизни протягом зміни	2
Стіл для офіціантів (підсобний)	450x750	Для тимчасового зберігання посуду, страв, напоїв	2
Візок офіціантський	400x600	Прибирання використаного посуду, транспортування страв при груповому обслуговуванні	3

Проаналізувавши дані таблиці 2.8 можна зазначити, що в торговельній залі розміщені прямокутні двоохмісні, чотирьохмісні, шестимісні столи з напівм'якими стільцями.

Для здійснення процесу обслуговування барна стійка має бути обладнана необхідним торговельним, технологічним, допоміжним та нейтральним устаткуванням. Робоча зона барної стійки має відстань 1,2 м від протилежної стіни згідно нормативів про ширину проходів між устаткуванням у виробничих приміщеннях, та задля зручності роботи барменів. Необхідне устаткування, яким обладнана барна стійка наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Устаткування барної зони таверни

Назва устаткування	Марка	Кількість, шт	Розміри, мм		Площа, м ²
			Довжина	Ширина	
Барна стійка	Меркс Україна	1	3500	800	2,8
Кавоварка	SMSA/1 LISA bw	1	490	5350	-
Кавомолка	Arach ACG1	1	190	310	

Закінчення таблиці 2.9

Льодогенератор	Apach ACB2006 A	1	365	495	0,18
Холодильна шафа барна	Hendi 130 232583	1	600	585	0,35
Блендер	Apach ABL1P	1	200	200	-
Міксер	Hamilton Beach HMD200	1	166	170	-
Соковижималка	Robot Coupe J80 Ultra	1	420	235	-
Подрібнювач для льоду	Sirman Nordkapp	1	205	285	-
Винна шафа	Tecfrigo GROTTA 600 (2TV)	2	1200	530	1,28
Бачок для відходів	Forcar AV4652	1	390	390	0,15
Комп'ютерно-касовий термінал для бармена	POS термінал Wincor Nixdorf Beetle Fusion	1	1320	370	-
Площа, яку займає устаткування, м²					4,76
Площа барної зони, м²					12

Площа барної зони для проектного закладу на 60 місць – 12 м².

Кількість підсобних столів та сервантів у тавернах з обслуговуванням офіціантами наближається до кількості офіціантів, зайнятих у зміну. Розрахунок кількості меблів для обслуговування споживачів зведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Добір меблів та торговельно-технологічного устаткування для забезпечення процесу обслуговування

Назва	Кількість, шт	Габаритні розміри, мм		Характеристика
		Довжина, мм	Ширина, мм	
Сервант для офіціантів	4	100	50	Зберігання посуду, наборів, скла, білизни протягом зміни
Стіл підсобний	3	100	50	Для тимчасового зберігання посуду, страв, напоїв

Закінчення таблиці 2.10

Візок офіціантський	4	400	600	Прибирання використаного посуду, транспортування страв при груповому обслуговуванні
R-Keeper	1	400	400	Для розрахунку споживачів

Чисельність обслуговуючого персоналу

У ресторані передбачаємо повне обслуговування офіціантами. При повсякденному обслуговуванні розраховуємо кількість офіціантів:

$$N_{of}=60/12=5$$

Таким чином, для ресторану на 60 місць кількість офіціантів у зміну складає 5 людей, при двозмінній роботі персоналу загальна кількість офіціантів становить 10 осіб.

Передбачається, що за кожним із офіціантів чітко закріплені його обов'язки та столики, які він буде обслуговувати.

Кількісний та якісний склад обслуговуючого персоналу проектного закладу ресторанного господарства наведено у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Якісний та кількісний склад обслуговуючого персоналу ресторану

Посада	Розряд	Кількість, чол.
Хостес		2
Офіціант	3-5	10
Прибиральник залу		1
Мийник столового та кухонного посуду		2
Адміністратор		2
Бармен	4-5	2
Гардеробник		1
Разом		20

Отже, з таблиці 2.11 видно, який персонал буде здійснювати обслуговування в проектованому закладі ресторанного господарства. Слід зазначити, що обслуговуючий персонал працюватиме позмінно (2 через 2).

РОЗДІЛ 3

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

3.1 Бюджет ресторану «Sea Paradise»

В основу проектування грошових потоків закладено принципи кругообігу капіталу на підприємстві, а саме: джерелом надходження коштів на підприємстві можуть бути: виручка від реалізації продукції та позареалізаційної діяльності; кошти отримані від продажу акцій; кредити та позички.

Протягом цього періоду основними напрямками витрат коштів на підприємстві є відшкодування собівартості товарообігу, фінансування потоків грошових витрат, обов'язкова сплата податків та фінансування інших запланованих програм. За результатами маркетингових досліджень було визначено рівень торговельної націнки закладу, яку було встановлено у відповідності до типу, класу закладу, рівня конкуренції, попиту на продукцію. Було прийнято рішення встановлення наступних рівнів націнки 150,0%.

Наступним етапом проектування є планування товарообігу у розрахунку на день та місяць. Обґрунтування обсягів реалізації закладу ресторанного господарства, що проектується, проводяться на основі денного обсягу реалізації з урахуванням розробленого плану-меню. Так, як графік роботи закладу без вихідних, окрім одного санітарного дня на місяць, то загальна кількість робочих днів за місяць згідно нормативу складає 30 днів. Тому при розрахунку товарообігу за місяць товарообіг за день перемножується на 30 робочих днів на місяць. Планування обсягів реалізації закладу здійснюється на основі розрахунків, що здійснюються у інженерно-технологічному розділі, а саме: кількості страв, що реалізується у залі за день. Планування обсягів реалізації продукції власного виробництва та закупних товарів наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Планування обсягів реалізації продукції власного виробництва та
закупних товарів ресторану «Sea Paradise»**

Найменування продукції та товарів	Товарообіг за день			Товарообіг за місяць	
	Кількість порцій	Роздрібна, продажна ціна, грн.	Сума, грн.	Кількість страв	Сума, грн
Продукція власного виробництва	225	240	54000	6750,00	1620000
Фірмові страви	113	220	24860	3390,00	745800
Холодні закуски	448	95	42560	13440,00	1276800
Салати	137	60	8220	4110,00	246600
Гарячі закуски	94	150	14100	2820,00	423000
Супи	42	63	2646	1260,00	79380
Основні страви	283	190	22800	8490,00	684000
Гарніри	54	55	2970	1620,00	89100
Десерти	94	58	5452	2820,00	163560
Гарячі напої:	45	30	1350	1350,00	40500
Холодні напої:	10	25	250	300,00	7500
Борошняні та кондитерські вироби	480	57	27360	14400,00	820800
Алкогольні напої	225	90	20250	6750,00	607500
Разом	2250	1333	226818	67500,00	6804540

На підставі даних таблиці місячного товарообігу ресторану ресторану «Sea Paradise» сформуємо річний обсяг товарообігу продукції власного виробництва та купівельних товарів по закладу. Так: обсяг товарообігу за місяць становить 6804540 грн тобто за рік вона становитиме 81654,48 тис. грн.

Розрахунки складу первісної вартості основних засобів та устаткувань які необхідні для реалізації проекту та запуску виробництва узагальнені у формі таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Склад, структура та вартість основних засобів ресторану «Sea Paradise»

Види основних засобів	Первісна вартість, тис. грн.
1. Будівлі, споруди	9889,5
2. Устаткування, у тому числі:	1643,2
2.1. Холодильне обладнання	520,2
2.2. Механічне обладнання	496,5
2.3. Теплове обладнання	260,1
2.4. Торговельне обладнання	331,0
2.5. Вимірювальні прилади	35,5
3. Меблі, інше офісне обладнання	189,2
4. Комп'ютери, електронно-обчислювальні машини, телефони	59,1
Усього	12253,9

Отже, первісна вартість основних засобів складає майже 12 млн. грн. Обґрунтування суми амортизаційних відрахувань за основними видами основних засобів та інших нематеріальних активів за допомогою прямолінійного методу по закладу наводимо у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Обґрунтування суми амортизаційних відрахувань по кожному виду основних засобів ресторану «Sea Paradise»

Види основних фондів	Первісна вартість, тис. грн	Ліквідаційна вартість (обирається самостійно)	Вартість, що амортизується	Норма амортизації, %	Амортизація за рік
1	2	3	4	6	8
Третя група амортизації. Будівлі, споруди	9889,52	470	9419,52	4	376,8
Четверта група амортизації. Машини та обладнання.	1643,244	74	1569,244	14	224,2
Четверта група амортизації. Машини та обладнання. (3 них)	59,1095	2,6	56,5095	20	11,3
П'ята група амортизації. Транспортні засоби.	472,876	21	451,876	17	75,3

Закінчення таблиці 3.3

1	2	3	4	5	6
Шоста група амортизації. Інструменти, прилади, інвентар (меблі).	189,1504	8,5	180,6504	20	36,1
Разом амортизація основних фондів	12255,9	579,1	11681,8	81	723,7

Отже, як показують вище проведені розрахунки сума амортизаційних відрахувань за основними фондами проектного закладу ресторанного господарства складає 723,7 тис. грн. на рік.

3.2. Food cost ресторану «Sea Paradise»

Для подальшого дослідження фінансової складової бізнес проекту ресторану «Sea Paradise» необхідно розрахувати собівартість реалізованої продукції. Собівартість готової продукції (робіт, послуг) визначається за вирахуванням з витрат на її виробництво справедливої вартості побічної продукції, що відпускається на сторону, та вартості можливого використання побічної продукції, якщо вона використовується на підприємстві. Результати розрахунків собівартості реалізованої продукції так Річний обсяг реалізації продукції становить 81654,48 тис.грн. Так як в нашому ресторані більш страв в меню це рибні страви, то встановлюємо середній відсоток торгівельної націнки, що є на ринку ресторанів формату «Fish food» в розмірі 125%. Тобто сума націнки становить продукти середній відсоток торгівельної націнки продукції ресторану 65323,59 тис.грн . Собівартість реалізованих товарів ресторану «Sea Paradise» становить 16330,89 тис грн.

Подальші розрахунки ресторану «Sea Paradise» це визначення поточних витрат.

Стаття 1. Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів визначалася 16330,89 тис. грн.

Стаття 2. Витрати на оплату праці представляють собою запланований обсяг фонду оплати праці, що був розроблений при складанні штатного розкладу. Наведемо в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

Витрати на оплату праці ресторану «Sea Paradise»

Посада	Кількість, чол.	Посадовий оклад, грн.	Всього, грн	Щомісячна надбавка за товарообіг, %	Сума надбавки, грн.	Місячний оклад з врахуванням надбавки, грн
Директор	1	25000	25000	15%	3750	28750
Головний бухгалтер	1	15000	15000	13%	1950	16950
Менеджер персоналу	1	14000	14000	12%	1680	15680
Шеф кухар	1	18000	18000	5%	900	18900
Офіціант	10	10000	100000	5%	5000	105000
Прибиральник залу	1	6000	6000	5%	300	6300
Мийник столового кухонного посуду	2	7000	14000	5%	700	14700
Адміністратор	2	15000	30000	13%	3900	33900
Бармен	2	11000	22000	10%	2200	24200
Кухар	5	16000	80000		0	80000
Гардеробник	1	5000	5000	5%	250	5250
Разом	27	142000	329000	0,88	20630	349630

Він складається з основної заробітної плати 329000 грн. та додаткових преміальних виплат, і становить 349630 грн. Середня заробітна плата на рік становить 4195,56 тис.грн

Стаття 3. Єдиний соціальний внесок = 36,8%.

Загальна сума відрахувань на соціальні заходи складає 1286,65 тис. грн.

Стаття 4. Витрати на амортизацію основних засобів визначаються за розрахунками, зведених у табл. 3.3., та загалом становлять 723,7 тис. грн.

Стаття 5. Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів передбачає розрахунок експлуатаційно-технічні витрати на електроенергію, водопостачання, опалення, газ, каналізацію, інші комунальні послуги. Обсяг цих витрат був розрахований у інженерно-будівельному розділі. Визначаємо їх у вартісному відображенні результати наведені у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Планування поточних витрат на експлуатацію ресторану «Sea Paradise»

Витрати	Обсяг витрат у натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн.	Поточні витрати за рік, тис.грн.
1.Витрати електроенергії, кВт/год	20424,58	1,6355	33,40
2.Витрати на опалення, Гкал	265,33	1408,01	373,59
3. Витрати води, м ³	3791,99		
Холодна	1991,23	24,7	49,18
Гаряча	1800,76	61,42	110,60
Разом			566,78
<u>Відрахування до ремонтного фонду (0,8-1,2% від роздрібного товарообігу</u>			308,15

Загалом витрати по 5 статті становлять 308,15 тис. грн. на рік

Стаття 6. Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів.

За цією статтею розраховується знос спецодягу, форменого одягу, столової білизни, посуду, приборів, виробничо-торговельного інвентарю. Розрахунок суми зносу спеціального одягу закладу на рік наводимо у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок суми зносу спеціального одягу ресторану «Sea Paradise»

Група працівників	Кількість працівників за штатним розкладом, чол..	Норма видачі санітарного та спеціального одягу на 1 людину на рік	Вартість одиниці комплекту одягу, грн.	Сума зносу, тис.грн.
Адміністративно-управлінський персонал	4	1	2600	10,4
Оперативно виробничий персонал	19	2	2200	83,6
Допоміжний	6	2	1000	12,0
Разом	29	*		106,0

Стаття 7. Витрати на оренду ресторану «Sea Paradise» становить 60000 грн в місяць тобто 720000 грн.

Стаття 8. Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі включають: В таблиці 3.7 встановлені основні адміністративні витрати , що пов'язані з відкриттям ресторану «Sea Paradise»

Таблиці 3.7

Витрати на адміністративні заходи при відкритті ресторану «Sea Paradise»

Стаття витрат	Сума, грн.
Реєстрація та отримання дозволів	20 000
Дизайнерські послуги і ремонт приміщення	150 000
устаткування кальяної	295 000
Реклама	31 000
Інші витрати	5 000
Разом:	505 000

Стаття 12. Інші поточні витрати, а саме: витрати на тару, поштово-телефонні витрати визначаємо у обсязі 7 % від собівартості реалізації встановлено 12860,58 тис. грн., та інкасацію виручки – 1% від товарообігу = 280,1 тис. грн. Разом – 816,55 тис. грн. Результати розрахунку по всіх статтях заносимо у таблицю 3.8

Таблиця 3.8

Планування основних результатів діяльності ресторану «Sea Paradise»

Найменування статті	Склад витрат за статтями
Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів (ЗВ)	16330,89
Витрати на оплату праці (ПВ)	4195,56
Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування (ПВ)	128,66
Амортизаційні відрахування. (ПВ)	723,7
Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів. (ПВ)	308,15
Вартість витрачених малоцінних, швидкозношуваних предметів. (ПВ)	106
Витрати на оренду основних засобів, інших необоротних активів (за наявності таких витрат) (ПВ)	720
Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (ПВ)	505
Інші поточні витрати діяльності (ПВ)	816,55
Разом поточні витрати	23834,51

Тобто загальні витрати ресторану «Sea Paradise» за рік становлять 23834,51 тис.грн.

3.3. Термін окупності проекту ресторану «Sea Paradise»

Подальші розрахунки та обґрунтування проекту здійснюються лише за умови досягнення точки беззбитковості, тобто перевищення маржинального доходу над постійними витратами.

Розрахунки наведено у таблиці 3.9

Таблиця 3.9

**Планування маржинального доходу та порогу рентабельності ресторану
«Sea Paradise» на плановий рік**

№ з/п	Показники	Результат
1	Плановий товарообіг, тис. грн.	81654,48
2	Змінні витрати, у тому числі	17147,44
2.1.	Собівартість продукції, тис. грн.	16330,89
2.2.	Інші непрямі змінні витрати, тис. грн.	816,55
3	Маржинальний дохід, тис. грн.	64507,04
4	Постійні витрати, тис. грн.	6687,07
5	Прибуток, тис. грн.	57819,97
6	Податок на прибуток, тис. грн.	10407,6
7	Чистий прибуток, тис. грн.	47412,37
8	Рівень змінних витрат, %	20,9
9	Коефіцієнт маржинального доходу	0,79
10	Поріг рентабельності, точка беззбитковості, тис. грн.	73189,83
11	Маржинальний запас стійкості, %	11,57
12	Рентабельність товарообігу, %	58,06

Обсяг доходу, який забезпечує беззбиткову діяльність проектного закладу, становить 73189,83 тис. грн, що також визначає маржинальний запас стійкості встановлено в розмірі 11,57%. Рентабельність товарообороту складе 58,06%.

Цільовий прибуток характеризує розмір прибутку, що відповідає цільовим параметрам діяльності закладу ресторанного господарства.

Показники планування цільового прибутку ресторану «Sea Paradise» наведено у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Планування цільового прибутку ресторану «Sea Paradise»

Показники	Розрахунок
Плановий дохід від реалізації без ПДВ, тис.грн	81654,48
Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	8,0
Цільовий (необхідний) прибуток, тис.грн	6532,36

Розмір цільового прибутку, необхідного для забезпечення віддачі операційної діяльності, становить 6532,36 тис.грн.

Обсяги інвестицій в частині придбання основних засобів, капітальних робіт було обґрунтовано в пункті 2.2. і розраховані в табл. 3.8. Загальна ринкова вартість придбання основних засобів та нематеріальних активів для початку запуску проекту складає 1134,155 тис.грн. Її приймаємо за балансову первісну вартість основних засобів. Вартість придбання або будівництва будівель і приміщення не враховувалась, враховувалися лише капітальні витрати на ремонт та закупку обладнання.

Також було враховано фінансові витрати, які підприємство понесе внаслідок залучення позикових ресурсів, необхідних для фінансування придбання основних засобів. Кредит берем по встановленим по банкам на жовтень 2020 р по середньому в Києву. Розрахунок фінансових витрат здійснювався з урахуванням наступних умов залучення позикових коштів:

- вартість позикових ресурсів складає 16,99% річних;
- додаткові комісійні та страхові витрати – 5% річних;

Показники планування фінансових витрат для залучення позикового капіталу при відкритті ресторану «Sea Paradise» наведено у табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Планування фінансових витрат ресторану «Sea Paradise»

Показники	Алгоритм розрахунків	Розрахунок
Обсяг інвестиційних витрат, тис.грн	ІВ	1134,155
Ставка відсотка (річних), %	Св	16,99
Комісія за видачу кредиту, %	Км	5,0
Фінансові витрати, тис.грн	$\Phi В = ІВ * (Св + Км)$	5687,77

Планування основних результатів діяльності проектного ресторану «Sea Paradise» наведено у табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Планування основних результатів діяльності ресторану «Sea Paradise»

Показники	Алгоритм розрахунків	Разом за рік
Чистий дохід від реалізації без ПДВ, тис.грн	ТОпл	81654,48
Собівартість продукції ЗРГ, тис.грн	СВ	16330,89
Інші операційні витрати без врахування собівартості продукції, тис.грн	ІОВ	816,55
Постійні витрати, тис.грн	ПВ	6687,07
Фінансовий результат від операційної діяльності до оподаткування, тис.грн	$\Phi Р_{оп} = Т_{опл} - Св - ІОВ - ПВ$	57819,97
Фінансові витрати, тис.грн	ФВ	5687,77
Фінансовий результат до оподаткування, тис.грн	$\Phi Р = \Phi Р_{оп} - ФВ$	52132,2
Податок на прибуток, тис.грн	$Пп = \Phi Р * 18\%$	9383,79
Чистий прибуток можливий, тис.грн	$ЧПм = \Phi Р - Пп$	42748,404

Закінчення таблиці 3.12

Рентабельність операційної діяльності, %	$R_{оп} = \frac{ЧП}{Топл} * 100$	52,35
Чистий прибуток цільовий, тис.грн	ЧПціл	6532,36
Чистий прибуток плановий, тис.грн	ЧПпл	42748,404

Таким чином, можливий прибуток є більшим за цільовий:

$$ЧПм = 42748,40 \text{ тис.грн} > ЧПціл = 6532 \text{ тис.грн}$$

Отже, розроблені інженерно-технологічні параметри проекту дозволять отримати і перевищити цільові установки. Тому можливий прибуток приймається як плановий показник.

Надалі варто оцінити основні показники рентабельності діяльності закладу ресторанного господарства. Результати оцінки представлені у табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Розрахунок показників рентабельності діяльності ресторану «Sea Paradise»

Показники	Алгоритм розрахунків	Разом за рік
Рентабельність операційної діяльності, %	$R_{рп} = \frac{ЧПпл}{Топл} * 100\%$	52,3527968
Рентабельність поточних витрат, %	$R_{пв} = \frac{ЧПпл}{ПВ} * 100\%$	639,269575
Рентабельність операційних витрат, %	$R_{ов} = \frac{ЧПпл}{ОВ} * 100\%$	2492,99044

Планування основних показників діяльності закладу ресторанного господарства на п'ять років

У попередніх пунктах розробки бізнес плану здійснюється обґрунтування основних показників діяльності на перший рік створення закладу РГ. Наступний етап планування – розрахунок основних показників

діяльності закладу на подальші чотири роки поспіль. Планування основних показників діяльності на перші п'ять років проводимо для розрахунків ефективності інвестиційного проекту та оцінки терміну окупності інвестицій.

Розрахунок роздрібного товарообігу здійснюється виходячи з запланованих темпів його зростання за формулою:

$$TO_{пл} = TO_{баз} \times I \div 100 \quad (3.1)$$

де : $TO_{пл}$ – товарообіг у плановому році, тис. грн.

$TO_{баз}$ - товарообіг у базисному році, тис. грн.

I – темп росту товарообігу у плановому періоді, %.

Для закладу ресторанного господарства, що проектується, темп росту товарообігу на усі чотири роки приймаємо у обсязі 5% річних. Планування чистого прибутку закладу здійснюється виходячи з рівня рентабельності діяльності закладу, який досягає середньо галузевого рівня. Для закладу ресторанного господарства, що проектується, рівень рентабельності товарообігу на усі чотири роки закладається у обсязі 12,69% річних. Розмір амортизаційних відрахувань на перший рік беремо з табл. 3.8, а для подальших років використовуємо поправочний коефіцієнт – 0,95. Планові показники діяльності закладу на перші п'ять років узагальнюємо у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

**Планування основних результатів діяльності ресторану «Sea Paradise»
на перші п'ять років**

Рік	Плановий товарооборот		Чистий прибуток		Амортизаційні відрахування, тис.грн.
	тис.грн.	Середньорічні темпи зростання	Тис.грн	Рівень рентабельності, %	
1-й рік	23344,48	10	3555,38	15	723,70
2-й рік	24 978,59	10	3170,22	15	687,52
3-й рік	26 727,09	10	3392,13	15	653,14
4-й рік	28 597,99	10	3629,58	15	620,49
5-й рік	30 599,85	10	3883,65	15	589,46

Разом за п'ять років	134247,99				3274,31
----------------------	-----------	--	--	--	---------

Дана таблиця наглядно дає можливість проаналізувати планові результати діяльності закладу на перші п'ять років існування на ринку закладів ресторанного господарства, хоча звичайно пропозиція повинна бути гнучкою до попиту, а тому планові показники діяльності можуть змінюватись в залежності від реальних показників поточного року.

У процесі оцінки капітальних витрат по проекту та чистого грошового потоку ці показники повинні бути приведені до теперішньої вартості, тобто дисконтовані. За дисконтну ставку, що використовується у дипломному проекті визначимо річний рівень інфляції, що склався в Україні у році написання проекту. Капітальні витрати по проекту по роках, на перший рік були розраховані в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12

Оцінка чистого приведенного доходу за інвестиційним проектом, тис.грн

Рік	Капітальні витрати по проекту по роках, ІВ	Чистий прибуток по роках та амортизаційні відрахування, ЧГП	Кумулятивний грошовий потік за проектом	Дисконтований грошовий потік за проектом	Чистий приведений дохід, ЧПД
1	12253,9	4279,09	4279,09	3595,87	-8658,03
2		3857,73	8136,82	2724,20	-1933,83
3		4045,27	12182,09	2400,53	460,53
4		4250,07	16432,16	2119,37	
5		4473,11	20905,27	1874,45	
Разом	12253,9	20905,27	20905,27	12714,43	

Умовні позначення:

ЧПД – чистий приведений дохід (інвестиційний дохід);

ЧГП – чистий грошовий потік за окремі інтервали загального періоду експлуатації інвестиційного проекту;

ІВ – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом;

i – дисконтна ставка, що використовується (0,19).

Індекс (коефіцієнт) дохідності також дозволяє зіставити обсяги інвестиційних витрат з майбутнім грошовим потоком за проектом. Розрахунок такого показника при одночасних інвестиційних затратах по реальному проекту здійснюється за наступною формулою:

$$ID = \sum_{t=1}^n \frac{ЧП_t}{(1+i)^t} / IB, \quad (3.2)$$

де ID – індекс дохідності за інвестиційним проектом.

ID = 1,04

Отже індекс доходності більший за одиницю, тоді інвестиційний проект може бути прийнятим для реалізації.

Індекс рентабельності (коефіцієнт рентабельності) у процесі оцінки ефективності інвестиційного проекту виграє допоміжну роль у зв'язку з тим, що не дозволяє у повній мірі оцінити увесь зворотній грошовий потік, який складається не лише з прибутку, а й амортизаційних відрахувань з основних засобів, що накопичуються у процесі реалізації інвестиційного проекту.

Розрахунок цього показника здійснюється за формулою:

$$IP = \frac{ЧП}{IB} \cdot 100, \quad (3.3)$$

де IP – індекс (коефіцієнт) рентабельності інвестиційного проекту;

ЧП – середньорічний чистий прибуток (без урахування амортизаційних відрахувань) за період експлуатації інвестиційного проекту, тис. грн.

ЧП = 3526,2

IB – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом, тис. грн.

IP = 28,8%

Отже, рівень рентабельності інвестиційного проекту дорівнює 28,8 %.

Період окупності являє собою один з найбільш розповсюджених показників оцінки ефективності інвестиційного проекту. Показник періоду окупності, що визначається статистичним методом, розраховується за формулою:

$$ПО = IB / \sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+i)^t \cdot n}, \text{ роки} \quad (3.4)$$

де ПО – період окупності інвестиційних витрат за проектом, роки;

ЧГП t . – середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту, тис. грн.

IB – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом, тис.грн.

ПО = 2,2 роки

Отже період окупності інвестиційного проекту, тобто час, що необхідний для отримання такої суми дискontованого чистого грошового потоку, який дозволить окупити всі капітальні витрати, становить 2,2 роки.

ВИСНОВКИ

Основний критерій, яким керується гість при відвідуванні ресторану – це довіра. Особливо це стосується приготування страв, оскільки, відвідуючи ресторан гості сподіваються, що тут їх нагодують краще, ніж удома. В очікуванні замовленої страви гість не покоється, що йому подадуть і якої якості продукти використовують кухарі для приготування. Багатьох турбують питання санітарії та гігієни місць громадського харчування. Для того, щоб розвіяти сумніви своїх гостей багато ресторанів стали практикувати візуалізацію приготування страв. Робиться це за допомогою спеціального планування і оформлення дизайну ресторану. Тепер доступ в святая святих ресторану - на його кухню можуть отримати всі гості закладу.

Дизайн ресторану «Sea Paradise» надає відвідувачам унікальну можливість спостерігати за приготуванням страв. Завдяки такому підходу можна бути впевненим в якості приготування і професіоналізмі персоналу. В яких умовах готуються страви, з яких продуктів і в якому посуді – все це представлено на огляд широкому загалу. По суті, гості ресторану тепер є глядачами певної події, де дійовою особою виступає шеф кухар, а театральною трупкою – персонал. Ще недавно подібна форма обслуговування практикувалася тільки в західних країнах, але з часом це стало популярним і в нашій країні. За результатами комплексу організаційно-технологічних, дослідницько-інноваційних та маркетингових методів розроблено бізнес-проект об'єкта ресторанного бізнесу формату «Sea Paradise» у місті Києві: ресторан на 60 місць німецької кухні «Sea Paradise»

Представлено його локацію, неймінг, атмосферу. Здійснено проектування операційних та сервісних технологій. На основі розрахунків визначено його фінансовий план.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. Т. 2. Ресторани та бари / [А.А.Мазаракі, С.Л.Шаповал, С.В.Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А.Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 312 с.
2. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. Т. 3. Кейтерінг / [А.А.Мазаракі, С.Л.Шаповал, С.В.Мельниченко та ін.]; за ред. А.А.Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 348 с.
3. HoReCa : навч. посіб.: у 3 т. - Т.1. Готелі (2-вид.) / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 426 с.
4. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Електронний підручник –К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2015. – 494 с.
5. Бочарова О.В. НАССР і системи управління безпечністю харчової продукції: Підручник / О.В. Бочарова – Одеська національна академія харчових технологій. – Одеса: Атлант, 2019. – 376 с.
6. Гуляєва Н.М. Маркетинговий підхід до формування персоналу готелів. / Н.М. Гуляєва, О.В. Полтавська // Вісник КНТЕУ. - № 1, 2011. – С. 20 – 30
7. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві [Текст] : підруч. / О. Ю. Давидова ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 487 с.
8. Дробот В.І. Технологія хлібопекарського виробництва. - К.: Логос, 2012. — 365 с.
9. Європейський Стандарт Послуг (EuSS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eeigcertification.violettesun.su/euss/>.
10. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: підруч.для ВУЗів / За ред. проф. Г.Т. П'ятницької. –К.: Кондор, 2013. –248 с.

11. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: підруч. для ВУЗів / За ред. проф. Г.Т. П'ятницької. –К.: Кондор, 2013. –248 с.
12. Мазаракі А. Детермінанти ревеню менеджменту в готельному бізнесі/ А. Мазаракі., М. Бойко, М. Кулик // Вісник КНТЕУ. – 2017. – №4(114). – С.66 -79.
13. Мельниченко С. Готельна мережа: вибір форми управління / С. Мельниченко, Т. Кудлай // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2017. - № 3. - С. 38-47.
14. Міжнародний стандарт ISO 9001:2015.. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.kpms.ru/Standart/ISO9001_2015_DIS.htm
15. 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.
16. 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.
17. Писаревський І. М. Матеріально-технічна база готелів: підручник / І.М. Писаревський, А.А. Рябев; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. - Х.: ХНАМГ, 2010. – 286 с.
18. Полтавська О.В. Забезпечення ефективності функціонування підприємств готельного господарства/ О.В.Полтавська // Економіка і держава. – 2016. – № 11 – С. 25– 29.
19. Розметова О.Г. Організація готельного господарства: Підручник / О.Г.Розметова, Т.Л.Мостенська, Т.В.Влодарчик. – Кам'янець-Подільський: Абетка – ФОП Сисин О.В., 2014. - 432 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Далі наведена більш детальна інформація по кожному закладу, що знаходиться у радіусу 3 км. Щоб зрозуміти чи є реальні конкуренти у цій зоні.

«Bukowski Bar»

ми не вважаємо цей заклад конкурентоспроможним. Концепція закладу розрахована на компанії, які прийшли «поспілкуватися напідпитку» та покурити кальян. Сегмент відвідувачів з цих причин не відповідає сегменту «La salsa». Ціни данного закладу також розраховані менш статкових клієнтів.

«Tiger»

Кафе паназіатської кухні. Концепція ресторану «локшина,кава та ще» розрахована на відвідувачів,що прийшли просто поїсти і випити чогось до локшини. Атмосфера в кафе не розрахована на довготривалі посиденьки та душевні бесіди з друзями. Покупна спроможність клієнтів значно нижча ніж в нас. Не є конкурентом

«Бездельники»

Стильний заклад з цікавим інтер'єром на цілодобовим графіком роботи. Має цікаве різноманітне меню. Розрахований більше на молодь, яка бажає щоб вечірка не закінчувалась ніколи. Має цікавий варіант обслуговування поза чергою. Через свою простоту та цікаву концепцію вважаю його конкурентом, який може забрати велику кількість молоді.

Ой, Мамо! Це було в Тбілісі

Заклад доволі великий, меню грузинської кухні – різноманітне. Інтер'єр та атмосфера – відповідають тематиці закладу. Так , цей заклад по географічному положенню, по меню та інтер'єру є конкурентом «La Salsa»

Ivy bar

В першу чергу оформлення самого закладу, я не вважаю що вони можуть конкурувати вже по першим поглядам. Не мають оплати картою. Як бар це місце може і працює, але як повноцінний ресторан - точно не вважаю. Цей заклад тільки недавно відкрився, тому може це їх невдалий старт, далі буде видно.

Ось що хочеться зауважити, це персонал, хороші і позитивні люди працюють, а це дійсно привертає увагу. Ще є плюсів, виділили зал для курців.

Varvar bar

Пивний ресторан Varvar знаходиться поруч з площею Перемоги. Заклад розмістився в двох залах, оформлено в стилі лофт і спеціалізується на пиві однойменної крафтової пивоварні. Атмосферу, як і в закладах подібного

роду, затишний не назвеш (рівень шуму). Різноманітність і смакові якості пива вище всяких похвал, а ось меню не становить ніякої конкуренції. Вибір страв досить убогий, ціни вище середнього (завищені), а порції не сказати, що мініатюрні, але маленькі і не відповідають вартості. Замовляв різноманітні пивні закуски і набір ковбасок. За смаком було запомінающе погано. Ціни по міцному алкоголю теж б'ють всі рекорди. В цілому не думаю, що це заклад можна вважати великим конкурентом, але розслаблятися не варто.

Vam bakery

По вулиці Симона Петлюри в самому центрі Києва, недалеко від станції метро «Університет» розташоване кафе-кондитерська «VAM Bakery». У закладі гостям подають оригінальні десерти, які готують з авторських рецептами кондитера. Для виробництва солодошів застосовують виключно натуральні інгредієнти. В меню гості знайдуть чізкейк «Сир Брі» з чотирьох видів сиру та груші, десерт «Сигара» з чорного шоколаду, бергамоту, фундука з додаванням рому, десерти «П'яна вишня» та «Серце»

Варенична «Катюша» середній чек

Даний заклад не являється конкурентом ресторану «La Salsa» тому, що саме цей заклад в своєму асортименті має лише вареники. Люди сприймають це місце не як ресторан, а просто місце де можна швидко поїсти. У контексті обіду, коли можна швидко перекусити, то можливо він і може бути конкурентом, але не у загальному плані.

Пиріжкова «Тьотя Клара» середній чек

Заклад такого типу не є конкурентно спроможним саме нашому ресторану. Не має сенсу порівнювати закусочну і ресторан.

Кофейня « BREW» середній чек

Цей заклад має орієнтир лише на каву та солодоші з собою. Для нашого ресторану він не є конкурентом.

Cvetaeva CAFE

Заклад не є конкурентом для ресторану, бо у меню наявна тільки кава та квіти. Для смачного обіду чи вечері немає сенсу туди йти. Висновок-не конкурент.

DaMario Ресторан

Атмосфера та інтер'єр цього закладу нагадує шкільну чи університетську столову. Меню доволі банальне, яке не надає задоволення для відвідувачів. Існує мільйон закладів по типу цього. Відгуки на просторах інтернету – жахливі. Висновок- не конкурент.

Mussafir (кримськотатарська кухня)

Цей заклад не є конкурентом ресторану La Salsa, тому що в них невеликий асортимент страв і меню не різноманітне. Тому що в цьому місті можна просто швидко недорого поїсти. В Меню представлено вісім різних наборів. В набори входить зазвичай основна страва, салат, в деяких наборах є гарнір і десерт. У кожному наборі в подарунок йде коржик і хумус або коржик і стартер. На вибір є три різних напоїв (айран, хошаф, шнрбет).

Гдебар

Я вважаю, що цей заклад не є конкурентим взагалі, тому що це просто бар, де є тільки барна карта і все.

Любимый дядя (східна кухня)

На мою думку, цей заклад також не конкурент нашому ресторану, тому що тут представлено невелике меню. І наприклад, якщо його захочуть відвідати вечері, там не сильно можна наїстися. В основному в меню представлені закуски, овочі і десерти. Також тут представлені пельмені, вареники, паста і млинці.

il Molino

Знаходиться у 10-15 хвилинах пішки від “la salsa”. Кухня- італійська, європейська. Вважаю, що італійська та мексиканська кухні не схожі одна на одну (тим паче у il molino в основному представлені тільки різні види піци) тому не вважаю його конкурентом для ресторану “la salsa”

BurgerFarm

Цей ресторан модно вважати конкурентом, даже в асортименті його меню представлені не тільки бургери, а й страви американської та трохи мексиканської кухні. Також можна відзначити що ресторан за декілька років роботи набув базу постійних клієнтів та проводить рекламні компанії для залучення нових.

Пивоварня Шульц

Вважаю недоцільним порівнювати паб та ресторан, звичайно Пивоварня не є конкурентом для ресторану «La Salsa»

Ресторан Хан Ганг

Заклад знаходить неподалік, 7 хвилин пішки. Кухня – корейська, пряна, гостра аутентична, тому вважати конкурентом можна, але поціновувачів Хан Гангу у Києві мало. Інтерес посередковий, керівники явно не займаються розвитком і тримають все на рівні з дні відкриття. Хан Ганг – це заклад, що скоро закриється або буде вимугений змінюватись кардинально. За відгуками

в інтернеті – ресторан на один раз, похмурий але зі справжньої корейською національною кухнею. Роблю висновок – не конкурент.

Ресторан Велюр

Важати конкурентом нашому ресторану не раціонально, Велюр повна протилежність у плані цільової аудиторії, цін які починаються з 843 грн та кухні. Велюр є рестораном, що продає страви з бездоганним оформленням і посередковим смаком, що всім знайомий. Гості обирають Велюр, бо він в якомусь розумінні гарантує приватність особам, що цього потребують. Велюр вважає себе кращим за інших і через це в інтернеті повно виправданих негативних відгуків про нього.

Бар Теплиця

За своїм місцем знаходженням у 5 хвилинах від нашого закладу. Він є потенційним конкурентом, бо за час своєї роботи більше 4 років - приглянувся людям і вони обирають його. Так як Теплиця це бар, потік гостей переважно у вечірній час і це молодь і люди до 45 років, що хочуть добре провести час з релаксом. За відгуками, заклад поважає себе і гостей, всі хвалять коктейльну карту та атмосферу.

Вимоги до персоналу проектованого закладу

Табл 6.2

Посада	Особисті якості	Професійні навички
Директор	Комунікабельність, лідерство, відповідальність, вміння працювати в колективі, наполегливість, порядність, ввічливість, тактовність. Хороші комунікативні навички, навички психолога.	Директор(менеджер) ресторану організовує всю роботу закладу і несе відповідальність за його стан і діяльність, тому важливо щоб він мав досвід роботи у цій сфері. Також навички роботи з комп'ютером, знання іноземних мов, спеціалізовану вищу освіту.
Адміністратор	Працелюбність, комунікабельність, цілеспрямованість, чесність, відповідальність, стресостійкість, пунктуальність, вміння працювати в колективі, вміння швидко адаптуватись в різних ситуаціях.	Навички роботи з комп'ютером, вміння працювати з документами, знання іноземних мов, організація та контроль роботи персоналу. Робота з постачальниками. Бажана вища спеціалізована освіта та досвід роботи.
Шеф-кухар	Уважність, акуратність, відповідальність, стресостійкість, працелюбність, організованість, вміння працювати на швидкість та результат.	Складання основного, святкового, фуршетного меню. Рациональне використання сировини і дотримання технологій приготування страв. Забезпечує дотримання на

		виробництві норм санітарної гігієни, техніки безпеки. Контроль роботи кухарів та якості виданих страв.
Офіціант	Відповідальність, чесність, швидкість, комунікабельність, дружелюбність, справедливість, охайність, гостинність.	Обслуговування гостей, банкетів; Вміння сервіровки стола; знання основних страв і напоїв; прийом замовлень, подача страв; надання рахунку, розрахунок. Знання іноземних мов.
Бармен	Доброзичливість, уміння спілкуватись з людьми, пунктуальність, працелюбність, ввічливість.	Приготування алкогольних та безалкогольних коктейлів. Приготування кави та кавових коктейлів; Прийом замовлень у відвідувачів; Розрахунок замовлень відвідувачів; Робота з касою; Складання заявок на алкоголь і продукти харчування. Заповнення документів про прийом товару.

Меню ресторану

Назва страви	Вихід, г
<u>Фірмові страви</u>	
«Скарби в твердих стулках»	100
Равлики „Провансаль”	55/95
Салат з водоростями хіяші та насінням сезаму	250
Смажений кликач	150/320
Макароони «Black pearl»	170/210
<u>Холодні закуски</u>	
Ікра лососева на льоду	50/45
Еклер з копченою сьомгою (копчена сьомга, яйце, ікрою лососева або осетрова)	175
Сьомга слабосолена з ікрою і грінками	75/25/25
Ракові шийки з креветками у половинці апельсина	255
Лосось Гравлакс	60/245
Сардини в ескабеш	230
Сьомга, маринована в вершках з гірчицею і коньяком	230/30
Карпаччо з сьомги	125
Карпаччо з чілійського сібаса	125
<u>Салати</u>	
Салат з тигровими креветками, моцареллою фрїто і кіноа	265
Мікс листя салату з татакі з тунця, апельсином і томатами-конфі	250
Мікс морепродуктів з томленою грушею в кошику з пармезаном	150
Крабовий	220
«Капрі»	200
<u>Гарячі закуски</u>	
Тигрові креветки-гриль (креветки, соус майонез)	125/50/65
Морські гребінці в соусі «Горгонцола»	150/30
Кальмари по-римськи	125
Мідії в ракушках запечені під сиром	6 шт.
Равлики під лимонно-мигдально-часниковим соусом	100
<u>Супи</u>	
Уха з тріски та лосося	300
Качукко з лимоном і маслинами	360
Буйабес	300
Суп сирний з тигровими креветками, овочами і цибулею порей	350
<u>Основні страви</u>	
Устриці (белон, аркашон, марен)	270
Лосось Фьорд на грилі	150/350

Філе з камбали в оливково-часниковому маринаді	240/100/50
Тріска в часниковому соусі	245
Шашлик з осетрини	150/325
Філе форелі, фаршироване	215/225
Лампуки-печеня	235
Сом смажений з базиліком і овочами	200/100
Сьомга з мідіями з ікорним соусом	200/100/50
Восьминіг смажений з морквяно-грибним пюре	375
Сарзуела	300
Плов з морепродуктами	300
Різотто «Сент-Жак»	285
Чорне різотто з каракатицею	320
Пене з лососем з вершково-томатним соусом	300
Феттучині з морськими гребінцями і креветками	225
Гарніри	
Картопля фрі	150
Рис басматі	150
Спаржа по бажанню	150
Овочі гриль	150
<u>Десерти</u>	
Крем-брюле зі свіжих ягід з гарячою карамеллю	250
Мільфей зі свіжими ягодами і соусом Манго	150/50
Трюфельний тарт	235
Шоколадний тортіно з крем-брюле	265
Дует чізкейків з полуничним та апельсиновим соусом	245
Панакота з ягідним соусом	270
Гарячі напої	
Кава Еспресо:	
Еспресо	60
Еспресо з кардамоном	60
Еспресо з гвоздикою	60
Еспресо допію	60
Капучіно:	
Капучіно	150
Капучіно (без кофеїну)	150
Капучіно Карамель	150
Кава Лате:	
Лате	200
Лате Карамель	200
Лате Глясе	200
Лате(без кофеїну)	200
Какао	200
Гарячий шоколад:	

Гарячий шоколад	120
Гарячий м'ятний шоколад	120
Карамельний шоколад	120
Чай чорний:	200
Чай чорний	200
Чай „Граф грей”	
Чай зелений	200
Чай „Китайський жасмин”	200
Чай „Зелений з м'ятою”	200
Чай „Лісова ягода”	
Чай м'ятний	200
Чай Мате	200
Холодні напої	
Чай каркаде з сиропом фіалки	200
Чай чорний з лимоном	200
Чай зелений з яблуком	200
Сік морквяний	200
Сік апельсиновий	200
Сік грейпфрутовий	200
Сік з селери	200
Лимонад цитрусовий	200
Лимонад із ревеню з ваніллю	200
Борошняні та кондитерські вироби	
Шоколадно-апельсиновий торт Паризьєн з ванільним соусом і фісташками	170
Tarte tatin (відкритий торт з фруктами)	100
Круасани з джемом, шоколадним або ванільним кремом	100
Клафуті (вишневий пиріг)	100

Додаток

КАРТА ВИН

	50ml	100ml
Вина / wine		
Білі вина		
Muscadet Sevre et Maine sur Lie, Vignerons du Pallet, 2014	27,10	54,25
Sauvignon Blanc Ketu Bay Marlboro, Konrad Wines, 2016	25,00	50,75
Riesling Kabinet, Wachenheimer, 2015	22,00	43,80
Soave Classico, Pieropan, 2015	24,00	47,00
Chablis, Domaine William Fevre, 2014	24,00	47,00
Sancerre, Lucien Crochet, 2014	27,10	54,25
Le Rive, Suavia, 2011	25,00	50,75
Chablis Premier Cru Montmains, William Fevre, 2014	22,00	43,80

Chardonnay, Carrannelle, 2013	24,00	47,00
Шато де Рессак Шардоне	26,20	52,50
Шато дю Жуж	35,00	70,00
Кло-Сен Ланделен Рислинг	70,00	140,00
Червоні вина		
Мутон Каде Барон Філіпп де Ротшильд Бордо АОС	31,50	63,00
Шато ля Шапель Бордо АОС 1999	27,10	54,25
Жорж Дюбоф Мерло Вин де Рейн ДОС 1999	25,00	50,75
Нумеро 1 Бордо червоне	22,00	43,80
Русь Ене и Сини Руський дю Пап 1998	24,00	47,00
Русь Ене і Сини Кот дю Рон 1999	24,00	47,00
ГРЕЦІЯ/GREECE		
Реціна (вино з додаванням соснової смоли, трьох видів: біле, рожеве, червоне)	20,00	40,00
ІТАЛІЯ/ITALY		
Молоко Венери (міцний 30-градусний напій білого кольору з тонким ароматом меду і трав)	30,00	60,00
Dom Perignon	25,00	50,00
ПОРТУГАЛІЯ/PORTUGALY		
Віньє Вердес (біле столове вино)	25,00	45,00
Портвейн	26,00	55,00
ТУРЦІЯ/TYRKISH		
Вілла Долуджа	28,00	56,00
Долуджа Рислінг	23,00	46,00
Дикмен	25,00	50,00
Аперитиви/ Aperetifs		
Мартіні/ Martini	12,00	24,00
Кампарі/ Campari	15,00	30,00
Гіркі настоянки / Bitters		
Абсента Ксента / Xenta Absenta	30,00	60,00
Бехеровка / Becherovka	20,00	40,00
Горілка / Vodka		
Ліпський Особняк / Lipsky Osobnyak	12,00	24,00
Ліпський Особняк Журавл. / Lipsky Osobnyak "Cranberry"	16,00	32,00
Немірофф Мед Перець / Nemiroff Honey & Pepper	12,00	24,00
Немірофф Преміум/ Nemiroff Premium	14,00	28,00
Немірофф ЛЕКС/ Nemiroff LEX	20,00	40,00
Російський Стандарт/ Russian Standart	22,00	40,00
Російський Стандарт Плат./ Russian Standart Platinum	22,00	40,00
Оузо-ганусова горілка, Греція	33,00	64,00
Ракія- ганусова горілка, Турція	32,00	64,00

Текіла / Tequila		
Сауза (бланко, голд) / Sauza (blanco, gold)	26.00	56.00
Сауза Трес Генеральсон / Sauza Tres Generaciones	58.00	116.00
Ольмека (бланко, голд) / Olmeca (blanco, gold)	58.00	56.00
Ольмека Аньєхо Екстра / Olmeca Anejo Extra	51.00	102.00
Віскі / Whisky		
Баллантайнз / Ballantines	25.00	50.00
Баллантайнз голд сіл / Ballantines gold seal	40.00	80.00
Тюлламор Дью / Tullamore Dew	25.00	50.00
Джоні Уокер ред лейбл / Johnie Walker red label	25.00	50.00
Джоні Уокер блек лейбл / Johnie Walker blak label	45.00	90.00
Джоні Уокер блу лейбл / Johnie Walker blue label	140.00	280.00
Чівас Рігал / Chivas Regal	45.00	90.00
Глендфідіш 12р. / Glendfidich 12 yo	54.00	90.00
Глендфідіш 15 р. / Glendfidich 15 yo	54.00	108.00
Глендфідіш 18 р. / Glendfidich 18 yo	65.00	130.00
Грант'с / Grant's	60.00	120.00
Джин / Gin		
Біфітер / Beefeater	20.00	40.00
Ром / Rum		
Бакарді / Bacardi	20.00	40.00
Коньяк / Cognac		
Курвуазьє VS / Courvoisier VS	36.00	72.00
Курвуазьє VSOP / Courvoisier VSOP	47.00	94.00
Курвуазьє XO / Courvoisier XO	140.00	280.00
Хеннесі VSOP / Hennessy VSOP	47.00	94.00
Хеннесі XO / Hennessy XO	140.00	280.00
Ремі Мартен VSOP / Remy Martin VSOP	47.00	94.00
Ремі Мартен XO / Remy Martin XO	140.00	280.00
Мартель VSOP / Martel VSOP	47.00	90.00
Мартель XO / Martel XO	140.00	280.00
Арді VS / Ardi VS	39.00	78.00

Арді VSOP/ Ardi VSOP	54.00	108.00
Бренді / Brandy		0
Арарат***** / Ararat*****	26.00	52.00
Ахтамар / Ahtamar	32.00	64.00
Праздничний / Prazdnichny	45.00	90.00
Торрес / Torres	28.00	56.00
Коняки України / Ukrainian brandy		
Аекс Сілвер / Alexx Silver	24.00	48.00
Аекс Голд / Alexx Gold	24.00	48.00
Асканія / Askania	32.00	64.00
Дніпро / Dnipro	43.00	86.00
Херсон / Herson	50.00	100.00
Імперіал / Imperial	130.00	260.00
Лікери / Liqueurs		
Калуа / Kalua	25.00	50.00
Керолайнс / Carolans	25.00	50.00
Малібу / Malibu	25.00	50.00
Самбука / Sambuca	25.00	50.00
Ляже-Лягут / Lejay-Lagout	25.00	50.00
Пізан Амбон / Pisang Ambon	25.00	50.00
Куантро / Cointreau	28.00	56.00
Пиво розливне / Draught beer		
Стелла Артуа / Stella Artois	14.00	18.00
Францискайнер / Franziskaner	21.00	28.00
Варштайнер / Warsteiner	21.00	28.00
Пиво пляшкове / Bottled beer		
Корона Екстра / Corona Extra		20.00
Варштайнер / Warsteiner		20.00
До пива / Goes well with beer		
Арахіс / Peanut		15.00
Фісташки / Pistachios		24.00
Суміш Горіхів / Mixed Nuts		19.00
Безалкогольні напої / Soft drinks		
Боржомі / Borgomi		12.00
Нарзан / Narzan		10.00
Перс / Perrier		15.00
Евіан / Evian		15.00
Тонік / Tonic		7.00
Спрайт, Кока-кола, Фанта / Sprite, Coca-cola, Fanta		8.00

Сік в асортименті	7.00
Соки зі свіжих фруктів / Juices from fresh fruits	
Помаранчевий / Orang	15,00
Грейпфрутовий / Grapefruit	9,00
Лимонний / Lemon	4,50
Яблучний / Apple	4,50
Морквяний / Carrot	4,50
Ананасовий / Pineapple	25,00
Сезонні / Seasonal	25,00
Коктейлі / Cocktails	
Марокканські / Moroccans	
Касабланка / Casablanca (ром, какао лікер, малібу, помаранч., ананас. сік) / (rum, cacao the liqueur, malibu, bitter oranges., pineapple. juice)	35.00
Пісня пустелі / Song of desert (текіла, смородина лікер, лайм, содова) / (tequila, currant the liqueur, lime, soda)	35.00
Срібна затока / Silver bay (джин, малібу, помаранч., яблук. та ананас. сік) / (gin, malibu, oranges., apples. & pineapple. juice)	35.00
Червона Дюна / Red Dune (абсента, самбука, тріпл сек, гренадін) / (absenta, sambuca, triple sec, grenadine)	35.00
Марокканський Екзотичний Чай / Moroccan Exotic Iced Tea (горілка, джин, ром, трепл сек, сік журавлини) / (vodka, gin, rum, triple sec, juice of cranberry)	55.00
Льодяні / Frozen	
Блакитні Гаваї / Blue Hawaii (ром, кюрасо, піна колада мікс) / (rum, cyoraso, suds colada mix)	35.00
Маргарита / Margarita (текіла, тріпл сек, мікс) / (tequila, triple sec, mix)	35.00
Дайкірі / Daiquiri (ром, тріпл сек, мікс) / (rum, triple sec, mix)	35.00
Піна Колада / Pina Colada (ром, ананасовий сік, піна колада мікс) / (rum, pineapple juice, pina colada mix)	35.00
Класичні / Classic	
Манхеттен / Manhattan (віскі, вермут rosso, ангостура) / (whisky, vermouth of rosso, angostura)	35.00

Негроні / Negroni (джин, Мартіні, Кампарі, сік лимона) / (gin, Martini bianco, Campari, juice of lemon)	35.00
Акапулько / Acapulco (текіла, тріпел сек, ананасовий сік, сік лайму) / (tequila, triple sec, pineapple juice)	35.00
Махіто / Mohito (ром, лайм, м'ята, тростинний цукор) / (rum, lime, mint, cane-sugar, soda)	35.00
Кайпірінья / Caipirinha (ром, лайм, содова) / (rum, lime, soda)	35.00
Космополітан / Cosmopolitan (горілка, сік лайму, трепл сек, сік журавлини) / (vodka, triple sec, of cranberry & lime)	35.00
Секс На Пляжі / Sex On Beach (горілка, персик-лікер, сік помаранчу та журавлини) / (vodka, peach-liqueur, orange and cranberry juice)	35.00
Пунш Плантатора / Plunter'S Punch (ром, сік лимона, ренаді, содова, ангостура) / (rum, juice of lemon, grenadina, soda, angostura)	35.00
Сік Джунглів / Juice Of Jungles (джин, пізан амбон, помаранч. сік) / (gin, pisan ambon, oranges. juice)	35.00
Панама / Panama (віскі, смородина лікер, грейпф. сік) / (whisky, currant the liqueur, greypf. juice)	35.00
Чорний Росіянин / Black Russian (горілка, лікер Калуа) / (vodka, liqueur Caloua)	35.00
Білий Росіянин White Russian (горілка, лікер Калуа, збиті вершки) / (vodka, liqueur Caloua)	35.00
Особливі / Special	
Б-52 / B-52 (лікери Калуа, Бейліс, Куантро) / (kahlua, Beylis, Cointreau)	35.00
Хіросіма / Hiroshima (самбука, королайнз, абсента, гренадін)/ (sambuca, carolans, absenta, grenadine)	55.00
Зелений Мексиканець / Green Mexican (пізан амбон, сік лимону, текіла) / (pisan ambon, lemon juice, tequila)	35.00
Червоний Собака / Red Dog (самбука, текіла, табаско) / (sambuca, tequila, tabasco)	35.00
Медуза / Medusa	

(малібу, тріпел сек, ром, кюрасо, кєролайнз) / (malibu, triple sec, rum, curasao, carolans)	55.00
Абсєнтікум / Absenthicum (абсєнта, лайм, цукор) / (absenta, lime, sugar)	35.00
Кафе Де Парі / Café De Parise (абсєнта, какао-лікєр, вершки) / (absenta, cacao-liqueur, creams)	35.00
Сльози Змії / Snake Tear (текіла, калуа, сік лимону) / (tequila, kahlua, lemon juice)	35.00
Тєкіла Бум / Tequila Boom (текіла, сік лимона, содова) / (tequila, soda, lemon juice)	35.00
Бєзалкогольні кокєтєйлі / Non-alcoholic cocktails	
Айсберг / Iceberg (лимон, тонік, морозиво) / (lemon, tonic, ice-cream)	9,00
Баунті / Bauntу (ананасовий сік, піна колада мікс, шоком. мороз.) / (pineapple juice, pina colada mix, chocolate ice-cream)	10,00
Геркулєс / Hercules (вівсянє печиво, шоколаднє морозиво, молоко) / (oat cookies, chocolate ice-cream, milk)	10.00
Мілк Шєйк / Milk Shake (морозиво в асортимєнті, молоко, наповнювач) / (ice-cream in an assorted, milk, topping)	5.00

Додаток

Дєнна виробнича програма ресторану на 60 місць

Назва страви	Вихід, г	Кількість страв, порцій
Фірмові страви		
«Скарби в твердих стулках»	100	23
Равлики „Провансаль”	55/95	15
Салат з водоростями хіяші та насінням сезаму	250	25
Смажений кликач	150/320	23
Макароони «Black pearl»	170/210	27
Холодні закуски		448
Ікра лососєва на льоду	50/45	26
Еклєр з копчєною сьомгою (копчєна сьомга, яйцє, ікрою лососєва або осєтрова)	175	42
Сьомга слабосолєна з ікрою і грінками	75/25/25	23
Ракові шийки з креветками у половинці апельсина	255	27

Лосось Гравлакс	60/245	28
Сардини в ескабеш	230	23
Сьомга, маринована в вершках з гірчицею і коньяком	230/30	31
Карпаччо з сьомги	125	22
Карпаччо з чілійського сібаса	125	20
Салати		
Салат з тигровими креветками, моцареллою фрїто і кіноа	265	23
Мікс листя салату з татакі з тунця, апельсином і томатами-конфі	250	33
Мікс морепродуктів з томленою грушею в кошику з пармезаном	150	27
Крабовий	220	33
«Капрі»	200	21
Гарячі закуски		94
Тигрові креветки-гриль (креветки, соус майонез)	125/50/65	22
Морські гребінці в соусі «Горгонцола»	150/30	16
Кальмари по-римськи	125	21
Мідії в ракушках запечені під сиром	6 шт.	17
Равлики під лимонно-мигдально-часниковим соусом	100	18
Супи		42
Уха з тріски та лосося	300	12
Качукко з лимоном і маслинами	360	15
Буйабес	300	10
Суп сирний з тигровими креветками, овочами і цибулею порей	350	5
Основні страви		283
Устриці (белон, аркашон, марен)	270	13
Лосось Фьорд на грилі	150/350	17
Філе з камбали в оливково-часниковому маринаді	240/100/50	12
Тріска в часниковому соусі	245	15
Шашлик з осетрини	150/325	23
Філе форелі, фаршироване	215/225	14
Лампуки-печеня	235	27
Сом смажений з базиліком і овочами	200/100	12
Сьомга з мідіями з ікорним соусом	200/100/50	18
Восьминіг смажений з морквяно-грибним пюре	375	18
Сарзуела	300	17

Плов з морепродуктами	300	16
Різотто «Сент-Жак»	285	17
Чорне різотто з каракатицею	320	24
Пене з лососем з вершково-томатним соусом	300	17
Феттучині з морськими гребінцями і креветками	225	23
Гарніри		
Картопля фрі	150	16
Рис басматі	150	11
Спаржа по бажанню	150	13
Овочі гриль	150	17
Десерти		94
Крем-брюле зі свіжих ягід з гарячою карамеллю	250	18
Мільфей зі свіжими ягодами і соусом Манго	150/50	22
Трюфельний тарт	235	16
Шоколадний тортіно з крем-брюле	265	15
Дует чізкейків з полуничним та апельсиновим соусом	245	12
Панакота з ягідним соусом	270	9
Гарячі напої		
<i>Кава Еспресо:</i>		
Еспресо	60	2
Еспресо з кардамоном	60	2
Еспресо з гвоздикою	60	1
Еспресо допіо	60	2
<i>Капучіно:</i>		
Капучіно	150	5
Капучіно (без кофеїну)	150	4
Капучіно Карамель	150	4
<i>Кава Лате:</i>		
Лате	200	2
Лате Карамель	200	2
Лате Глясе	200	2
Лате(без кофеїну)	200	1
<i>Какао</i>		
	200	2
<i>Гарячий шоколад:</i>		
Гарячий шоколад	120	1
Гарячий м'ятний шоколад	120	2
Карамельний шоколад	120	2

Продовження таблиці 1.8

Назва страви	Вихід, г	Кількість страв,
--------------	----------	------------------

		порцій
Чай чорний:		
Чай чорний	200	3
Чай „Граф грей”	200	4
Чай зелений		
Чай „Китайський жасмин”	200	4
Чай „Зелений з м’ятою”	200	3
Чай „Лісова ягода”	200	2
Чай м’ятний	200	1
Чай Мате	200	1
Холодні напої		
Чай каркаде з сиропом фіалки	200	1
Чай чорний з лимоном	200	1
Чай зелений з яблуком	200	1
Сік морквяний	200	2
Сік апельсиновий	200	1
Сік грейпфрутовий	200	1
Сік з селери	200	1
Лимонад цитрусовий	200	1
Лимонад із ревеню з ваніллю	200	1
Борошняні та кондитерські вироби		480
Шоколадно-апельсиновий торт Паризьен з ванільним соусом і фісташками	170	125
Tarte tatin (відкритий торт з фруктами)	100	119
Круасани з джемом, шоколадним або ванільним кремом	100	118
Клафуті (вишневий пиріг)	100	118