

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

бакалавр

(назва освітнього ступеня)

на тему: **«Розвиток діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу
на основі впровадження додаткової послуги
(на прикладі ресторану «Версаль»)»**

Виконав: студент IV курсу, групи БР-41

спеціальності 241 «Готельно-

ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності)

Горін В. О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник

Андрушків Б. М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

Стойко І. І.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

Шерстюк Р. П.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Рецензент

Галушак М. П.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль
2024

АНОТАЦІЯ

Горін В. О. Розвиток діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу на основі впровадження додаткової послуги (на прикладі ресторану «Версаль»).

Кваліфікаційна робота бакалавра: 71 сторінка, 5 рисунків, 8 таблиць, 31 літературне джерело.

Об'єкт дослідження – ресторан «Версаль», цілями діяльності якого є отримання прибутку від усіх видів діяльності та задоволення суспільних потреб у його продукції, роботах і послугах.

Предмет дослідження – процес розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу.

Метою роботи є розроблення рекомендацій щодо розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу.

Методи дослідження – аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

Практичне значення одержаних результатів. У процесі підготовки роботи сформульовано рекомендації щодо розвитку діяльності, що можуть бути реалізованими у практичній діяльності ресторану «Версаль».

Ключові слова: розвиток, діяльність, управління, послуга, ресторанний бізнес, фактори впливу.

ANNOTATION

Horin V. Development of the restaurant business enterprise activity due to extra service implementation (restaurant “Versal” as a case study).

Bachelor degree thesis contains of 71 pages, 5 pictures, 8 tables, 31 references.

The object of investigation is the restaurant “Versal”, the aims of which are to make a profit from all types of activities and to meet public needs for its products, works and services.

The subject of investigation is the process of development of the restaurant business enterprise.

The aim of the work is to develop recommendations for the development of the restaurant business enterprise.

The methods of investigation are analysis and synthesis; comprehensive analysis; comparative and economic analysis, method of description.

The practical significance of the results obtained. In the process of preparation of the work, there were formulated the recommendations for the development of activities that can be implemented in the practical activities of the restaurant “Versal”.

Key words: development, activity, management, service, restaurant business, factors of influence.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	8
1.1. Організаційно-економічна сутність підприємницької діяльності в ринкових умовах	8
1.2. Сутність та роль малих і середніх підприємств у розвитку національної економіки	14
1.3. Значення і місце підприємств сфери ресторанного бізнесу для економіки	23
2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «ВЕРСАЛЬ»	28
2.1. Загальна економічна характеристика господарської діяльності ресторану «Версаль»	28
2.2. Фактори впливу на діяльність ресторану, що функціонує у сільській місцевості	34
3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ	
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	47
3.1. Напрями розвитку діяльності підприємств ресторанного бізнесу	47
3.2. Пропозиція впровадження додаткової послуги з метою розвитку діяльності ресторану «Версаль»	50
3.3. Розрахунок економічних показників впровадження додаткової послуги для клієнтів у ресторані «Версаль»	54
4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ	
4.1. Організація та проведення рятувальних та інших невідкладних робіт на об'єктах економіки в осередках ураження	60
4.2. Обов'язки та повноваження роботодавця у питанні охорони праці	64
ВИСНОВКИ	66
БІБЛІОГРАФІЯ	69

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок ресторанних послуг сьогодні є активним організатором індустрії харчування і переживає нове становлення. З одного боку, це зумовлено екстенсивним зростанням множинності форматів підприємств, що безпосередньо пов'язано з глобалізацією, західними віяннями, комплексом технологічних, інформаційних, управлінських новацій і, як наслідок, інвестиційною привабливістю ринку. З іншого боку, динамізм зовнішнього ділового середовища спричиняє посилення конкурентної боротьби, умов виживання та життєздатності підприємств на ринку ресторанних послуг.

Поряд з важко прогнозованими ринковими трендами, все це вносить кардинальні зміни у фінансово-економічний механізм підприємств ресторанного бізнесу, впливає на формування та трансформацію внутрішнього потенціалу, змушує постійно займатися пошуком резервів підвищення ефективності та розвитку.

Питання розвитку підприємницької діяльності висвітлені у працях таких учених як Андрушків Б., Апілат Р., Варналій З., Владимир О., Галушак М., Дудкін П., Дядін А., Збарський В., Малюта Л., Мельник Л., Нагорняк Г., Нікітенко К., Островська Г., Паляниця В., Сороківська О., Стойко І., Філіпов В., Шерстюк Р., Ціх Г. та інші.

Особливості розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу у сільській місцевості у науковій літературі висвітлено не достатньо. Це власне й обумовило вибір теми кваліфікаційної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розроблення рекомендацій щодо розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені такі основні завдання:

- вивчити організаційно-економічну сутність підприємницької діяльності в ринкових умовах;
- визначити сутність та роль малих і середніх підприємств у розвитку національної економіки;
- дослідити значення і місце підприємств сфери ресторанного бізнесу для економіки
- дати загальну економічну характеристику господарської діяльності ресторану «Версаль»;
- здійснити аналіз факторів впливу на діяльність ресторану, що функціонує у сільській місцевості;
- сформулювати напрями розвитку діяльності підприємств ресторанного бізнесу;
- розробити пропозицію впровадження додаткової послуги з метою розвитку діяльності ресторану «Версаль»;
- розрахувати економічні показники впровадження додаткової послуги для клієнтів у ресторані «Версаль».

Об'єкт дослідження – ресторан «Версаль», цілями діяльності якого є отримання прибутку від усіх видів діяльності та задоволення суспільних потреб у його продукції, роботах і послугах.

Предмет дослідження – процес розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу.

Методи виконання – для вирішення поставлених у роботі завдань використано такі методи: аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

Інформаційною базою дослідження є документи і матеріали органів державної влади і управління, законодавчі і нормативні акти, державні і міжнародні стандарти України, матеріали і дані періодичного друку, монографічна і інша наукова література, а також дані бухгалтерської звітності досліджуваного ресторану.

Практичне значення одержаних результатів. У процесі підготовки роботи сформульовано рекомендації щодо розвитку діяльності, що можуть бути реалізованими у практичній діяльності ресторану «Версаль».

Апробація результатів дослідження. Основні висновки, положення та результати дослідження були розглянуті і схвалені на кафедрі управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Обсяг і структура дипломної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 71 сторінці комп'ютерного тексту, складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 31 найменування. Робота включає 8 таблиць, 5 рисунків.

1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Організаційно-економічна сутність підприємницької діяльності в ринкових умовах

Підприємництво як процес організації виробництва товарів і послуг для задоволення попиту, що постійно поновлюється, та отримання прибутку, а також як функція управління цим процесом має свою історію та динаміку розвитку.

У римському праві «підприємництво» розглядалося як заняття, справа, діяльність, особливо комерційна.

У сучасній економічній літературі чіткого визначення сутності підприємництва немає. У більшості випадків сутність цього явища підміняється метою підприємницької діяльності. Зокрема, широковживаним є визначення підприємництва як ініціативної самостійної діяльності громадян, спрямована на отримання прибутку або особистого доходу, що здійснюється від свого імені під свою майнову відповідальність або від імені та під юридичну відповідальність юридичної особи.

Термінологічна сутність і зміст, вкладені в поняття «підприємництво», мінялися й упорядковувалися у процесі розвитку економічної теорії.

Одним з перших, хто серйозно зацікавився даним напрямом був А. Сміт. Однак років за десять до нього цими проблемами інтенсивно цікавився Р. Кентіллон, який сформулював тезу, згідно з якою розбіжності між попитом і пропозицією на ринку дають можливість окремим суб'єктам ринкових відносин купувати товари дешевше і продавати їх дорожче. Економіст назвав цих суб'єктів ринку підприємцями («підприємець» – у перекладі з французької

«посередник»).

Наукові дослідження з питань підприємницької діяльності також проводили такі зарубіжні економісти, як А. Сміт, Ж.-Б. Сей, Й. Шумпетер, П. Друкер, Ф. Гаск та ін. Кожен із них акцентував увагу на різних складових підприємницької діяльності.

На необхідність уміння поєднувати й комбінувати фактори виробництва для успішної підприємницької діяльності вперше вказав Ж.-Б. Сей. Уміння організувати учасників виробничого процесу й управляти ними в процесі досягнення мети він називав у якості головного фактору отримання підприємницького доходу.

Американський економіст Ф. Вокер вказав на поєднання у підприємницькій діяльності двох різних функцій – функції власника підприємства, який організовує виробництво з метою отримання доходу, і функції власника капіталу, що має право на використання (споживання) отриманого прибутку, як відсотка на вкладений капітал (Воронкова В. Г., 2014).

Згідно Ф. Гайека суть підприємництва зводиться до ініціативної діяльності суб'єкта, тому кожен, хто здатний вишукувати сприятливі можливості для початку підприємницької діяльності, може бути підприємцем.

Автори відомого підручника з економіки «Економікс» К. Макконнел і С. Брю найвагомішою якістю особистості підприємця вважають підприємницький талант як особливий людський ресурс. Вони пов'язують підприємництво з виконанням індивідом чотирьох взаємопов'язаних функцій (Апопій В. В., 2014):

- готовність брати на себе ініціативу поєднати необхідні ресурси у виробничий процес;
- мати сміливість і здатність ухвалювати рішення, які визначають напрям і характер його майбутньої діяльності, і нести за них правову й майнову відповідальність;
- бути новатором, готовим і здатним впроваджувати нові продукти на

споживчий ринок, нові технології у виробництво, нові форми й методи організації й управління розширеним циклом виробництва й розподілу;

– бути готовим на зважений ризик, оскільки в умовах ринкового суперництва (конкуренції) підприємницький успіх і, як наслідок, прибуток абсолютно не гарантовані.

Підприємницька діяльність являє собою складний економічний і соціальний феномен, що пройшов великий шлях розвитку, і в цій якості він допускає безліч інтерпретацій. У стародавні і середні віки основним напрямком застосування підприємницької ініціативи було купецтво і, мореплавання; пов'язане з територіальним переміщенням товарів і отриманням прибутку з різниці цін у різних географічних точках.

З переходом до ринкової економіки і зародженням легального підприємництва появився науковий і практичний інтерес до даного поняття. Є багато підходів сучасних вітчизняних науковців до проблематики підприємництва, які, власне, вносять свій вклад в теорію і практику даної діяльності (Збарський В. К., Остапчук А. Д., 2015).

Згідно першого підходу під підприємницькою діяльністю розуміється будь-яка діяльність, що приносить прибуток. Власне така позиція співпадає з визначенням підприємництва відомих учених К. Макконела і С. Брю.

У другому підході акцент ставиться на здатності суб'єкта господарської діяльності комбінувати ресурси і фактори таким чином, щоби забезпечити отримання прибутку.

За третім підходом при визначенні сутності підприємницької діяльності науковці відштовхуються не від здатності індивіда, а від його потреб, тобто мотивів, що обумовлюють стиль його дій.

У вітчизняній науці питанню сутності підприємницької діяльності також приділено немало уваги.

У першу чергу слід звернутися до законодавчої бази – Закону України «Про підприємництво», де зазначається, що підприємництво – це безпосередня

самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством (ЗУ «Про підприємництво», 1991).

Нікітенко К. С. стверджує, що підприємницька діяльність – це ризикована діяльність фізичної особи або групи фізичних осіб, які отримують прибуток на основі задоволення громадських потреб у продуктах, роботах, послугах, що змінюються, на основі добровільного застосування соціальної відповідальності, що вимагає залучення ресурсів та взаємодії з контрагентами (Нікітенко К. С., 2021).

Варналій З. С. пропонує таке тлумачення: підприємництво є особливим типом господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва та інноваційність. Оснований на власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання доходу від підприємницької діяльності (Варналій З. С., 2008).

Доволі ґрунтовно доводить свою думку Філіпов В. Ю. щодо тлумачення підприємництва. Науковець стверджує, що «підприємництво» можна представити як поняття, що висвітлюють практичну діяльність, що: спрямована на отримання певного результату, який несе користь підприємцю; має своїм основним змістом нововведення або інноваційний підхід; несе певний вклад у всіх сферах соціально-економічного життя суспільства; передбачається наявність у підприємця базових знань та навичок з економіки, управління і організації виробництва в умовах ринку (Філіпов В. Ю., 2019).

Віддаючи належне переліченим позиціям, вважаємо, що підприємницьку діяльність слід вважати специфічним видом економічної діяльності.

Дослідження процесу становлення сучасної української підприємницької діяльності дозволяє виявити відмінні аспекти, що пов'язані з соціально-економічними процесами, з переходом до ринкової економіки і такими, що

здійснює вплив на формування зовнішнього і внутрішнього середовища розвитку підприємницької діяльності. Одним з таких процесів вважається становлення змішаної економіки, специфіка якої обумовила особливості структури і характеристик суб'єктів ринку, конкурентного середовища, кількісних і якісних змін, що формують товарні та інші ринки.

Основним суб'єктом підприємницької діяльності виступає підприємець, що взаємодіє з:

- споживачем, як основним його контрагентом;
- державою, яка у різних ситуаціях може виступати допомагати або ж перешкоджати діяльності;
- найманими працівниками;
- партнерами по бізнесу.

Об'єктами підприємницької діяльності є виготовлена продукція, виконана робота або надана послуга, тобто те, що може задовольнити певну потребу і пропонується на ринку для придбання, використання чи споживання.

Відносини між особами, що здійснюють підприємницьку діяльність, регулює цивільне законодавство. Цивільним кодексом України визначені права громадян займатися підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, а також право створювати юридичну особу самостійно або разом з іншими особами (товариство).

Загалом пропонуємо вважати під підприємницькою діяльністю особливий вид самостійної, здійснюваної на свій ризик діяльності громадян і їх об'єднань, основна мета якої полягає в одержанні прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, що спрямована на задоволення потреб (попиту) населення в умовах конкурентного середовища.

У цілому підприємницька діяльність характеризується наступними ознаками: ініціативою, наявністю ризику, здатністю й готовністю підприємця брати на себе економічні ризики, необхідністю комбінування факторів

виробництва, новаторством (Андрушків Б. М., Вовк Ю. Я, Гецько В. В. та ін., 2010).

Більшість практиків і дослідників наголошують що одержання прибутку є кінцевою метою підприємництва. Однак підприємництво має своєю ключовою метою не стільки прибуток, скільки безперервність виробничого процесу, пов'язаного з відтворенням попиту й задоволенням постійно мінливих потреб індивідуума, соціальної групи чи суспільства в цілому.

Усе різноманіття підприємницької діяльності можна класифікувати за різними ознаками, зокрема (Варналій З.С., 2008):

- за розміром – великі, середні, малі;
- за формами власності – державна, колективна, громадські організації, приватна;
- за обсягами зобов'язань – приватні підприємства, підприємства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства;
- за характером мобілізації фінансових коштів – приватні акціонерні товариства та публічні акціонерні товариства);
- за характером організаційної форми – колективна форма, у свою чергу, що підрозділяється на партнерства й корпорації, або індивідуальна);
- за характером основної діяльності підприємства – виробничі, такі, що надають послуги, посередницькі, збутові).

Підсумовуючи, зауважимо, що для країн з розвиненою ринковою економікою соціальна значимість малої форми підприємницької діяльності укладається в тому, що вони мобілізують творчий і підприємницький потенціал країни, одночасно беручи на себе підвищені ризики, пов'язані з інноваційною діяльністю. Порівняння переваг і недоліків організаційних форм підприємництва – малого й корпоративного – показують, що ці форми є не конкурентними, а, навпаки, доповнюють одна одну, оскільки недоліки однієї компенсуються перевагами іншої.

1.2. Сутність та роль малих і середніх підприємств у розвитку національної економіки

Економіка розвинених країн, багато в чому, залежить від розвитку малого і середнього бізнесу. Це обумовлюється не тільки переважною чисельністю суб'єктів малого підприємництва, але і їх значимістю, для переважної чисельності економічно активного населення й для бюджету країни. Останнім часом, усе частіше обговорюються перспективи розвитку й роль малого бізнесу в економіці України.

Систему малого підприємництва доцільно розглядати у якості однієї з підсистем у загальній структурі національної економіки, що інституційно закріплена і виконує суспільно значимі господарську діяльність.

Також, варто наголосити, що суб'єкт малого підприємництва – це складний, цілісний об'єкт дослідження, дії якого не завжди диктуються економічною вигодою, а залежать від комплексу психологічних, соціальних, етичних і демографічних факторів.

Терміни «малий бізнес», «мале й середнє підприємництво» (МСП) міцно ввійшли в обіг українських політичних і ділових кіл. Зміст даного поняття має важливе теоретичне і практичне значення, оскільки точне визначення дає можливість найбільш повно відобразити сутність малого підприємництва як особливого соціально-економічного явища.

Мале підприємство представляє собою особливу категорію підприємств, його не можна вважати ні «усіченою» моделлю більшої фірми, ні проміжною формою у процесі переходу до фірми більшого розміру й складного рівня організації (Варналій З. С., 2008).

В економічно розвинених країнах при затвердженні єдиної класифікації господарюючих суб'єктів керуються комбінованим підходом, що поєднують

кількісні і якісні ознаки діяльності підприємств. Комбіновані критерії, на думку більшості теоретиків, дозволяють здійснити комплексну оцінку малих фірм, забезпечити найбільш повне виявлення резервів підвищення їх ефективності й передбачити оптимальні погоджені заходи державної підтримки і податкового навантаження для тієї чи іншої категорії фірм залежно від їхнього розміру.

Тому у своїх рекомендаціях із класифікації суб'єктів малого бізнесу Комісія ЄС зафіксувала не тільки граничну чисельність персоналу (кількісна ознака), але й показники фінансово-економічної діяльності підприємств (якісні критерії):

- мікропідприємства – фірми із чисельністю персоналу до 10 осіб і із сумою річного обороту – до 2 млн. євро;
- малі підприємства – із чисельністю до 50 осіб і із сумою річного обороту, що не перевищує 10 млн. євро;
- середні підприємства – із чисельністю до 250 осіб, річний оборот – до 50 млн. євро.

Ця класифікація використовується в більшості країн Європи, однак ряд держав ведуть статистику за подвійним стандартом, тобто в інтересах ЄС і для порівнянності показників користуються вищевказаним визначенням, а для оцінки внутрішньо-економічних показників, виходячи зі специфіки організації бізнесу в себе, використовуючи ті ж критерії, установили свої граничні значення.

Формування й розвиток ринкових відносин передбачає вільне й рівноправне співіснування і розвиток різних форм власності. Особливе місце в економіці України на етапі ринкових перетворень належить малому підприємництву.

Розвитку малого підприємництва в сучасній Україні надається пріоритетне значення, багато в чому це пояснюється необхідністю прискорення розвитку ринкових відносин, особливо у час воєнних дій на території нашої країни. Саме малому підприємництву призначено зіграти роль локомотива

національної економіки, що прокладає шлях усім іншим. Практика зарубіжних країн свідчить, що малі підприємства становлять значну частину підприємництва й здатні невеликими силами успішно освоювати самі несподівані економічні ніші.

У таблиці 1.1 наведено дані з офіційних джерел статистики України (Державна служба статистики України: <https://www.ukrstat.gov.ua/>) щодо кількості суб'єктів господарювання у розрізі великого, середнього та малого підприємництва за період 2010-2022 роки.

Таблиця 1.1

Кількість діючих суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва у 2010-2022 роках

Роки	Кількість діючих суб'єктів господарювання					
	Суб'єкти великого підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання	Суб'єкти середнього підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання	Суб'єкти малого підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання
2010	586	0,0	21343	1,0	2161999	99,0
2011	659	0,0	21059	1,3	1679902	98,7
2012	698	0,0	20551	1,3	1578878	98,7
2013	659	0,0	19210	1,1	1702201	98,9
2014	497	0,0	16618	0,9	1915046	99,1
2015	423	0,0	15510	0,8	1958385	99,2
2016	383	0,0	15113	0,8	1850034	99,2
2017	399	0,0	15254	0,9	1789406	99,1
2018	446	0,0	16476	0,9	1822671	99,1
2019	518	0,0	18129	0,9	1922978	99,1
2020	512	0,0	17946	0,9	1955119	99,1
2021	610	0,0	17811	0,9	1937827	99,1
2022	494	0,0	15037	0,9	1716977	99,1

Як бачимо з таблиці 1.1 більше 95% усіх господарюючих суб'єктів відносяться до малого підприємництва, що ще раз підкреслює важливість таких підприємств у функціонуванні і розвитку національної економіки країни.

Якщо аналізувати кількість господарюючих суб'єктів у розрізі регіону, то дана тенденція також зберігається. Для прикладу, у Тернопільській області у

період 2016-2021 роки структурне співвідношення великих, середніх і малих підприємств було майже таким же (табл. 1.2) (Головне управління статистики у Тернопільській області: <https://www.te.ukrstat.gov.ua/statinfoDP.html>).

Виходячи з даної інформації, бачимо, що кількість малих підприємств фактично становить 93-95% від загальної кількості господарюючих суб'єктів у період з 2016 по 2021 роки.

Таблиця 1.2

**Кількість суб'єктів господарювання у Тернопільській області
у 2016-2021 роках**

Роки	Підприємства, одиниць			
	Усього	великі	середні	малі
2016	4249	1	231	4017
2017	4710	2	227	4481
2018	5043	4	261	4778
2019	5092	3	307	4782
2020	5135	6	307	4822
2021	5136	9	305	4822

Малі підприємства покликані вирішити наступні завдання:

- подальше поглиблення спеціалізації у сфері виробництва й послуг, у тому числі шляхом звільнення великих підприємств від випуску виробів дрібних серій, малих обсягів, одиничних екземплярів;
- підвищення гнучкості виробництва і його здатності до швидкого відновлення випуску продукції завдяки тому, що малі підприємства легше керовані й більш мобільні в процесах будь-якої модернізації й перебудови – як у тактиці, так і в стратегії;
- розвиток підгалузей маломасштабних спеціалізованих виробництв, органічно, пов'язаних з великими підприємствами їх, що й доповнюють;
- задоволення індивідуальних потреб населення у товарах (робатах, послугах) різної якості, яке в принципі не може забезпечити крупне

виробництво, зорієнтоване, в першу чергу, на масового споживача;

– прискорене залучення населення в активну економічну діяльність у відносно, комфортних морально-психологічних умовах малих колективів.

Мала форма підприємницької діяльності за накопиченим у ній людським потенціалом, за невичерпним запасом ідей, за масштабами ринку, який йому доведеться освоїти, покликана стати найважливішим фактором прискорення ринкових змін і забезпечення оптимальних умов життя мільйонів громадян.

Особливо слід відзначити соціальні фактори, що впливають з даного сектору. По-перше, розвиток малого підприємництва сприяє поступовому створенню широкої верстви дрібних власників, чий добробут і гідний рівень життя є основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності й демократичного розвитку суспільства. По-друге, малий бізнес є не лише джерелом засобів існування, але і способом розкриття внутрішнього потенціалу особистості. По-третє, об'єктивно поширююча реструктуризація середніх і крупних підприємств змушує все більше громадян займатися самостійною підприємницькою діяльністю. По-четверте, сектор малого підприємництва здатний створити нові робочі місця, а тому може забезпечити зниження рівня безробіття і соціальної напруги в країні. По-п'яте, масовий розвиток малого підприємництва сприяє зміні суспільного переконання і життєвих орієнтирів основної частини населення, що є єдиною альтернативою соціальному утриманству.

У таблиці 1.3 наведено дані щодо кількості зайнятих працівників у суб'єктів господарювання у розрізі великого, середнього та малого підприємництва у 2010-2022 роках (Державна служба статистики України: <https://www.ukrstat.gov.ua/>).

З таблиці можна зробити висновок, що на малі підприємства припадає майже половина усіх зайнятих працівників, тим часом як у господарюючих суб'єктів середнього розміру їх чисельність становить трошки більше 30% і 17-

25% припадає на великі підприємства.

Таблиця 1.3

Кількість зайнятих працівників у суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва у 2010-2022 роках

Роки	Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання					
	Великого підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання	середнього підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання	малого підприємництва, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання
2010	2400338	22,3	3413843	31,7	4958609	46,0
2011	2449018	24,1	3273528	32,2	4441970	43,7
2012	2484163	25,0	3188201	32,0	4285169	43,0
2013	2383753	24,5	3054150	31,4	4291173	44,1
2014	1915094	21,8	2766431	31,4	4115146	46,8
2015	1708592	20,9	2632690	32,2	3838749	46,9
2016	1586582	19,6	2649985	32,7	3871758	47,7
2017	1560900	19,2	2623807	32,2	3956331	48,6
2018	1574301	18,5	2784464	32,6	4173665	48,9
2019	1608347	17,8	3089709	34,3	4319757	47,9
2020	1574647	17,6	3123215	35,0	4233999	47,4
2021	1648692	18,4	2999712	33,6	4287724	48,0
2022	1369937	18,3	2610134	34,8	3522254	46,9

Щодо регіонального прикладу, то у таблиці 1.4 наведено дані щодо кількості зайнятих працівників у суб'єктів господарювання у розрізі великого, середнього та малого підприємництва Тернопільської області за 2016-2021 роки (Головне управління статистики у Тернопільській області: <https://www.te.ukrstat.gov.ua/statinfoDP.html>).

Таблиця 1.4

Кількість зайнятих працівників на великих, середніх та малих підприємств Тернопільської області у 2016-2021 роках

Роки	Кількість зайнятих працівників, осіб			
	Підприємства			
	Усього	великі	середні	малі
2016	71080	к	к	27447
2017	72468	к	к	27640
2018	80853	9169	44063	27621
2019	91102	8926	54240	27936
2020	92834	11222	54006	27606
2021	93796	14410	50613	28773

*к – дані не оприлюднювалися

А тут структурний розподіл відрізняється. Для прикладу у 2021 році більша частка підприємств припадала на середній бізнес – 52%, на великі підприємства – 15%, а у малих підприємствах працювало 31% зайнятого населення.

Мале підприємництво є цілком самостійною і найбільш типовою формою організації економічної життєдіяльності суспільства зі своїми відмінними особливостями й закономірностями розвитку.

Підприємницька діяльність як особлива форма економічної активності і спосіб забезпечення самозайнятості частини населення і створення робочих місць користується державною підтримкою у всіх промислово розвинених країнах (у країнах, де відсутня або слабка державна підтримка поширене т.з. вуличне підприємництво).

Суть державної підтримки часто зводиться до розроблення конкретних заходів за такими напрямками:

- консультаційний супровід процесу створення і функціонування нових підприємств на початковому етапі (1-3 роки з моменту створення);
- надання певної фінансової підтримки новостореній структурі або надання необхідних пільг (як правило у сфері оподаткування);

– надання технічної, науково-технічної чи технологічної допомоги малопотужним у фінансовому плані підприємницьким структурам.

В умовах розвитку ринкових відносин основним джерелом фінансування і розвитку діяльності малого підприємництва є власні кошти підприємств у формі внутрішньогосподарських резервів, тобто прибутку, амортизаційних відрахування і накопичень, коштів від страхування своєї діяльності, грошові компенсації, що отримуються у якості штрафів і пені і т.д. часто внутрішніми джерелами виступають кошти материнської крупної компанії, що створила мале підприємство.

Відсутні кошти для розвитку малого підприємства доводиться залучати за рахунок комерційного кредиту, фондів венчурного капіталу, з бюджетних джерел, коштів спеціальних фондів або запозичити в приватних інвесторів, так званих неформальних інвесторів або «ангелів бізнесу» (Ярошевич Н. Б., 2014). Деякі фонди венчурного капіталу спеціалізуються в певних галузях (наприклад, біотехнології, інформаційні технології). Інші можуть брати участь у фінансуванні малого венчурного інноваційного підприємства тільки на певній стадії. Ще одним джерелом залучення капіталу в процесі створення і розвитку малого підприємництва є банки, фондові біржі й ін.

Отже, найважливішим питанням діяльності, а часто й самого функціонування малого підприємництва є питання фінансування, наявності й пошуку необхідних джерел.

Також особливістю малих і середніх форм підприємницької діяльності є те, що підприємство має право самостійно обирати форму бухгалтерського обліку із затверджених відповідними органами, виходячи, з потреб і масштабу свого функціонування й управління, а також чисельності працівників.

Малі підприємства відіграють важливу роль в економіці України, впливаючи на різні аспекти суспільства та господарської діяльності. Їхнє значення для української економіки відображається у:

- створенні робочих місць, адже малі підприємства є значним джерелом зайнятості в Україні.

- стимулюванні економічного розвитку через свою гнучкість та інновації: конкуренцію, оскільки малі підприємства створюють конкурентне середовище, що змушує великі компанії покращувати свої продукти та послуги;

- сприянні регіонального розвитку, тому що малі підприємства часто розташовані у регіонах, де великі компанії можуть бути відсутніми, таким чином сприяючи економічному розвитку цих місцевостей, а також стимулюють розвиток місцевої інфраструктури через необхідність у постачальниках, сервісах та інших допоміжних послугах;

- податкові надходження, так як малі підприємства забезпечують значну частку податкових надходжень до бюджету;

- внеску у забезпеченні соціальної стабільності через соціальну інтеграцію, адже малі підприємства часто підтримують локальні ініціативи та залучають місцеве населення до економічної діяльності;

- розвитку підприємництва – малі підприємства можна сміливо назвати школою підприємництва, бо вони надають можливість для навчання та розвитку підприємницьких навичок, що є важливим для створення культури підприємництва в країні;

- підтримці інновацій та технологій, оскільки такі підприємства швидше впроваджують нові технології та розробляють інноваційні продукти та послуги, а також часто співпрацюють з університетами та науково-дослідними установами, сприяючи розвитку науки і техніки;

- глобалізації та експорту, адже багато малих підприємств займаються експортом, що підвищує міжнародний авторитет країни та сприяє надходженню іноземної валюти.

Як бачимо, малі підприємства є життєво важливими для економіки України завдяки своїй ролі у створенні робочих місць, підтримці економічного розвитку, сприянні регіональному розвитку, забезпеченні податкових

надходжень, соціальной стабільності, розвитку підприємництва, підтримці інновацій та технологій, а також інтеграції у глобальну економіку. Вони виступають основою економічного росту та стабільності, сприяючи загальному добробуту країни.

1.3. Значення і місце підприємств сфери ресторанного бізнесу для економіки

Підприємства ресторанного бізнесу є однією з основних складових індустрії гостинності, що займаються приготуванням і продажем їжі та напоїв споживачам, забезпечуючи високий рівень обслуговування.

До основних типів підприємств ресторанного бізнесу відносяться:

– кафе – тобто менші заклади, що зазвичай пропонують напої та легкі закуски, такі як каву, чай, десерти, сендвічі. Такі заклади часто мають неформальну атмосферу та орієнтовані на швидке обслуговування;

– ресторани – це великі заклади, що пропонують широкий асортимент страв та напоїв, зазвичай з більшим акцентом на обслуговування за столиками. Існують різні типи ресторанів, включаючи фаст-фуди, ресторани середнього класу та заклади високої кухні (fine dining);

– франшизи – сюди відносяться заклади, що працюють під відомими брендами та дотримуються певних стандартів якості та обслуговування. Приклади: McDonald's, KFC, Starbucks.

Безперечно основними складовими ресторанного бізнесу є кухня, зал для обслуговування та адміністрація.

Кухня є основним виробничим підрозділом, де готують страви. Вона включає кухарів різних рівнів – від шеф-кухарів до помічників кухаря. Тут повинно бути професійне кухонне обладнання, таке як печі, плити, холодильники, та інші спеціалізовані прилади.

Залом для обслуговування є простір, де відвідувачі споживають їжу та напої. Ключовими дійовими особами залу обслуговування є офіціанти, менеджери залу, бармени.

Адміністрація ресторану відіграє ключову роль у забезпеченні його успішної діяльності. Вона відповідає за управління всіма аспектами роботи ресторану – від обслуговування клієнтів до фінансового менеджменту.

Варто зауважити, що управління рестораном має свої особливості, які включають широкий спектр завдань від планування меню до контролю фінансів і забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. У таблиці 1.5 наведено ключові аспекти процесу управління підприємством ресторанного типу (Шерстюк Р., Мельник Л., Стойко І., 2021).

Таблиця 1.5

Ключові аспекти процесу управління підприємством ресторанного типу

Функція управління	Характеристика
Планування та організація	<ul style="list-style-type: none"> – розробка довгострокових цілей і стратегій розвитку ресторану; – операційне планування.
Управління персоналом	<ul style="list-style-type: none"> – пошук та підбір кваліфікованого персоналу для різних позицій, від кухарів до офіціантів; – проведення тренінгів та навчальних програм для персоналу з метою підвищення їхньої кваліфікації та забезпечення дотримання стандартів обслуговування.
Мотивація та розвиток	<ul style="list-style-type: none"> – впровадження систем заохочення та бонусів для стимулювання працівників; – надання можливостей для професійного розвитку та кар'єрного росту співробітників.
Контроль якості обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> – розробка чітких стандартів якості обслуговування, яких повинні дотримуватися всі працівники; – регулярний контроль за дотриманням стандартів через спостереження, внутрішні аудити та зворотний зв'язок від клієнтів; – активний збір відгуків від клієнтів через анкети, онлайн-платформи та соціальні мережі; – аналіз отриманих даних для виявлення проблемних зон та можливостей для покращення.

Продовження табл. 1.5

Управління фінансами	<ul style="list-style-type: none"> – створення фінансового плану на основі прогнозів доходів та витрат; – моніторинг витрат та доходів, виявлення та усунення непродуктивних витрат; – регулярний аналіз фінансових показників, таких як валовий дохід, собівартість продукції, чистий прибуток; – складання фінансових звітів для власників або інвесторів.
Маркетинг та просування	<ul style="list-style-type: none"> – активна присутність у соціальних мережах для залучення нових клієнтів та підтримки взаємодії з існуючими; – використання інструментів онлайн-реклами для просування спеціальних пропозицій, подій та нових страв; – розробка програм лояльності для постійних клієнтів, що включають знижки, бонуси та спеціальні пропозиції; – співпраця з іншими бізнесами для розширення клієнтської бази та підвищення впізнаваності бренду.
Розробка та оновлення меню	<ul style="list-style-type: none"> – аналіз сучасних кулінарних трендів та уподобань клієнтів для формування актуального меню; – вивчення меню та цінової політики конкурентів для забезпечення конкурентоспроможності ресторану; – впровадження нових та унікальних страв, що можуть привабити клієнтів; – використання сезонних продуктів для створення свіжих та оригінальних пропозицій.
Логістика та закупівлі	<ul style="list-style-type: none"> – регулярний контроль за наявністю необхідних продуктів та матеріалів, запобігання дефіциту або перевитратам; – пошук надійних постачальників, укладання вигідних контрактів та управління постачанням; – впровадження екологічних практик, таких як зменшення відходів, використання біорозкладних матеріалів та підтримка місцевих постачальників.

Завдяки своїй багатофункціональності та впливу на різні аспекти життя, ресторани є незамінною частиною сучасної економіки та суспільства. Вони мають значний вплив на економіку як на макрорівні (економіка країни), так і на мікрорівні (економіка місцевих громад), що проявляється через:

– створення робочих місць – безумовно ресторани створюють численні робочі місця для різних категорій працівників, включаючи кухарів, офіціантів, менеджерів, прибиральників та адміністраторів. Крім того, багато ресторанів надають робочі місця сезонним працівникам, що є важливим для студентів і тимчасових робітників;

– розвиток місцевої економіки – заклади ресторанного типу підтримують місцеві бізнеси, закупаючи продукти і послуги у місцевих постачальників. Ресторани сприяють розвитку туризму, приваблюючи туристів, які шукають унікальні кулінарні враження;

– податкові надходження – ресторани сплачують різні податки, включаючи податки на прибуток, ПДВ та місцеві податки, що поповнює бюджет країни та місцевих громад. Заклади ресторанного типу також сплачують ліцензійні збори та інші адміністративні платежі;

– інновації та розвиток кулінарії – безперечно ресторани є осередками кулінарних інновацій, які сприяють розвитку нових страв та концепцій. Ресторани підтримують кулінарні школи та навчальні заклади, співпрацюючи у підготовці нових фахівців;

– соціальний вплив – заклади ресторанного типу є місцями культурного обміну, де люди можуть знайомитися з кухнями різних народів і культур. Ресторани часто стають майданчиками збору для місцевих громад, сприяючи соціальній взаємодії та зміцненню соціальних зв'язків;

– підтримка фермерів та постачальників – купуючи у місцевих фермерів та постачальників продукти харчування. Деякі ресторани активно підтримують екологічні ініціативи, сприяючи стійкому розвитку сільського господарства;

– технологічний розвиток – сучасні ресторани активно впроваджують нові технології, такі як системи автоматизації замовлень, онлайн-бронювання та електронні меню, що сприяє загальному технологічному розвитку;

– економічну стійкість – ресторани сприяють диверсифікації економіки, знижуючи залежність від окремих галузей.

Як видно завдяки своєму різноманітному впливу на різні аспекти економіки, ресторани є важливими компонентами економічної стійкості та зростання.

Підсумовуючи дане питання, вважаємо за необхідне наголосити, що розвиток ресторанної діяльності є багатограним і має значний вплив на економічне зростання, соціальне благополуччя та культурний розвиток. Він сприяє створенню робочих місць, підвищенню якості життя, збереженню кулінарних традицій, залученню туристів та впровадженню інновацій. Розвиток цієї галузі є важливим фактором сталого розвитку суспільства, який забезпечує різноманітні вигоди як для окремих споживачів, так і для суспільства в цілому.

2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «ВЕРСАЛЬ»

2.1. Загальна економічна характеристика господарської діяльності ресторану «Версаль»

Організаційно-правова форма досліджуваного закладу – ресторану «Версаль» є фізична особа-підприємець, що вважається найбільш простою формою організації діяльності.

Заклад розпочав свою діяльність у 2017 році у с. Ридомиль Кременецького району Тернопільської області. Видом діяльності закладу є: діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування; постачання готових страв для подій; постачання інших готових страв; обслуговування напоями.

Основними цілями діяльності є ресторану «Версаль» є:

- отримання прибутку від усіх видів діяльності;
- задоволення суспільних потреб у його продукції, роботах і послугах.

На рис. 2.1 подано вигляд залу ресторану.

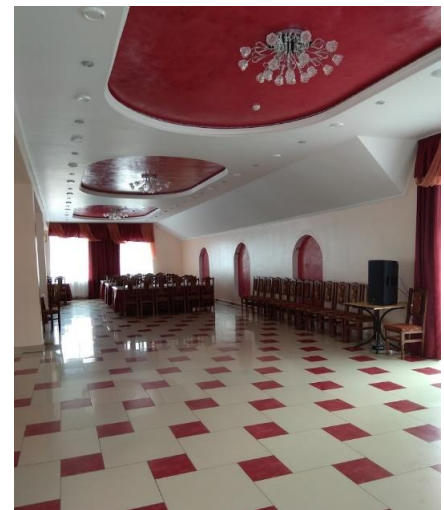


Рис. 2.1. Зал обслуговування ресторану «Версаль»

У рамках своїх повноважень власник бізнесу:

- керує всією фінансово-господарською діяльністю закладу;
- забезпечує виконання поточних і перспективних планів ресторану;
- вирішує питання кадрового забезпечення;
- визначає порядок та умови найму, форми і методи організації праці;
- забезпечує облік і збереження документів з особового складу;
- розпоряджається майном закладу.

Відповідно до організаційної структури закладу розробляються посадові інструкції та визначаються кваліфікаційні вимоги, посадові обов'язки, права та відповідальність осіб. Посадові інструкції поширюються на весь персонал, включаючи бухгалтерію та адміністрацію. Особи призначаються і звільняються із займаної посади відповідно до встановленого в ресторані порядку.

Асортиментна політика ресторану «Версаль» охоплює послуги харчування, що являють собою приготування, реалізацію та організацію споживання широкого асортименту страв і виробів, а також послуги з організації та обслуговування урочистостей, сімейних обідів і ритуальних заходів з організацією музичного обслуговування (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Асортимент продукції ресторану «Версаль»

В асортиментній політиці закладу необхідно приділити більше уваги

новинкам, приготованим із непоширених у домашніх умовах, а також екзотичних видів сировини.

До серйозних конкурентних переваг ресторану належить його місце розташування. До іншого джерела конкурентних позицій слід віднести кухню, що задовольняє потреби й очікування більшості споживачів через свою універсальність. Кожен відвідувач знайде тут комфорт, зручність, затишну атмосферу і, звісно ж, гарну кухню.

Для здійснення комерційної діяльності підприємство громадського харчування має у своєму розпорядженні різноманітні засоби праці. Сукупність цих засобів, що беруть участь у процесі приготування кулінарної продукції, реалізації її та покупних товарів, а також в організації їх споживання становить матеріально-технічну базу закладу. Загалом стан матеріально-технічної бази ресторану «Версаль» можна охарактеризувати як хороший.

Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства наведено в таблиці 2.1. Джерелами інформації для складання цієї таблиці послужили форми звітності організації за 2022-2023 роки.

Аналізуючи ці показники, можна зробити такий висновок – у 2023 році значення усіх показників зросли порівняно з 2022 роком:

- сума виручки від реалізації продукції зросла на 1454,91 тис.грн або на 54,5%;
- сума усіх доходів ресторану зросла на 1491,63 тис.грн або на 55,7%;
- сума усіх витрат збільшилася на 1369,17 тис.грн або на 52,3%;
- сума фінансового результату до оподаткування зросла у 3 рази і становила 179,99 тис.грн;
- сума податку на прибуток сплачена до бюджету тричі більша – 32,4 тис.грн;
- сума чистого прибутку також зросла у три рази і становить 147,59 тис.грн.

Таблиця 2.1

**Основні техніко-економічні показники діяльності
ресторану «Версаль» у 2022-2023 роках**

№ з/п	Показники	Од. виміру	Роки		Відхилення	
			2022	2023	+/-	%
1	Чистий дохід від реалізації продукції	тис.грн.	2669,13	4124,04	+1454,91	+54,5
2	Інші доходи	тис.грн.	6,51	43,23	+36,72	+564,1
3	Разом доходи	тис.грн.	2675,64	4167,27	+1491,63	+55,7
4	Собівартість реалізованої продукції	тис.грн.	944,16	2133,51	+1189,35	+126,0
5	Інші операційні витрати	тис.грн.	1470,48	1600,61	+130,13	+8,8
6	Інші витрати	тис.грн.	203,47	253,16	+49,69	+24,4
7	Разом витрати	тис.грн.	2618,11	3987,28	+1369,17	+52,3
8	Фінансовий результат до оподаткування	тис.грн.	57,53	179,99	+122,46	+213,0
9	Податок на прибуток	тис.грн.	10,36	32,4	+22,04	+212,7
10	Чистий прибуток (збиток)	тис.грн.	47,17	147,59	+100,42	212,9

Матеріально-технічна база є фундаментом для ефективної та успішної діяльності досліджуваного ресторану. Вона охоплює всі необхідні матеріальні та технічні ресурси, які використовуються для надання послуг, забезпечення комфорту гостей та підтримки високого рівня якості обслуговування.

Основні засоби ресторану – це матеріальні активи, які використовуються у процесі надання послуг та управління закладом. Ці засоби мають тривалий термін використання і є необхідними для забезпечення якісного обслуговування клієнтів та ефективної роботи ресторану. Ось основні категорії основних засобів, що наявні у ресторані «Версаль»:

1. Приміщення та будівлі, що включають:

– основні приміщення: зал для гостей (основне приміщення, де відвідувачі споживають їжу; включає меблі, декор та інтер'єр, які створюють атмосферу ресторану); кухня (приміщення, де готують їжу; включає різноманітне обладнання, таке як плити, духовки, холодильники, морозильні камери, столи для приготування їжі тощо; складське приміщення (використовується для зберігання продуктів, напоїв та інших матеріалів, необхідних для роботи ресторану);

– допоміжні приміщення: офіс (приміщення для адміністративного персоналу, де ведеться управління рестораном, бухгалтерія тощо); приміщення для персоналу (містить роздягальню).

2. Меблі та декор, тобто:

– столи та стільці (для розміщення гостей; включає різноманітні види меблів залежно від стилю ресторану);

– барна стійка;

– освітлення (лампи, люстри, світильники, які створюють відповідну атмосферу);

– декоративні елементи (картини, рослини, текстиль, аксесуари, які додають унікальності інтер'єру).

3. Кухонне обладнання, необхідне для:

– приготування їжі: плити та духовки (газові або електричні плити); гриль, фритюрниця, мікрохвильова піч; посудомийна машина;

– зберігання та обробки продуктів: холодильники та морозильна камера; міксер, блендер, кухонний комбайн; професійний посуд та інвентар (ножі, каструлі, сковорідки, гастроемності тощо).

4. Технологічне обладнання, що включає комунікаційні системи (Інтернет-зв'язок, телефонні системи).

5. Транспортні засоби – є 1 автомобіль для доставки продуктів та матеріалів до ресторану, а також для доставки їжі клієнтам.

6. Засоби для забезпечення безпеки, а саме:

- системи охорони: відеоспостереження (камери спостереження для забезпечення безпеки всередині та навколо ресторану); сигналізація;
- пожежна сигналізація та 3 вогнегасники.

На рис. 2.3 наведено структуру основних засобів ресторану «Версаль» у 2023 році.

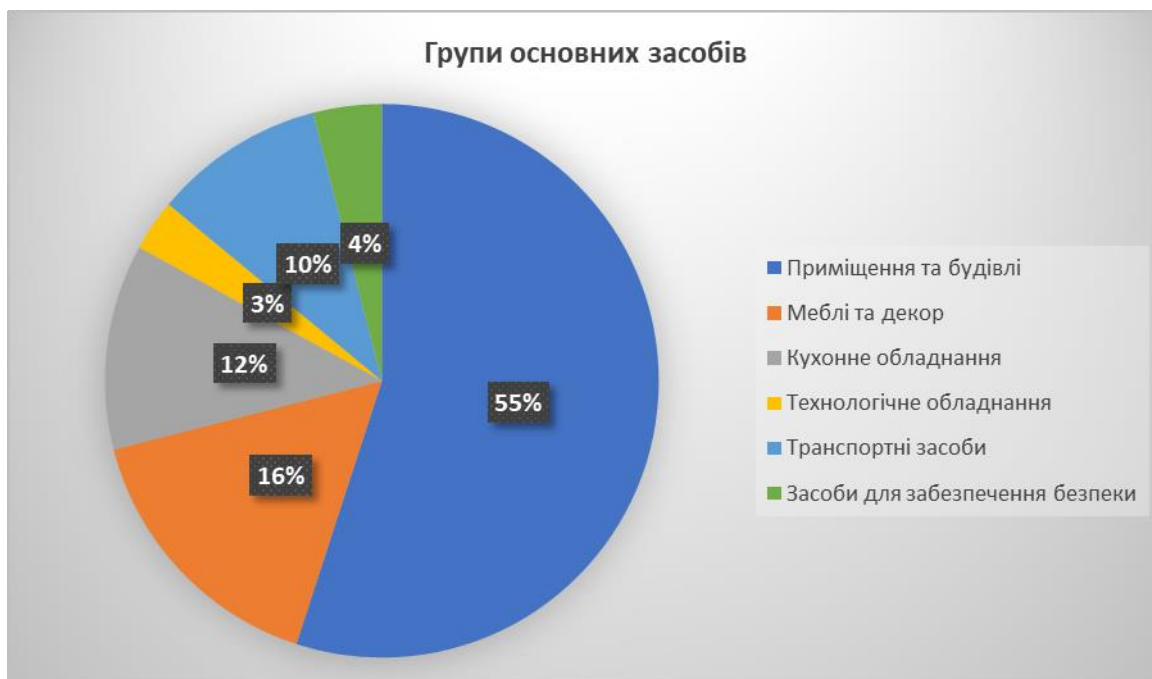


Рис. 2.3. Структура основних засобів ресторану «Версаль» у 2023 році

Ефективне управління цими засобами є критично важливим для забезпечення безперебійної роботи, дотримання гігієнічних норм, комфорту гостей та створення привабливої атмосфери. Інвестиції в основні засоби та їх регулярне обслуговування допомагають підтримувати високий рівень якості обслуговування та конкурентоспроможність ресторану.

Середньооблікова чисельність працівників у ресторані «Версаль» не змінилася за 2 роки і становила 9 осіб.

Для ефективного функціонування ресторану з дев'ятьма працівниками, важливо мати добре структуровану команду, де кожен співробітник має чітко визначені обов'язки. Для ресторану «Версаль» характерною є така структура:

- менеджер ресторану (1 особа) – відповідає за загальне управління рестораном, фінансовий контроль, маркетингові стратегії, управління персоналом та дотримання стандартів якості обслуговування;
- шеф-кухар (1 особа) – є головним у кухні, розробляє меню, контролює процес приготування страв, замовляє продукти та керує командою кухарів;
- кухарі (2 особи) – виконують завдання з приготування різноманітних страв, підтримують чистоту та дотримуються рецептів, встановлених шеф-кухарем;
- бармен та офіціанти (4 особи) – бармен займається приготуванням та подачею напоїв, обслуговує гостей за барною стійкою, слідкує за запасами напоїв та підтримує чистоту у барі; офіціанти відповідають за прийом замовлень, подачу страв і напоїв, забезпечення чистоти у залі для гостей та загальне обслуговування клієнтів.
- прибиральниця (1 особа) відповідальна за підтримання чистоти у закладі.

Така структура з 9 працівників дозволяє ресторану «Версаль» функціонувати ефективно, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів та якість приготування страв. Кожен працівник має чітко визначені обов'язки, що сприяє узгодженій роботі команди та досягненню спільних цілей.

2.2. Фактори впливу на діяльність ресторану, що функціонує у сільській місцевості

Діяльність ресторанів у сільській місцевості залежить від багатьох факторів, які можуть суттєво впливати на їх успіх та рентабельність. Загалом можна виокремити такі основні фактори впливу:



Рис. 2.4. Фактори впливу на діяльність ресторану, що знаходиться у сільській місцевості

1. Демографічні фактори суттєво впливають на діяльність ресторану у сільській місцевості, визначаючи попит на послуги, характер клієнтської бази та потреби в адаптації стратегії бізнесу.

Найвагомішими проявами впливу демографічних факторів можна вважати чисельність населення, вікову структуру, склад сімей, доходи населення і культурні вподобання.

Що стосується чисельності населення, то очевидним є той факт, що у сільській місцевості часто проживає менша кількість людей порівняно з міськими районами, що обмежує кількість потенційних клієнтів ресторану. Відповідно обмежений ринок може впливати на стабільність потоку відвідувачів, що вимагає від ресторану розробки спеціальних стратегій для залучення та утримання клієнтів.

За віковою структурою виокремлюються різні вікові групи і на основі цього можна очікувати різну поведінку відвідувачів. Наприклад, молоді люди можуть бути більш відкритими до нових кулінарних концепцій та часто відвідують ресторани. Пропозиція швидкої їжі, кав'ярень чи закладів із сучасним дизайном може бути популярною серед цієї групи. Люди середнього віку можуть надавати перевагу традиційній кухні, здоровим варіантам харчування та ресторанам з комфортною атмосферою для сімейних відпочинків. Тим часом старші люди можуть шукати тихі місця з домашньою кухнею та доступними цінами.

Щодо такого аспекту як склад сімей, то варто зауважити, що ресторани, що орієнтовані на сім'ї, повинні мати дитячі меню, зони для ігор та зручні умови для відвідувачів з дітьми. А заклади, що орієнтуються на самотніх людей чи пари, можуть пропонувати романтичні вечери, бари та інші атракції.

Доходи місцевого населення теж неабияк впливають на поведінку потенційних гостей закладу. Звичайно високий рівень доходів населення дозволяє ресторанам встановлювати вищі ціни, пропонувати вишукані страви та преміум-послуги. Середній рівень доходів вимагає від ресторанів підтримувати баланс між якістю та ціною, пропонуючи доступні, але якісні страви. А у районах з низьким рівнем доходів необхідно пропонувати бюджетні варіанти харчування та акції для залучення більшої кількості клієнтів.

Щодо впливу культурних вподобань, то важливо враховувати місцеві гастрономічні вподобання та традиції, адаптуючи меню до місцевих особливостей. Крім того важливим є проведення заходів, які відповідають місцевим святам та традиціям, що може залучити додаткових клієнтів.

Загалом переконані, що демографічні фактори відіграють надзвичайно важливу роль у визначенні стратегії розвитку та функціонування ресторану у сільській місцевості і їх врахування допоможе ресторанам краще адаптувати свої пропозиції до потреб клієнтів, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

2. Економічні фактори суттєво впливають на діяльність ресторану у сільській місцевості. Вони визначають фінансові можливості населення, доступність ресурсів та витрати на утримання бізнесу.

Вплив економічних факторів виражається через рівень доходів населення, вартість ресурсів, витрати на утримання бізнесу, доступ до фінансування, податкову політику, рівень конкуренції

З приводу рівня доходів, то як уже зазначалося вище, високий рівень доходів сприяє вищій платоспроможності населення, що дозволяє ресторанам встановлювати вищі ціни та пропонувати більш якісні та різноманітні страви. Низький рівень доходів, навпаки, обмежує можливості населення витратити гроші на харчування поза домом, змушуючи ресторани адаптувати свої ціни та меню до бюджетних варіантів.

Також слід пам'ятати, що високий рівень безробіття у сільській місцевості може знижувати кількість клієнтів, які мають можливість відвідувати ресторан. Стабільна зайнятість сприяє регулярним доходам населення, що позитивно впливає на відвідуваність закладу.

Вартість ресурсів є не останнім чинником, що впливає на діяльність ресторану. У сільській місцевості вартість продуктів може бути вищою через витрати на транспортування та логістику. Це може підвищити собівартість страв та впливати на кінцеву ціну для споживача. Разом з тим, сезонність сільськогосподарських продуктів впливає на наявність та вартість свіжих інгредієнтів. Використання локальних сезонних продуктів може знижувати витрати та підвищувати привабливість меню.

Наступним фактором, що потребує уваги це витрати на утримання бізнесу. У сільських місцевостях вартість оренди приміщень зазвичай нижча, ніж у містах, що може знижувати загальні витрати на утримання ресторану. Ціни на електроенергію, воду та інші комунальні послуги також можуть впливати на операційні витрати ресторану.

Доступ до фінансування безперечно неабияк визначає діяльність закладів.

Обмежений доступ до банківського кредитування та інвестицій у сільських районах може ускладнювати розвиток та модернізацію ресторану. А наявність державних програм підтримки малого бізнесу у сільській місцевості може сприяти розвитку ресторанного бізнесу.

Рівень податкового навантаження впливає на прибутковість ресторану. Пільгові умови оподаткування для малого бізнесу у сільських місцевостях можуть сприяти розвитку ресторанного бізнесу.

Наявність інших ресторанів та закладів харчування у сільській місцевості може визначати рівень конкуренції та впливати на стратегії ціноутворення та маркетингу. Щоправда жителі сільських місцевостей можуть виїжджати у міста для відвідування ресторанів, що створює додаткову конкуренцію для місцевих закладів.

Як видно з вище описаного, економічні фактори визначають багато аспектів діяльності ресторану у сільській місцевості – від рівня попиту на послуги до витрат на утримання бізнесу. Ресторани повинні враховувати ці фактори при розробці своїх бізнес-стратегій, адаптуючи меню, ціноутворення та маркетингові заходи відповідно до економічних умов регіону. Це допоможе забезпечити стійкий розвиток та рентабельність закладу.

3. Логістичні фактори значно впливають на діяльність ресторану у сільській місцевості. Вони визначають доступність ресурсів, своєчасність постачання продуктів, якість обслуговування клієнтів та ефективність бізнес-операцій.

Вплив логістичних факторів виражається через рівень транспортної інфраструктури, вартість транспортування, можливість своєчасного та регулярного постачання, наявність складських приміщень, доступність для клієнтів, співпрацю з місцевими виробниками.

Транспортна інфраструктура визначається якістю доріг і віддаленістю від постачальників. Погана якість доріг може ускладнювати доставку продуктів та інших необхідних матеріалів до ресторану, збільшуючи витрати на логістику та

час доставки. Також віддаленість ресторану від основних постачальників може впливати на своєчасність постачання продуктів, що може призвести до нестачі свіжих інгредієнтів та зниження якості страв.

Віддаленість від постачальників, у свою чергу, збільшує витрати на паливо та амортизацію транспортних засобів, що може підвищити загальні витрати ресторану.

Варто розуміти, що у сільських місцевостях може бути складно забезпечити регулярне постачання продуктів, що може впливати на наявність свіжих інгредієнтів та стабільність меню. Відтак проблеми з логістикою можуть призводити до зниження якості продуктів через затримки в доставці, що може негативно впливати на смак та безпеку страв.

Наявність відповідного обладнання для зберігання продуктів (холодильники, морозильники) є критично важливою для підтримання свіжості та безпеки продуктів. Недостатньо обладнані складські приміщення можуть призводити до псування продуктів та збільшення втрат.

Щодо доступності для відвідувачів, то хочемо наголосити, що у сільській місцевості, де громадський транспорт може бути обмеженим, важливо забезпечити зручний доступ до ресторану для клієнтів на автомобілях. Також наявність достатньої кількості паркувальних місць є важливим фактором для зручності клієнтів.

Ще одним важливим чинником впливу на діяльність ресторану є співпраця та підтримка місцевих виробників. Закупівля продуктів у місцевих виробників може зменшити витрати на логістику, забезпечити свіжість продуктів та підтримати місцеву економіку.

Ефективне управління логістикою може допомогти знизити витрати, забезпечити своєчасність постачання продуктів та підвищити якість обслуговування клієнтів. Ресторани повинні враховувати ці фактори при плануванні своєї діяльності та розробляти стратегії для мінімізації негативного впливу логістичних викликів.

4. Соціальні фактори мають значний вплив на діяльність ресторану у сільській місцевості. Вони визначають вподобання клієнтів, їхні звички та очікування від послуг, що надаються. Вплив соціальних факторів виражається через культурні традиції та звички, соціальну структуру населення, рівень безпеки та соціальну стабільність.

Щодо першого елементу визначених факторів – культурних традицій і звичок, то вважаємо, що врахування місцевих гастрономічних традицій у меню ресторану може підвищити його привабливість для місцевих жителів. Наприклад, пропозиція страв, які є популярними та звичними для даної місцевості. Як уже зазначалося організація спеціальних заходів та акцій на місцеві свята та події також може залучити більше клієнтів.

Соціальна структура місцевого населення в принципі є чи не найбільш визначальним, оскільки такі заклади орієнтуються, здебільшого, на нього. Сім'ї з дітьми можуть надавати перевагу ресторанам з дитячими меню, ігровими зонами та спеціальними програмами для дітей, тоді як одинокі люди або пари очікують від закладу романтичні вечери, вечори для знайомств та інші атракції. Крім того, вік відвідувачів також відіграє свою роль. Розуміємо, що молодь може віддавати перевагу сучасним, модним закладам із швидким обслуговуванням та доступом до Wi-Fi, а люди середнього та старшого віку часто шукають затишні ресторани з якісним обслуговуванням та традиційною кухнею.

Ще одним важливим фактором є рівень безпеки та соціальна стабільність. Ресторани в сільській місцевості повинні забезпечувати безпечне середовище для своїх клієнтів, що включає як фізичну безпеку, так і гігієну. А питання соціальної стабільності зводиться до усвідомлення того, що соціальна стабільність та відсутність конфліктів у регіоні сприяють стабільному розвитку ресторанного бізнесу.

Загалом, як бачимо, соціальні фактори відіграють ключову роль у визначенні стратегії та операційної діяльності ресторану у сільській місцевості,

що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та успішності на ринку.

5. Конкурентне середовище значно впливає на діяльність ресторану у сільській місцевості, визначаючи стратегічні та операційні підходи до ведення бізнесу. Вплив даних факторів виражається через кількість конкурентів, політику ціноутворення, рівень якості обслуговування та продуктову стратегію.

Безперечно наявність інших ресторанів у сільській місцевості створює конкуренцію за клієнтів. Це стимулює ресторани покращувати якість обслуговування, пропонувати унікальні страви та створювати привабливі пропозиції для залучення відвідувачів. Жителі сільських місцевостей можуть виїжджати у міста для відвідування ресторанів. Це змушує місцеві ресторани пропонувати рівень якості та сервісу, який не поступається міським закладам.

Наявність декількох ресторанів в одній місцевості може призвести до цінової війни, коли заклади знижують ціни для залучення клієнтів. Це може вплинути на прибутковість бізнесу та вимагати ефективного управління витратами. Тому ресторани можуть використовувати знижки та акції для залучення клієнтів, що підвищує їхню привабливість порівняно з конкурентами.

Щодо рівня сервісу і задоволеності клієнтів, то саме конкуренція змушує ресторани підвищувати якість обслуговування, що включає швидкість та професійність обслуговування, гостинність персоналу, чистоту закладу тощо. У сільській місцевості відгуки клієнтів поширюються швидко, тому позитивні або негативні враження можуть суттєво впливати на репутацію ресторану.

Ще ресторани можуть конкурувати, пропонуючи унікальні страви або спеціалізуючись на певній кухні, що відрізняє їх від інших закладів у регіоні. А використання високоякісних та місцевих продуктів може підвищити привабливість ресторану та створити конкурентну перевагу.

Конкурентне середовище в сільській місцевості вимагає від ресторанів гнучкості та інноваційного підходу до ведення бізнесу. Аналіз конкурентного середовища допомагає визначити сильні та слабкі сторони бізнесу та розробити

стратегії для зміцнення конкурентних переваг.

6. Маркетингові фактори значно впливають на діяльність ресторану у селі, визначаючи його здатність залучати і утримувати клієнтів, створювати позитивний імідж та забезпечувати стабільний дохід. Вплив маркетингових факторів виражається через брендову ідентичність, рекламу, нові технології.

Створення впізнаваного бренду, який відрізняється від конкурентів, допомагає залучити постійних клієнтів і підвищити лояльність. Чітке визначення цільової аудиторії сприяє ефективнішій маркетинговій стратегії. Розуміння звичок і переваг клієнтів дозволяє створити пропозиції, які відповідають їхнім очікуванням.

З приводу реклами, то зауважимо, що використання місцевих газет, радіо та плакатів може бути ефективним способом привернення уваги до ресторану. Активність у соціальних мережах, пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама та розсилка електронних листів дозволяють охопити широку аудиторію. А створення програм лояльності для постійних клієнтів сприяє утриманню клієнтської бази та збільшенню частоти відвідувань.

І ще одним дуже важливим елементом є впровадження нових технологій. Досвід показує, що наявність зручної системи онлайн-замовлень та доставки може значно розширити клієнтську базу.

Ефективна маркетингова стратегія допомагає ресторанам залучати нових клієнтів, утримувати існуючих, підвищувати рівень задоволеності та лояльності клієнтів, а також підтримувати конкурентоспроможність на ринку.

7. Технологічні фактори значно впливають на діяльність сільського ресторану, сприяючи підвищенню ефективності операцій, поліпшенню якості обслуговування та розширенню можливостей для залучення клієнтів. Вплив технологічних факторів виражається через використання систем управління замовленнями, технологій цифрового маркетингу та сучасного кухонного обладнання.

Автоматизація процесів у ресторанній справі набуває популярності.

Використання точок продажу (POS-систем) дозволяє автоматизувати процес прийому замовлень, розрахунків і управління запасами. Це підвищує точність і швидкість обслуговування клієнтів. Використання планшетів або інших електронних пристроїв для прийому замовлень дозволяє зменшити час обробки замовлень і знизити кількість помилок. А впровадження систем, які автоматично відстежують наявність продуктів і інгредієнтів, допомагає уникнути нестачі або надлишку запасів, що підвищує ефективність роботи ресторану.

На даний час у світі вже стало звичною справою використовувати технології цифрового маркетингу з метою привернення більшої кількості клієнтів. наявність професійного веб-сайту з інформацією про меню, години роботи та контактні дані допомагає клієнтам легко знайти ресторан та ознайомитися з його пропозиціями. Активна присутність у соціальних мережах (Facebook, Instagram) дозволяє взаємодіяти з клієнтами, інформувати про акції та спеціальні пропозиції, а також отримувати зворотний зв'язок.

Ще один, проте зовсім не останній за значенням елемент впливу на діяльність ресторану є високоефективне обладнання. Використання сучасного кухонного обладнання, такого як індукційні плити, конвекційні печі та інше, дозволяє знизити час приготування страв і підвищити їх якість. Впровадження автоматизованих пристроїв для приготування їжі може підвищити продуктивність кухарів та забезпечити постійну якість страв.

Загалом впровадження сучасних технологій дозволяє ресторанам залишатися конкурентоспроможними, адаптуватися до змін у поведінці споживачів та забезпечувати стабільний розвиток бізнесу.

8. Регуляторні фактори значно впливають на діяльність ресторану в сільській місцевості, визначаючи правові рамки, в межах яких бізнес має функціонувати. Дотримання відповідних законів і регуляцій є обов'язковим для забезпечення безперебійної роботи ресторану та уникнення штрафів чи закриття. Вплив регуляторних факторів виражається через ліцензування

діяльності, дотримання будівельних і пожежних норм, трудове і податкове законодавство, екологічну відповідальність та дотримання споживчих прав.

Ліцензування діяльності ресторану передбачає обов'язковість реєстрації ресторану як юридичної особи або приватного підприємця відповідно до місцевого законодавства; набуття права (ліцензії) на продаж алкогольних напоїв; дотримання вимог щодо гігієни, включаючи отримання дозволів від санітарних служб, регулярні перевірки та дотримання санітарних норм у кухні та залах для гостей; забезпечення відповідності всіх продуктів харчування встановленим стандартам безпеки та якості, що включає регулярний контроль і сертифікацію постачальників.

Щодо будівельних норм, то безперечно ресторан має відповідати місцевим будівельним нормам і стандартам, включаючи конструкцію приміщення, електропостачання, водопостачання та каналізацію. У разі необхідності здійснення будь-яких будівельних робіт, включаючи капітальний ремонт або реконструкцію приміщень необхідно отримати на це дозвіл. Обов'язковим є дотримання вимог пожежної безпеки, включаючи встановлення пожежної сигналізації, вогнегасників, евакуаційних виходів та проведення навчання персоналу з пожежної безпеки.

Діяльність ресторанів керується низкою законодавчих актів трудового і податкового законодавства. Слід забезпечити відповідність умов праці встановленим стандартам, включаючи робочий час, відпустки, оплату праці та соціальні гарантії; дотримання вимог охорони праці. Ресторани як суб'єкти підприємницької діяльності є платниками податків та зборів, включаючи податок на прибуток, ПДВ, соціальні внески та інші місцеві податки. У деяких випадках ресторани в сільській місцевості можуть отримати податкові пільги або субсидії від держави чи місцевих органів влади для підтримки розвитку бізнесу.

Екологічні регуляції пов'язані з дотримання норм утилізації харчових і небезпечних відходів, включаючи сортування, переробку та безпечне

видалення відходів; використанням енергоефективних технологій та обладнання для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище; забезпеченням відповідності систем водопостачання та каналізації екологічним стандартам, включаючи очистку стічних вод перед їх випуском у навколишнє середовище.

Захист прав споживачів передбачає надання клієнтам повної та достовірної інформації про склад, алергени та калорійність страв, а також створення ефективної системи розгляду і вирішення скарг клієнтів, забезпечення їхніх прав на повернення або обмін продукції.

Дотримання всіх регуляцій допомагає уникнути правових проблем, зберегти репутацію та забезпечити стабільний розвиток бізнесу. Тому ресторани повинні постійно стежити за змінами у законодавстві та адаптувати свою діяльність відповідно до нових вимог.

9. Природні фактори можуть створювати як можливості, так і виклики для бізнесу, впливаючи на постачання продуктів, привабливість місця для відвідувачів та загальні умови ведення ресторанної діяльності.

На стабільне функціонування ресторану крім вище перелічених факторів також впливають кліматичні та географічні умови. Екстремальні погодні умови можуть тимчасово закрити ресторан або ускладнити доступ до нього, що впливає на кількість відвідувачів. Сильні морози або спека можуть вимагати додаткових заходів для забезпечення комфортних умов у ресторані, таких як встановлення кондиціонерів або обігрівачів.

Не новиною є той факт, що відвідуваність ресторану може значно коливатися залежно від пори року. У літній період, коли туристів більше, відвідуваність може зрости, тоді як взимку попит може впасти.

Розташування ресторану в мальовничому місці (наприклад, біля річки, в горах чи в лісі) може приваблювати більше відвідувачів і створювати унікальний досвід. Тоді як ресторани у важкодоступних місцях можуть мати проблеми з логістикою, постачанням продуктів та залученням клієнтів.

Природні фактори мають значний вплив на діяльність ресторану в сільській місцевості, створюючи як можливості, так і виклики. Важливо враховувати ці фактори при плануванні та веденні бізнесу, щоб забезпечити стабільність та ефективність діяльності.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що розуміння та врахування перелічених факторів впливу допоможе ресторанам у сільській місцевості ефективніше планувати свою діяльність, адаптуватися до змінних умов та забезпечувати стабільний розвиток і рентабельність. Це включає адаптацію меню до місцевих смаків, використання ефективних маркетингових стратегій, розвиток логістичних ланцюгів та постійне покращення якості обслуговування.

3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

3.1. Напрями розвитку діяльності підприємств ресторанного бізнесу

Виживання та успішний розвиток ресторанів в умовах конкуренції та економічних змін вимагають застосування комплексних стратегій. Стратегія розвитку ресторану має охоплювати різні аспекти його діяльності, щоб забезпечити стійке зростання та конкурентоспроможність.

На основі аналізу напрацювань вітчизняних і зарубіжних науковців і практиків можна визначити такі ключові напрями та рекомендації для ресторанів, щоб не лише вижити в умовах вільної конкуренції, а й процвітати:

1. Адаптація до змін у ринку. Адаптація до змін у ринку – це процес, завдяки якому підприємства, включаючи ресторани, коригують свої стратегії, операційні процеси та пропозиції, щоб відповідати новим умовам ринку та задовольняти змінні потреби споживачів. Адаптація є важливою для збереження конкурентоспроможності та забезпечення стійкого розвитку. У розрізі цього ресторани повинні забезпечити так би мовити флексибільність меню, тобто враховувати сезонні зміни (тут потрібно оновлювати меню відповідно до сезонних продуктів та змін в уподобаннях клієнтів), тренди та інновації (відстеження гастрономічних трендів та впровадження нових страв, які можуть зацікавити клієнтів), необхідно розширювати асортимент послуг, наприклад такі як доставка та замовлення онлайн (для цього необхідно створити або покращити систему онлайн-замовлень та доставки, щоб задовольнити клієнтів, які надають перевагу споживанню їжі вдома), кейтеринг (пропозиція кейтерингових послуг для подій різного масштабу, від приватних вечірок до великих корпоративних заходів).

2. Оптимізація витрат. Оптимізація витрат ресторану є критично важливою для забезпечення його фінансової стабільності та рентабельності. Це, у свою чергу, залежить від ефективного управління запасами (тут необхідно впровадити системи для точного обліку запасів і планування закупівель, щоб зменшити втрати через псування продуктів), співпраці з місцевими постачальниками для зменшення транспортних витрат та підтримки місцевої економіки, заходів енергозбереження та інше.

3. Залучення клієнтів. Залучення клієнтів є важливою складовою розвитку ресторану, яка впливає на його дохід, конкурентоспроможність, репутацію та загальний успіх. Залучити більше клієнтів можна, використовуючи: інструменти цифрового маркетингу (мова йде про використання соціальних мереж, електронної пошти та онлайн-реклами), програми лояльності, високу якість обслуговування, роботу з відгуками (необхідним є швидке реагування на скарги та подяку). Використовуючи дані стратегії залучення, ресторан може забезпечити стабільний ріст і стійкість на ринку.

4. Інновації та технології. Інновації та технології допомагають підвищити ефективність роботи, покращити якість обслуговування, збільшити дохід і забезпечити конкурентоспроможність на ринку шляхом: автоматизації процесів системи управління продажами, використання мобільного додатку, який дозволить клієнтам легко замовляти їжу, бронювати столики та отримувати інформацію про акції.

5. Фінансова стійкість, що, власне, є ключовим аспектом для розвитку діяльності ресторанів. Вона визначає здатність ресторану зберігати стабільність і продовжувати свою діяльність навіть у разі несприятливих умов. Фінансової стійкості можна досягнути шляхом диверсифікації доходів (тут можна запропонувати клієнтам можливість замовляти страви на виніс), продажу супутніх товарів, фінансового планування (необхідно розробити чіткий бюджет і забезпечити контроль витрат, щоб уникнути фінансових проблем), формування резервного фонду для покриття непередбачених витрат або

зниження доходів у складні періоди.

6. Розвиток персоналу. Професійно підготовлений і мотивований персонал сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів, ефективності роботи та загальної конкурентоспроможності ресторану. Основними складовими процесу розвитку персоналу є навчання та мотивація (передбачає організацію регулярних тренінгів для персоналу, щоб покращувати їхні навички та знання, впровадження системи мотивації, такі як бонуси, премії та можливості кар'єрного зростання), а також побудова командної роботи.

Розвиток ресторану потребує комплексного підходу, який включає покращення якості обслуговування, впровадження нових технологій, ефективний маркетинг та управління, а також розширення спектру послуг. Важливо бути гнучким і готовим до змін, щоб відповідати потребам ринку та клієнтів, і забезпечувати стійке зростання та успіх ресторану.

Тим часом розвиток ресторану у сільській місцевості має свої особливості і, зрештою, залежить від численних факторів, включаючи місцевий контекст, конкуренцію та потреби місцевого населення. І саме ці особливості слід використати у правильному напрямі для розвитку ресторанного бізнесу. Для прикладу необхідно використовувати місцеві інгредієнти та створювати страви, які відображають місцеву кухню та культуру. Це може привернути туристів, які цікавляться автентичними місцевим досвідом. Варто звертати увагу на екологічні практики, такі як використання місцевих та органічних продуктів, утилізація відходів та зменшення використання пластику. Це може привернути клієнтів, які цінують екологічно чистий підхід до гастрономії.

Тематичні вечори, майстер-класи з кулінарії, музичні виступи та інші заходи доволі добре зарекомендували себе як ефективний варіант розвитку закладів організації харчування з метою привернення уваги клієнтів та створення затишної атмосфери.

Вивчення можливостей надавати додаткові послуги у закладі також може дати поштовх до розвитку його діяльності. Зокрема, підвищити рівень

задоволеності клієнтів можна, використовуючи індивідуальний підхід (наприклад, запропонувати особливі дієтичні меню, що задовольняють потреби різних груп клієнтів), організацію розваг, тематичних вечорів або дитячі куточки, що зроблять відвідування ресторану більш привабливим для різних категорій клієнтів.

Продаж додаткових продуктів забезпечить збільшення доходів. Наприклад, пропозиція десертів, коктейлів або кави після основної страви може збільшити середній чек.

Варто не забувати, що наявність унікальних послуг або продуктів, які відрізняють ресторан від конкурентів, а також систематичне покращення обслуговування сприяють формуванню позитивного іміджу ресторану.

Загалом, додаткові послуги є важливим інструментом для розвитку ресторанного бізнесу у сільській місцевості, оскільки вони допомагають забезпечити високу якість обслуговування, задовольнити потреби клієнтів та створити довготривалі конкурентні переваги. Власне це твердження наштовхнуло нас на розвиток ідеї щодо впровадження додаткової послуги з метою розвитку досліджуваного закладу громадського харчування – ресторану «Версаль», що описано нижче.

3.2. Пропозиція впровадження додаткової послуги з метою розвитку діяльності ресторану «Версаль»

Ринкова економіка обумовлює необхідність адаптації підприємств громадського харчування до постійно мінливих вимог ринку з метою забезпечення їх функціонування, розвитку та конкурентоспроможності. Процеси, спрямовані на вдосконалення господарської діяльності, як правило, орієнтовані на збільшення прибутковості. Розширення діяльності ресторану «Версаль» можливе в результаті розвитку асортиментів продукції й

пропонованих послуг.

Функціонування ресторану дає можливість збільшення номенклатури продукції за такими напрямками, як випуск нової продукції, яка раніше не практикувалася у закладі, або ж її удосконалення.

Дослідження діяльності ресторану «Версаль» свідчить про те, що до його сильних сторін можна віднести вигідне розташування. Відтак забезпечення стійких конкурентних переваг можливе тільки при плануванні напрямів розвитку закладу, які достатньою мірою задовольнятимуть потреби населення в якісній і смачній їжі та комфортному відпочинку.

Новинкою серед пропонованих послуг закладів громадського харчування у місцевості розташування ресторану «Версаль» буде гриль-бар, який, вважається, зручним тим, що тут можна швидко й ситно поїсти, а приготування їжі відбувається на очах у відвідувачів. Такі бари розміщують у зонах масового відпочинку й у туристичних комплексах, на центральних вулицях міст. Меню таких барів відрізняється різноманіттям страв з м'яса, риби й птиці.

На основі вивчення загальної концепції гриль-барів, а також пропонованого асортименту страв і напоїв ресторану «Версаль» вважаємо, що з метою розвитку його діяльності доцільно запропонувати клієнтам додаткову послугу – страви з гриль-бару. Така пропозиція не тільки органічно вписується в існуючу концепцію ресторану, але й буде виступати в якості його конкурентної переваги.

Вибір необхідного устаткування для гриль-бару повною мірою залежить від обраного асортименту страв. Як правило, меню закладів подібного типу містить у собі: курку-гриль, стегенця-, гомілки- й крильця-гриль, шаурму, сосиски, хот-доги, легкі салати, шашлики, картопля-фрі, овочі-гриль, кондитерські й хлібобулочні вироби. З напоїв у гриль-барах пропонують чай, каву, різні охолоджувальні напої, алкоголь. Як можна помітити, меню гриль-барів певною мірою скільки схоже на меню піцерії або простого ресторану, у якому переважають м'ясні гарячі страви, приготовлені на грилі.

На цей час на ринку запропоновано різноманітний асортимент обладнання для гриль-бізнесу – лава-гриль, гриль шампурного й карусельного типу, фритюрниці, апарати для хот-догів, контактний гриль, прес-грилі, мангали й інше.

Також слід звернути увагу на якісний інвентар для облаштування гриль-бару. Сюди слід віднести:

- щипці для перекидання стейків;
- щітки й вилки для гриля;
- лопатки;
- посуд для соусів і олії;
- обробні прилади;
- посуд для зберігання продуктів.

При придбанні устаткування слід звернути увагу на місткість агрегатів, потужність, вагу й розміри. Устаткування повинне бути з нержавіючої сталі і мати антипригарне покриття.

При проектуванні закладу громадського харчування особливу увагу слід приділити саме проекту інтер'єру залу, адже найчастіше відвідувачі приходять не тільки за їжею, але й за унікальною приємною атмосферою. Головним завданням проекту інтер'єру повинно бути залучення й утримання клієнтів, і тому перше враження (яке найчастіше складається від інтер'єру) є незворотним.

Важливість дизайн-проекту бару не можна недооцінювати, адже бар – це місце для спілкування, і тому створена за допомогою меблів й освітлення атмосфера стане вирішальним фактором при виборі закладу.

Дизайн гриль-бару у ресторані «Версаль» буде створений у затишному стилі, який забезпечить можливість приємного відпочинку в компанії друзів. Оскільки багато страв у гриль-барі готуватимуться у реальному часі, буде зроблена відкрита кухня, надаючи гостям закладу можливість помилуватися на майстерність кухаря, який перетворюватиме звичайні продукти в шедеври

кулінарії.

Що стосується збору необхідних документів для запуску даного бару, то він є найпростішим під час реалізації проєкту. Це зумовлено тим, що розвиток діяльності закладу планується на основі діючого ресторану і не передбачає збір таких документів.

При реалізації проєкту необхідно залучити кухаря і офіціантів, які будуть задіяні із числа існуючих.

Розрахунок витрат забезпечить розуміння про величину необхідних коштів, які знадобляться на відкриття даного проєкту. При фінансовому плануванні будуть враховані видатки за наступними напрямками:

- ремонт приміщення, яке в даний момент не використовується;
- витрати на рекламу, а саме застосування елементів активного маркетингу, реклами в соцмережах, друк листівок, оформлення вивіски;
- придбання необхідного устаткування й інвентарю;
- запаси сировини;
- оплата комунальних послуг.

Розвиток споживчого ринку, рівня доходів населення забезпечить в подальшому процвітання гриль-бару, підвищить відвідуваність і стабільність усієї діяльності ресторану.

Таким чином, за результатами проведеного аналізу фінансово-економічного стану діяльності ресторану «Версаль», проведено у розділі 2 даної роботи, можна вбачати можливість, що забезпечить успішну реалізацію запропонованого рішення щодо надання додаткової послуги клієнтам.

3.3. Розрахунок економічних показників впровадження додаткової послуги для клієнтів у ресторані «Версаль»

Метою ресторану «Версаль» при розширенні діяльності є підвищення ефективності функціонування й збільшення прибутку, що може бути досягненим при наданні додаткових видів послуг гостям.

На організаційному етапі при розвитку діяльності підприємства громадського харчування на основі відкриття гриль-бару слід здійснити підготовку приміщення. У даний момент у ресторані є мало задіяне приміщення площею 30 м². Буде здійснений його ремонт і проведені дизайнерські роботи з оформлення нового залу.

У залі буде розміщено 6 столів на 24 посадкових місця.

Фінансовий прогноз припускає розгляд витрат, необхідних для реалізації проекту, а саме інвестиційних і поточних.

Інвестиційні витрати слід розподілити за такими напрямками:

- ремонт, дизайн і оформлення приміщення;
- гриль;
- меблі;
- посуд, інвентар, текстиль;
- просування й збут;
- розробка й друк меню.

Видатки за першою статтею, а саме ремонт, дизайн й оформлення приміщення становить 25 тис.грн.

Основні витрати виникають при придбанні професійного устаткування, інвентарю, меблів. Планується придбання газового гриля марки Broil King Crown™ 490 (виробник Broil King, США та Канада) (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Газовий гриль марки Broil King Crown™ 490

Згідно заяви виробника даний гриль є оптимальним варіантом для повсякденного використання: кількість порцій – 10-12шт. і використовувати рожен з горизонтальним пальником для великих шматків м'яса або цілої птиці. Оскільки гриль має закриту основу з дверцятами, то балон та аксесуари можна зберігати прямо в ньому. Щоб прогріти камеру гриля в теплу погоду, достатньо 20 хвилин. Колеса зі стопами забезпечують комфортне переміщення гриля плиткою і надійно фіксують на місці.

Перевагою даного устаткування є те, що це стаціонарний гриль, котрий дає повний спектр з приготування будь-яких гастрономічних забаганок. Повноцінна кулінарна система PGT з двома масивними двосторонніми чавунними ґратами Flav-R-Cast та відсікачами жару Flav-R-Wave; є можливість дообладнати аксесуарами Exact-Fit, що значно розширює можливості грилю.

Характеристики грилю:

- 1 велика повноцінна камера із загальною робочою площею 4 000см²;
- 2 двосторонні чавунні ґрати Flav-R-Cast™;

- 1 сталевая решітка для підігріву з фарфоровим покриттям;
- 4 аромапластини Flaw-R-Wave™ з нержавіючої сталі 304 марки;
- 4 основні пальники з нержавіючої сталі Dual-Tube™ загальною потужністю 11,4 кВт;
- вертел з горизонтальним пальником у камері потужністю 4,4 кВт і мотором з мережевим кабелем;
- бічна конфорка потужністю 2,7 кВт;
- кришка з подвійними сталевими стінками з боковинами з литого алюмінію та міцною круглою ручкою з нержавіючої сталі;
- шафа з 2 дверцятами для зберігання балона, інструментів та аксесуарів;
- електроніка: електричний блок на батарейці для підпалу;
- система підпалу пальників Sure-Lite™;
- регулятори подачі газу на пальники Linear-Flow™ із кутом повороту на 180° Sensi-Touch™;
- термометр Deluxe Accu-Temp™;
- 4 колеса зі стопами із міцного пластику у висоту 7,6 см.

Вартість гриля з набором Baron Broil King становить 60 тис.грн.

Наступною статтею витрат є кошти на оснащення приміщення гриль-бару, яке в загальній сукупності заплановане у розмірі 125 тис.грн, у тому числі:

- придбання 6 столів – 5 тис.грн за одиницю (30 тис.грн);
- покупка 26 стільців – 2,5 тис.грн за одиницю (65 тис.грн);
- з урахуванням подвійного нормативу посуду необхідно 48 комплектів столового приладдя – для початку не потрібно, буде використовуватися наявне у ресторані;
- текстильний декор – штори, серветки, рушники (30 тис.грн).

Витрати на просування й збут послуг гриль-бару заплановано в сумі 7 тис.грн, у тому числі:

- зовнішня реклама (штендер і вивіска) – 5 тис.грн;
- друкована реклама (буклети, листівки, візитки) – 2 тис. грн.

Також буде здійснена розробка й печатка меню, яке містить інформацію про основні страви (1 тис.грн).

У таблиці 3.1 наведено капітальні витрати на реалізацію проекту з надання додаткової послуги у ресторані «Версаль».

Таблиця 3.1

**Капітальні витрати на реалізацію проекту – запуску гриль-бару
у ресторані «Версаль»**

Стаття витрат	Сума, тис.грн
Ремонт, дизайн і оформлення приміщення	25,00
Гриль	60,00
Меблі	95,00
Посуд, столове приладдя, текстиль	30,00
Просування й збут	7,00
Розробка й печатка меню	1,00
Разом	133,00

З огляду на те, що ресторан «Версаль» за підсумками попередніх років має у своєму розпорядженні чистий прибуток (47,17 тис.грн у 2022 р. і 147,59 тис.грн у 2023 р.), то нерозподілена його частина може бути спрямована на інвестування цього проекту.

У процесі свого функціонування заклад має поточні витрати і з розширенням діяльності такі витрати зростають. Поточні витрати ресторану сформовані за рахунок постійних витрат, величина яких у короткостроковому періоді не змінюється зі збільшенням або скороченням обсягу виробництва, і змінних витрат, що змінюються пропорційно обсягу виробленої продукції або наданих послуг.

Загалом обсяг поточних витрат ресторану «Версаль» у випадку реалізації проекту складе 5 тис. грн. в місяць.

Прогноз обсягів продажів необхідно здійснити з урахуванням кількості відвідувачів, кількості посадкових місць у залі, завантаження залу на дану годину.

Планується, що час роботи гриль-бару буде з 12.00 до 23.00. Середня тривалість приймання їжі одним споживачем у співвідношенні зі статистичною інформацією становить 120 хвилин.

У таблиці 3.2 представлений графік завантаження гриль-бару на 2025 рік.

Таблиця 3.2

Розрахунки кількості відвідувачів

Час роботи	Завантаження залу на дану годину, %	Кількість відвідувачів за годину
12 – 13	0	-
13 – 14	5	1
14 – 15	5	1
15 – 16	5	1
16 – 17	5	1
17 – 18	8	1
18 – 19	10	1
19 – 20	12	2
20 – 21	12	2
21 – 22	12	2
22 – 23	10	2
Разом		14

Через віддаленість від міської частини, вплив сезонного фактору, що забезпечує коливання попиту на цей вид послуги, при визначенні кількості відвідувачів взято до уваги мінімально можливу величину завантаження залу. Таким чином, середня кількість відвідувачів у день визначена в 14 осіб при середньому чеку в 500 грн, у який, як правило, входить м'ясо або риба на грилі, овочі. З цієї суми прибуток становить 100 грн.

Виручка від надання послуг гриль-бару очікуватиметься у розмірі 7 тис.грн в день., з якої 1,4 тис.грн становить чистий прибуток.

Якщо розділити суму капітальних інвестицій у розмірі 133 тис.грн на середньоденний прибуток гриль-бару 1,4 тис.грн, то матимемо:

$$133\ 000 : 1400 = 95 \text{ днів}$$

Як бачимо, для того аби повернути вкладені капітальні інвестиції на запуск гриль-бару необхідно 95 днів за умови виконання планованих показників кількості відвідувачів (14 осіб щодня) і суми середнього чеку (500 грн/особа).

Таким чином, аналіз економічних показників проекту свідчить про його рекомендацію до впровадження. Оцінка даних прогнозованої виручки показала, що розширення діяльності та реалізація інвестиційного проекту призведе до збільшення прибутковості ресторану «Версаль» і підвищення ефективності його функціонування.

4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Організація та проведення рятувальних та інших невідкладних робіт на об'єктах економіки в осередках ураження

Сутність рятувальних та інших невідкладних робіт – це усунення безпосередньої загрози життю та здоров'ю людей, відновлення життєзабезпечення населення, запобігання або значне зменшення матеріальних збитків. Рятувальні та інші невідкладні роботи включають також усунення пошкоджень, які заважають проведенню рятувальних робіт, створення умов для наступного проведення відновлювальних робіт. РІНР поділяють на рятувальні роботи і невідкладні роботи.

До рятувальних робіт відносяться:

- розвідка маршруту руху сил, визначення обсягу та ступеня руйнувань, розмірів зон зараження, швидкості і напрямку розповсюдження зараженої хмари чи пожежі;
- локалізація та гасіння пожеж на маршруті руху сил та ділянках робіт;
- визначення об'єктів і населених пунктів, яким безпосередньо загрожує небезпека;
- визначення потрібного угруповання сил і засобів запобігання і локалізації небезпеки;
- пошук уражених та звільнення їх з-під завалів, пошкоджених та палаючих будинків, із загазованих та задимлених приміщень;
- розкриття завалених захисних споруд та рятування з них людей;
- надання потерпілим першої допомоги та евакуація їх (при необхідності) у лікувальні заклади;
- вивіз або вивід населення із небезпечних місць у безпечні райони;
- організація комендантської служби, охорона матеріальних цінностей і

громадського порядку;

- відновлення життєздатності населених пунктів і об'єктів;
- пошук, розпізнавання і поховання загиблих;
- санітарна обробка уражених;
- знезараження одягу, взуття, засобів індивідуального захисту, територій,

споруд, а також техніки;

соціально-психологічна реабілітація населення.

До невідкладних робіт відносяться:

- прокладання колонних шляхів та улаштування проїздів (проходів) у завалах та на зараженій території;
- локалізація аварій на водопровідних, енергетичних, газових і технологічних мережах;
- ремонт та тимчасове відновлення роботи комунально-енергетичних систем і мереж зв'язку для забезпечення рятувальних робіт;
- зміцнення або руйнування конструкцій, які загрожують обвалом і безпечному веденню робіт;

Рятувальні та інші невідкладні роботи здійснюються у три етапи.

На першому етапі вирішуються завдання: щодо екстреного захисту населення; з запобігання-розвитку чи зменшення впливу наслідків; з підготовки до виконання РІНР. Основними заходами щодо екстреного захисту населення є: оповіщення про небезпеку; використання засобів захисту; додержання режимів поведінки; евакуація з небезпечних у безпечні райони; здійснення санітарно-гігієнічної, протиепідемічної профілактики і надання медичної допомоги; локалізація аварій; зупинка чи зміна технологічного процесу виробництва; попередження (запобігання) і гасіння пожеж.

На другому етапі проводяться: пошук потерпілих; витягання потерпілих з-під завалів, з палаючих будинків, пошкоджених транспортних засобів; евакуація людей із-зони лиха, аварії, осередку ураження; надання медичної допомоги; санітарна обробка людей; знезараження одягу, майна, техніки,

території; проведення інших невідкладних робіт, що сприяють і забезпечують здійснення рятувальних робіт.

На третьому етапі вирішуються завдання щодо забезпечення життєдіяльності населення у районах, які потерпіли від наслідків НС: відновлення чи будівництво житла; відновлення енерго-, тепло-, водо-, газопостачання, ліній зв'язку; організація медичного обслуговування; забезпечення продовольством і предметами першої необхідності; знезараження харчів, води, фуражу, техніки, майна, території; соціально-психологічна реабілітація; відшкодування збитків; знезараження майна, території, техніки.

Відновлювальні роботи здійснюють спеціально створені підрозділи (бригади). Залежно від рівня надзвичайної ситуації (загальнодержавного, регіонального, місцевого чи об'єктового) для проведення РІНР залучаються сили і засоби ЦО центрального, регіонального або об'єктового підпорядкування.

Організувати і провести РІНР в осередку комбінованого ураження набагато складніше, ніж в осередках радіаційного (ядерного), хімічного або бактеріологічного (біологічного) ураження. Це пояснюється складністю обстановки, яка може виникнути внаслідок застосування противником ядерної, хімічної і бактеріологічної зброї або при одночасному виникненні аварії на АЕС, хімічно небезпечному об'єкті.

З метою досягнення максимальних результатів РІНР в осередку комбінованого ураження організують та безперервно ведуть усі види розвідки. До визначення виду застосованих противником бактеріальних засобів усі заходи організуються у режимі захисту від особливо небезпечних інфекційних захворювань. Дані, які поступають від розвідки негайно використовують для найбільш ефективного застосування наявних сил і засобів, і проведення режимних заходів щодо ізоляції осередку комбінованого ураження від районів, що його оточують. Проводять екстрену профілактику особового складу формувань та уражених, евакуюють все населення із зон

хімічного зараження на незаражену територію, яка знаходиться в межах зони карантину, проводять дегазацію, дезінфекцію, а при необхідності і дезактивацію шляхів евакуації, важливих ділянок території, споруд і транспорту, організують і проводять санітарну обробку усіх видів зараження.

Головні зусилля розвідки спрямовуються на виявлення типу, концентрації та напрямку розповсюдження хімічних отруйних речовин, радіоактивної хмари, способів застосування та встановлення збудників інфекційного захворювання, меж зон радіоактивного, хімічного і бактеріологічного (біологічного) зараження. На основі аналізу даних розвідки начальник ЦО об'єкта уточнює своє рішення і ставить завдання на проведення рятувальних робіт формуванням. В осередку комбінованого ураження в першу чергу визначають найбільш небезпечний вражаючий фактор, який несе найбільшу загрозу ураження, та вживають негайних заходів щодо відвернення або зниження до мінімуму його дії, а потім приступають до ліквідації наслідків дії усіх інших вражаючих факторів в обстановці, яка виникла (сталася).

При організації проведення РІНР і визначенні їх обсягу враховуються особливості, характерні лише для осередку комбінованого ураження. Особовий склад формувань обов'язково повинен використовувати засоби індивідуального захисту органів дихання та шкіри, а також мати запасні протигази для одягання на уражених.

Наявність травмованих одночасно кількома вражаючими факторами дуже ускладнює надання їм медичної допомоги і транспортування в лікувальні заклади. Тому виконання своїх завдань в осередку комбінованого ураження формування здійснюють з урахуванням цих особливостей. Населення залежно від виду і важкості ураження радіоактивного, хімічного чи біологічного – підлягає медичному сортуванню (ділиться на групи і потоки), що виключає розповсюдження зараження при наданні медичної допомоги.

Встановлюється жорсткий контроль за: виконанням формуваннями робіт із знезараження маршрутів евакуації, території, майна, техніки; проведенням

протиепідемічних, спеціальних профілактичних та санітарно-гігієнічних заходів; дотримуванням заходів безпеки, а також за своєчасною зміною формувань. Зміна формувань проводиться при суворому дотриманні режимних заходів. Замінені формування виводяться у райони, призначені старшим начальником, де проводять їх спеціальну обробку (в межах зони карантину або обсервації).

4.2. Обов'язки та повноваження роботодавця у питанні охорони праці

Згідно з законом України «Про охорону праці» роботодавець зобов'язаний створити в кожному структурному підрозділі і на робочому місці умови праці відповідно до вимог нормативно-правових актів, а також забезпечити додержання прав працівників, гарантованих законодавством про охорону праці.

З цією метою роботодавець:

- створює відповідні служби і призначає посадових осіб, які забезпечують вирішення конкретних питань охорони праці, затверджує інструкції про їх обов'язки, права та відповідальність за виконання покладених на них функцій;
- розробляє за участю профспілок і реалізує комплексні заходи для досягнення встановлених нормативів з охорони праці, впроваджує прогресивні технології, досягнення науки і техніки, засоби механізації та автоматизації виробництва, позитивний досвід з охорони праці тощо;
- забезпечує усунення причин, що призводять до нещасних випадків, професійних захворювань, і виконання профілактичних заходів, визначених комісіями з підсумками розслідування цих подій;
- організовує проведення досліджень умов праці, атестації робочих місць на відповідність нормативним актам про охорону праці, вживає за їх

підсумками заходи щодо усунення небезпечних і шкідливих виробничих чинників;

- організовує пропаганду безпечних методів праці та співробітництво з працівниками у галузі охорони праці;

- розробляє і затверджує положення, інструкції та інші нормативно-правові акти з охорони праці, що діють у межах підприємства, та безплатно забезпечує ними працівників;

- здійснює постійний контроль за дотриманням працівниками технологічних регламентів, правил поведження з машинами, механізмами та іншими засобами виробництва, використанням засобів колективного та індивідуального захисту, виконанням робіт відповідно до вимог з охорони праці.

З метою покращення умов і підвищення безпеки праці роботодавець створює фонд охорони праці і здійснює контроль за його цільовим використанням.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалавра здійснено теоретичне обґрунтування та розроблено практичні рекомендації щодо розвитку діяльності підприємства сфери ресторанного бізнесу на основі впровадження додаткової послуги (на прикладі ресторану «Версаль»). Основні теоретико-практичні результати дослідження дозволяють зробити такі висновки:

1. Визначено, що підприємницька діяльність являє собою складний економічний і соціальний феномен, що пройшов великий шлях розвитку, і в цій якості він допускає безліч інтерпретацій. Запропоновано розуміти під терміном «підприємницька діяльність» особливий вид самостійної, здійснюваної на свій ризик діяльності громадян і їх об'єднань, основна мета якої полягає в одержанні прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, що спрямована на задоволення потреб (попиту) населення в умовах конкурентного середовища.

2. Розвитку малого підприємництва в сучасній Україні надається пріоритетне значення, багато в чому це пояснюється необхідністю прискорення розвитку ринкових відносин, особливо у час воєнних дій на території нашої країни. Саме малому підприємництву призначено зіграти роль локомотива національної економіки, що прокладає шлях усім іншим.

3. Доведено, що розвиток ресторанної діяльності є багатограним і має значний вплив на економічне зростання, соціальне благополуччя та культурний розвиток. Він сприяє створенню робочих місць, підвищенню якості життя, збереженню кулінарних традицій, залученню туристів та впровадженню інновацій.

4. Організаційно-правова форма досліджуваного закладу – ресторану «Версаль» є фізична особа-підприємець. Основні цілі діяльності закладу такі: отримання прибутку від усіх видів діяльності; задоволення суспільних потреб у

його продукції, роботах і послугах.

5. Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ресторану дає змогу зробити такий висновок – у 2023 році значення усіх показників зросли порівняно з 2022 роком:

- сума виручки від реалізації продукції зросла на 1454,91 тис.грн або на 54,5%;
- сума усіх доходів ресторану зросла на 1491,63 тис.грн або на 55,7%;
- сума усіх витрат збільшилася на 1369,17 тис.грн або на 52,3%
- сума фінансового результату до оподаткування зросла у 3 рази і становила 179,99 тис.грн;
- сума податку на прибуток сплачена до бюджету тричі більша – 32,4 тис.грн;
- сума чистого прибутку також зросла у три рази і становить 147,59 тис.грн.

6. Доведено, що діяльність ресторанів у сільській місцевості залежить від багатьох факторів, які можуть суттєво впливати на їх успіх та рентабельність, а саме: демографічні, економічні, логістичні, соціальні, конкурентне середовище, маркетингові, технологічні, регуляторні і природні.

7. Встановлено, що розвиток ресторану у сільській місцевості має свої особливості і залежить від численних факторів, включаючи місцевий контекст, конкуренцію та потреби місцевого населення. Доведено, що саме ці особливості слід використати у правильному напрямі для розвитку ресторанного бізнесу.

8. Визначено, що додаткові послуги є важливим інструментом для розвитку ресторанного бізнесу у сільській місцевості, оскільки вони допомагають забезпечити високу якість обслуговування, задовольнити потреби клієнтів та створити довготривалі конкурентні переваги.

9. Обґрунтовано доцільність впровадження проектного рішення запуску додаткової послуги – страви з гриль-бару. Аналіз економічних показників

проекту свідчить про його рекомендацію до впровадження. Оцінка даних прогнозної виручки показала, що розширення діяльності та реалізація інвестиційного проекту призведе до збільшення прибутковості ресторану «Версаль» і підвищення ефективності його функціонування.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Андрушків Б.М., Кирич Н.Б., Мельник Л.М., Погайдак О.Б. Семіотика визначення економічної стратегії підвищення господарсько-фінансової стабільності підприємства в умовах трансформаційного суспільства // Вісник економічної науки України. 2013. №1(23). С. 3-7.

2. Андрушків Б. М. Основи організації підприємницької діяльності або абетка підприємця: навчальний посібник / Б.М. Андрушків, Ю.Я. Вовк, В.В. Гецько та ін. Тернопіль: Вид. ТНТУ, 2010. 300 с.

3. Апопій В. В., Шутовська Н. О., Серeda С. А. Основи підприємництва: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 324 с.

4. Бурик А. Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. К: Ліра-К, 2013. 260 с.

5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. 4-те вид., стер. К.: Т-во Знання, КОО, 2008. 302 с.

6. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. К.: Знання-Прес, 2012. 293 с.

7. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 455 с.

8. Гиль О. О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2015. 248 с.

9. Гой І. В. Підприємництво: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 368 с.

10. Горленко Г. О. Власна справа (Основи малого бізнесу). Част. I [Методичний посібник] [3-ге вид., перероб. та доп.] / Г. О. Горленко, Т. Г. Гільберг, Г. Д. Думанська та ін. К -Под-й: «Аксіома», 2013. 112 с.

11. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. / [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.

12. Дядін А. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2017. Вип. 1. С. 62-72.
13. Живко З. Б. Підходи до тлумачення понять «підприємництво» та «підприємницька діяльність» через призму функцій економічної системи // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2012. Вип. 9. С. 31-34.
14. Жигір'я А. А. Сутність підприємництва та чинники його економічного розвитку // Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 20. С. 28-33.
15. Закон України «Про підприємництво» від 7 лютого 1991 року № 698-ХІІ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>.
16. Захарченко В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 300 с.
17. Збарський В. К., Остапчук А. Д. Організація підприємницької діяльності: монографія. За ред. проф. В. К. Збарського. К.: НУБіП України, 2012. 530 с.
18. Збарський В. К., Мацибора Т. В. Економіка підприємства: навч. посіб., вид. 2-ге, доп. і переробл. К.: Каравелла, 2012. 272 с.
19. Інноваційно-комплексні шляхи розвитку малого підприємництва / [БМ Андрушків, ЮЯ Вовк, ЮО Крамар та ін.]. Тернопіль: ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2011.
20. Кацьора О. Соціологічні підходи до визначення підприємництва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. Ужгород, 2013. Вип. 29. С. 64-67.
21. Квасниця О. Еволюція підходів до трактування сутності підприємництва // Економічний аналіз. 2012. Т. 10(4). С. 156-160.
22. Кузь Т.І., Малюта Л.Я., Островська Г.Й., Нагорняк Г.С. Підходи стратегічного управління у контексті забезпечення розвитку туристичної

індустрії // Галицький економічний вісник. 2021. № 4 (71). С. 85-91.

23. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учб. літ., 2012. 384 с.

24. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства // Галицький економічний вісник. 2020. № 3 (64). С. 174-184.

25. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148-158. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

26. Нікітенко К. С. Підприємницька діяльність: аспекти, тенденції і перспективи розвитку в умовах пандемії [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. 2021. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/104.pdf.

27. Стойко І., Шерстюк Р. Сучасні тренди і перспективи у ресторанній індустрії [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2023. Вип. 1 (28). С. 66-78. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siiuri.pdf>

28. Філіпов В. Ю. Еволюція понятійно-категорійного апарату підприємництва // Economics. 2019. №1(41). С. 72-80.

29. Чорна М.В., Глухова С.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія. Харків: ХДУХТ, 2012. 210 с.

30. Шерстюк Р., Мельник Л., Стойко І. Підприємства ресторанного господарства в індустрії туризму: проблеми і перспективні рішення / Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції: колективна монографія. ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351 с. С. 307-318.

31. Ярошевич Н.Б. Підприємництво і менеджмент навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. К.: Ліра-К, 2014. 408 с.