

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

На правах рукопису

КОРНІЙЧУК ХРИСТИНА ОЛЕКСАНДРІВНА

**ВІДКРИТТЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
У МІСТІ НОВОВОЛИНСЬК (КОНЦЕПТУАЛЬНОГО БАРУ
«CARBON»)**

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Науковий керівник:
ПАСІЧНИК МИХАЙЛО ПЕТРОВИЧ
доктор філософії, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол № 14
засідання кафедри туризму
та готельного господарства
від 15.05.2025 р.

Завідувач кафедри
проф. Ільїн Л. В.

ЛУЦЬК – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	7
1.1. Поняттєво-термінологічна система дослідження.....	7
1.2. Сучасні підходи до розробки бізнес-планів у сфері гостинності...	10
1.3. Методика та алгоритм проведеного дослідження.....	14
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТОВАНОГО БАРУ «CARBON» У МІСТІ НОВОВОЛИНСЬК.....	16
2.1. Ідея та концепція тематичного бару «Carbon».....	16
2.3. Меню та послуги.....	19
2.3. Просторово-функціональна організація приміщень.....	22
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЄКТОВАНОГО БАРУ «CARBON» У МІСТІ НОВОВОЛИНСЬК.....	26
3.1. Організаційно-правова форма проєктованого бару.....	26
3.2. Структура управління та персонал.....	27
3.3. Витрати на маркетинг.....	29
3.4. Виробничий план бару.....	34
3.5. Фінансовий план.....	37
РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА РИЗИКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ТА ШЛЯХИ ЇХНЬОЇ МІНІМІЗАЦІЇ.....	43
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	55

АНОТАЦІЯ

Корнійчук Х.О. Відкриття нового закладу ресторанного господарства у місті Нововолинськ (концептуального бару «Carbon»). – На правах рукопису.

У кваліфікаційній роботі процес розробки бізнес-плану з відкриття концептуального бару «Carbon» в індустріальному стилі у м. Нововолинськ. Проаналізовано поняття бізнес-плану, його структуру та сучасні підходи до формування підприємницької ідеї у сфері ресторанного господарства. Представлено концепцію інвестиційного проєкту відкриття бару з унікальним стилем інтер'єру, спеціалізацією на алкогольному меню та авторських напоях.

Організаційна частина роботи містить опис системи управління, штатний розпис, розподіл функціональних обов'язків, графік відкриття та режим роботи закладу. У виробничій програмі розраховано показники відвідуваності, середній чек, очікувану виручку, обсяг реалізації алкогольних й безалкогольних напоїв, закусок та десертів та ін. Детально прораховано маркетингову кампанію, яка полягає з заходів до відкриття та з моменту відкриття бару.

У фінансовому розділі визначено обсяг першочергових інвестицій, витрати на оренду, ремонт, закупівлю обладнання, посуду, сировини та організацію рекламної кампанії. Передбачено резервний фонд та оцінено амортизаційні витрати. В підсумку оцінено перспективність та економічну доцільність реалізації запропонованого проєкту.

На завершення проведено аналіз потенційних ризиків функціонування бару в умовах ринку, запропоновано заходи з їх мінімізації та стратегію управління ризиками, основою якої є заходи з диверсифікації, превентивних заходів, моніторингу та контролю за виробничо-торгівельною діяльністю.

Ключові слова: *бізнес-проєкт, індустріальний бар, ресторанне господарство, м. Нововолинськ.*

ABSTRACT

Korniychuk H.O. Opening of a new restaurant in Novovolynsk (conceptual bar «Carbon»). – Manuscript rights.

The qualification work describes the process of developing a business plan for opening a conceptual bar «Carbon» in an industrial style in the city of Novovolynsk. The concept of a business plan, its structure and modern approaches to forming an entrepreneurial idea in the restaurant industry are analyzed. The concept of an investment project for opening a bar with a unique interior style, specializing in an alcoholic menu and signature drinks is presented.

The organizational part of the work contains a description of the management system, staffing, distribution of functional responsibilities, opening schedule and operating mode of the establishment. The production program calculates attendance rates, average check, expected revenue, sales volume of alcoholic and non-alcoholic beverages, snacks and desserts, etc. The marketing campaign is calculated in detail, which consists of events before the opening and from the moment the bar opens.

The financial section determines the amount of priority investments, costs for rent, repairs, purchase of equipment, dishes, raw materials and organization of an advertising campaign. A reserve fund is provided and depreciation costs are estimated. As a result, the prospects and economic feasibility of implementing the proposed project are assessed.

Finally, an analysis of potential risks of the bar's operation in market conditions is carried out, measures are proposed to minimize them and a risk management strategy is proposed, the basis of which is measures for diversification, preventive measures, monitoring and control of production and trading activities.

Keywords: *business project, industrial bar, restaurant industry, Novovolynsk city.*

ВСТУП

Актуальність даної кваліфікаційної роботи полягає у необхідності впровадження якісних нових форматів закладів ресторанного господарства у малих містах, зокрема в місті Нововолинськ, де ринок HoReCa перебуває на етапі розвитку. Проєкт нового бару «Carbon» є відповіддю на зростаючі запити молодіжної аудиторії на стильні, доступні та змістовні місця для відпочинку. У контексті зростання попиту на заклади з яскраво вираженою концепцією, оригінальним дизайном та авторськими пропозиціями, особливої актуальності набуває розробка бізнес-планів, орієнтованих на новий формат дозвілля. В умовах урбаністичного оновлення промислових малих міст України (яким і є Нововолинськ), відкриття концептуального бару може стати не лише вигідною справою, а й елементом соціокультурної трансформації середовища.

Об'єктом дослідження є проєктований заклад ресторанного господарства – концептуальний бар «Carbon».

Предметом дослідження виступає бізнес-проєкт концептуального бару «Carbon» як комплекс заходів, що охоплюють маркетингові, фінансові, організаційні та виробничі аспекти відкриття нового закладу.

Метою роботи є розробка повноцінного бізнес-проєкту відкриття концептуального бару «Carbon» у місті Нововолинськ, що включає обґрунтування ідеї, аналіз ринку, планування ресурсів, прогнозування фінансових результатів і оцінку ризиків.

Для досягнення мети були поставлені такі *завдання*:

- проаналізувати сучасні тенденції у сфері барної культури та ресторанного господарства;
- сформулювати концепцію нового бару, з урахуванням запитів цільової аудиторії, у т.ч. розробити маркетингову, виробничу та організаційну стратегії;

- розрахувати фінансову модель проєкту;
- оцінити потенційні ризики та обґрунтувати заходи з їх мінімізації.

У роботі застосовано *методи дослідження*, такі як аналіз і синтез інформації, опитування цільової аудиторії, порівняльний аналіз конкурентного середовища, а також економічне моделювання.

Матеріалами дослідження стали відкриті статистичні дані, результати анкетування споживачів, комерційні пропозиції постачальників, інформація з відкритих джерел щодо ринку громадського харчування, а також практичний досвід функціонування подібних закладів у регіоні.

Практична цінність роботи полягає в можливості реалізації розробленого бізнес-проєкту на практиці. Представлена модель бару «Carbon» може слугувати прикладом для підприємців, зацікавлених у відкритті сучасних закладів у невеликих містах України.

Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 62 сторінки, які включають 18 таблиць, 5 рисунків та 5 додатків. Список використаних джерел містить 32 бібліографічних посилання. Рукопис укладений у відповідності з методичними рекомендаціям з виконання та оформлення випускних кваліфікаційних робіт [10].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПРОЄКТУ РЕСТОРАНУ ІТАЛІЙСЬКОЇ КУХНІ

1.1. Поняттєво-термінологічна система дослідження

Бари виникли понад 100 років тому. Однією з перших публікацій про бари, а також про змішані напої, якими в них торгували, була брошура, випущена в США у 1882 р. Гарі Джонсоном англійською та німецькою мовами. Саме цей період можна назвати початком популяризації барів [18].

Термін «бар» походить від англійського слова «bar», що означає «паркан», «стійка», які відгороджують продавця від покупця. Перші бари, що пропонували змішані напої, з'явилися у 1882 р. В Європі вони широко поширилися після демонстрації та дегустації їх продукції на Всесвітній виставці 1889 р. в Парижі [20].

Як і американські бари-салони, у ХІХ ст. в Україні були дуже поширені шинки. Шинок – заклад харчування, в якому подавали горілку та інші алкогольні напої, де обслуговуючим персоналом були шинкарі – продавці напоїв, у тому числі меду та пива. Шинкаря ще називали «застоїчний», тобто той, що знаходиться за стійкою.

Згодом замість простих дерев'яних полиць за барною стійкою почали з'являтися високі буфети, а людину, яка подавала напої, стали називати «буфетник» (від фр. «buffet»). Пізніше з'явилися сучасні красиві стінки для демонстрації різних напоїв. Нині повернулися до слова «бармен», вкладаючи у нього нове, ширше уявлення про цю професію [22].

За останнє десятиліття в сфері обслуговування відбулися значні зміни, які, безперечно, торкнулися і барів: підвищилася якість обслуговування гостей, стало різноманітнішим меню і ефективнішою праця бармена.

Різновидів сучасних барів дуже багато. Сьогодні в бар приходять не тільки щось випити, замовити закуски, а і відпочити, розважитися, послухати музичну програму чи подивитися шоу, організувати банкет (додаток А).

Бари розміщують в будівлях на центральних вулицях і проспектах міста, при готелях, в аеропортах, казино, ресторанах, де обладнано окреме приміщення для організації роботи бару. Вони мають органічно вписуватись в загальну групу торгових приміщень, але разом з тим вони індивідуальні за оснащенням і дизайном [17].

Згідно з [8], бар – це заклад ресторанного господарства з барною стійкою, що реалізує змішані, міцні алкогольні і безалкогольні напої, коктейлі, закуски, десерти, борошняні кондитерські і хлібобулочні вироби, покупні товари, де створені умови для їх споживання біля барної стійки або в залі. Формально в Україні (згідно з ДСТУ 4281:2004 [9] та ДСТУ 3862 : 99 [8]) виділяють такі види барів: пивний, винний, коктейль-бар, молочний бар, гриль-бар, гральний бар, кав'ярня, десертний бар та вітамінний бар.

До 2022 року в Україні бари – динамічно розвивались не лише як місця для споживання напоїв, але й місця для неформальної соціальної взаємодії. Тобто, мультифункціональні простори, де поєднується авторська кухня, тематичні події, жива музика, крафтові напої та індивідуалізований сервіс. Характерною рисою є унікальна атмосфера через дизайн інтер'єру, бренд-концепцію та новітні технології в обслуговуванні. Водночас усе більшу роль відігравала культурна й ідеологічна складова: бари стають платформами для локальних ініціатив, мистецьких подій або носіями певної соціальної ідентичності.

Проте, з початком повномасштабної війни (з 2022 р.) [2], функціонування барів, як і всієї ресторанної сфери, зазнало серйозних потрясінь. Бари постраждали чи не найбільше серед закладів харчування, адже їх діяльність безпосередньо пов'язана з «нічним» форматом життя, дозвіллям та масовими зібраннями, які під час воєнного стану суттєво обмежені. Постійні відключення електроенергії, комендантська година, зниження платоспроможності населення та еміграція значної частини цільової аудиторії – усе це призвело до різкого падіння відвідуваності, доходів і в багатьох випадках – до тимчасового або повного припинення

діяльності. У таких умовах власники змушені були шукати нові формати роботи: денні бари, кооперація з кав'ярнями, мобільні рішення, посилення онлайн-комунікації та благодійні ініціативи для збереження довіри гостей і підтримки бренду [7].

В той же час, в Україні можна виділити такі основні тенденції розвитку барної культури:

- індивідуалізація концепцій. Замість універсальних форматів зростає популярність унікальних барів із власною історією, стилістикою і тематикою. Пропонована у цій роботі концепція бару «Carbon», наприклад, може орієнтуватися на індустріальну естетику та авторські коктейлі, що відповідає тренду на ексклюзивність;

- зростання попиту на авторські напої. Споживачі очікують від барів не лише класичних коктейлів, а й оригінальних авторських рішень, створених із використанням локальних продуктів та сучасних технік (наприклад, інфузії, фумігація, кларифікація);

- фокус на локальність і підтримку власного виробника. Багато барів включають у меню українські вина, настоянки, крафтове пиво та локальні продукти, підкреслюючи національну самобутність;

- формування ком'юніті. Бари все частіше стають місцем зустрічі однодумців, творчих ініціатив і волонтерських проєктів, поєднуючи відпочинок із соціальною активністю;

- бар-гастрономія. Все більше барів пропонують гостям не лише напої, але й високоякісну їжу, розширюючи асортимент за межі традиційних закусок. Це формує попит на комплексний гастрономічний досвід;

- адаптація до умов безпеки. Через комендантські години та повітряні тривоги бари скорочують години роботи, організовують укриття для гостей або змінюють формат на денні кафе та бістро [4, 15].

Барна індустрія в Україні, як і в більшості європейських країн, перебуває у стані постійної трансформації. Проте розвиток цієї сфери відчутно уповільнився через складну економічну ситуацію та війну, яка

триває з 2014 року і особливо після повномасштабного вторгнення у 2022 році. Незважаючи на ці виклики, барна культура в Україні демонструє стійкість, адаптивність і прагнення до розвитку.

У місті Нововолинськ – типовому промисловому центрі Волинської області – барна культура також зазнала серйозних змін. Історично в місті переважали класичні формати: паби та невеликі заклади із традиційною кухнею. Однак за останні роки навіть у таких містах починають впроваджуватися нові підходи:

1.2. Сучасні підходи до розробки бізнес-планів у сфері гостинності

Бізнес-план у сфері гостинності є комплексним документом, що обґрунтовує доцільність створення або розвитку підприємства у цій галузі. Він слугує інструментом стратегічного планування, пошуку інвесторів, внутрішнього контролю та управління ресурсами. Типовий бізнес-план включає вступ, аналіз ринку, організаційно-правову характеристику підприємства, маркетингову, виробничу та фінансову стратегії, оцінку ризиків та перспектив розвитку [28].

У ресторанній сфері особливого значення набувають розділи, пов'язані з аналізом уподобань, сезонності, привабливості сервісу тощо. Також враховується специфіка послуг, рівень конкуренції та доступність інфраструктури.

Існують різні методики розробки бізнес-плану. Найбільш поширеною методикою розробки бізнес-планів є міжнародна форма бізнес-плану UNIDO (Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку). У табл. 1.1 наведено структуру міжнародної форми бізнес-плану UNIDO (рис. 1.1).

Методика UNIDO послужила методологічною основою розробки типової структури бізнес-планів у багатьох країнах світової спільноти, зокрема й в Україні [19, 28–29]. Більшість чинних у бізнесовому середовищі методик інших міжнародних організацій засновані на цій методиці.

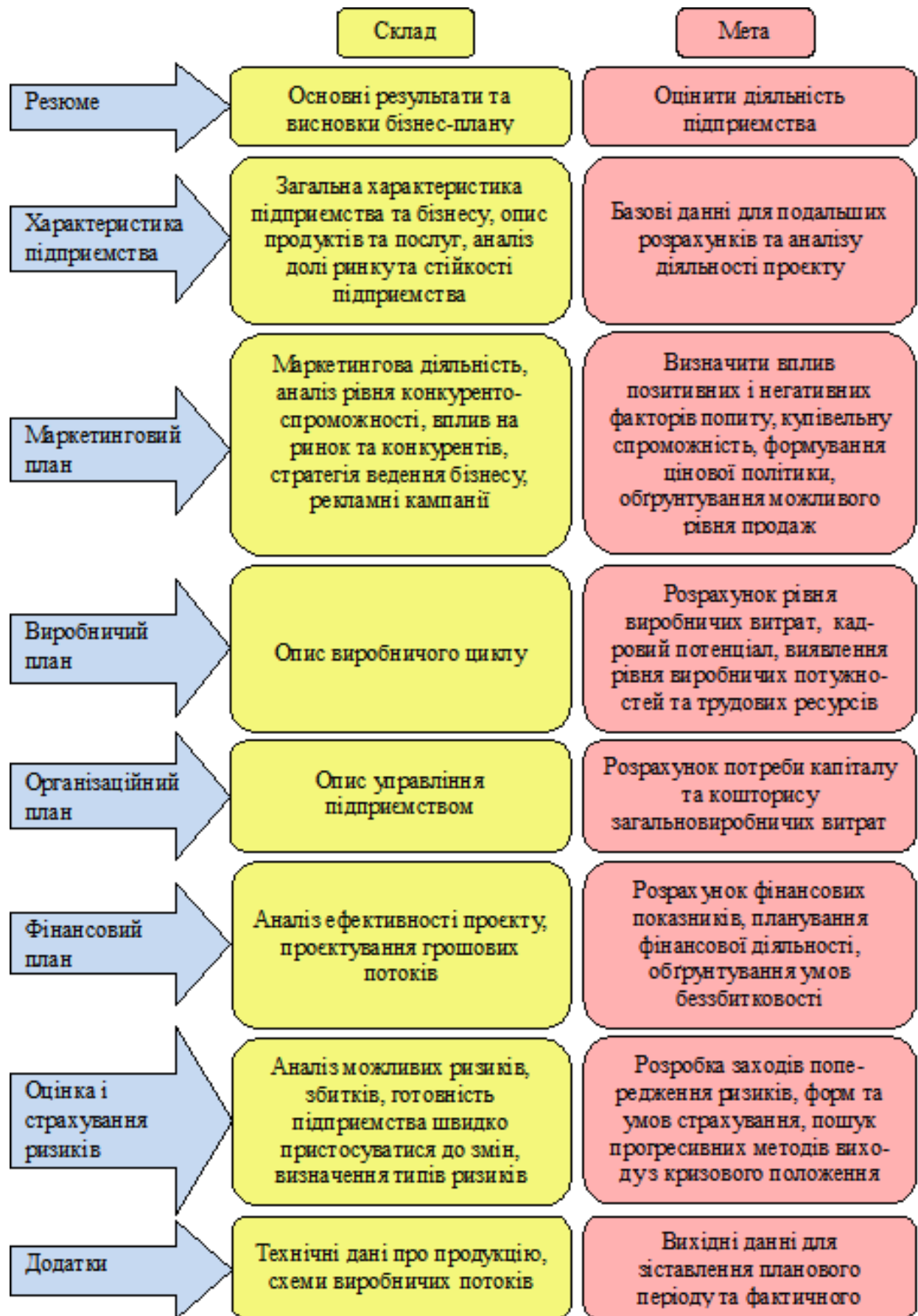


Рис. 1.1. Форма бізнес-плану UNIDO

(укладено авторкою за даними [19])

1. Резюме (вступ). Перші розділи бізнес-плану повинні забезпечити потенційного інвестора або читача повною картиною умов реалізації проєкту та його ринкового оточення. Вступна частина повинна окреслювати бачення, місію та стратегічні орієнтири підприємства. Уже протягом перших кількох хвилин ознайомлення з документом інвестор має скласти чітке уявлення про суть бізнесу, його мету та подальші етапи розвитку.

2. Загальна характеристика проєкту. Цей розділ містить ключову інформацію про організаційну структуру підприємства, планований масштаб діяльності, чисельність та основні характеристики персоналу. Основні кількісні показники дозволяють сформувати уявлення про обсяг і серйозність намірів ініціаторів проєкту. Докладне представлення структури управління та процесів має формувати у читача враження про надійність і передбачуваність бізнесу.

3. Опис продукції або послуг. У даному розділі надається чіткий і лаконічний опис усіх видів послуг та/або продукції, що пропонуються, із зазначенням їхніх характеристик, призначення та унікальності. За можливості, до бізнес-плану додаються ілюстрації, зразки або посилання на приклади, що робить пропозицію більш привабливою для інвестора та зрозумілою для інших зацікавлених сторін.

4. Маркетинговий аналіз. Розділ включає ґрунтовний аналіз ринку, на якому планується функціонування підприємства: обсяг ринку, основні конкуренти, профіль цільової аудиторії, ризики та потенційні можливості. Окрема увага приділяється позиціонуванню компанії на ринку, її потенціалу та конкурентним перевагам. Метою цього розділу є демонстрація інвестору обізнаності засновників у ринкових умовах та їх здатності ефективно орієнтуватися в конкурентному середовищі.

5. Маркетингова стратегія. Цей розділ подає цілісне бачення того, якими шляхами підприємство планує досягати ринку та залучати споживачів. Описуються основні канали просування, сегментація клієнтів, цінова політика, методи комунікації та інструменти взаємодії з аудиторією.

Маркетингова стратегія має справити враження системності, гнучкості та відповідності актуальним умовам ринку.

6. *Організаційний план.* У цьому розділі розкриваються функціональні обов'язки членів управлінської та операційної команд, а також внутрішня структура підприємства. Описується розподіл ролей, відповідальностей, механізми комунікації та прийняття рішень. Такий підхід дозволяє оцінити ступінь підготовленості команди до реалізації бізнес-проєкту.

7. *Організаційний план.* Цей розділ відображає роль кожного члена команди, всі функції та процеси.

8. *Виробничий план* Цей розділ бізнес-плану представляє інформацію про фази, кроки та основні заходи в рамках реалізації проєкту. Великим плюсом буде представлення всіх основних параметрів у вигляді схем, діаграм та графіків. Виробничий план дає уявлення інвестору про те, що проєкт добре спланований та реалізований.

9. *Фінансовий план.* Ця частина бізнес-плану включає інформацію про інвестиції, схеми фінансування, доходи за проєктом, та постійні витрати. Загалом, ця частина показує ґрунтовність фінансової концепції та інвестиційного планування.

10. *Аналіз ризиків.* Аналіз ризиків є чітко структурований перелік можливих ризиків проєкту. Аналіз містить інформацію про те, як можливо мінімізувати аналізовані ризики, але й заходи запобігання [19].

В умовах українського ринку позитивно зарекомендували себе проєкти, що поєднують локальні традиції та сучасний дизайн, працюють із локальними постачальниками, активно використовують соціальні мережі та digital-маркетинг, а також мають гнучкі операційні моделі [30].

Отже, сучасне бізнес-планування у сфері гостинності передбачає не лише традиційні розрахунки, а й креативний підхід, орієнтований на досвід споживача, сталий розвиток та інновації у сфері сервісу. Барна індустрія є важливою складовою сфери гостинності та розваг, яка постійно змінюється під впливом соціальних, економічних та культурних чинників. Сьогодні бари

виконують не лише функцію закладів для споживання алкогольних напоїв, а й стають центрами спілкування, творчих заходів та гастрономічних експериментів.

1.3. Методика та алгоритм проведеного дослідження

В рамках виконання даної кваліфікаційної роботи було здійснено комплексне дослідження, спрямоване на розробку бізнес-проєкту концептуального бару в індустріальному стилі «Carbon». Методологічну основу дослідження становить сукупність загальнонаукових та спеціальних методів аналізу, які забезпечують системний, логічний і практико-орієнтований підхід до планування та обґрунтування відкриття закладу ресторанного господарства.

Основними етапами дослідження стали:

1. Формулювання мети та завдань дослідження. На початковому етапі було визначено основну мету – розробити обґрунтований бізнес-проєкт створення концептуального бару в місті Нововолинськ. Серед ключових завдань: аналіз ринку, визначення концепції, розрахунок витрат та доходів, формування маркетингової та організаційної стратегії.

2. Аналіз наукових джерел і сучасних підходів. Було проведено теоретичне дослідження сучасних підходів до бізнес-планування у сфері гостинності. Для цього опрацьовано наукову літературу, статистичні дані, галузеві звіти, міжнародний досвід у відкритті барів концептуального типу.

3. Збір і обробка ринкової інформації. У процесі дослідження використовувалися методи маркетингового аналізу: аналіз цільової аудиторії, вивчення конкурентного середовища м. Нововолинськ. Для збору первинної інформації було застосовано анкетування потенційних споживачів і глибинні інтерв'ю з представниками місцевого ресторанного бізнесу.

4. Проєктування структури підприємства та виробничої програми. На основі зібраних даних була побудована модель закладу – з описом

організаційної структури, кадрового складу, обсягу реалізації продукції, очікуваної відвідуваності, рівня завантаженості та оборотності місць.

5. *Фінансове моделювання та оцінка ефективності.* Розроблено фінансовий план, що включає інвестиційні витрати, план доходів і витрат, амортизацію, заробітну плату, податкові зобов'язання, а також розрахунок точки беззбитковості та рентабельності проєкту.

6. *Формування висновків і рекомендацій.* На завершальному етапі було здійснено узагальнення отриманих результатів, сформульовано висновки щодо доцільності відкриття бару та запропоновано практичні рекомендації щодо його запуску, позиціонування на ринку та подальшого розвитку.

Таким чином, дослідження ґрунтується на логічно послідовному алгоритмі, який дозволяє комплексно охопити всі ключові аспекти створення нового закладу ресторанного господарства та забезпечити його стійку ринкову позицію.

РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТОВАНОГО БАРУ «КАРБОН» У МІСТІ НОВОВОЛИНСЬК

2.1. Ідея та концепція тематичного бару «Carbon»

Нововолинськ – типове українське промислове місто з населенням 49772 осіб, характеризується специфічною економічною структурою, де провідну роль відіграє вугільна промисловість. Місто було засноване у 1951 році як центр вугледобування, що визначило його індустріальний характер та соціально-демографічний склад населення [5].

Ринок ресторанного господарства м. Нововолинськ представлений переважно закладами традиційного формату: кафе, їдальні, піцерії та невеликі ресторани. За даними Державної служби статистики України, у місті функціонує близько 35–40 закладів харчування різного рівня, що становить 0,8 закладів на 1000 мешканців (при середньому показнику по Україні 1,2–1,4) [21].

Вибір індустріальної концепції з акцентом на темі вугілля (карбону) не є випадковим, а базується на глибокому аналізі культурної ідентичності Нововолинська. Вугілля як основа економіки міста протягом 70 років сформувало особливу ментальність мешканців, де цінуються надійність, міцність, автентичність.

Проектований бар «Carbon» планується як унікальний концептуальний заклад у місті з глибокими шахтарськими традиціями. Основна ідея бару полягає в поєднанні індустріальної естетики, символіки вугілля та сучасної барної культури, створюючи атмосферу, яка одночасно віддає шану історії міста та відповідає сучасним тенденціям відпочинку. Основними елементами концепції вбачаємо:

- назву бару – «Карбон», що символізує вуглець – елемент, що є основою вугілля і одночасно базовим елементом життя. Назва лаконічна, міжнародна за звучанням і легко запам'ятовується;

- дизайн та інтер'єр бару буде оформлений у стилі індастріал: бетон, метал, дерево темних тонів, груба фактура стін;

- планується, що в декорі будуть використовуватися справжні шматки вугілля як художні елементи: інсталяції на стінах, столи з вугільними вставками, світильники з обробкою під вугільні брили.

- колірна гама закладу – чорний, сірий, темно-синій, із яскравими акцентами (наприклад, тепле освітлення чи червоні деталі для створення затишку). Ці елементи будуть відображені в логотипі бару;

- музичний супровід – легкий мінімал, джаз, рок, індастріал тощо.

Очікується, що цільовою аудиторію буде молодь від 18 до 35 років, а також всі жителі й гості міста. Основний акцент – це барна карта з авторськими коктейлями, що мають назви, пов'язані із шахтарською тематикою (наприклад, коктейлі «Чорна вена», «Глибокий пласт», «Вибухова суміш», «Антарцит» та ін.). Окрім цього, широко будуть представлені локальні крафтові пива (пиво з броварні «Лучан», пивзаводів «Павлівське» та «Zeman») та наливки.

Частину інтер'єру планується присвятити історії Нововолинська як шахтарського міста – у вигляді фотогалереї або мініекспозиції (додаток Б).

Унікальність концепції бару «Carbon» полягає в глибокому поєднанні локальної ідентичності та сучасного формату закладу, що створюватиме у відвідувачів відчуття гордості за рідне місто і водночас відповідатиме їхнім очікуванням від якісного сервісу та атмосфери.

Оптимальною локацією визначено центральну частину міста з урахуванням наступних чинників: висока пішохідна доступність для всіх районів міста; наявність паркувальних місць; близькість до громадського транспорту; відповідність містобудівним нормам для закладів громадського

харчування; можливість організації літнього майданчика. І для цього підійде приміщення на бульварі Шевченка або вулиці Шахтарській.

Планується, що дизайн-концепція інтер'єру бару «Carbon» базуватиметься на принципі «контрольованої брутальності» – поєднанні грубих індустріальних елементів з продуманими рішеннями для комфорту гостей. Подібні приклади барів вже існують в Україні (наприклад – бар «11», м. Луцьк) (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Інтер'єр популярного в Луцьку закладу «Bar 11» [31]

Отже, концепція бару «Carbon» ґрунтується на ідеї створення унікального закладу громадського харчування, який поєднує індустріальну естетику, локальний колорит та сучасний підхід до сервісу. Обрана стилістика – індустріальний стиль з елементами постіндустріального дизайну – не лише відображає історичну ідентичність міста Нововолинськ як промислового центру, а й формує емоційно привабливе середовище для цільової аудиторії.

Таким чином, концепція бару «Carbon» є стратегічно виваженим підґрунтям для подальшого проєктування бізнес-моделі, маркетингової

стратегії, виробничого та фінансового планування. Вона враховує сучасні тенденції у сфері гостинності, локальні особливості ринку, інноваційний підхід до формування клієнтського досвіду та потенціал сталого розвитку.

2.2. Меню та послуги

Меню бару є ключовим елементом не лише сервісної, а й маркетингової стратегії закладу [13]. У контексті концептуального бару «Carbon», що буде реалізований в індустріальному стилі, асортимент напоїв та страв відіграє провідну роль у формуванні унікального досвіду, побудові емоційного бренду й позиціонуванні на конкурентному ринку закладів гостинності.

Меню бару «Carbon» розроблено з урахуванням актуальних гастрономічних тенденцій, уподобань цільової аудиторії та концепції простору [11]. Особливу увагу приділено авторським позиціям, поєднанню креативних смакових рішень і технологічної простоти при приготуванні. Структура меню включає кілька блоків: холодні та гарячі закуски, основні страви, десерти, барну карту з авторськими та класичними коктейлями, шоти, крафтове пиво та безалкогольні напої (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Рекомендований набір страв у меню бару «Carbon» (укладено авторкою)

Категорія меню	Найменування позиції в меню	Вихід порції, г	Вартість, грн
Холодні закуски	Брускета з прошуто та томатами	180	145
	Пате з курячої печінки з хлібом	120	125
	Сет сиров'ялених м'ясних делікатесів	200	260
	Шахтарський сет	300	310
	Вугільні чіпси	120	105
Гарячі закуски	Картопляні крокети з сиром	200	98
	Крила BBQ	250	135
	Смажений камамбер із журавлиною	130	165
Бургери	«Carbon Classic» з яловичиною	320	198
	«Smoky Chicken» з копченою куркою	310	182
Основні страви	Паста з грибами та трюфельною олією	300	195
	Стейк зі свинячої ший з соусом деміглас	250	240
	Грильовані овочі	200	115
Десерти	Брауні з кулькою морозива	150	110
	Чізкейк Нью-Йорк	140	120
	Карбонове крем-брюле	150	115
	Темний шоколад з солоною карамеллю	90	140

Примітка: перелік не є вичерпним

У концепції бару «Carbon» особливе місце посідає крафтове пиво, як важливий елемент гастрономічної культури та привабливий продукт для молодшої, активної та свідомої аудиторії. Вибір крафтових позицій орієнтується на локальних українських виробників, що поєднують якість, смакову глибину і творче ставлення до пивоваріння (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Крафтове пиво, що буде представлено у барі «Carbon» (укладено авторкою)

Найменування пива	Тип	Вихід, мл	Опис	Ціна, грн
Лучан Pale Ale	American Pale Ale	500	легкий хмільовий ель з цитрусовим ароматом та легкою гіркотою, пивоварня «Лучан», м. Луцьк	95
Лучан Milk Stout	Milk Stout	500	темне пиво з нотами шоколаду, карамелі та вершковим післясмаком. пивоварня «Лучан», м. Луцьк	110
Бузиновий IPA	India Pale Ale	500	насичений хмільовий смак із тропічними нотками, середня гіркота. Місцевий виробник зі Львова, броварня «Правда»	105
Ten Men Berliner Weisse Raspberry	Sour Ale	500	кисле пиво з натуральним малиновим пюре, освіжаюче та легке. Виробник – Ten Men Brewery, Одеса	115
Protagonist Lager	Helles Lager	500	класичний світлий лагер із чистим солодовим тілом, виготовлений у Львові	90
Copperhead Belgian Triple	Belgian Tripel	330	міцне пряне пиво з бананово-гвоздичним ароматом, традиційний бельгійський стиль. Виробник – Івано-Франківськ	120
Павлівське Живе	Lager	500	світле непастеризоване пиво з густиною 11,0 %. Місцевий виробник	90

Примітка: перелік не є вичерпним

Змішані напої в барі «Carbon» є невід’ємною частиною концепції індустріального вечора – брутальні на вигляд, але з вишуканим смаком, вони поєднують класику світового барного мистецтва з акцентами локальної ідентичності [16, 25]. Гостям будуть запропоновані як традиційні коктейлі, так і фірмові рецепти з унікальними подачами. Особливу увагу приділено балансу смаку, аромату й текстури, а також естетиці скла – мінімалізм, дим, чорний лід або кована сталь підкреслюють загальний задум бару «Carbon» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Пропонований асортимент змішаних напоїв (укладено авторкою)

Категорія	Найменування змішаного напою	Вихід, г	Ціна, грн
Авторські коктейлі	«Антрацит» (бурбон, херес, біттер, дим)	120	185 грн
	«Глибокий пласт» (ром, кава, карамель)	150	165
	«Чорна вена» (джин, базилік, огірок)	160	175
	«Вибухова суміш» (бурбон, імбир, гвоздика)	150	170
Класика	Negroni	90	155
	Old Fashioned	100	160
	Aperol Spritz	200	145
	Mojito	250	140
	Whiskey Sour	120	155

Примітка: перелік не є вичерпним

Наведений перелік не є вичерпним, а лише орієнтованим. Це дозволить нам сформуванню візуальної смакової палітри бару. Звісно, в меню будуть міцні алкогольні напої (горлка, віскі, джин, бренді тощо), українські вина, безалкогольні напої, кава в асортименті, чай і т.д., проте для розуміння задуму проєкту вистачить вищенаведених позицій меню. У перспективі можливе сезонне оновлення барної карти та меню страв, а також проведення дегустацій або вечорів локальних пивоварів.

У барі «Carbon» буде передбачено низку додаткових послуг. Заклад активно співпрацюватиме з підприємствами міста, зокрема – гірничими компаніями, що формують основу економіки Нововолинська. Для них «Carbon» можна організувати корпоративні заходи, надаючи фуршетне (або нескладне бенкетне) меню. Працівникам гірничої галузі будуть запропоновані знижки, також можна скористатись досвідом проведення інтелектуальних ігор у Луцьку «Quiz Game» та провести їх на базі проєктованого бару.

Для постійних відвідувачів буде розроблено програму лояльності, яка включатиме накопичувальні знижки, персональні запрошення на закриті події, а також іменні келихи для VIP-гостей. Окрему увагу буде приділено музичним подіям та вечорам стенд-апу. В перспективі на базі бару можна

організовувати майстер-класи «Школи бармена», де гості можуть навчитись основам міксології. Обов'язково будуть створені сторінки в соціальних мережах та сайт з меню закладу – це дозволить гостям зручно бронювати столики, переглядати меню та залишати відгуки. Таким чином, додаткові послуги бару «Carbon» дозволять сформувати багатовекторний формат дозвілля для гостей.

2.3. Просторово-функціональна організація приміщень

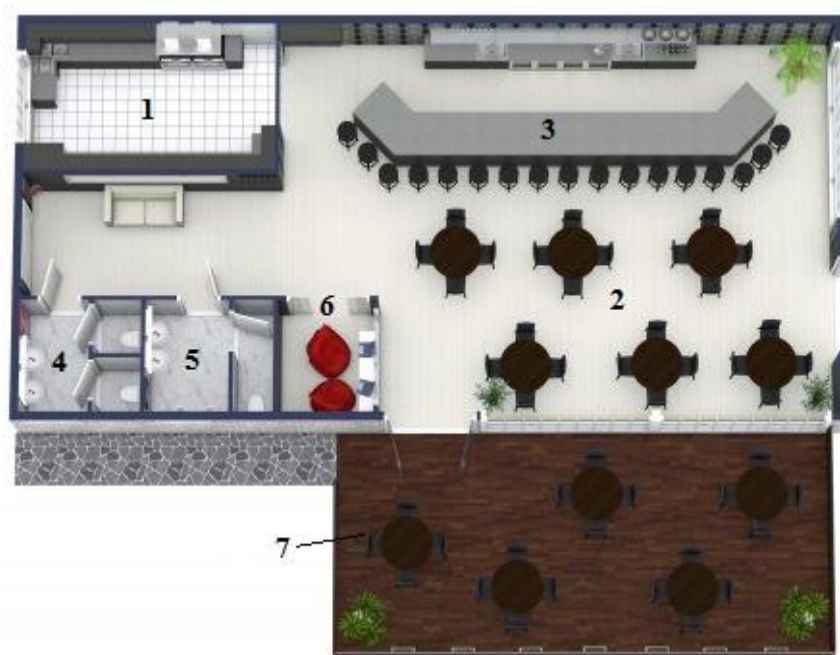
Рациональне зонування простору бару є запорукою ефективної організації роботи персоналу, високого рівня обслуговування гостей та дотримання санітарно-гігієнічних норм [4, 12, 22]. За допомогою графічного редактора «Canva» [32] було створено схему можливої планувальної організації приміщень бару (рис. 2.2). Планується, що в закладі будуть наступні функціональні зони:

1. Виробнича зона (або кухня) – кухня з універсальним (доготівельним) цехом, площею 15–20 м². Простір поділяється на холодний, гарячий цехи з урахуванням принципів потоковості та запобігання перехрещенню продуктів. Зона оснащений сучасним тепловим, холодильним та обробним обладнанням, що дозволяє забезпечити швидке та якісне приготування страв відповідно до затверджених технічних карт (додаток В). Окрім цього в межах виробничої зони передбачено охолоджувальний та не охолоджувальний склад.

2. Гостьова зала (основна торгівельна зала) – це багатофункціональний простір розрахований на 40 посадкових місць (разом з місцями біля бару) та площею до 80 м². Меблювання передбачає як індивідуальні столики, так і зони для групового відпочинку. Передбачено доступність для маломобільних груп населення.

3. Барна стійка (до 15 м²) – центральний елемент бару, що матиме довжину до 8 м й розрахована на посадку до 17 гостей. Конструкція

передбачатиме двоярусну систему з верхньою стійкою для швидкого обслуговування та нижньою зоною для комфортного сидіння гостей, професійне барне обладнання (барну станцію, льодогенератор, раковину, холодильник, пивний драфт та ін.). Стійка буде обладнана відповідною технікою для приготування кави, коктейлів, подачі напоїв, а також матиме холодильне зберігання для пива й інгредієнтів. Сюди ж інтегрується зона експрес-обслуговування для гостей, які не планують тривале перебування.



Позначення:

- 1 – виробнича зона (кухня);
- 2 – торгівельна зала;
- 3 – барна стійка;
- 4 – туалетні кімнати;
- 5 – кімната для персоналу;
- 6 – адміністративне приміщення;
- 7 – літня тераса

Рис. 2.2. Просторова організація приміщень проектного бару
(виконано авторкою з використанням графічного редактора «Canva» [32])

4. Туалетні кімнати для гостей будуть роздільні (до 10 м²). Передбачено окремі кімнати для чоловіків, жінок, а також створені умови для маломобільних груп населення (осіб з інвалідністю). Внутрішнє оздоблення витримане у стилістиці закладу.

5. Службове приміщення, призначене для відпочинку, переодягання та зберігання особистих речей працівників. Оснащене індивідуальними шафами, санітарним вузлом та умивальником. Також виконує функцію роздягальні та пункту інструктажу з охорони праці.

6. Робочий кабінет керівника або адміністратора бару, де зберігається внутрішня документація, здійснюється планування графіків, фінансовий облік та організаційна діяльність. Тут також можуть проводитися зустрічі з постачальниками, співбесіди тощо.

7. Сезонна зона обслуговування на відкритому повітрі, що функціонує у весняно-літній період. Оснащена меблями, навісами та освітленням. Літня тераса збільшує посадкову місткість закладу та приваблює відвідувачів під час теплої пори року, формуючи додатковий потік клієнтів.

Оптимальна площа для реалізації концепції бару «Carbon» становить 80–130 м², що дозволяє розмістити від 30 до 50 посадкових місць з урахуванням норм пожежної безпеки та санітарних вимог. Планувальне рішення базується на принципах функціонального зонування з урахуванням специфіки індустріального стилю.

У проекті передбачено чіткий розподіл функціональних зон відповідно до вимог санітарних норм, логістики обслуговування та комфорту гостей. Виробнича зона забезпечена необхідним професійним обладнанням для якісного приготування страв, торгівельна зала – зручною посадкою й атмосферним інтер'єром у стилі індастріал, барна стійка – фокусною точкою концепції. Також продумано простори для персоналу, санітарні вузли та адміністративні приміщення, що сприятиме ефективній роботі колективу. Окремим елементом простору є літня тераса, яка дозволяє масштабувати обслуговування в теплу пору року. Такий функціональний підхід забезпечує високу пропускну здатність закладу, зручність для клієнтів та відповідність сучасним стандартам індустрії гостинності.

Нами укладений приблизний графік реалізації проекту з відкриття бару в якому визначені тривалість тих чи інших робіт до відкриття. Подібний графік робиться для того, щоб не вибитися зі запланованих термінів та відкритися до визначеної дати [26]. Звісно, графік є приблизним і може змінюватись від непередбачуваних обставин (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Графік розподілу заходів з реалізацією проєкту (укладено авторкою)

Найменування процесу	Тривалість, днів	Дата початку
Офіційна реєстрація підприємницької діяльності	7	02.01.2026
Звернення в банк для оформлення кредитної лінії	14	09.01.2026
Підписання договору оренди комерційного приміщення	5	15.01.2026
Виконання ремонтно-оздоблювальних робіт у залі	90	21.01.2026
Придбання та встановлення технологічного кухонного й барного обладнання	21	16.03.2026
Закупівля сервізу та комплектів столового посуду	7	20.03.2026
Закупівля професійної аудіо- та відеосистеми	4	28.03.2026
Впровадження системи управління рестораном (R-Keeper / Poster)	4	04.04.2026
Придбання та розміщення меблів у торговій залі	4	08.04.2026
Підбір декоративних елементів та оформлення інтер'єру	3	16.04.2026
Підбір та навчання персоналу напередодні запуску	25	01.05.2026
Проведення пробного (тестового) запуску закладу для відпрацювання усіх виробничо-технологічних процесів	0	25.05.2026

Термін виходу на проєктну потужність визначаємо у п'ять місяців (з моменту початку реалізації проєкту у січні 2026 р.). На початковому етапі планується потужна рекламна кампанія, спрямована на інформування потенційних гостей, цільова реклама, реклама в соціальних мережах тощо. Основний акцент слід робити на брутальній індустріальній концепції, широкий асортимент барної карти та високий сервіс.

РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЄКТОВАНОГО БАРУ «CARBON» У МІСТІ НОВОВОЛИНСЬК

3.1. Організаційно-правова форма проєктованого бару

Вибір оптимальної організаційно-правової форми для функціонування бару «Carbon» базується на аналізі специфіки діяльності, обсягів планованого обороту, податкових переваг та вимог законодавства України у сфері громадського харчування.

З урахуванням специфіки проєкту та прогнозованих фінансових показників оптимальною організаційно-правовою формою вважаємо – фізичну особу-підприємця (ФОП) з обранням спрощеної системи оподаткування (2 група ЄП). Така форма оптимальна для малого бізнесу в сфері обслуговування, оскільки дозволяє знизити адміністративні витрати та спростити звітність.

Підприємець буде здійснювати діяльність згідно з КВЕД 56.10 – діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. У разі розширення бізнесу (наприклад, відкриття ще одного закладу або масштабування виробництва) можлива трансформація у форму ТОВ.

Для легального функціонування бару необхідно буде отримати:

- ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями (Державна податкова служба України) [3];
- дозвіл на відкриття та експлуатацію закладу харчування (Нововолинська міська рада);
- висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (Держпродспоживспілка України у Волинській області);
- дозвіл на зовнішню рекламу (Нововолинська міська рада)

Процедура реєстрації: Державна реєстрація ТОВ здійснюється через центр надання адміністративних послуг або онлайн-сервіси протягом 1-3 робочих днів. Необхідні документи: заява про державну реєстрацію; рішення

про створення юридичної особи; установчі документи; документ про сплату адміністративного збору.

Для повноцінного функціонування закладу також буде укладено договори з зовнішніми підрядниками – бухгалтером (аутсорсинг), SMM-менеджером, службою охорони, провайдерами телекомунікаційних послуг, а також постачальниками сировини та обладнання.

3.2. Структура управління та персонал

Ефективне функціонування будь-якого закладу ресторанного господарства значною мірою залежить від правильно сформованої організаційної структури управління. Для концептуального бару «Carbon», обрано лінійно-функціональну модель управління (рис. 3.1). Такий підхід дозволяє поєднати централізоване стратегічне керівництво з функціональним розподілом обов'язків серед працівників.

Структура управління баром включатиме такі ключові посади:

- власник (інвестор) або керуючий баром – загальний контроль над фінансовою діяльністю, стратегічний розвиток, затвердження бюджету та ключових рішень;
- бармени (2 працівника) – приготування та подача напоїв, комунікація з клієнтами, підтримка чистоти барної зони;
- кухар (2 особа) – приготування страв згідно з меню, дотримання санітарних норм;
- помічник кухаря (2 особа) – допоміжні кухонні роботи, холодний процес, нарізка, прибирання;
- офіціанти (4 особи) – обслуговування гостей, прийом замовлень, розрахунок клієнтів;
- технічний персонал або прибиральник (2 особа) – прибирання закладу, санітарне обслуговування;

- SMM-менеджер (на аутсорсі) – ведення соціальних мереж, рекламні кампанії, контент-менеджмент;
- бухгалтер (на аутсорсі) – ведення фінансової звітності, податкове планування, облік витрат і доходів.

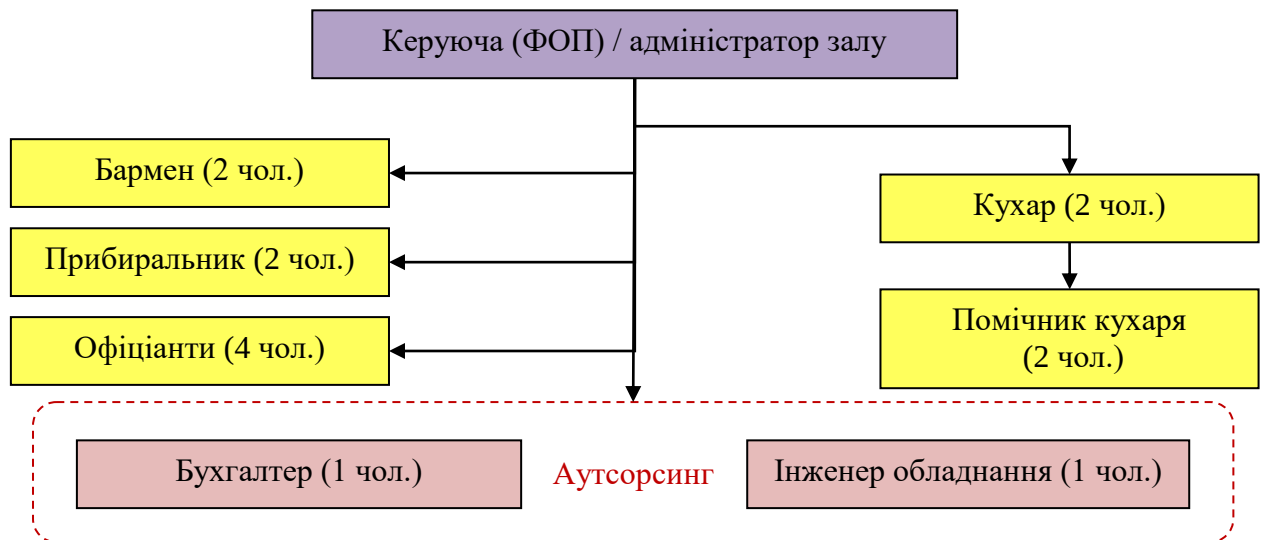


Рис. 3.1. Лінійно-функціональна структура управління баром
(розроблено авторкою)

Бар «Carbon» працюватиме, орієнтовно з 10:00 до 23:00 у будні та до 23:30 у вихідні (після завершення воєнного стану час роботи може бути переглянутий). Це обумовлює потребу в гнучкому графіку змінності персоналу, з урахуванням пікових днів тижня (п'ятниця, субота).

Таблиця 3.1

Штатний розпис персоналу бару «Carbon» (укладено авторкою)

Посада	Кількість працівників	Графік роботи	Заробітна плата (грн/міс)
Керуюча (адміністратор)	1	повний день	25000
Бармен	2	позмінно (2/2)	18000
Кухар	2	вечірні зміни	17000
Помічник кухаря	2	часткова зайнятість	12000
Офіціант	4	позмінно (2/2)	15000
Прибиральник	2	ранок або після закриття	10000
Бухгалтер (аутсорс)	1	погодинно	5000
SMM-менеджер	1	фріланс / аутсорсинг	7000
Разом			109000

Звісно, остаточна чисельність персоналу визначатиметься залежно від функціональної доцільності, а система оплати праці, побудована на посадових окладах і прив'язана до фактично відпрацьованого часу та досягнення результатів, доповнюватиметься мотиваційною програмою (преміями) з виділенням фонду в розмірі 20 тис. грн на місяць для заохочення за успішні продажі та реалізацію продукції й послуг (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Плановий кошторис витрат на фонд заробітної плати, грн

Найменування	За місяць	За рік
Зарплатний фонд	109000,00	1308000,00
Фонд премій	20000,00	240000,00
Разом	129000,00	1548000,00

Фонд заробітної плати на рік становитиме 1548000,00 грн., у т.ч. преміями для персоналу та мотиваційною програмою. Середня заробітна плата становитиме – 16166,00 грн., що є значно нижчим середнього показника по Україні, проте система мотивацій та бонусів передбачає поступове збільшення окладу з часом.

Таким чином, організаційна структура бару «Carbon» сформована з урахуванням його концептуальної спрямованості, обмеженого формату та спеціалізації на вечірньому обслуговуванні. Запропонована модель управління дозволяє забезпечити високий рівень сервісу, гнучкість в управлінні ресурсами, ефективне делегування функцій та контроль за якістю продукції й обслуговування.

3.3. Витрати на маркетинг

Перед відкриттям бару «Carbon» у місті Нововолинськ було проведено попереднє маркетингове дослідження з метою визначення кон'юнктури ринку, структури попиту, основних конкурентів та характеристик цільової аудиторії. У місті налічується понад 60 закладів різних типів (кафе, піцерії,

столові, невеликі бари й кав'ярні), сегмент концептуальних барів з чіткою тематикою та авторською барною картою практично відсутній (додаток Д). Аналіз споживчих уподобань засвідчив стабільний попит серед мешканців віком 20–40 років на неформальні простори з акцентом на авторські напої й живий музичний супровід: понад 70 % опитаних висловили бажання відвідувати подібні заклади щонайменше раз на тиждень. При цьому середній чек у локальних закладах складає 120–150 грн, тоді як респонденти готові витратити на коктейльні вечори 200–300 грн.

Конкурентний аналіз підтвердив, що ключові гравці ринку зосереджені на масових пропозиціях, водночас клієнти шукають індивідуалізований сервіс, атмосферу «міського лофту» та нетривіальні смакові поєднання. Таким чином, існує значний ринковий простір для відкриття концептуального бару «Carbon», який зможе задовольнити потребу в альтернативному, креативному та стильному форматі дозволя.

Цільовою аудиторією бару буде активна молодь віком 20–35 років, працівники сфери ІТ, бізнесу та творчих індустрій, а також люди, що цінують сучасну барну культуру, соціалізацію та якісні авторські напої. Орієнтовна чисельність потенційної цільової аудиторії становить 7–10 тисяч осіб, з урахуванням жителів сусідніх населених пунктів, які приїжджають до Нововолинська щоб познайомитись з містом чи у справах.

Маркетингова стратегія містить два етапи – до відкриття закладу та з моменту відкриття [26]. Рекламні заходи, які будуть проводитись до відкриття складаються з низки взаємопов'язаних заходів, що мають сформувати сильний перший імпульс та забезпечити максимальне зацікавлення цільової аудиторії:

1. Першим кроком є створення візуального ключа бренду – логотипу, шрифтової палітри та кольорової схеми. Індивідуальний знак «Carbon» у поєднанні з графічними елементами індустріального стилю закладає фундамент для всієї подальшої візуальної комунікації: вивісок, меню, поліграфії та дизайну соціальних мереж. З використанням засобів штучного

інтелекту ми розробили логотип, який цілком може бути основним для проєктованого закладу (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Пропонований логотип проєктованого бару «Carbon»
(розроблено авторкою з використанням [32])

2. Фотосесія інтер'єру (teaser-контент). Професійна фотозйомка ще незавершеного, але атмосферного інтер'єру бару дозволить створити teaser-контент – короткі кадри та знімки з незвичними ракурсами, димовими ефектами й акцентами на фактурі матеріалів. Цей контент стане першою «запрошувальною» інтригою для потенційних гостей.

3. Запуск соцмереж (SMM-менеджер). На базі готової бренд-ідентики SMM-менеджер налаштовує акаунти в Instagram, Facebook та TikTok. Формується контент-план на 4–6 тижнів до відкриття: анонси, «за лаштунками», знайомство з командою та “загадки” майбутнього меню. Планється, що ці обов’язки виконуватиме керуюча баром.

4. Таргетована реклама у Facebook/Instagram. За місяць до відкриття бару запускається оплачене просування з точним таргетингом на аудиторію 20–35 років у радіусі 5–7 км від бару. Використовуються короткі відеоролики teaser-формату та каруселі з фото інтер'єру й авторських коктейлів.

5. Реклама у місцевих Telegram-каналах. У співпраці з найбільш популярними в Нововолинську Telegram-спільнотами розміщується інформація про відкриття: анонс події, деталі soft opening, запрошення на вечірку запуску. М'які рекламні формати – опитування, інтерактивні голосування, гіфки.

6. Виготовлення зовнішньої вивіски та банерів. Паралельно з digital-активностями замовляються та монтуються фасадна вивіска, 2–3 банери з лого й слоганом «Carbon» поряд з пішохідними маршрутами й автостоянками. Вони починають працювати за місяць до відкриття.

7. Організація вечірки-відкриття (тестовий запуск). За тиждень до офіційного старту проводиться soft opening – закрита пробна вечірка для друзів, партнерів, представників локальних ЗМІ та блогерів. Мета – відпрацювати робочі процеси, зібрати фідбек і створити контент для соцмереж.

Таблиця 3.3

Рекламні заходи до відкриття бару (розроблено авторкою)

Рекламний захід	Витрати, грн	Опис заходів
Розробка логотипу та бренд-ідентики	6 000	мінімалістичний стиль, індустріальні шрифти, ч/б кольорова гама
Фотосесія інтер'єру (teaser-контент)	3 000	для Instagram, Facebook, афіш та зовнішньої реклами
Запуск соцмереж (SMM-менеджер)	7 000	розробка контент-плану, оформлення, таргетована реклама
Таргетована реклама у Facebook/Instagram	10 000	промо-кампанія з короткими відео, анімаціями меню, атмосферою
Реклама у місцевих Telegram-каналах	3 000	співпраця з медіа-ресурсами Нововолинська
Виготовлення зовнішньої вивіски, банерів	6 000	зовнішня вивіска, афіші на вулицях
Організація вечірки-відкриття (тестовий запуск)	15 000	Welcome drinks, DJ, фото- і відеозвіт, контент для соцмереж
Партнерство з місцевими інфлюенсерами	5 000	оплата сторісів + візити на відкриття
Разом	55000	

8. Партнерство з місцевими інфлюенсерами. Напередодні офіційного відкриття запрошуємо 3–5 локальних лідерів думок (Instagram та TikTok

блогерів) на ексклюзивний огляд інтер'єру та дегустацію фірмових коктейлів. Їхні stories, відеоогляди та пости забезпечать додаткове охоплення.

Ця кампанія, що поєднує брендинг, digital-маркетинг, офлайн-рекламу та партисипативні події, дозволить бару «Carbon» увірватися на локальний ринок з високою впізнаваністю та перші місяці роботи провести на повній завантаженості.

Після офіційного відкриття бару «Carbon» для підтримки впізнаваності бренду та залучення гостей щомісяця передбачаються такі рекламні витрати:

1. Таргетована реклама в Facebook/Instagram (5000 грн/міс.). Оплачувані кампанії для просування актуальних акцій, нових позицій меню та подій бару. Налаштування охоплення за геолокацією, віком та інтересами цільової аудиторії.

2. Друк поліграфічної продукції (меню, флаєри) (1500 грн/міс.). Оновлення друкованих меню, рекламних флаєрів та листівок, які роздаються у закладі та в партнерських точках.

3. Афіші для розміщення в партнерських локаціях (1000 грн/міс.). Друк та розвішування афіш у суміжних закладах – кав'ярнях, коворкінгах, галереях, грома--дських просторах.

Таблиця 3.4

Постійні рекламні витрати (укладено авторкою)

Стаття витрат	Сума, грн	Опис заходів
SMM-менеджер	—	Контент, Stories, Reels, дизайн афіш, регулярні пости
Таргетована реклама (Facebook/Instagram)	5 000	Просування сезонних акцій, коктейлів, подій
Email-розсилка (через CRM-сервіс)	500	База гостей із бронюванням, розсилки зі знижками
Друк поліграфії (меню, флаєри)	1 500	Щомісячне оновлення: меню, тематичні тижні
Афіші для розміщення у партнерських локаціях	1 000	Кав'ярні, бібліотеки, музичні школи, магазини з вінілом
Події (квізи, стендапи, джазові вечори)	8 000	Оренда апаратури, гонорари артистам, промо
Фото- та відеозвіт подій	2 000	Для соцмереж, Reels, YouTube
Разом	25000	

4. Події (квізи, стендапи, джазові вечори) (8000 грн/міс.). Організація тематичних вечорів зі сплатою гонорарів ведучим, командам-учасникам, музикантам та організації технічного забезпечення.

5. Фото- та відеозвіт подій (2000 грн/міс.). Послуги фотографа й відеографа для створення контенту після кожного заходу: публікації в соцмережах, реклами наступних подій та архіву на сайті.

Витрати на SMM-менеджера відсутні, оскільки за розробку й публікацію контенту в Instagram, Facebook та TikTok, створення Stories та Reels, взаємодію з підписниками і модерацію коментарів тощо, нестиме відповідальність керуюча баром.

Очікувані результати маркетингової стратегії: створення впізнаваного бренду бару «Carbon» у перші 2 місяці, досягнення 1000 підписників у соцмережах до моменту відкриття, стабільне завантаження бару на 60–80% у вечірній час упродовж 3-х місяців, формування ядра лояльних клієнтів до кінця першого півріччя.

Як вже вище згадувалось, будуть передбачені спеціальні маркетингові програми: програма лояльності (наприклад, 5-й коктейль безкоштовно, фірмова картка гостя, «Happy Hours» щовечора з 17:00 до 19:00 – знижки на обрані позиції бару та 10% знижка для працівників гірничих підприємств.

3.3. Виробничий план бару

Концептуальний бар «Carbon» функціонуватиме у форматі вечірнього закладу з авторськими коктейлями, закусками, craft-напоями, а також елементами гастрономічного шоу. Основна виробнича діяльність включає організацію барного обслуговування, приготування страв холодного і гарячого процесу та реалізацію напоїв – алкогольних, безалкогольних та кавових. Заклад працюватиме 7 днів на тиждень, за 10:00 до 23:00, що відповідає цільовій аудиторії та формату концептуального вечірнього простору.

Загальна тривалість роботи бару – з 10:00 до 23:00, щодня без вихідних.

Передбачається розділення потоку гостей на 3 основні часові періоди:

- ранково-обідня (10:00–16:00) – 30 % завантаженості;
- вечірня (16:01–20:00) – 50–60%;
- пізня (20:01–23:00) – до 80%.

Орієнтована кількість гостей може бути визначена на основі графіку завантаження залу і оборотності протягом дня [14, 20]. Кількість гостей, які відвідують заклад протягом однієї години, обчислюється за формулою 3.1 [24]. Розрахунки укладені у табл. 3.5.

$$N = \frac{P \cdot \varphi \cdot X}{100}, \quad (3.1)$$

де, N – кількість гостей, що обслуговуються за годину;

P – місткість залу;

φ – оборотність місця в залі протягом години

X – відсоток завантаження залу, %.

Таблиця 3.5

Розрахунок кількості гостей проєктованого ресторану
(розраховано авторкою)

Час роботи залу	Оборотність місця (φ), кількість / 1 год.	Відсоток завантаження залу, X	Кількість гостей за 1 годину роботи, N
10–11	1	10	4
11–12	0,7	20	6
12–13	0,4	30	5
13–14	0,9	35	13
14–15	0,7	30	8
15–16	0,3	25	3
Разом за ранково-обідній час			39
16–17	0,5	40	8
17–18	0,5	55	11
18–19	0,7	55	15
19–20	0,8	60	20
Разом за вечірній час			54
20–21	0,9	65	24
21–22	0,9	80	29
22–23	0,5	75	15
Разом за вечірній час			68
Разом за день			161

Отже, розрахунок показує, що в середньому показник відвідуваності проєктованого бару «Carbon» становитиме 161 гість на день. Слід зазначити, що максимальна чисельність гостей спостерігатиметься після 17:00, а пікова відвідуваність очікується о 21:00-22:00 год.. При середньому чеку в 270 грн, денна виручка становитиме 43470 грн, а місячна – 1304100 грн.

Коефіцієнт споживання страв – це показник, який відображає частоту або ймовірність замовлення певних страв відвідувачами ресторану. Він дозволяє оцінити популярність кожної страви у меню і допомагає в управлінні запасами, ціноутворенні, плануванні меню та маркетингових стратегій [24]. У табл. 3.6 розраховано денну виробничу програму.

Таблиця 3.6

Розрахунок денної виробничої програми ресторану (розраховано авторкою)

Час роботи ресторану	План кількості гостей, од.	План реалізації напоїв та кулінарної продукції				
		Пиво	Коктейлі	Безалкогольні напої	Закуси та десерти	Разом
		Коефіцієнт споживання страв				
	Обідній час	0,1	0,3	5	2,5	7,9
	Вечірній час	1,2	0,9	1,2	1,5	4,8
	Пізній час	1,5	1,2	1	2	5,7
	Реалізація страв, за годинами					
10–11	4	0,4	0,12	0,6	1,5	2,62
11–12	6	0,6	0,18	0,9	2,25	3,93
12–13	5	0,5	0,15	0,75	1,875	3,275
13–14	13	1,3	0,39	1,95	4,875	8,515
14–15	8	0,8	0,24	1,2	3	5,24
15–16	3	0,3	0,09	0,45	1,125	1,965
Разом за ранково-обідній час	39	3,9	1,17	5,85	14,625	25,545
16–17	8	9,6	8,64	10,368	15,552	44,16
17–18	11	13,2	11,88	14,256	21,384	60,72
18–19	15	18	16,2	19,44	29,16	82,8
19–20	20	24	21,6	25,92	38,88	110,4
Разом за вечірній час	54	64,8	58,32	69,984	104,976	298,08
20–21	24	36	43,2	43,2	86,4	208,8
21–22	29	43,5	52,2	52,2	104,4	252,3
22–23	15	22,5	27	27	54	130,5
Разом за вечірній час	68	102	122,4	122,4	244,8	591,6
Разом за зміну	161	170,7	181,89	198,234	364,401	915,225

Отже, виходячи з вищенаведених розрахунків, виробничий план бару «Carbon» на день становитиме 915 позицій меню (напоїв та закусок разом), з яких на пиво припадає –171 од., – коктейлі та міцні алкогольні напої – 182 од., безалкогольні напої (у т.ч. кава) – 198 од., закуски та десерти – 364 од.

Заклад планує працювати на основі систематичного постачання продуктів кожні 2–3 дні, що забезпечить свіжість сировини, мінімізує складські витрати та втрати. Деякі позиції зберігатимуться у вакуумі (м'ясо, сири), а напої – у барному холодильному обладнанні.

Слід зазначити, що виробничий план концептуального бару «Carbon» базується на очікуваних прогнозах відвідуваності, обігу місць і не завжди може відповідати сучасним ринковим тенденціям.

3.4. Фінансовий план

Фінансовий план є ключовим компонентом бізнес-плану, що дозволяє оцінити вартість реалізації проєкту, прогнозувати поточні витрати, доходи, прибуток та термін окупності [6]. У цьому підрозділі наведено обґрунтовані розрахунки початкових інвестицій, постійних витрат, податкових зобов'язань і прогнозів виручки для концептуального бару «Carbon».

Для реалізації проєкту бару «Carbon» необхідно передбачити низку першочергових інвестицій, які забезпечать повноцінний запуск закладу та його стабільне функціонування на стартовому етапі (табл. 3.7).

Перш за все, значна частина коштів буде спрямована на оренду приміщення. Згідно з типовими умовами комерційного ринку, передбачено оплату за два місяці наперед, а також внесення депозиту як гарантії для орендодавця. Це дозволить закріпити за собою бажане приміщення та уникнути непередбачених затримок із відкриттям.

Другою великою статтею витрат є ремонтні роботи та оформлення інтер'єру. Відповідно до концепції бару «Carbon», планується індустріальний стиль із елементами сучасного освітлення, неону та тематичного декору.

Передбачено повний цикл робіт: від дизайнерського проєкту до придбання меблів та декорування простору.

Окремим блоком йдуть витрати на обладнання барної та кухонної зон. Йдеться про професійне оснащення, таке як холодильники, барні стійки, витяжки, кухонні столи, плити, духовки, міксери тощо. Це забезпечить ефективну роботу персоналу, дотримання санітарних норм та високу якість обслуговування (додаток Е).

У проєкті також передбачено закупівлю ІТ-обладнання та комунікаційних рішень. Сюди входять POS-система для обліку та обслуговування клієнтів, стабільний Wi-Fi, термінали для оплати, а також базова система відеонагляду. Все це сприятиме сучасному та зручному управлінню бізнесом.

Для безпосереднього запуску необхідно здійснити стартову закупівлю продукції: сировини для кухні, алкоголю, кави, посуду, витратних матеріалів та засобів гігієни. Це дозволить сформувати повноцінне меню на перші тижні роботи.

Не менш важливою є рекламна кампанія на старті. Передбачено створення сторінок у соцмережах, налаштування таргетованої реклами, роботу з інфлюенсерами, а також організацію заходу з нагоди відкриття – з музикою, фото- і відеозйомкою, спеціальними пропозиціями для перших гостей.

Таблиця 3.7

Кошторис витрат на відкриття бару (укладено авторкою)

Стаття витрат	Сума, грн
Оренда приміщення (перших 2 міс. + депозит)	60000
Ремонт і дизайн інтер'єру	250000
Обладнання бару та кухонної зони	130000
Кухонне і кондитерське обладнання	80000
ІТ та комунікаційне забезпечення (POS, Wi-Fi)	40000
Закуп сировини, напоїв, посуду, витратних матеріалів	70000
Реклама на етапі запуску (SMM, PR, відкриття)	30000
Резервний фонд	40000
Разом інвестиційних витрат	700000

Останньою, але не менш важливою статтею витрат є створення резервного фонду. Цей фонд дозволить оперативно покривати непередбачувані витрати, які можуть виникнути на початковому етапі діяльності: коливання вартості продуктів, терміновий ремонт обладнання, додаткові витрати на персонал тощо.

Загальний обсяг першочергових інвестицій, необхідних для відкриття бару «Carbon», становить приблизно 700000 грн. Ця сума охоплює всі ключові етапи підготовки та запуску закладу – від оренди приміщення до рекламного супроводу – та формує надійну фінансову основу для успішного старту бізнесу.

До постійних щомісячних витрат бару «Карбон» належать усі обов'язкові витрати, необхідні для стабільного функціонування закладу незалежно від обсягів прибутку. З урахуванням особливостей діяльності та структури витрат, до основних статей можна віднести (табл. 3.8):

1. Заробітна плата персоналу. У штаті бару передбачено 7 осіб, включаючи барменів, офіціантів, прибиральника, адміністративного менеджера та технічного працівника. З урахуванням податків, щомісячний фонд оплати праці становитиме 120000 грн, що дозволить забезпечити належний рівень обслуговування та мотивацію працівників.

2. Орендна плата. Згідно з умовами домовленостей з орендодавцем, оренда приміщення у центрі м. Нововолинськ почне сплачуватися з третього місяця після відкриття. Її щомісячна сума складатиме 25000 грн.

3. Закупівля сировини та напоїв. Для приготування напоїв, коктейлів і супутніх страв щомісячно планується витратити близько 100000 грн на сировину, алкоголь, безалкогольні напої та інгредієнти.

4. Комунальні послуги. Ураховуючи площу приміщення та режим роботи закладу, витрати на електроенергію, водопостачання, водовідведення та опалення становитимуть в середньому 10000 грн на місяць.

5. SMM-супровід. Ведення сторінок у соціальних мережах, створення контенту та взаємодія з аудиторією передбачається на умовах аутсорсингу. Щомісячна оплата послуг SMM-менеджера становитиме 8000 грн.

6. Бухгалтерські послуги. Облік доходів і витрат, податковий супровід та фінансова звітність передбачені через аутсорсинг, що обійдеться підприємству в 6000 грн щомісяця.

7. Маркетингові витрати. Рекламні кампанії у соціальних мережах, організація тематичних вечорів та локальних івентів, а також друк рекламної продукції потребуватимуть щомісячно 10000 грн.

8. Поточні витратні матеріали. До цієї категорії належать серветки, миючі засоби, стаканчики, соломинки, ганчірки тощо. На ці потреби передбачено 5000 грн щомісяця.

9. Податки. Бар працюватиме на спрощеній системі оподаткування за ставкою 5% від обороту, що при прогнозованому обсязі продажів становить орієнтовно 20000 грн на місяць.

10. Амортизаційні витрати. З урахуванням терміну служби обладнання (кавомашини, холодильного обладнання, меблів, освітлення та ін.), щомісячні амортизаційні відрахування складають 8000 грн.

Таблиця 3.8

Постійні витрати бару (укладено авторкою), на місяць

Стаття витрат	Сума, грн
Оренда (з 3-го місяця)	25000
Заробітна плата (7 осіб + податки)	120000
Закуп сировини, напоїв	100000
Комунальні послуги (електрика, вода, опалення)	10000
SMM-менеджер (аутсорсинг)	8000
Бухгалтер (аутсорсинг)	6000
Маркетинг (таргет, івенти, реклама)	10000
Поточні витратні матеріали (посуд, серветки тощо)	5000
Податки (спрощена система, 5%)	близько 20000
Амортизаційні витрати	8000
Разом щомісячних витрат	312000

Усього сума щомісячних постійних витрат становить орієнтовно 312 000 грн. Цей показник дозволяє сформувати нижню межу фінансових зобов'язань підприємства, яка має бути покрита прибутками, щоб забезпечити беззбиткову діяльність.

Виходячи з прогнозованої середньої кількості відвідувачів близько 1600 гостей на місяць, середнього чека 270 грн, очікуваний щомісячний дохід становитиме – 432000 грн. Відповідно операційний прибуток становить 120000 грн. Орієнтовна окупність проєкту 6–8 місяців (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Фінансові результати (укладено авторкою)

Показник	Сума, грн/міс
Дохід	430000
Поточні витрати	312000
Операційний прибуток	120000
Точка беззбитковості	близько 1160 гостей / міс (при середньому чеку 270 грн)
Орієнтовна окупність	6–8 місяців (за стабільного прибутку)

Фінансові розрахунки свідчать про високу рентабельність проєкту. За умови стабільної відвідуваності, ефективної маркетингової стратегії та грамотного управління витратами бар «Carbon» зможе досягти точки беззбитковості вже на 3–4 місяць діяльності, а повна окупність інвестицій можлива протягом першого року роботи. Урахування резервного фонду та гнучкість у зовнішніх послугах дозволяють зменшити фінансові ризики.

Також необхідно закупити все необхідне обладнання, предмети інтер'єру та зробити косметичний ремонт приміщення. Для складання фінансового плану необхідно визначитися з усіма поточними витратами підприємства. Деякі з них, а саме витрати на рекламу, оренда приміщення, оплата праці, сума відрахувань у позабюджетні фонди та інші витрати вже було розраховано раніше.

У структурі капіталу власних коштів немає, тому пропонується звернутися до банківської установи за кредитом на розвиток бізнесу.

Планується взяти в борг 1 млн грн на пів року. Розрахуємо суму піврічних виплат анuitетним методом за формулою (3.1):

$$K = \frac{i \times (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}, \quad (3.1)$$

де i – це відсоткова ставка за один період (всього періодів n),

n – кількість періодів на протязі дії анuitету.

Графік погашення кредиту представлено таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Графік погашення кредиту, грн. (розраховано авторокою)

Дата, місяць	Тіло кредиту	Відсотки	Платежі	Залишок боргу
2025-07	75967,84	16666,67	92 634,51	924032,16
2025-08	77233,97	15400,54	92 634,51	846798,19
2025-09	78521,20	14113,30	92 634,51	768276,99
2025-10	79829,89	12804,62	92 634,51	688447,10
2025-11	81160,39	11474,12	92 634,51	607286,71
2025-12	82513,06	10121,45	92 634,51	524773,65
2026-01	83888,28	8746,23	92 634,51	440885,37
2026-02	85286,42	7348,09	92 634,51	355598,96
2026-03	86707,86	5926,65	92 634,51	268891,10
2026-04	88152,99	4481,52	92 634,51	180738,11
2026-05	89622,20	3012,30	92 634,51	91115,91
2026-06	91115,91	1518,60	92 634,51	0,00

Ми розрахували кредит для бізнесу у ПриватБанку, шляхом використання анuitетної (рівномірної) форми платежів, що передбачає щомісячне внесення фіксованої суми – 92634,51 грн протягом одного року. Такий підхід є зручним для планування фінансової діяльності бару «Карбон» у м. Нововолинськ, оскільки дозволяє стабільно прогнозувати грошові потоки. На початку кредитного періоду значна частка щомісячного платежу спрямовується на сплату відсотків (у липні – понад 16 тис. грн), тоді як частка, що покриває тіло кредиту, поступово зростає. Наприкінці терміну, навпаки, відсотки зменшуються до мінімуму (у червні – лише 1518,60 грн), а основна частина платежу вже йде на погашення залишку позики.

РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА РИЗИКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ТА ШЛЯХИ ЇХНЬОЇ МІНІМІЗАЦІЇ

Відкриття нового закладу ресторанного господарства завжди супроводжується певними ризиками, які можуть вплинути на успішність реалізації бізнес-проєкту. Слід не забувати, що ми живемо й плануємо до відкриття бар в Україні, а ризики тут доволі суттєві: від економічної нестабільності та змін у законодавстві до впливу війни, коливань купівельної спроможності населення, проблем із логістикою, нестачею персоналу та енергетичних ризиків – усе це слід враховувати при розробці та реалізації бізнес-плану. Систематична оцінка ризиків дозволяє підприємцю підготуватися до можливих викликів та забезпечити стабільне функціонування бару «Carbon» в умовах мінливого ринкового середовища [28]. Ризики проєкту бару можна згрупувати за загальноприйнятими критеріями:

- за джерелом виникнення (внутрішні та зовнішні);
- за характером впливу (фінансові, операційні, репутаційні, військові);
- за ступенем контролюваності (керовані та некеровані).

Комплексний підхід до управління ризиками передбачає не лише їх ідентифікацію, а й кількісну оцінку ймовірності виникнення та потенційного впливу на діяльність підприємства. Для оцінки ризиків реалізації проєкту ми використали комбіновану методику, що включає експертні оцінки, аналіз статистичних даних галузі та порівняння з аналогічними підприємствами. Ймовірність виникнення ризиків оцінювалася за п'ятибальною шкалою: дуже низька (1); низька (2); середня (3); висока (4); дуже висока (5).

Ми виділили чотири основних категорій ризиків реалізації проєкту нового бару:

1. Військово-політичні ризики є чи не основними в сучасних умовах, оскільки бізнес упродовж 3-ьох років працює в умовах військового стану, що

містить загрози, пов'язані з бойовими діями, повітряними тривогами, мобілізацією персоналу, обмеженнями в роботі через комендантську годину, а також з загальною нестабільністю в країні (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Військово-політичні ризики (укладено авторкою)

Ризик	Вірогідність виникнення	Наслідки для проєктованого бару	Заходи з мінімізації негативного впливу
Повітряні тривоги та обстріли	Дуже висока (5)	Припинення роботи під час тривоги, втрата доходів, стрес персоналу та клієнтів, можливі пошкодження від уламків	Облаштування укриття або швидкий доступ до найближчого, розробка протоколів дій під час тривоги, страхування військових ризиків, психологічна підтримка персоналу
Мобілізація ключового персоналу	Висока (4)	Критична нестача кваліфікованих кадрів, припинення або значне погіршення якості роботи, додаткові витрати на пошук заміни	Резервування ключових посад, навчання персоналу на різних позиціях, співпраця з центрами зайнятості, розробка планів роботи зі скороченим штатом
Перебої з електропостачанням	Дуже висока (5)	Неможливість роботи кавового обладнання, псування продуктів, втрата доходів під час відключень	Встановлення генератора або ІБП, запас альтернативних напоїв, які не потребують електрообладнання, узгодження графіків відключень з енергопостачальниками
Комендантська година та обмеження пересування	Середня (3)	Скорочення робочих годин, зменшення потоку клієнтів, особливо у вечірній час	Адаптація графіку роботи під діючі обмеження, розвиток доставки та takeaway, перенесення акценту на ранкові та денні години
Загальна нестабільність та міграція населення	Висока (4)	Зменшення цільової аудиторії через переїзд жителів, непередбачуваність попиту, складність планування	Гнучкість в операційній діяльності, розвиток онлайн-продажів, адаптація концепції під нові потреби клієнтів, можливість тимчасового закриття

2. *Ринкові ризики* пов'язані зі змінами в попиті на послуги закладу, появою нових конкурентів, коливаннями купівельної спроможності населення та сезонними факторами. Ці ризики мають зовнішній характер і важко піддаються прямому контролю з боку керівництва бару (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Ринкова група ризиків (укладено авторкою)

Ризик	Вірогідність виникнення	Наслідки для проєктованого ресторану	Заходи з мінімізації негативного впливу
Висока конкуренція з боку існуючих кав'ярень	Висока (4)	Зниження обсягів продажів на 15-25%, труднощі з залученням постійних клієнтів, необхідність додаткових маркетингових витрат	Розробка унікальної концепції закладу, програми лояльності, акцент на якості продукції та сервісу, диференціація через спеціальні види кави
Сезонне зниження попиту	Висока (4)	Зменшення виручки на 20-30% в літні місяці, проблеми з покриттям постійних витрат	Розширення літнього асортименту (холодні напої, морозиво), організація літніх терас, проведення сезонних акцій, розвиток кейтерингових послуг
Погіршення економічної ситуації	Середня (3)	Зниження купівельної спроможності населення, скорочення відвідувань, необхідність зниження цін	Введення бюджетних позицій в меню, програми знижок, фокус на цінності пропозиції, розвиток сегменту «кава з собою»
Негативні відгуки в соціальних мережах	Середня (3)	Погіршення репутації закладу, зниження потоку нових клієнтів, необхідність додаткових PR-зусиль	Активна робота з соціальними мережами, швидке реагування на скарги, програми покращення якості сервісу, залучення позитивних відгуків

3. *Операційні ризики* включають проблеми з якістю сировини, перебої в постачанні, технічні несправності обладнання, помилки персоналу та порушення технологічних процесів. Ці ризики можуть бути частково контрольованими через впровадження відповідних процедур та систем контролю якості. Особливо критичними для бару є ризики, пов'язані з стабільним постачанням сировини, справністю роботи технічного обладнання, оскільки його несправність може повністю зупинити виробничий процес. Впровадження системи превентивного обслуговування обладнання та

дублювання критично важливих процесів допомагає мінімізувати втрати від операційних збоїв (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Операційна група ризиків (укладено авторкою)

Ризик	Вірогідність виникнення	Наслідки для проєктованого ресторану	Заходи з мінімізації негативного впливу
Нестабільність постачання сировини	Середня (3)	Перебої в роботі, неможливість задовольнити попит клієнтів, погіршення репутації через непостійність меню	Робота з кількома постачальниками, створення страхових запасів, розробка альтернативних рецептур, локальний пошук постачальників
Плинність кадрів	Висока (4)	Додаткові витрати на навчання персоналу, зниження якості обслуговування, перевантаження існуючих співробітників	Конкурентна система оплати праці, програми мотивації та розвитку персоналу, створення комфортних умов праці, чітке планування графіків
Технічні несправності обладнання	Середня (3)	Тимчасове припинення роботи, втрата доходів, витрати на ремонт або заміну обладнання	Регулярне технічне обслуговування, страхування обладнання, укладання сервісних контрактів, підготовка резервних планів роботи
Порушення санітарних норм	Низька (2)	Штрафні санкції, тимчасове закриття закладу, погіршення репутації, втрата ліцензій	Суворе дотримання санітарних стандартів, регулярні внутрішні перевірки, навчання персоналу, підтримка документообігу в актуальному стані
Пожежа або інші надзвичайні ситуації	Дуже низька (1)	Повне або часткове знищення майна, припинення діяльності на тривалий період, значні фінансові втрати	Комплексне страхування майна та відповідальності, дотримання правил пожежної безпеки, встановлення сучасних систем безпеки, розробка планів евакуації

4. *Фінансові ризики* охоплюють коливання валютних курсів (особливо важливо для імпортованої кави), зміни процентних ставок, проблеми з ліквідністю та неплатоспроможність дебіторів. Управління цими ризиками потребує професійного фінансового планування та хеджування (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Фінансова група ризиків (укладено авторкою)

Ризик	Вірогідність виникнення	Наслідки для проєктованого ресторану	Заходи з мінімізації негативного впливу
Зростання цін на каву та інші інгредієнти	Середня (3)	Підвищення собівартості продукції на 10-20%, зниження прибутковості, необхідність підвищення цін для споживачів	Укладання довгострокових контрактів з постачальниками, пошук альтернативних джерел поставок, оптимізація рецептур, створення цінового буфера
Проблеми з орендою приміщення	Низька (2)	Необхідність пошуку нового місця, витрати на переїзд та ремонт, втрата частини клієнтської бази	Укладання довгострокового договору оренди з фіксованими умовами, розгляд можливості викупу приміщення, підтримка хороших відносин з орендодавцем

5. *Нормативно-правові ризики* стосуються змін у законодавстві, що регулює діяльність закладів громадського харчування, податкового законодавства, санітарних норм та вимог до безпеки праці. Можуть мати негативні наслідки, які проявляться у додаткових витратах на приведення у відповідність до нових вимог, можливі штрафи від контролюючих державних органів тощо. Для мінімізації слід регулярно здійснювати моніторинг законодавчих змін, консультуватись з юристами, бути членом професійної ресторанної асоціації (для вчасного інформування про зміни).

Основною стратегією управління ризиками проєктованого закладу, вбачаємо підхід з трьох складових:

1. Диверсифікації – розширення асортименту продукції та послуг, робота з кількома постачальниками, залучення різних сегментів клієнтів.
2. Превентивних заходів – створення резервних фондів, укладання договорів страхування, розробка планів реагування на кризові ситуації.
3. Моніторингу та контролю – регулярне відстеження ключових показників діяльності, проведення аудитів, системи раннього попередження.

Проведений аналіз ризиків демонструє, що відкриття кав'ярні «Carbon» супроводжується як контрольованими, так і неконтрольованими чинниками ризику. Найбільшу загрозу становлять висока конкуренція та плинність кадрів, що потребує особливої уваги при плануванні операційної діяльності. Водночас, більшість ідентифікованих ризиків можуть бути ефективно мінімізовані через впровадження відповідних превентивних заходів та систем контролю.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі запропоновано новий проєкт у сфері ресторанного господарства, а саме бізнес-проєкт концептуального бару «Carbon» в індустріальному стилі у м. Нововолинськ. У результаті отримані такі головні висновки:

1. Бізнес-план – це загальноприйнята в міжнародній практиці форма подання підприємницької ініціативи, яка містить всебічну інформацію про діяльність майбутнього підприємства. Бізнес-план бару «Carbon» структуровано відповідно до стандартних розділів: резюме, аналіз ринку, маркетингова стратегія, організаційний план, виробнича та фінансова частина. Він є підґрунтям для прийняття управлінських рішень, залучення інвесторів і планування операційної діяльності.

2. У кваліфікаційній роботі розроблено концепцію нового закладу – бару «Carbon» (м. Нововолинськ), що спеціалізуватиметься на подачі крафтових коктейлів, авторських напоїв та стильному проведенні дозвілля. За результатами дослідження виявлено, що у місті функціонують переважно універсальні заклади (кафе, піцерії, пивні бари), тоді як вузькоспеціалізованих барів з концепцією індустріального стилю, авторською коктейльною картою та атмосферою музикою – немає.

Пропоноване розташування – центральна частина міста, орієнтовна площа приміщення – 100 м². Цільова аудиторія – мешканці міста віком 20–45 років. Бар працюватиме щодня з 10:00 до 23:00. Штат працівників закладу – 7 осіб, графік – позмінний. Передбачається функціонування аутсорсингової служби маркетингу та бухгалтерського обліку. Заробітна плата персоналу (включно з податками) становитиме 109 тис. грн щомісячно. Середній чек становитиме 270 грн. Очікуване завантаження – 60–70% у будні дні та до 90% у вихідні. Відкриття планується у червні 2026 року. Період реалізації проєкту – 6 місяців.

3. Загальний обсяг первинних інвестицій на відкриття бару становить 700000 грн, які будуть профінансовані за рахунок кредиту. Кредитна модель анuitетна, з щомісячним платежем близько 92 600 грн. Річна сума відсотків – близько 105 тис. грн. Щомісячні операційні витрати становлять орієнтовно 312 тис. грн, у т.ч. витрати на закупку сировини, оплату праці, оренду, комунальні платежі, податки та амортизацію.

У барі «Carbon» прогнозується щомісячний дохід у розмірі 432 000 грн при середньому чеку 270 грн. Точка беззбитковості становить приблизно 1160 гостей на місяць (або близько 40 осіб на день), що вважаємо є досяжним показником. Операційний прибуток очікується на рівні 120000 грн щомісяця. Окупність проєкту прогнозується у межах 6–8 місяців, що свідчить про високу економічну ефективність і перспективність закладу.

4. Основні ризики реалізації проєкту включають макроекономічні та внутрішні чинники: військові дії, зниження купівельної спроможності, нестабільність валютного курсу, сезонне падіння відвідуваності, відтік кваліфікованого персоналу, конкуренція з боку неформального сектору. Для мінімізації цих ризиків у проєкті закладено резервний фонд, передбачено гнучкий маркетинговий бюджет та система мотивації персоналу. За виключенням ризику воєнного характеру, більшість загроз можна оперативно нейтралізувати шляхом адаптивного управління та перегляду стратегії розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барна справа і робота сомельє : лабораторний практикум. для студ. напряму підготовки 6.051701 «Харчові технології та інженерія» ден. та заоч. форм навч. / уклад Т. Є. Литвиненко, О. С. Пушка, Р. В., Матюшенко. К. : НУХТ, 2014. 107 с.
2. В Україні з початку війни закрилося близько 7 тисяч ресторанів та кафе. URL: <https://investory.news/v-ukraini-z-pochatku-vijni-zakrilosya-blizko-7-tisyach-restoraniv-ta-kafe/> (дата звернення: 22.03.2025 р.)
3. Вартість ліцензії на алкоголь, тютюн та пальне у 2025 р. URL: <https://ck.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/849910.html> (дата доступу 29.03.2025 р.)
4. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госпва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.
5. Газета Буг. Показали світлини та розповіли історію Нововолинська 1950-их. URL: <https://bug.org.ua/news/novovolynsk/pokazaly-svitlyny-ta-rozpovily-pro-istoriiu-novovolyns-ka-u-1950-kh-rokakh-439545/> (дата доступу 17.02.2025 р.)
6. Давидова О. Ю., Полстяна Н. В. Організація в ресторанному господарстві (виробництво). Харків: 2017. 331 с.
7. Даниленко-Кульчицька В.А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2022, (6), 19-23. <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-6-3>
8. ДСТУ 3862-99 Громадське харчування. Терміни та визначення. Зі зміною № 1 (ІПС № 10-2003). URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=77982 (дата доступу 17.02.2025 р.)

9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=82702 (дата доступу 17.02.2025 р.)

10. Ільїн Л. В., Пасічник М. П. Кваліфікаційна робота бакалавра: методичні рекомендації до виконання, оформлення та захисту випускних кваліфікаційних робіт (проектів) для здобувачів першого рівня вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 34 с.

10. Ільїн Л. В. Методологія аналізу діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Луцьк, 29 листопада 2021 р.). Луцьк : ПП Іванюк, 2021. С. 145–147.

11. Інновації в барі (Онлайн-журнал «Ресторатор»). URL: <https://www.restorator.ua/post/innovacii-v-bare> (дата звернення 21.12.2024 р.)

12. Капліна Т., Іванова О. Санітарія та гігієна закладів ресторанного господарства. Суми : Університетська книга, 2010. 400с.

13. Коваленко Л.Г. Асортиментна політика закладів ресторанного господарства України. *Економіка та суспільство*. 2016. №5. С. 160–163.

14. Левицька І.В., Постова В.В. Стратегічне управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу. *«Молодий вчений»*. № 2 (42). 2017. С. 271–275.

15. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Пасічник М.П. Технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. No 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450>
DOI: 10.32782/2524-0072/2022-40-11 (дата доступу 01.05.2024 р.)

16. Лікєро-горілочна промисловість. Терміни та визначення понять: ДСТУ 3297:95. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 20 с

17. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
18. Матюшенко, Р. В. Барна справа і робота сомельє : конспект лекцій для студ. напряму підготовки 6.051701 «Харчові технології та інженерія» ден. та заочної форми навч. К. : НУХТ, 2014. 333 с.
19. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: затверджені Наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 р. № 290. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>. (дата доступу 23.04.2023 р.)
20. Мялковський О.В. Барна справа : теорія і практика приготування змішаних напоїв : підручник. Київ : Кондор, 2017. 376 с.
21. Нововолинська міська рада. Ресторани та кафе. URL: <https://nov-rada.gov.ua/pro-misto/restorany-ta-kafe/>
22. Ощипок І. М., Пономарьова П. Х. Барна справа : навчальний посібник. Львів : «Магнолія 2006», 2016. 288 с.
23. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторани технології: Основи теорії. Київ : Кондор, 2015, 250 с.
24. Павлюченко О.С., Гавриш А.В., Шаран Л.О. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2017. 227 с.
25. Пилипчук М.М., Пасічник М.П. Інноваційні барні технології в приготуванні змішаних напоїв. Сучасний стан та перспективи розвитку науки, освіти і технологій: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Кременчук, 4 січня 2025 р.): у 2 ч. Кременчук: ЦФЕНД, 2025. Ч. 2. С. 78-79.
26. Прохорова Т.П., Притиченко Т.І. Маркетингове обґрунтування бізнес-плану підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 34. С. 31.
27. Самодай В. П., Кравченко А. І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.

28. Юрко І.В., Михайленко О.М. Бізнес-планування в готельно-ресторанному господарстві : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа» ступеня бакалавра. Полтава : ПУЕТ, 2019. 123 с.

29. Янковець Т.М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проєкту. URL: http://www.knutd.com.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statjayankovets (дата доступу 17.02.2025 р.)

30. Яцун Л. М. Стратегії та моделі управління розвитком підприємств сфери харчування. *Управління розвитком* : зб. наук. пр. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. № 1 (186). С. 106–119.

31. Bar «11». Інстаграм-сторінка закладу. URL: https://www.instagram.com/gp_bar11/ (дата звернення: 01.02.2025 р.)

32. Online-design «Canva». URL: <https://www.canva.com/design/> (дата звернення: 04.01.2025 р.)

ДОДАТКИ

Класифікація барів [1]

<u>За асортиментом напоїв</u>	<u>За асортиментом страв:</u>	<u>Видом пропонуєчи послуг і дозвілля</u>
• Винний бар • Молочний бар • Коктейль бар • Пивний бар(паб, бресеррі) • Аперитив бар • Фіто- бар • Фреш- бар	• Гриль-бар • Вітамінний бар • Салат-бар • Снек-бар • Суші бар	• Хол-бар (Лоббі-бар) • Нейл-бар • Кальян-бар • Пул-бар • Спорт-бар • Прес-бар • Диско-бар • Гральний бар (Таб бар) • Сигарний бар • Сервіс-бар • Бар-роздача

Приклади фотокарток для експозиції в барі про історію Нововолинська [5]





Додаток В

Основне обладнання виробничої зони бару (укладено авторкою)

№	Найменування обладнання	Кількість, од.	Призначення
1	Холодильна шафа (загального призначення)	2	зберігання швидкопсувних продуктів
2	Морозильна камера	1	зберігання заморожених напівфабрикатів
3	Холодильна вітрина	1	демонстрація і зберігання інгредієнтів для барної стійки
4	Електроплита з духовкою	1	теплова обробка страв (смаження, запікання, тушкування)
5	Гриль контактний	1	приготування стейків, сендвічів, гриль-меню
6	Фритюрниця професійна	1	смаження картоплі фрі, крилець, снєків
7	Пароконвектомат	1	універсальна термічна обробка (пар, запікання, комбіновані режими)
8	Витяжна система з фільтрами	1	вентиляція, очищення повітря від пари, жиру та запахів
9	Робочий стіл із нержавіючої сталі	3	обробка продуктів, підготовка інгредієнтів
10	Мийна ванна секційна	1	миття кухонного посуду та інвентарю
11	Посудомийна машина	1	автоматизоване миття посуду
12	Овочерізка електрична	1	швидка нарізка овочів
13	Блендер професійний	1	приготування соусів, пюре, коктейлів на кухні
14	Ваги електронні кухонні	2	точне зважування інгредієнтів
15	Контейнери для зберігання продуктів (GN)	20+	зберігання підготовлених інгредієнтів та напівфабрикатів
16	Стерилізатор для ножів	1	дезінфекція інвентарю
17	Шафа для зберігання інвентарю	1	упорядковане зберігання посуду, форм, інструментів

Додаток Д

Перелік закладів ресторанного господарства міста Нововолинськ

(укладено автркою на основі [21])

Найменування суб'єкта	Адреса (місце здійснення торгівельної діяльності)	Номер телефону
Кафе "База"	б-р Шевченка, 9	097-280-83-80
Кафе сімейного типу "Базилік"	б-р Шевченка, 38а	097-280-83-80; 099-441-10-69
Ресторан при ГРК "Бобри плюс"	п-т. Дружби, 29	4-92-40
Кафе "ДАС"	б-р Шевченка, 2	4-11-66; 063-862-68-78
Кафе "Вест"	вул. Шахтарська, 11	3-16-75
Кафе "Вернісаж"	м-н Шахтарський, 36	3-55-02
Гастробар "Вербена"	вул. Св. Володимира, 15	067-361-87-87
Кафе "Діоніс"	п-т Дружби, 12 (2-й поверх)	098-097-10-63
Кафе "Дорожне"	вул. Автобусна, 4	4-45-48
Кафе "Дунай"	вул. Героїв АТО, 23	3-26-25, 2-39-35, 098-605-04-00
Кафе "Європейське"	б-р Шевченка, 10	097-148-73-22
Кафе "Кастелло"	вул. С.Бандери, 51	3-43-74
Дитяче кафе "Карамелька"	п-т Дружби, 12 (1 поверх)	2-35-12
Кафе "Куба"	5-й мікрорайон, 8	096-556-27-34
Їдальня "Мамина кухня"	б-р Шевченка, 6	098-612-27-51
Кафе "Марічка"	сел. Благодатне, вул. Миру, 8	9-56-44
Комплекс (кафе) "ОЛТА"	вул. Галана, 57	4-51-81; 4-44-77
Заклад ресторанного господарства "OSAMA суши" (лише доставка)	вул. Кобзаря, 29а	097-442-80-75
Кафе "Новік"	б-р Шевченка, 24	096-282-51-77
Кафе "Околиця"	вул. Кауркова, 15	067-924-46-47
Кафе "Орхідея" (від Нововолинського ВПУ)	вул. Шахтарська, 8	2-24-00
Їдальня "Пауза"	вул. Шахтарська, 16 (Електромеханічний коледж)	—
Кафе "Студент"	б-р Шевченка, 29	067-340-63-16
Кафе "Україна"	вул. Пирогова, 7	3-64-20
Кафетерій від ТП "Успіх"	вул. Сірка, 3	067-435-67-40
Піцерія "Фелічита"	б-р Шевченка, 8	068-080-84-84
Кафе "Юність"	вул. Нововолинська, 6б	—
Кафетерій	вул. Автобусна, 4	—
Кафе "Ярославна"	вул. Героїв АТО, 1а	—
Закусочна "Біляшна"	вул. Героїв АТО, 1а	—
Закусочна "Чебуреки Плюс"	вул. Героїв АТО, 1а	—
Кафе "Бутербродна"	вул. Героїв АТО, 1а	068-258-81-25
Кафе "Світанок" (чебуреки)	вул. Героїв АТО, 1а	—

Закінчення додатка Д

Кафетерій в приміщенні НЦМЛ	п-т Перемоги, 7	—
Кафе “Time for you”	сел. Благодатне, вул. Миру, 11	097-688-45-48
Найменування суб’єкта	Адреса (місце здійснення торгівельної діяльності)	Номер телефону
Кафе “База”	б-р Шевченка, 9	097-280-83-80
Кафе сімейного типу “Базилік”	б-р Шевченка, 38а	097-280-83-80; 099-441-10-69
Ресторан при ГРК “Бобри плюс”	п-т. Дружби, 29	4-92-40
Кафе “ДАС”	б-р Шевченка, 2	4-11-66; 063-862-68-78
Кафе “Вест”	вул. Шахтарська, 11	3-16-75
Кафе “Вернісаж”	м-н Шахтарський, 36	3-55-02
Гастробар “Вербена”	вул. Св. Володимира, 15	067-361-87-87
Кафе “Діоніс”	п-т Дружби, 12 (2-й поверх)	098-097-10-63
Кафе “Дорожнє”	вул. Автобусна, 4	4-45-48
Кафе “Дунай”	вул. Героїв АТО, 23	3-26-25, 2-39-35, 098-605-04-00
Кафе “Європейське”	б-р Шевченка, 10	097-148-73-22
Кафе “Кастелло”	вул. С.Бандери, 51	3-43-74
Дитяче кафе “Карамелька”	п-т Дружби, 12 (1 поверх)	2-35-12
Кафе “Куба”	5-й мікрорайон, 8	096-556-27-34
Їдальня “Мамина кухня”	б-р Шевченка, 6	098-612-27-51
Кафе “Марічка”	сел. Благодатне, вул. Миру, 8	9-56-44
Комплекс (кафе) “ОЛТА”	вул. Галана, 57	4-51-81; 4-44-77
Заклад ресторанного господарства “OSAMA суші” (лише доставка)	вул. Кобзаря, 29а	097-442-80-75
Кафе “Новік”	б-р Шевченка, 24	096-282-51-77

Додаток Е

Перелік кухонного обладнання для закупівлі (укладено авторкою)

Найменування обладнання	Ціна, грн	Кількість, од.	Сума, грн
Теплове обладнання			
Пароконвектомат UNOX ChefTop Mind.Maps Plus	210000	1	210000
Плита електрична Apach APRE-47P	27000	1	27000
Піч для піци Gastro-Tar GT1M	42000	1	42000
Плита індукційна Hurakan HKN-ICF35D	16000	1	16000
Поверхня для смаження Grill Master Ф2ПЖГ	58000	1	58000
Кип'ятильник Bartscher 200198	11000	1	11000
Фритюрниця Hurakan HKN-FT6N	7000	1	7000
Холодильне обладнання			
Шафа холодильна Liebherr GKPv 6590 ProfiLine	47000	1	47000
Шафа морозильна Gastro-Tar HFD 700	39000	1	39000
Стіл охолоджуваний Tecnodom STL 2 TN	31000	1	31000
Льдогенератор Brema CB 184A HC	25000	1	25000
Вітрина кондитерська ColdLine Velvet 1000	52000	1	52000
Механічне обладнання			
Міксер Electrolux BE5	12000	1	12000
М'ясорубка Sirman TC 22	13500	1	13500
Слайсер Berkel Red Line 220	9500	1	9500
Овочерізка Halldé RG-100	12000	1	12000
Барне устаткування			
Соковижималка Zumoval Minimax	13000	1	13000
Кавомашинка Nuova Simonelli Appia Life 2gr	78000	1	78000
Барний інвентар	5000	—	5000
Станція офіціанта	16000	1	16000
Технологічне обладнання			
Ванна мийна одностекційна	12500	2	25000
Ванна мийна двостекційна	16000	1	16000
Стіл пристінний виробничий	8500	2	17000
Стіл робочий острівний	9500	2	19000
Стелаж із суцільними полицями	4500	4	18000
Витяжка парасольна	7000	2	14000
Полка настінна суцільна	3500	4	14000
Стіл острівний для збору відходів	2500	1	2500
Посудомийна машина Electrolux Green & Clean	23000	1	23000
Стаканомийна машина Zanussi ZUC 30	20000	1	20000
Водонагрівач Ariston Andris Lux 30	10000	1	10000
Посуд і кухонний інвентар			
Каструлі й сковорідки	18000	9	18000
Порцеляновий посуд	24000	60	28500
Бокали, стакани	12000	100	12000
Чайні та кавові набори	7000	40	7000
Столові набори (вилки, ножі, ложки)	11000	60	11000



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Lesya Ukrainka Volyn National University

Заголовок

ВІДКРИТТЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У М. НОВОВОЛИНСЬК (КОНЦЕПТУАЛЬНОГО БАРУ «CARBON»)

Автор

Науковий керівник / Експерт

Корнійчук Х. О. Старший викладач Михайло Пасічник

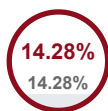
підрозділ

Кафедра туризму та готельного господарства

Тип роботи (у разі безкоштовної перевірки)

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

12001

Кількість слів



КЦ

90737

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		6
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		39

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://nov-rada.gov.ua/pro-misto/restorany-ta-kafe/	360 3.00 %
2	https://nov-rada.gov.ua/pro-misto/restorany-ta-kafe/	224 1.87 %
3	http://192.162.132.48:5000/MyWeb/manual/restoranne_gos/barna_sprava/1/1.htm	178 1.48 %