

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра туризму та готельного господарства

На правах рукопису

МУЛ ДАРІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

**БІЗНЕС-ПРОЄКТ НОВОГО РЕСТОРАНУ ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ
«BISTRO BONJOUR» (М. ЛУЦЬК)**

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Науковий керівник:
ПАСІЧНИК МИХАЙЛО ПЕТРОВИЧ
доктор філософії, старший викладач

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № 14
засідання кафедри туризму
та готельного господарства
від 11.04.2024 р.

Завідувач кафедри
проф. Ільїн Л. В.

ЛУЦЬК – 2024

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	6
1.1. Бізнес-планування та проєктування: методологічні аспекти.....	6
1.2. Особливості відкриття концептуальних ресторанів.....	10
1.3. Алгоритм проведеного дослідження.....	12
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАНУ ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ «BISTRO BONJOUR».....	14
2.1. Концепція та резюме ресторану.....	14
2.2. Об’ємно-планувальне рішення проєктованого ресторану.....	16
2.3. Меню, винна карта й цінова політика проєктованого ресторану...	20
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ РЕСТОРАНУ ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ.....	26
3.1. Маркетинговий план.....	26
3.2. Організаційний план ресторану.....	31
3.3. Виробничий план ресторану.....	37
3.4. Інвестиційний та фінансовий плани.....	41
3.5. Оцінка ризиків діяльності проєктованого ресторану.....	44
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	54

АНОТАЦІЯ

Мул Д.В. Бізнес-проект нового ресторану французької кухні «Bistro Bonjour» (м. Луцьк). На правах рукопису.

У випускній кваліфікаційній роботі бакалавра розроблено бізнес-проект з відкриття концептуального ресторану французької кухні «Bistro Bonjour» на 65 посадкових місця.

Перший розділ присвячений з'ясуванню теоретико-методологічних аспектів бізнес-планів у сфері гостинності, зокрема розглядаються й описуються методи та стратегії проектування нових підприємств ресторанного господарства з урахуванням специфіки галузі.

У другому розділі здійснено огляд основних концептуальних засад, що лежать в основі проекту, наводяться детальні плани щодо просторової організації приміщень ресторану включаючи розміщення виробничих цехів, меблів тощо. Також представлено результати розробки меню та винної карти для проєктованого ресторану «Bistro Bonjour» у м. Луцьку.

У третьому розділі запропоновано маркетингову стратегію для нового підприємства та напрями здійснення рекламної кампанії; розроблено організаційну складову бізнес-плану, яка включає розподіл функціональних обов'язків працівників, штатний розпис, фонд заробітної плати тощо. У виробничому плані наведено детальний розрахунок денної виробничої програми закладу. В інвестиційній частині узагальнено обсяг необхідних грошових коштів для відкриття ресторану. У фінансовому плані розраховано економічну ефективність діяльності ресторану. У підсумку оцінено основні ризики проєкту та заходи з мінімізації їхнього негативного впливу.

Усі необхідні розрахункові дані представлені в табличній формі і відображені на рисунках та схемах.

Ключові слова: бізнес-план, концептуальний ресторан, французька кухня.

ВСТУП

Актуальність теми. Створення та розвиток ресторанного бізнесу завжди вимагали детального планування, високого рівня організації та значних фінансових вкладень. У сучасних умовах конкуренції на ринку громадського харчування особливого значення набуває концептуальний підхід до відкриття нового закладу. Французька кухня, відома своєю вишуканістю та різноманітністю, має великий потенціал для залучення широкого кола гостей. Саме тому розробка бізнес-проєкту нового ресторану французької кухні є актуальною та цікавою темою для дослідження.

В Україні, в умовах воєнного часу, відкриття нового ресторану стає не тільки економічним викликом, але й способом підтримки національної економіки та стабільності. У такі складні часи ресторанний бізнес повинен стати важливою частиною моральної та психологічної підтримки, пропонуючи місця роботи та створюючи комфортні умови для відпочинку та соціалізації. Крім того, популяризація культури через гастрономічні проєкти сприяє збереженню культурних зв'язків із зовнішнім світом.

Об'єкт дослідження – новий концептуальний ресторан французької кухні «Bistro Bonjour» в місті Луцьку.

Предмет дослідження – складові частини бізнес-плану та прогнозовані техніко-виробничі показники.

Метою роботи – є розробка бізнес-проєкту нового ресторану французької кухні, що включає необхідні організаційні, маркетингові, виробничі, фінансові та інвестиційні аспекти для успішного функціонування закладу.

Досягнення цієї мети передбачає виконання ряду **завдань**, серед яких:

- аналіз теоретико-методологічних підходів до написання бізнес-планів;

- розробка концепції ресторану у національному французькому стилі «Монмартр», що включає меню, інтер'єр, об'ємно-планувальне рішення тощо;

- укладання маркетингового, організаційного, виробничого, та фінансового планів проєкту, а також визначення необхідного обсягу інвестицій;

- оцінка основних ризиків реалізації проєкту й розробка заходів щодо мінімізації їхнього впливу.

Методи дослідження. У процесі виконання кваліфікаційної роботи було використано методи економічного аналізу, маркетингові дослідження, фінансове моделювання та інші інструменти, що дозволили обґрунтувати доцільність і перспективність створення нового ресторану. В основі лежить методика написання бізнес-плану, розроблена Міністерством економіки України [12] на основі міжнародної методики UNIDO [37].

Матеріали дослідження. Інформаційну базу дослідження склали нормативні документи [5–6], вимоги яких враховуються при відкритті нового закладу, результати досліджень вітчизняних фахівців, таких як: Архіпов В.В. та Русавська В.А. [1], Назаренко І.А. [14], Островська Г.Й. [17], П'ятницької Г.Т. та П'ятницька Н.О. [19], Яровенко Т.С. [34] та ін., а також матеріали та досвід отримані на переддипломній практиці.

Практична цінність отриманих результатів може бути корисною для власників, менеджерів та інвесторів ресторанного бізнесу, які зацікавлені у вкладенні коштів у перспективні проєкти. Сподіваємося, що запропонований бізнес-проєкт стане основою для створення успішного ресторану французької кухні, який зможе завоювати любов і довіру своїх гостей.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 61 сторінка, яка включає 15 таблиць, 8 рисунків та 2 додатки. Список використаних джерел містить 37 бібліографічних посилання. Робота укладена відповідно до методичних вказівок [8].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Бізнес-планування та проєктування: методологічні аспекти

Бізнес-план (англ. – business plan) – це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому й складається для діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства. Бізнес-план потрібен для будь-якої компанії, незалежно від її розміру [12, 31–33].

Бізнес-проєкт викладається в бізнес-плані, який служить «дорожньою картою» для підприємців, які тільки починають свою діяльність, а також для компаній, які прагнуть поліпшити свої показники діяльності [34].

Мета бізнес-планування – опрацювання найбільш раціональних проєктів зі створення нових та розвитку діючих підприємств. До таких проєктів, насамперед, слід віднести: створення нового підприємства, організації; здійснення проєктів, пов'язаних із розвитком існуючого бізнесу (впровадження нової техніки, технології, продукції; освоєння нових ринків); реорганізацію підприємства, зміну форми власності та/або системи управління; антикризове управління та фінансове оздоровлення підприємства-банкрута; проєкти інноваційного розвитку та інші [31].

Значущість бізнес-плану визначається наступним: він конкретизує план дій для досягнення поставленої мети і змушує більш детально розібратися в завданнях реалізації бізнес-ідеї; дає можливість визначити життєздатність проєкту в умовах конкуренції; містить орієнтири розвитку проєкту (підприємства); слугує важливим інструментом для отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів [28].

Далі розглянемо кожен етап бізнес-плану, згідно з [12], докладніше:

1. *Резюме* – найважливіша частина бізнес-плану, оскільки в ньому відображено весь проєкт у концентрованому вигляді. Резюме проєкту оформлюється після розробки бізнес-плану і є його коротким оглядом, який розміщується на самому початку бізнес-плану.

2. *План маркетингу* – це документ, що є основною частиною стратегічного плану розвитку підприємства, в якому встановлюються ринкові цілі та зазначаються методи їх досягнення. Маркетинговий план підприємства є найважливішим під час планування діяльності, поряд із бюджетом, виробничим планом, планом продажів. Річний план підприємства встановлює загальні цілі підприємства, однак для роботи в конкурентному середовищі маркетинг є основною функцією підприємства. У зв'язку з цим план маркетингу домінує за значенням над іншими розділами загальнорічного плану, оскільки:

- рішення маркетингового плану визначають, що саме підприємство буде виробляти, за якою ціною і де продавати, як рекламувати;
- цільові показники мають прямий вплив на показники інших розділів річного плану.

3. *Виробничий план*, метою якого є ознайомлення інвестора з процесом виробництва, списком необхідного обладнання та кількістю персоналу, що формується на основі плану збуту продукції або надання послуги. Основні завдання виробничого плану:

- розробка та подання стратегії виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг);
- обґрунтування можливості виробництва запланованого обсягу продукції та забезпечення необхідного рівня якості;
- інформування потенційних інвесторів і партнерів про характер виробництва, його обсяг, асортимент тощо;
- визначення виробничих витрат, необхідних для виготовлення продукції (виконання робіт, надання послуг);
- розрахунок необхідних виробничих потужностей;

- визначення необхідного обсягу інвестицій.

4. *Організаційний план* по суті є описом концепції, форми і структури управління реалізацією проєкту. Завдання організаційного плану:

- розробка структури реалізації проєкту;
- планування робіт із здійснення проєкту;
- планування кадрового забезпечення реалізації проєкту, оплати праці та опис організаційної структури.

Зазвичай, сюди включають і календарне планування проєкту – це найважливіший процес, результатом якого є затверджений керівництвом компанії календарний план проєкту, що є основою його реалізації. Метою календарного плану є отримання точного та повного розкладу проєкту з урахуванням робіт, їх тривалостей, необхідного ресурсного забезпечення.

5. *Фінансовий план* – ключовий розділ бізнес-плану. Цей документ забезпечує взаємозв'язок показників розвитку з наявними ресурсами. Його мета – показати ініціаторам та потенційним інвесторам економічну доцільність вкладення коштів та запуску проєкту в реалізацію. Основні завдання фінансового планування:

- забезпечення виробничої та інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами;
- досягнення економічного компромісу між прибутковістю, ліквідністю та ризиком щодо необхідної кількості фінансових ресурсів у рамках оптимальної структури капіталу;
- контроль за формуванням та витрачанням платіжних коштів.

За підсумками планових форм фінансової звітності здійснюється прогнозування фінансово-економічного стану підприємства у проєкті. Фінансовий план підприємства містить: прогноз балансу активів та пасивів підприємства, прогноз прибутків та збитків. При складанні плану особлива увага приділяється розрахунку джерел фінансування капітальних вкладень.

Одним із етапів отримання інформації про те, наскільки відповідає запланована програма очікуванням, є оцінка ефективності бізнес-проєкту.

Для оцінки ефективності бізнес-плану використовуються такі основні показники, що визначаються на основі грошових потоків проєкту та його учасника: чистий дохід, чистий дисконтований дохід, внутрішня норма дохідності, потреба у додатковому фінансуванні, індекси прибутковості витрат та інвестицій, термін окупності.

На рис. 1.1 ми відобразили інформаційні зв'язки між складовими частинами бізнес-плану, щоб продемонструвати, що вони взаємопов'язані та впливають одне на одного. Наприклад, результати маркетингового дослідження визначають цільову аудиторію та стратегії просування, що безпосередньо впливає на виробничий та фінансовий плани. У свою чергу, виробничий план визначає потреби в ресурсах, які враховуються при складанні фінансових прогнозів. Це ілюструє важливість інтегрованого підходу до розробки бізнес-плану, де кожен аспект проєкту уважно враховується та координується з іншими.

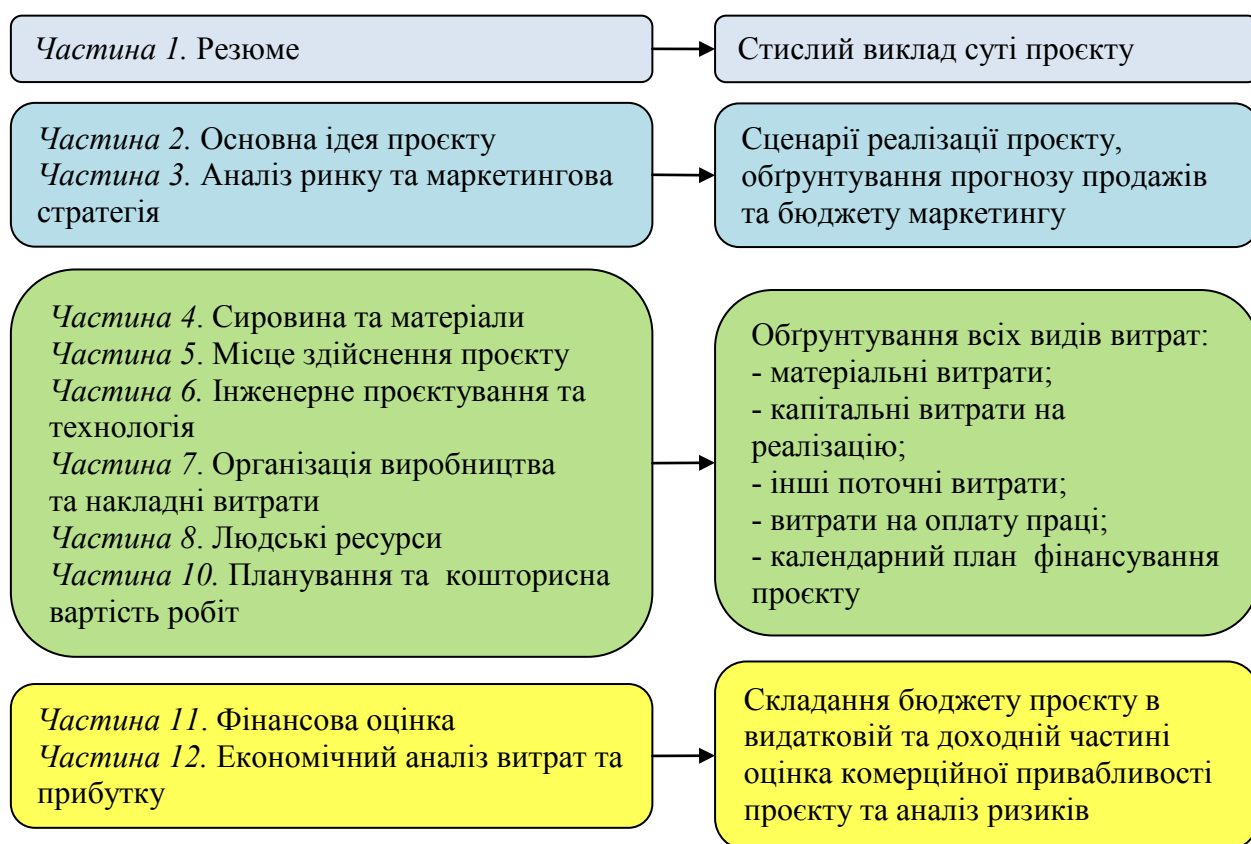


Рис. 1.1. Інформаційні зв'язки між розділами бізнес-плану

(укладено авторкою на основі [12, 31])

7. *Оцінка ризиків* під час розробки бізнес-плану є обов'язковим заходом. Оскільки бізнес-план, що розробляється, ґрунтується на прогностичних цифрах і даних, ймовірність того, що ці дані в реальному житті будуть іншими, дуже велика. Тому інвесторів, кредиторів, учасників проєкту завжди турбуватимуть сумніви, як поведеться проєкт, якщо трапляться песимістичні події при його реалізації. Ризики – це ймовірність настання песимістичних сценаріїв розвитку бізнесу.

1.2. Особливості відкриття концептуальних етнічних ресторанів

З розвитком глобалізації та ростом культурного різноманіття, концептуальні ресторани стають все більш популярними серед шанувальників гастрономії. Вони поділяються на концептуальні тематичні та концептуальні етнічні кухні. Ключовим елементом концептуальних етнічних ресторанів є їхня здатність передати аутентичний смак та атмосферу культури, яку вони представляють. Це означає не лише відтворення традиційних страв, але й використання оригінальних рецептів, інгредієнтів та технологій приготування. Завдяки цьому гості можуть зануритися у справжню гастрономічну подорож через смаки та аромати.

Ресторани національних кухонь відрізняються тим, що старанно дотримуються традицій конкретного народу: не лише у виборі страв, але й у дизайні залу, одязі обслуговуючого персоналу, музичному супроводі, навіть у назві. Для того щоб називатися етнічним рестораном, недостатньо просто мати в меню відповідні страви – всі аспекти концепції мають відповідати вибраному образу. Якщо цього не відбувається, гості можуть просто не сприйняти такий заклад. Наприклад, якщо ресторан має сучасний, модерновий інтер'єр і при цьому пропонує виключно українську кухню, його важко назвати етнічним, ідея такого закладу може викликати деякий дисонанс. Це пояснюється тим, що певні кухні автоматично передбачають певні концептуальні рішення, включаючи дизайн

інтер'єру та екстер'єру, форму обслуговуючого персоналу, навіть вибір посуду та столових приборів [17].

Що стосується таких відомих кухонь, як італійська чи французька, то вони давно втратили етнічну приналежність і стали інтернаціональними. Наприклад, піцерії можуть бути зовсім різними за стилем й навіть за ціновою категорією (це й фаст-фуди, і кафе, і ресторани). Італійська кухня не зобов'язує до відповідності етнічним традиціям у всьому [25].

Концептуальні етнічні ресторани з'являються тому, що деякі види кухонь не сприймаються без відповідної обстановки. А також тому, що занурення в які-небудь національні традиції – гарний метод залучення гостей. За рахунок певних національних традицій полегшується сприйняття закладу. Уже тільки за назвою ресторану споживач уже може припустити, яке там меню, який інтер'єр і взагалі чого очікувати від відвідування. Короткої характеристики закладу досить, щоб мати уявлення про заклад. У такий спосіб шлях гостя до ресторану коротшає, тому що концепція ресторану є для нього зрозумілою [30]. Фактично, етнічний ресторан у багатьох випадках є безпрограшним для ресторатора, якщо певна національна кухня дійсно затребувана в місті й реалізація ідеї відповідає заявленому напрямку.

У Луцьку вже є приклади успішних кейсів з діяльності концептуальних етнічних ресторанів. Наприклад, ресторан грузинської кухні «Сулі Гулі» (пр. Волі, 8а), ресторан болгарської «Чеверметто» (вул. Дубнівська, 99а), ресторан японської кухні «SushiMaster» (вул. Винниченка, 14), ресторани італійської кухні «Базилік» (вул. Кравчука, 14а) та піцерія «Фелічіта» (пр. Волі, 11), кафе-ресторан тайської кухні «Лемонграсс» (пр. Президента Грушевського, 2), ресторан української кухні «Курінь» (пр. Грушевського 26), ресторан-музей поліської кухні «Поліщук» (вул. Карбишева, 1) та ін.

В Україні, в умовах воєнного часу, відкриття нового ресторану стає не тільки економічним викликом, але й способом підтримки національної економіки та стабільності [2, 4]. У такі складні часи ресторанний бізнес

повинен стати важливою частиною моральної та психологічної підтримки, пропонуючи місця роботи та створюючи комфортні умови для відпочинку та соціалізації. Крім того, популяризація культури через гастрономічні проєкти сприяє збереженню культурних зв'язків із зовнішнім світом.

1.3. Алгоритм проведеного дослідження

Алгоритм проведеного дослідження – це послідовність чітко визначених кроків, які ми здійснили під час написання кваліфікаційної роботи. Він слугував своєрідною дорожньою картою, яка допомогла структуровано підійти до дослідження, систематизувати процес збору та аналізу даних, а також забезпечити досягнення поставлених цілей. Він складався з наступних етапів:

Етап 1. Вибір напряму дослідження: визначення об'єкту, предмету, формулювання конкретної теми, постановка мети й завдань. Складання детального плану з часовими рамками для кожного етапу дослідження;

Етап 2. Підбір існуючих наукових праць, статей, книг, що стосуються обраної тематики, у т.ч. виявлення основних концепцій, теорій, методів та результатів попередніх досліджень;

Етап 3. Наукова обробка та аналіз зібраних даних, у підсумку, інтерпретація отриманих результатів за методикою UNIDO [37] (рис. 1.2). Розробка маркетингової стратегії, організаційного плану, виробничого плану, інвестиційного плану, аналіз отриманих розрахунків, фінансових показників, конкурентного середовища, оцінка ефективності проєкту, вивчення ризиків та заходів з їхньої мінімізації.

Етап 4. Формулювання висновків та рекомендацій, а також оцінка отриманих результатів у контексті поставлених завдань. Укладання тексту кваліфікаційної роботи відповідно до академічного стандарту [8];

Етап 5. Перевірка роботи науковим керівником, внесення необхідних виправлень та уточнень. Рецензування та підготовка до публічного захисту.

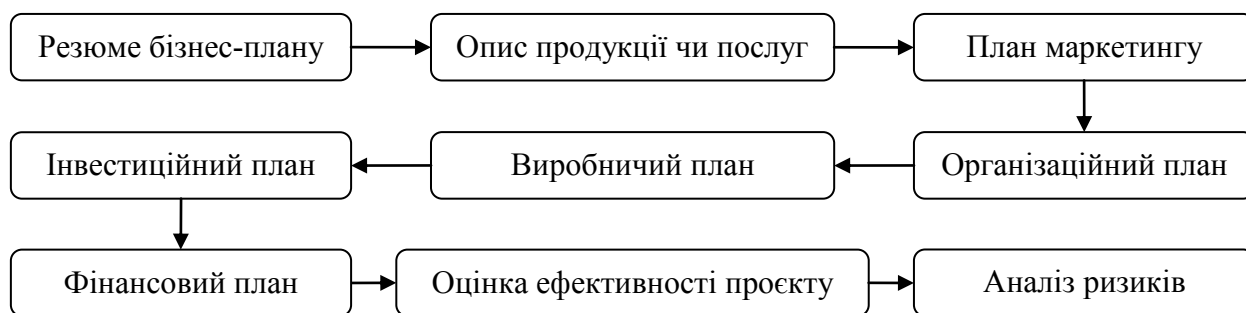


Рис. 1.2. Алгоритм написання бізнес-плану (укладено авторкою)

Дотримання вищенаведеного алгоритму допомогло забезпечити систематичний підхід до дослідження, підвищить якість кваліфікаційної роботи та вчасно подати її до захисту.

РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАНУ ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ «BISTRO BONJOUR»

2.1. Концепція та резюме ресторану

Проектований концептуальний ресторан «Bistro Bonjour» – це затишний ресторан, що відтворюватиме атмосферу «Монмартру», одного з найвідоміших районів Парижа, який славиться своїм мистецтвом, історією та богемним шармом. Планується, що ресторан пропонуватиме гостям поринути у чарівний світ французької кухні та культури, насолоджуючись автентичними стравами та неповторним інтер'єром. Найкращим місцем розташуванням проєктованого ресторану буде вул. Лесі Українки 24А в існуючій будівлі Галереї мистецтв або, так званого, «Будинку художника» [9]. Графік роботи з 10:00 до 22:00, щоденно. Звісно, локація обрана лише як приклад для написання кваліфікаційного дослідження.

Фасад ресторану буде оформлений у стилі паризького бістро з використанням традиційних французьких архітектурних елементів (додатки А.1–А.2). Слід зазначити, що в класичному розумінні «бістро» у Франції – це невеликий ресторан із затишною атмосферою та недорогою їжею [36]. Логотип ресторану буде виконаний у відповідному стилі (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Варіанти логотипу ресторану «Bistro Bonjour»
(розроблено авторкою в застосунку «Canva» [15])

Планується, що поруч буде організовано літню терасу, з кованими столиками та стільцями, вкритими червоними та білими картатими скатертинами. Вхідні двері з великими скляними вставками та класичними французькими віконницями. Стіни декоровані старовинними афішами, чорно-білими фотографіями «Монмартру», портретами відомих митців та репродукціями картин імпресіоністів. Стеля прикрашена мініатюрними ліхтарями та великими дзеркалами, які візуально збільшують простір. Підлога буде викладена керамічною плиткою в стилі старовинних паризьких кафе. Меблі виконані з натурального дерева, в темних тонах, що додає затишку і тепла. Велика винна шафа, яка демонструватиме широкий вибір французьких вин. Жива музика: вечорами звучать акордеон та французькі шансоньє, що створюватиме автентичну атмосферу.

Корпоративний одяг персоналу – один з потужних елементів позиціонування підприємства. Для офіціантів та барменів пропонується традиційні французькі костюми: біла сорочка, чорний жилет, чорні штани або спідниця, та чорний фартух. Кухарі в класичних білих шапках та білих кухарських кітелях. На головах у офіціантів – маленькі чорні або червоні беретики для додаткового колориту (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Офіціанти ресторанів паризького району «Монмартр» [25]

Об'єктом проєктування в даній кваліфікаційній роботі є ресторан французької кухні, на 65 посадкових місця (+18 на літній терасі). Ресторан відрізнятиметься від класичного кафе своїм інтер'єром, живою музикою, розширеним меню та рівнем обслуговуванням. Назва ресторану «Bistro Bonjour» підкреслює французький стиль та гостинність. Контингент гостей – місцеві жителі та гості міста з середнім та високим рівнем доходу усіх вікових груп. Середній чек – 571,0 грн. Планується, що важливе місце в ресторані «Bistro Bonjour» буде відведене надання додаткових послуг гостям: доставка обідів додому та на підприємства, обслуговування урочистих подій (весілля, ювілеї), в тому числі на дому, прийом замовлень на виготовлення кулінарних та кондитерських виробів, організація творчих мистецьких вечорів, дегустацій вина, сиру тощо.

До основних чинників, що впливатимуть на роботу ресторану, належить його місце розташування. Позитивним тут є: місцезнаходження в центрі міста (будівля розташована на перехресті великих людських потоків); наявність під'їзних шляхів і стоянки автомобілів, що охороняється. За нашою оцінкою, поруч розташовано шість готелів та хостел: готель «Україна», готель «Mojo Boutique Hotel», готель «Noble», готель «Ribas», готель «Світязь» та хостел «Софа», в яких проживає більшість гостей міста.

2.2. Об'ємно-планувальне рішення проєктованого ресторану

Об'ємно-планувальне рішення приміщень ресторану передбачає потоковість технологічного процесу, виключає зустрічні потоки сировини, напівфабрикатів і готової продукції, чистого і використаного посуду. Також виключається перетин шляхів руху гостей і персоналу [29]. Проєктування об'ємно-планувального рішення ресторану французької кухні площею 210 м² ми здійснили на прикладі першого поверху існуючої будівлі так званого «Будинку художника», що знаходиться за адресою м. Луцьк, вул. Лесі Українки 24А (рис. 2.3).



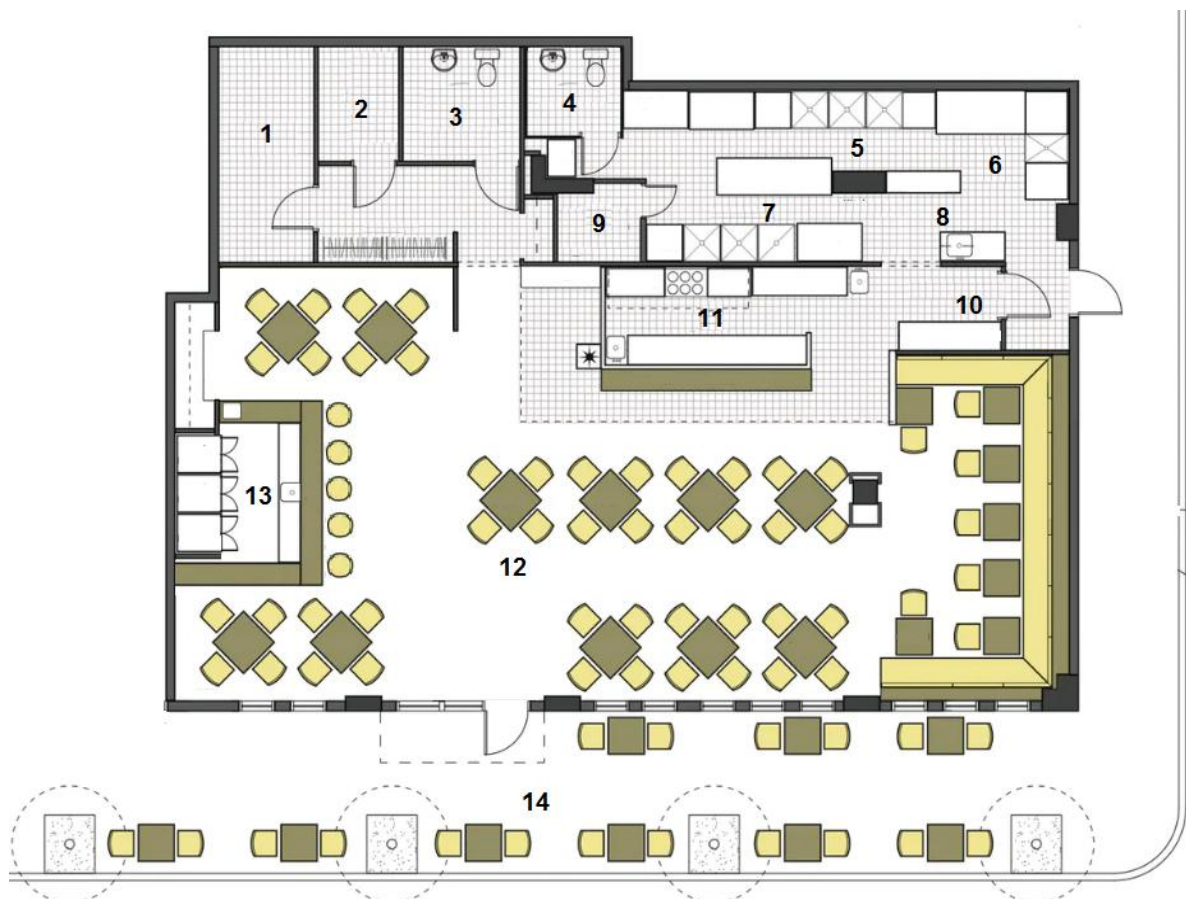
Рис. 2.3. Загальний вигляд «Будинку художника» у м. Луцьку [9]

Вхід до ресторану «Bistro Bonjour» буде оформлений у стилі французького бістро з великими скляними дверима, які дозволяють перехожим зазирнути всередину і оцінити атмосферу закладу. Проєктом передбачено, що ресторан складатиметься з наступних функціональних зон:

1. *Адміністративно-побутова група* приміщень займає 26 м^2 , і включає кабінет директора (в якому передбачено робоче місце бухгалтера) та кабінет для відпочинку персоналу. Кабінет директора (12 м^2) обладнаний робочими місцями з комп'ютерами, офісною технікою та меблями для проведення зустрічей і нарад. Офіс розташований у зоні, що дозволяє зручний доступ до основних зон ресторану, але при цьому забезпечує достатній рівень приватності для адміністративної роботи. Кімната для персоналу займає близько 14 м^2 та включає зону для відпочинку персоналу, шафки для зберігання особистих речей. Ця зона розташована поруч із кабінетом директора, що забезпечує зручність та ефективність роботи (рис. 2.4).

2. *Приміщення для гостей*, займатиме площу близько 120 м^2 і вміщуватиме 65 гостей (44 гостя за чотиримісними столами, 16 гостей на диванах та за двомісними столами й 5 місць за барними табуретами).

Дотримано вимоги ДБН В.2.2-25:2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) [5] щодо необхідної площі на кожного гостя у $1,8 \text{ м}^2$. Передбачено два евакуаційних виходи. У залі використовуються дерев'яні столи та стільці в стилі паризьких бістро, а також м'які дивани вздовж стін для створення затишної атмосфери. Центральним елементом залу є барна стійка, виконана з темного дерева, прикрашена латунними деталями. Зал оздоблений картинами та фотографіями, що передають атмосферу «Монмартру», а також живими квітами на столах. До цієї ж групи відноситься й санвузол для гостей. Класичного аванзалу в ресторані не буде через неможливість його організації в існуючій будівлі. Проектом передбачено 2 санвузли – для гостей та працівників ресторану.



- 1 – адміністративне приміщення; 2 – кімната для відпочинку персоналу та технічне приміщення;
 3 – санвузол для гостей; 4 – санвузол для персоналу; 5 – м'ясо-рибний цех; 6 – холодний цех;
 7 – гарячий цех; 8 – овочевий цех; 9 – склад; 10 – мийна столового посуду; 11 – кондитерський цех;
 12 – торгівельний зал; 13 – зона бару; 14 – літня тераса

Рис. 2.4. Планувальна організація приміщення ресторану
 (авторська розробка)

3. *Виробнича група приміщень*, як і рекомендовано, розташована у північній частині будівлі. Її площа становить 80 м². Планування кухні включає: заготівельний цех, доготівельні цехи та спеціалізований кондитерський цех. Виробнича група оснащена сучасним обладнанням для забезпечення високої якості приготування страв з дотриманням санітарних норм. Оскільки продуктивність ресторану невелика (65 місць), то ми об'єднали в одному приміщенні гарячий і холодний цех та мийну столового посуду (див. рис. 2.4).

4. *Складське приміщення* займає близько 10 м² і розташоване поруч із кухнею. Воно призначене для зберігання продуктів, напоїв, інвентарю та інших матеріалів, необхідних для роботи виробничих цехів. Складські приміщення обладнані стелажми та холодильниками для забезпечення належних умов зберігання сировини.

5. У *технічному* у приміщенні розміщено контрольні системи управління сигналізацією, вентиляцією та кондиціонуванням повітря, системою опалення та електрощитову (площа – 7 м²). Детально структура приміщень наведена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Структура приміщень проєктованого ресторану (укладено авторкою)

Група приміщень	Площа, м ²
Адміністративно-побутові приміщення	26
Приміщення для гостей	120
Виробничі приміщення	50
Складські приміщення	7
Технічна група приміщень	7
Разом	210

Об'ємно-планувальне рішення ресторану «Bistro Bonjour» забезпечує функціональність та комфорт для всіх учасників виробничо-технологічного процесу: гостей, персоналу та керівництва. Рациональне використання простору, зручне розташування зон та продуманий дизайн інтер'єру сприяють створенню унікальної атмосфери французького бістро, що відображатиме дух французького «Монмартру».

2.3. Меню, винна карта й цінова політика проєктованого ресторану

У меню ресторану «Bistro Bonjour» будуть представлені найпопулярніші страви французької кухні та традиційні французькі напої (зокрема бренді та ігристі вина) [24, 36]. До речі, в українському менталітеті прийнято, що меню має містити величезну кількість позиції страв та напоїв, а французи вважають навпаки – чим менше меню, тим краще. Тож при розробці ми врахували два цих твердження й брали до уваги вподобання пересічного українського гостя. У табл. 2.2 представлено розроблене меню для ресторану.

Таблиця 2.2

Меню проєктованого ресторану французької кухні «Bistro Bonjour»
(укладено авторкою з використанням рецептів Є. Клопотенка [26])

Найменування та короткий опис страви	Вихід, гр.	Вартість, грн.
1	2	3
<i>Холодні та гарячі закуски</i>		
Жульєн з куркою та грибами, соусом бешамель і сиром чеддер	110	205
Тартар з яловичини з естрагоном і картоплею фрї	100/100/20	192
Тартар з лосося з апельсином	80/50/20	190
Равлики по-бургундськи	130	135
Запечений камембер з перцем «конфі» на тості з соусом із петрушки	140	110
Фуа-гра з червоним буряком й петрушкою	150	190
<i>Салати</i>		
Олів'є з яловичим язиком і зеленим горошком	240	89
Нісуаз з тунцем, квасолею, помідорами й перепилиними яйцями	200	95
Середземноморський салат з морепродуктами й хумусом	220	110
Теплий салат з курячою печінкою, руко лою, сиром і малиновим соусом	110	160
Романо з курячим філе, авокадо і мандариново-гірчичною заправкою	180	180
<i>Супи</i>		
Цибулевий суп	250	105
Суп з овочів з м'ясними фрикадельками	300	110
Гарбузовий суп з креветками	250	117
Суп «Гарбюр»	250	180
Крем-суп «Мадам ДюБаррі»	220	145
<i>Гарніри</i>		
Овочі-гриль	150	120
Картопляне пюре з петрушкою	160	90
Картопляні дольки, смажені на маслі	120	96

Закінчення табл. 2.2

1	2	3
Рататуй	120	130
Відварений рис з куркумою	280	103
<i>Основні страви</i>		
Паста зі шпинатом і вершковим соусом	240	160
Запечена куряча грудка з імбирно-кокосовим соусом, тушкованим коренем селери та арахісовим кремом	180/40/60	200
Смажені креветки а-ля провансаль з томатами і рисом з куркумою	250	230
Лосось-гриль з овочами рататуй і томатним соусом	100/80/40	270
Французька котлета зі свинини з беконом і картопляним пюре	170/60/30	208
Качина ніжка конфі з пюре із селери та апельсиновим соусом бігарад	150/80/20	195
Мідії у білому вині	230	270
Філе тріски з пореємі соусом із білого вина	190/30/30	200
<i>Фірмові страви</i>		
Французький бургер-круасан «La France» з картоплею фрі та зеленим майонезом з петрушки	180/110/30	220
Запечена свиняча грудинка з кисло-солодким соусом, картопляним пюре та петрушкою	150/90/20	250
Гратен «Дофіне»	170	235
Жаб'ячі лапки в сметанному соусі	130/60	280
<i>Десерти</i>		
Тарт Татен із карамельним соусом	120/40	110
Шоколадний фондан із французьким кремом	90/30	140
Нуга глясе за карамелізованим мигдалем, шматочками сухофруктів і апельсиновим лікером	60/40/20	180
Профітроль із вершковим кремом і шоколадним соусом	80/20	125
Наполеон із малиновим соусом	130/30	140
<i>Хлібобулочні вироби</i>		
Хліб міський (Pain de Mie)	400	80
Хліб сільський (Pain de Campagne)	450	80
Багет (Baguette)	350	50
Круасан (Croissant)	190	45
Буль (Boule)	350	80
Фугас (Fougasse)	400	75

Хлібобулочні вироби у Франції дуже популярні, вони навіть стали символами країни: багети, круасани, падемі. У цій країні навіть у найменшому селі на законодавчому рівні гарантується щоденне надходження свіжого хліба. Проектом передбачено виготовлення хлібобулочних виробів за автентичними французькими рецептами.

Окрім випічки, Франція славиться різноманітністю та високою якістю сирів. При ресторані в перспективі реалізації проєкту можна буде

облаштувати «Крамницю французьких сирів». У табл. 2.3 укладено найвідоміші сири Франції.

Таблиця 2.3

Найпопулярніші сири Франції (укладено авторкою)

Назва сиру	Короткий опис	Вихід, гр.	Вартість, грн.
Брі (Brie)	м'який сир з коров'ячого молока, з тонкою корою білого пліснявого покриву	100	160,0
Камембер (Camembert)	м'який сир з коров'ячого молока, з рівною консистенцією та ніжним ароматом	100	170,0
Рокфор (Roquefort)	блакитний сир з овечого молока, вироблений в регіоні рокфор в південній Франції	100	240,0
Конте (Comté)	натуральний сир з коров'ячого молока, зберігається в льохах протягом 4–18 місяців	100	240,0
Реблшон (Reblochon)	сир з коров'ячого молока, має кремову консистенцію та ароматну скоринку	100	170,0
Морб'є (Morbier)	напівтвердий сир з коров'ячого молока, відомий своєю характерною смугастою серединкою	100	210,0
Ліваро (Livarot)	сир з коров'ячого молока, має золотисто-коричневе забарвлення, виготовляється в Нормандії	100	230,0

Винна карта – це впорядкований перелік безалкогольних та алкогольних напоїв, які доступні для замовлення в ресторані [1]. Це важлива частина меню, особливо для ресторану французької кухні, який зобов'язаний підтримувати високі стандарти обслуговування та спеціалізуватися на вині (Каберне Совіньйон, Мерло, Бордо, Шардоне, Піно Нуар та ін.) ігристих винах (Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Dom Pérignon), лікерах (Chartreuse, Grand Marnier, Pastis), бренді (коньяк – Hennessy, Rémy Martin, Martell, арманьяк), кальвадосі та сидрі. Франція зберігає свою репутацію країни з багатими традиціями виробництва алкогольних напоїв, поєднуючи історичну спадщину з інноваційними підходами для підтримки високих стандартів якості та смаку. Це можуть бути білі, червоні, рожеві, ігристі, десертні та інші види вин [17]. Кожне вино може бути представлене з різних регіонів, виробників та років врожаю. Звісно, не всі ми відобразили у винній карті, оскільки окремі з них мають надзвичайно високі ціни (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Винна карта проєктованого ресторану (укладено авторкою)

Найменування та короткий опис страви	Вихід, мл.	Вартість, грн.
1	2	3
Кава		
Еспресо	30	40
Мокіато	50	50
Амерікано	150	45
Капучіно	180	60
Лате	250	70
Чай чорний		
Цейлон	400	50
Ерл Грей	400	55
Чай зелений		
Ароматний жасмин	400	60
Молочний Улхн	400	65
Трав'яний чай		
Квітковий Ройбуш	400	60
Цейлонський з чебрецем	400	55
Соки		
Свіжовижатий апельсиновий сік	200	80
Сік Sandora в асортименті	250	40
Газовані напої		
Пепсі	250	30
Мінеральна вода Поляна квасова	500	25
Мінеральна вода Йоданка Павлівська	500	30
Пиво		
Leff eBrune	500	90
Leffe Blond	500	90
Текіла		
Olmecca Altos Plata	50	150
Olmecca Gold	50	140
El Jimador Reposado	50	130
El Jimador Blanco	50	130
Віскі		
Macallan	50	450
Glen Grant	50	300
Chivas Regal	50	250
Ballantine's Finest	50	200
Ballantine's	50	180
Jameson	50	200
Jack Daniel's	50	220
Glenlivet	50	350
Ром		
Havana Club Añejo Reserva	50	150
Havana Club Añejo Especial	50	160
Appleton Estate 12 ans	50	300

Закінчення табл. 2.4

1	2	3
Бренді		
Martell VS	50	300
Martell XO	50	900
ST Remy VSOP	50	100
La Longere Napoleon VSOP	50	120
Bas Armaqnac Baron	50	500
Calvados Busnel Pays D'Auge Vielle Reserve VSOP	50	250
Ігристі вина		
Cava Castell Lord	125	180
Prosecco Spumante	125	200
Champagne Deutz Brut Réserve	125	500
Вино біле		
Champagne Deutz Brut Réserve	125	500
Petit Chablis	125	300
LaChablisienne Chablis La Sereine	125	450
LaCheteau Haut Poitou Sauvignon Blanc	125	400
Lorentz Pinot Gris Reserve	125	350
Chateau Bastor-Lamontagne So Sauternes	125	400
Riesling Cuvée René Dopff	125	250
Вино червоне		
Bistrot Chic Merlot Cabernet Sauvignon Syrah VdF	125	600
Francois Martenot Hautes Cotes de Nuits Pres Royal 2017	125	450
Ch Clair Moulin Medoc	125	400
Château Alpha La Bernard	125	400
Francois Martenot Bourgogne Pinot Noir Parfum de Vigne	125	450
Tardieu-Laurent Cote du Rhone Rouge Villages Becs Fins	125	350

При формуванні позицій у меню та винній карті ми враховували: попит на страви і напої українських гостей; ціни конкурентів на схожі позиції в меню; витрати на сировину та виготовлення страв; концепцію ресторану французької кухні. Ціноутворення у проєктованому майбутньому закладі «Bistro Bonjour» буде базуватися на принципі: ціна має покривати всі витрати. Методика визначення ціни заснована на формулі «витрати + прибуток», з урахуванням очікуваного рівня попиту та поведінки конкурентів. Націнка на продукцію в нашому ресторані складатиме 150 % на кулінарну продукцію та 200 % на напої.

Пропонуємо при плануванні виробничого плану середній чек у проєктованому ресторані розрахувати виходячи з того, що гість зазвичай замовляє одну страву з основного меню (усереднена вартість – 216,6 грн.),

закуску (170,3 грн.), десерт (139,1 грн.) та один або два безалкогольні напої (45 грн.). Тобто в сумі отримуємо суму середнього чека – 571,0 грн.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ РЕСТОРАНУ ФРАНЦУЗЬКОЇ КУХНІ

3.1. Маркетинговий план

Маркетинговий план є чи не найважливішою частиною бізнес-плану ресторану, оскільки він визначає стратегію та інструменти, які будуть використані для залучення гостей, підвищення впізнаваності бренду та збільшення продажів [23]. Для ресторану французької кухні маркетингова стратегія повинна враховувати специфіку цільової аудиторії, конкуренцію на ринку та унікальні особливості пропонованих послуг і страв. Слід зазначити, що на ринку громадського харчування Луцька налічується понад 200 закладів ресторанного господарства (у т.ч. кафе й кав'ярні), які мають високі конкурентні позиції [7]. Прямими конкурентами будуть ресторани які знаходяться в безпосередній близькості: ресторан «Mojo Hall», ресторан «Gradnyi», кафе-бістро «Happy Bakery», ресторан «Noble», ресторан «Show Basilic» та ресторан «DeVino». До основних переваг вищеперерахованих закладів слід віднести їхню цінову політику, відгуки від гостей та репутацію.

Для ресторану французької кухні пропонуємо обрати маркетингову стратегію, яка може скласти конкурентну позицію і має три основні напрями (етапи) і на нашу думку є найбільш відповідною до нових проєктів у сфері гостинності (рис. 3.1).

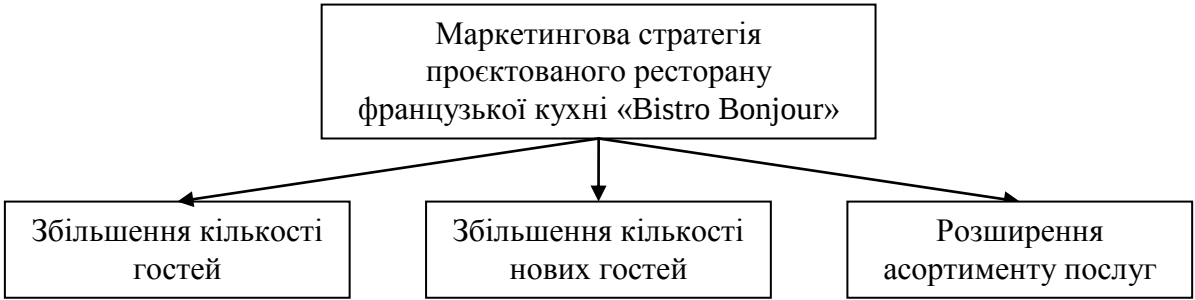


Рис. 3.1. Запропонована маркетингова стратегія для проєктованого ресторану
(авторська розробка)

Розглянемо пропоновані заходи за кожним запропонованим напрямком.

Етап 1. Збільшення кількості гостей планується досягти шляхом:

- потужної рекламної кампанії перед відкриттям ресторану (у т.ч. розробка сайту, створення сторінок на платформах Google, Instagram та Facebook, написання статей у онлайн-журнали Луцька, залучення місцевих інфлюенсерів, святкове оформлення в день відкриття тощо);

- створення бази постійних гостей, в якій повинна міститися наступна інформація: ім'я гостя; його день народження (що дозволить визначити вік клієнта); його смакові вподобання (страви, які гість найчастіше замовляє); контактний мобільний номер. Цей компонент є базовим у автоматизованій системі управління рестораном «Poster» [21];

- створення такої бази зумовлює можливість впровадження системи лояльності для гостей, яка має значні переваги. Наприклад, якщо гість святкує своє день народження в закладі, йому надається знижка; постійний гість має пріоритетне право на бронювання столика; він перший буде отримувати інформацію про новинки в меню, акції чи тематичні заходи. Окремо, можна запровадити систему накопичувальних бонусів, які гість має право витратити в якості оплати за замовлені страви.

Етап 2. Збільшення чисельності нових гостей планується досягти завдяки:

- участі у місцевих заходах та фестивалях, виставках, ярмарках, фестивалях їжі, де можна представити свої кулінарні шедеври та страви, наприклад «Lutsk Foof Fest»;

- співпраці з місцевим бізнесом: співпраця з офісами, фітнес-центрами, готелями та іншими підприємствами для забезпечення їх сніданками, обідами, проведенні корпоративних вечірок на базі ресторану тощо;

- активній роботі з платформами типу TripAdvisor, Google Reviews для збільшення позитивних відгуків від гостей;

- участі в спільних акціях з квітковими магазинами, агентствами з організації дозвілля (наприклад для розіграшу вечері в закладі), туристичними агентствами, що обслуговують туристів, котрі приїжджають у Луцьк. Тобто класичний перехресний маркетинг;

- забезпеченню високого рівня сервісу та подачі страв у порівнянні з конкурентами;

- впровадженню сезонного меню, яке змінюватиметься відповідно до сезонів року або святкових днів;

- проведенню в ресторані різноманітних тематичних (мистецьких) заходів та дегустацій вина й сиру;

- проведенню постійної роботи з навчання персоналу технікам обслуговування гостей. Наприклад, бармен і офіціанти повинні не просто прийняти замовлення від гостей, але й уміти зацікавити їх, розповівши про ту чи іншу страву, порекомендувавши до неї додатковий соус або гарнір тощо.

Якщо відвідувачі не просто поїдять у ресторані, а отримають необхідну їм атмосферу та позитивні емоції, вони захочуть повернутися, а також розкажуть про це своїм друзям і знайомим [27]. Таке «сарафанне радіо» також є одним з важливих інструментів для залучення нових гостей, які, зацікавившись розповіддю своїх друзів, також захочуть відвідати ресторан.

Етап 3. Розширення асортименту послуг:

- після відкриття ресторану планується організація кейтерингу, а саме доставка їжі мобільними сервісами (Glovo, Mister Am та ін.), організація виїзних урочистих заходів, бенкетів, дитячих свят та обслуговуванням корпоративних заходів;

- організація безкоштовної дегустації французьких багетів як у самому ресторані, так і з доставкою за вказаною адресою. Такий вид діяльності при правильно організованій рекламній кампанії дозволить залучити зацікавлених нових клієнтів і збільшити виручку. Крім того, в майбутньому такі кондитерські вироби можуть поставлятися в магазини, що позиціонують себе як торгові точки, що також дозволить ресторану рекламувати себе і

залучати нових відвідувачів. Подібний досвід на ринку ресторанного господарства Луцька вже є – це кафе-бістро «Harry Bakery», яке славиться своїми кондитерськими виробами та розгалуженою мережею їхньої реалізації через роздрібну торгівлю;

- розробка пакетів послуг, наприклад: бізнес-ланчі, святкові меню;

- з метою збільшення кількості відвідувачів, ресторан повинен бути доповнений якимись дозвіллевими комплексами. При цьому статус ресторану не дозволяє встановлення якихось сучасних ігрових розваг (цей крок знизить ресторан до рівня якогось кафе або ресторану середнього класу). Наприклад, можна розглянути впровадження живої музики тощо;

- оскільки концепція ресторану пов'язана з французьким стилем «Монмартру», то очевидно, що на базі підприємства можна проводити мистецькі виставки місцевих художників, любителів музики чи поезії.

Всі вищеперераховані заходи допоможуть підвищити впізнаваність проєктованого ресторану «Bistro Bonjour», залучити нових гостей і утримати постійних клієнтів, а також розширити спектр послуг, які він пропонуватиме. Проте, слід не забувати, що маркетинг не закінчується на фасаді ресторану та торгівельній залі – він тісно пов'язаний з кухнею, обслуговуванням, атмосферою закладу та ін. Головним завданням тут є проведення постійного аналізу вподобань гостей, їхній кількості, що дозволяє формувати ключові позиції. Результати такого аналізу дозволяють збільшити продажі.

Таким чином, складаючи, відповідно до пропонованої маркетингової стратегії, свій план локального маркетингу, ресторан зможе використовувати максимально всі види просування. При цьому зв'язкам з громадськістю та піару ресторану слід, особливо спочатку, приділяти максимальну увагу. Для того, щоб усі заплановані заходи проходили з найбільшим ефектом, слід скласти маркетинговий календар, який визначить активність ресторану на найближчий рік. Розбивши такий маркетинговий календар на періоди (місяці або тижні) і прив'язавши кожен період до конкретного

маркетингового заходу, підприємству буде легше відстежувати виконання поставлених цілей.

Проведемо розрахунок витрат на виконання розробленої маркетингової стратегії ресторану. Для цього укладемо у табл. 3.1 кошторис на 2025 р.

Таблиця 3.1

Кошторис маркетингових заходів (укладено авторкою)

Найменування маркетингового заходу	Вартість, грн.	Кількість на рік, од.	Сума, грн.
Брендинг	20000,0	1	20000,0
Зовнішня реклама на сітілайтах та білбордах	20000,0	12	240000,0
Друк рекламних матеріалів, меню, брендвана форма	14000,0	6	8400,0
Підтримка програми лояльності	3000,0	12	36000,0
Створення професійного сайту ресторану з можливістю онлайн-бронювання, ретаргетинг	18000,0	1	18000,0
Інтернет реклама (Google Ads, Facebook, Instagram) та контент маркеитнг	15000,0	12	18000,0
Співпраця з місцевими інфлюенсерами	10000,0	12	120000,0
Регулярні публікації в онлайн-журналах та газетах Луцька та області (статті про страви з високоякісними фото)	1500,0	12	18000,0
Винні та сирні дегустації	12000,0	6	72000,0
Мистецькі вечори	6000,0	12	72000,0
Участь в ярмарках, наприклад Lutsk Food Fest	10000,0	2	20000,0
Разом			642400,0

Отже, загальна сума витрат на маркетингову кампанію становитиме 642400,0 грн, з яких більшу частину складають витрати на співпрацю з місцевими інфлюенсерами (які популяризуватимуть заклад), зовнішню рекламу на сіті-лайтах та білбордах, а також таргетовану рекламу в Instagram, Google та Facebook.

Запропонована маркетингова стратегія спрямована на максимальне використання доступних ресурсів для досягнення успіху нового ресторану французької кухні, створення унікального бренду та забезпечення стабільного потоку гостей.

3.2. Організаційний план ресторану

Організаційний компонент є важливо частиною бізнес плану. Головна увага в цьому розділі приділяється організації ефективної системи управління рестораном, штатному розпису, графіку реалізації запланованих заходів з відкриття підприємства тощо [32].

Організаційно-правовою формою для ресторану рекомендовано юридичну форму – ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю), оскільки проектом передбачено залучення зовнішнього фінансування та інвестиційних коштів, тому так краще щоб внести їх до статутного капіталу. У табл. 3.2 підібрано найоптимальніші на нашу думку види економічної діяльності (КВЕДи) з урахуванням специфіки діяльності та господарських операцій за якими може бути дохід ресторану.

Таблиця 3.2

Рекомендований перелік видів економічної діяльності
для проєктованого закладу (укладено авторкою за даними [18])

Шифр	Пояснення до КВЕДу
56.10	основний для ресторанної діяльності та надання послуг харчування. До нього також належать послуги надання харчування, подача їжі для споживання на місці з автомобілів або пересувних вагончиків
56.21	постачання готових страв для заходів, включаючи надання послуг кейтерингу на договірних умовах із доставкою
56.29	постачання інших готових страв. Цей клас включає надання послуг промислового кейтерингу, надання харчування на договірних умовах протягом певного проміжку часу
56.30	обслуговування напоями, що включає приготування та обслуговування напоями для споживання на місці. До цього класу входить діяльність: барів, пабів та ресторанів
46.17	діяльність посередників у торгівлі харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами
10.85	виробництво готової їжі та страв
10.82	виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів
10.89	виробництво харчових продуктів: - супів і бульйонів (порошкоподібних, у кубиках тощо); - штучного меду та карамелі; - готових швидкопсувних харчових продуктів, таких як: бутерброди, свіжа піца (напівфабрикат), виробництво харчових добавок та харчових продуктів
10.20	перероблення та консервування риби, ракоподібних та молюсків
82.30	організування конгресів та торгових виставок

У пропонованому нами проєкті ресторану «Bistro Bonjour» застосовуватиметься лінійно-функціональна організаційна структура (рис. 3.2), в якій поєднуються як лінійні, так і функціональні принципи організації між виробничими управлінськими елементами системи. Лінійно-функціональна структура забезпечує таке розподілення управлінської праці, при якому лінійні ланки управління мають керівне призначення, а функціональні – допомагати в забезпеченні якості виконуваної роботи й дотриманні плану та графіку. Також планується залучити певні категорії працівників за договорами аутсорсингу. Це дозволить зменшити витрати на утримання персоналу, забезпечуючи доступ до кваліфікованих працівників за потреби.

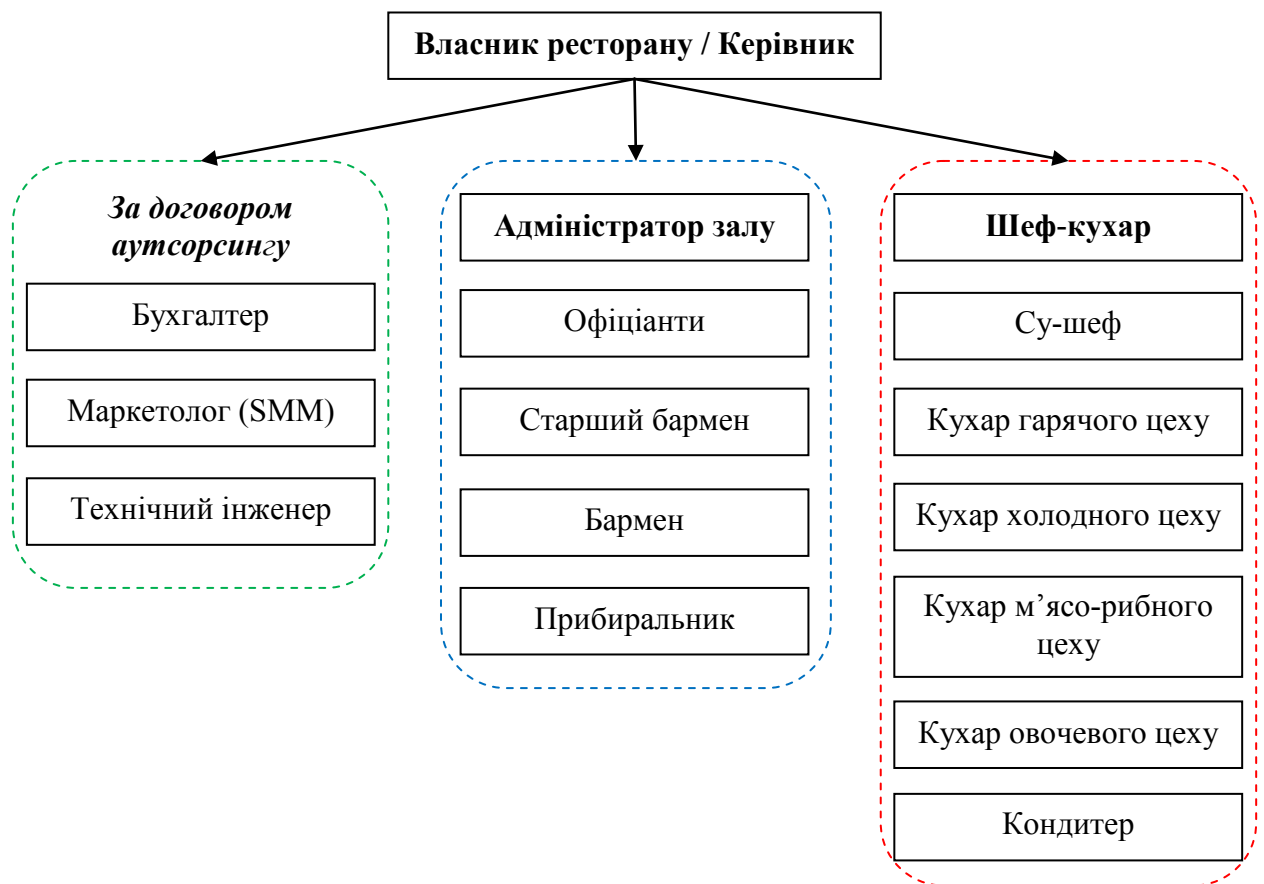


Рис. 3.2. Організаційна схема проєктованого ресторану (авторська розробка)

Вищою ланкою управління в проєктованому ресторані є власник (у той же час власник може виконувати роль керівника). Йому підпорядковуються керуючий рестораном, маркетолог та бухгалтер. Власник несе повну

відповідальність за діяльність ресторану, виконання договорів та угод. Він має право: приймати, звільняти та переміщувати працівників ресторану; самостійно затверджувати штат; розпоряджатися коштами; видавати накази, розпорядження, заохочувати працівників, накладати стягнення на них та ін.

Керуючий рестораном – вищий керівник закладу, який контролює роботу персоналу ресторану, контролює якість обслуговування, якість закуплених продуктів та технологію приготування страв, технічний стан всього обладнання, дотримання техніки безпеки та санітарних норм на виробництві. Керуючий координує роботу адміністратора, старшого бармена, бухгалтера, шеф-кухаря та ін. [32].

Головний бухгалтер веде бухгалтерський облік ресторану, знімає касу, готує фінансові звіти, здійснює виплату зарплати.

Адміністратор ресторану контролює роботу персоналу в залі (офіціантів, прибиральників, гардеробника). Основний його обов'язок – це забезпечення якісного та ефективного обслуговування гостей, може частково переобирати обов'язки офіціанта, вітає гостей, допомагає з розсадкою за столами.

Шеф-кухар керує процесом приготування їжі на кухнях ресторану. Він розробляє меню, подає заявки на необхідні продукти, стежить за чистотою та порядком на кухні. Йому підпорядковуються інші кухарі та кондитери.

Старший бармен керує іншими барменами в ресторані, подає заявки на необхідну продукцію в бар, стежить за чистотою та порядком робочого місця, контролює постійну наявність інгредієнтів для напоїв.

Офіціант відповідальний за прийом замовлень, подачу страв та напоїв гостю, консультацію з вибору, сервірування столів, а також підтримки загальної чистоти в залі.

Чисельність персоналу ресторану «Bistro Bonjour» складає 32 особи. Штатний розпис і витрати на оплату праці працівників ресторану представлені в табл. 3.3. Витрати на утримання персоналу становлять значну частину витрат підприємства – 266000,00 грн на місяць.

Таблиця 3.3

Штатний розпис працівників проєктованого ресторану «Bistro Bonjour»
(укладено авторкою)

Найменування посади	Чисельність працівників, од.	Графік роботи	Посадовий оклад за місяць, грн (до оподаткування)
Виробничий персонал			
Шеф-кухар	1	12:00–21:00 (5/2)	24000,0
Су-шеф	1	12:00–21:00 (5/2)	22000,0
Кухар гарячого цеху	2	13:00–24:00 (2/2)	17000,0
Кухар холодного цеху	2	13:00–24:00 (2/2)	17000,0
Кухар овочевого цеху	2	9:00–20:00 (2/2)	17000,0
Кухар м'ясо-рибного цеху	2	9:00–20:00 (2/2)	17000,0
Кондитер	2	9:00–20:00 (2/2)	17000,0
Персонал торговельного залу			
Адміністратор	2	11:00–18:00 (2/2) 15:00–22:00 (2/2)	16000,0
Офіціант	8	11:00–18:00 (2/2) 15:00–22:00 (2/2)	14000,0
Старший бармен	1	11:00–22:00 (2/2)	14000,0
Бармен	1	11:00–22:00 (2/2)	17000,0
Гардеробник	2	жовтень–березень 10:00–22:00 (2/2)	12000,0
Адміністративний персонал			
Керівник	1	12:00–21:00 (5/2)	20000,0
Бухгалтер	1	—*	13000,0
Маркетолог (SMM)	1	—*	8000,0
Допоміжний (технічний) персонал			
Прибиральник	2	11:00–18:00 (2/2) 15:00–22:00 (2/2)	13000,0
Інженер обладнання	1	—*	8000,0
Разом	32	—	266000,0

Примітка: *— залучатимуться за договором аутсорсингу.

Звісно, кількість персоналу кінцево буде визначатися в залежності від їх функціональної необхідності й може змінюватись в одну чи іншу сторону. Система оплати праці буде базуватися на посадових окладах та залежатиме від реального робочого часу та досягнень у діяльності ресторанного підприємства. В проєкті передбачена мотиваційна програма для персоналу, яка буде стимулювати виконання поставлених завдань щодо продажу та реалізації продукції та послуг. Також пропонується створити фонд у розмірі 30000,00 грн. для цих цілей (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Фонд заробітної плати ресторану «Bistro Bonjour», грн. (укладено авторкою)

Найменування	За місяць	За рік
Зарплатний фонд	266000,0	3192000,0
Фонд премій	30000,0	360000,0
Разом	296000,0	3552000,0

Отже, річний фонд заробітної плати становитиме 3552000,00 грн., включаючи премії для персоналу та мотиваційну програму. Середня заробітна плата для керівного персоналу становитиме 21000,00 грн., для виробничого персоналу – 19100 грн., для обслуговуючого персоналу – 14250,00 грн., та для допоміжного персоналу – 12400,00 грн.

Ключовим моментом організаційного плану є створення календарного графіку. Для визначення часу виконання заходів, спрямованих на досягнення цілей проекту та встановлення взаємозв'язків між ними за часовим параметром з урахуванням найбільш ризикових подій, складається календарний план проекту. Календарне планування полягає у створенні та подальшому уточненні розкладу, який враховує склад робіт [37].

Календарний план допомагає дотримуватися вимог проектної роботи та чітко уявляти, які дії будуть виконуватися і за який термін. Календарне планування показує час і взаємозв'язок головних подій, що сприяють впровадженню проекту та реалізації його цілей.

Після переходу проекту на стадію практичної реалізації – виконання запланованих дій – за календарним планом-графіком відстежується хід виконання робіт, і вносяться коригувальні зміни.

Проектування ресторану починається з визначення концепції майбутнього ресторану, далі йде написання бізнес-плану, пошук інвесторів, вибір дизайну, оренда та ремонт приміщення, закупівля обладнання та меблів. Далі відбуватиметься найм співробітників, їх навчання та запуск рекламної кампанії. Також важливим етапом є проходження перевірки в

пожежній та санітарно-епідеміологічній службі, отримання ліцензії на алкоголь, укладання договорів.

Таблиця 3.4

Графік реалізації проєкту (авторська розробка)

Заплановані заходи	Місяць						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Розробка концепції ресторану							
Складання бізнес-плану							
Реєстрація юридичної форми							
Пошук інвестиційних коштів							
Пошук приміщення та підписання договору оренди							
Проектування й дизайн приміщення							
Ремонтні роботи в приміщенні							
Закупівля й монтаж необхідного виробничого обладнання							
Закупівля меблів							
Підписання договорів з постачальниками							
Підбір та навчання персоналу							
Запуск рекламної кампанії							
Отримання ліцензії на реалізацію алкогольної продукції							
Тестове відкриття							
Офіційне відкриття							

Звісно, графік є орієнтовним і може змінюватися через непередбачувані обставини. Термін виходу на проєктну потужність встановлюємо у шість місяців. На початковому етапі планується інтенсивна рекламна кампанія, спрямована на інформування потенційних гостей, зокрема цільова реклама в соціальних мережах. Основний акцент слід робити на справжній французькій кухні, високому рівні обслуговування, різноманітності страв і напоїв.

Короткострокова мета діяльності проєктованого ресторану французької кухні «Bistro Bonjour» полягає у завоюванні лідерства на ринку ресторанного господарства м. Луцька шляхом надання найкращого обслуговування та створення позитивного іміджу серед гостей. Довгострокова мета ресторану – вихід на регіональний ринок та відкриття нових закладів, включаючи франчайзингову модель ведення бізнесу.

3.3. Виробничий план ресторану

Виробнича частина є ключовим елементом бізнес-плану нового ресторану, оскільки вона охоплює всі аспекти організації виробничого процесу, починаючи від постачання сировини і закінчуючи подачею готових страв гостям. Ефективне планування виробничих процесів дозволяє забезпечити високу якість продуктів та послуг, оптимізувати витрати, підвищити продуктивність праці і, як результат, досягти стабільного та прибуткового функціонування ресторану [32].

Виробнича програма – це асортимент та кількість продукції, що випускаються підприємством протягом дня. У закладах ресторанного господарства під виробничою програмою розуміють план-меню. Для складання плану-меню необхідно знати приблизну кількість продукції, що випускається, і враховувати асортиментний перелік цієї продукції [35].

Зважаючи на контингент гостей, графік роботи закладу та графік роботи конкурентів для забезпечення максимальної завантаженості торгового залу, найкращим варіантом роботи ресторану буде час з 10:00 до 22:00. Максимальна місткість 83 місця, (ще 18 посадкових місць знаходяться на літній терасі, тому в розрахунок ми їх не беремо, оскільки вони мають виражену сезонність).

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. 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
(укладено авторкою)

Час роботи залу	Оборотність місця (ф), кількість / 1 год.	Відсоток завантаження залу, Х	Кількість гостей за 1 годину роботи, N
10–11	2	25	33
11–12	2	20	26
12–13	1,5	30	29
13–14	1,5	35	34
14–15	1	40	26
15–16	1	45	29
16–17	1	40	26
Разом за денний час			203
17–18	1	45	29
18–19	1	55	36
19–20	1	60	39
20–21	1	65	42
21–22	1	45	30
Разом за вечірній час			176
Разом за день			379

Отже, розрахунок показує, що в середньому показник відвідуваності проєктованого ресторану «Bistro Bonjour» становитиме 379 гостей. При середньому чеку в 571,0 грн, денна виручка становитиме 216409,0 грн.

Вихідними даним для розрахунку денної виробничої програми є результати спостереження під час проходження виробничої та переддипломної практики у закладах ресторанного господарства. План випуску кулінарної продукції розраховується за формулою (3.2) [20]:

$$Q=N*m, \quad (3.2)$$

Де, Q – планова кількість страв, яка реалізується в залі за 1 год.

m – розрахункова норма споживання страв у середньому на одного гостя (згідно даних В.В. Архіпова та В.А. Русавської [1]). Результати розрахунків зведені у табл. 3.6.

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 [20].

Таблиця 3.6

Розрахунок коефіцієнтів споживання страв (укладено авторкою)

Кулінарна продукція	Процентне співвідношення страв, %		Коефіцієнт споживання страв, т	
	день	вечір	день	вечір
Холодні страви і закуски	35	40	0,8	2,2
Перші страв	5	–	0,85	0,1
Другі страви	40	40	1,0	1,5
Солодкі страви і гарячі напої	20	20	0,35	0,2
Разом	100	100	3,0	4,0

За даними табл. 3.6 можна розробити денну виробничу програму, в якій відображено необхідну кількість сировини для виготовлення кулінарної продукції (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Розрахунок денної виробничої програми ресторану (укладено авторкою)

Час роботи ресторану	План кількості гостей, од.	План випуску кулінарної продукції				
		Холоні страви та закуски	Перші страви	Другі страви	Солодкі страви та гарячі напої	Разом
		Коефіцієнт споживання страв				
	Обід	0,8	0,85	1,0	0,35	3,0
	Вечеря	2,2	0,1	1,5	0,2	4,0
Реалізація страв, за годинами						
10–11	33	26,4	28,05	33	11,55	99
11–12	26	20,8	22,1	26	9,1	78
12–13	29	23,2	24,65	29	10,15	87
13–14	34	27,2	28,9	34	11,9	102
14–15	26	20,8	22,1	26	9,1	78
15–16	29	23,2	24,65	29	10,15	87
16–17	26	20,8	22,1	26	9,1	78
Разом за денний час	203	162,4	172,55	203	71,05	609
17–18	29	63,8	2,9	43,5	5,8	116
18–19	36	79,2	3,6	54	7,2	144
19–20	39	85,8	3,9	58,5	7,8	156
20–21	42	92,4	4,2	63	8,4	168
21–22	30	66	3	45	6	120
Разом за вечірній час	176	387,2	17,6	264	35,2	704
Разом за зміну	379	549,6	190,15	467	106,25	1313

Отже, виходячи з вищенаведених розрахунків, виробничий план ресторану «Bistro Bonjour» на день становитиме 1313 страв, з яких холодні страви й закуски – 550 од., перші страви – 190 од., другі страви – 467 од. та солодкі страви й десерти 106 од.

Асортимент страв проєктованого ресторану надзвичайно широкий. У меню ресторану французької кухні «Bistro Bonjour» включені холодні страви та закуски з рибних, м'ясних продуктів, овочів, гарячі закуски, різні супи, другі гарячі страви, солодкі страви, гарячі та холодні напої, хлібобулочні вироби та десерти. В якості постачальників для ресторанного підприємства виберемо ті організації харчової сфери, що зарекомендували себе з хорошого боку на ринку ресторанного господарства регіону (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Плановані постачальники для відкриття ресторану (укладено авторкою)

Найменування постачальника	Найменування сировини, товарів та напівфабрикатів	Частота постачання
ТОВ «АВК»	кава, чай, сиропи, топінги, вершки, шоколад	раз на тиждень
ТОВ «Зеленторг»	овочі, зелень, фрукти	щоденно
ТзОВ «Угринів молоко»	молоко, молочна продукція, яйця, сир, морозиво	щоденно
ТОВ «АгроТрейд»	борошно, сіль, цукор, спеції, олія, крупи	двічі на тиждень
ТОВ «Волиньморепродукт+»	риба й морепродукти	щоденно
ТзОВ «Забіяка»	м'ясо, м'ясна продукція, птиця	щоденно
METRO Україна	безалкогольні напої	раз на тиждень
ТОВ «АлкоТрейд»	алкогольні напої	раз на тиждень

Поставки сировини та напівфабрикатів будуть здійснюватися транспортом постачальників. Це дозволить забезпечити безпеку вантажу під час транспортування; своєчасну доставку сировини; дотримання правил завантаження та транспортування товару; ефективне використання транспортних засобів.

Логістичний цикл в ресторанному господарстві, як правило, включає наступні операції: закупівлю, отримання, складування, надання продуктів на кухню, приготування замовлених страв, їх продаж [13, 20].

3.4. Інвестиційний та фінансовий плани

Для здійснення торгівельно-виробничої діяльності на підготовчому етапі ресторану необхідно здійснити капітальні вкладення в придбання основних та оборотних засобів. Інвестиції, які пов'язані з реалізацією бізнес-проєкту полягають у оренді приміщення, здійсненні ремонту, закупівлі обладнання, меблів та елементів інтер'єру відповідно до обраної концепції, проведенні активної маркетингової діяльності до відкриття закладу та ін. Першочергові витрати можна розділити на кілька основних категорій:

1. Оренда та ремонт приміщення. Вартість оренди обраного приміщення розраховуємо, виходячи з середньої вартості оренди метра квадратного комерційної площі в – 250,0 грн. Обране приміщення має площу 210 м², тобто вартість місячної оренди становитиме 52500,0 грн. Додатково слід врахувати комунальні платежі, які включають використання електроенергії, водопостачання, водовідведення, вивіз сміття, утримання прилеглої території тощо (ще +10,0 тис. грн). Разом ці статті витрат формують графу «оренда». За перші півроку оренди приміщення, коли здійснюватимуться підготовчі роботи до відкриття вартість «оренди» сягне 375000,00 грн.

Ремонтний фонд розрахований, виходячи з вартості капітального ремонту 1 м² в розмірі 20000,0 грн, тобто, ремонт орендованого приміщення обійдеться в суму 4200000,0 грн.

2. Обладнання, меблі, кухонний інвентар. Для роботи ресторану потрібно придбати різноманітне обладнання. Кухонне обладнання, таке як плити, печі, холодильники, морозильні камери та посудомийні машини є обов'язковим. Також потрібно придбати меблі для залу: столи, стільці, барні стійки. Окрім цього, необхідно забезпечити ресторан посудом і приладами: тарілками,

чашками, склянками, столовими приборами. Для бару потрібно обладнання, таке як кавова машина, блендери, шейкери та ін. У табл. 3.9 ми звели прораховані витрати на обладнання. Детальна інформація по кожному з видів обладнання наведена у додатках Б.1–Б.3. За результатами розрахунків загальна сума витрат на обладнання становить 3912728,0 грн.

Таблиця 3.9

Статті витрат на технологічне обладнання, посуд та меблі
ресторану «Bistro Bonjour» (укладено авторкою)

Найменування статті витрат	Сума, грн.
Виробниче обладнання цехів та інших груп приміщень	
Гарячий цех	864859,0
Холодний цех	273126,0
Заготівельний цех	236564,0
Мийна столового посуду	296018,0
Кондитерський цех	269204,0
Бар	216289,0
Склад	648748,0
Кухонний посуд та набори	
Кухонний посуд	61510,0
Посуд для торгівельного залу	269010,0
Меблі та елементи декору проєктованого ресторану	
Меблі та елементи інтер'єру торгівельної зали	609700,0
Сигналізація, POS-термінал, аудіо та відеообладнання	90000,0
Меблі адміністративної та побутової груп приміщень	77700,0
Разом	3912728,0

Щорічний обсяг витрат на ремонт та експлуатацію технологічного устаткування становитиме – 3 % у перші 5 років експлуатації, та 10 % надалі. Середній термін корисного використання даного обладнання до 10–15 років (у т.ч. меблі торгівельної зали – 10 років, кухонне та торгівельне обладнання – 15 років, посуд та набори – 2 роки).

3. *Персонал.* Щоб забезпечити якісне обслуговування гостей, необхідно найняти персонал. Це включає першу місячну зарплату для шеф-кухаря, офіціантів, барменів, прибиральників та адміністративного персоналу. Також варто передбачити витрати на навчання нових працівників. У п.п. 3.2. здійснено прорахунок цих витрат, які склали 296000,0 грн до оподаткування.

4. *Маркетинг та реклама.* Для успішного старту ресторану необхідно мати розроблений логотип, дизайн меню та рекламні матеріали. Важливо також запланувати рекламні кампанії, що включають інтернет-рекламу, друковані матеріали та участь у публічних заходах (наприклад, громадських чи бізнесових). Створення та запуск веб-сайту ресторану також потребує фінансових витрат. Загальна сума витрат на маркетингову кампанію становитиме 642400,0 грн., з яких більшу частину складають витрати на співпрацю з місцевими інфлюенсерами (які популяризуватимуть заклад), зовнішню рекламу на сіті-лайтах та білбордах, а також таргетовану рекламу в Instagram, Google та Facebook. Слід зазначити, що рекламну кампанію слід розпочати за 2–3 місяці до відкриття закладу.

5. *Документація та ліцензії.* Оформлення необхідних ліцензій та дозволів, таких як ліцензія на продаж алкоголю, дозволи на ведення підприємницької діяльності та санітарні дозволи, також вимагає витрат. Крім того, потрібні юридичні послуги для реєстрації бізнесу та юридичних консультацій. З документів для відкриття закладу необхідно зареєструвати юридичну особу, отримати дозвіл ДСНС (Державної служби України з надзвичайних ситуацій), санітарно-епідеміологічної служби, а також ліцензія на торгівлю алкоголем. Згодом потрібно оформити договір з Луцькою міською радою (або комунальним підприємством) на розміщення літнього майданчика. В кошторисі необхідно передбачити суму розміром 20000,0 грн. на ці статті витрат.

6. *Початкові запаси продуктів харчування, напоїв та алкоголю* є необхідними для початку роботи ресторану. Також потрібно застатися господарськими товарами, такими як миючі засоби, засоби для чищення, санітарної обробки приміщень тощо. Вважаємо, що суми коштів обсягом 200000,0 грн. вистачить.

7. *Резервний фонд.* Чи не найважливіша частина загального кошторису. Його слід передбачити для покриття непередбачених витрат, які можуть виникнути в процесі відкриття ресторану. Це допоможе зменшити ризики і

забезпечити стабільну роботу закладу з перших днів. Вважаємо, що для цього слід передбачити 500000,0 грн.

Таким чином, обсяг першочергових інвестицій в проєкт створення французького ресторану становитиме – 10146128,0 грн.

3.5. Оцінка ризиків діяльності проєктованого ресторану

Реалізація нових проєктів у сфері обслуговування завжди зумовлена з певною часткою ризику. В сучасних складних умовах діяльності пов'язаних зі збройною агресією проти нашої країни бізнес здійснюється в умовах невизначеності та змін як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Це означає, що постійно виникає неясність щодо корисності очікуваного кінцевого результату і, відповідно, виникає небезпека непередбачених втрат або невдач. Ризик – це потенційна можливість зазнати втрат у вигляді додаткових витрат понад передбачених прогнозом або отримання доходів нижче запланованих.

Перелік ризиків є досить різноманітним, імовірність кожного типу ризику різна, а сума збитків, які вони можуть спричинити, неоднакова. Найважливіші ризики визначені нами укладені у табл. 3.10. З них найбільшу вірогідність виникнення мають: безпековий ризик, який зумовлений збройною агресією проти нашої країни й несе пряму загрозу життю й здоров'ю гостей та персоналу; техніко-енергетичний ризик пов'язаний з впровадженням графіків відключення електроенергії, внаслідок чого ресторан не зможе здійснювати виробничу діяльність або продукція яка зберігається в морозильних камерах може зіпсуватись, для цього необхідно передбачити альтернативні джерела електропостачання, як наприклад купівля генератора.

Ще одним значним ризиком може бути неправильно сформована й реалізована концепція ресторану. Це може призвести до низької популярності серед цільової аудиторії, низької відвідуваності та втрати

прибутку. Для зменшення цього ризику важливо детально дослідити ринок і ретельно продумати маркетингову стратегію, а також провести аналіз конкурентів перед відкриттям ресторану [3, 11–12].

Таблиця 3.10

Ризики пов'язані з відкриттям та діяльністю ресторану «Bistro Bonjour»
(укладено авторкою)

Найменування ризику	Вірогідність виникнення, К	Ймовірний вплив на проєктований ресторан	Стратегія нейтралізації наслідків негативного впливу ризиків
1	2	3	4
Безпековий ризик	0,8	загроза життю й здоров'ю гостям та персоналу внаслідок збройної агресії та бойових дій	дотримання рекомендацій органів влади щодо обладнання укриттів, забезпечення вільних маршрутів евакуації тощо
Пошкодження майна ресторану	0,7	фінансові втрати на відновлення	застрахувати майно заздалегідь
Техніко-енергетичний ризик	0,6	пов'язаний зі забезпеченням підприємства електроенергією, водопостачанням, водовідведенням, інтернет-зв'язком тощо, які мають непередбачуваний характер через обстріли	купівля генератора для забезпечення альтернативного електропостачання,
Невдале місцерозташування ресторану	0,4	ризик значного зниження обсягів виробництва, обсягів продажу та рентабельності проєкту.	під час вибору приміщення необхідно провести попереднє маркетингове дослідження місцерозташування щодо відвідуваності ресторану потенційними клієнтами
Недостатня кількість гостей	0,6	низькі показники ефективності діяльності ресторану.	вивчення потреб гостей, зміна рекламної політики, зміна концепції ресторану.
Неправильна концепція ресторану	0,6	ризик значного зниження обсягів виробництва, обсягів продажу та рентабельності проєкту.	проведення попередніх маркетингових досліджень району, в якому планується відкриття ресторану, виявлення потреб клієнтів, консультації з фахівцями

Завершення табл. 3.10

1	2	3	4
Невдала рекламна стратегія	0,3	слабке залучення відвідувачів, погана інформованість.	вивчення потреб споживачів, зміна рекламної політики, зміна рекламного агентства
Ризик недофінансування проєкту	0,7	недофінансування цього напрямку спричинить ризик значного зниження обсягів виробництва, обсягів продажу та рентабельності проєкту	детальне опрацювання проєкту з урахуванням розвитку власної мережі збуту
Складнощі з підбором кваліфікованого персоналу	0,6	збільшення часу на пошук персоналу для ресторану може також збільшити терміни відкриття ресторану та, відповідно, час окупності проєкту	співпраця з навчальними закладами, які готують майбутніх фахівців-рестораторів, створення мотиваційної програми, створення преміального фонду
Ризик зниження конкурентоспроможності бізнесу	0,5	зменшення відвідуваності та середнього чеку, зменшення прибутку	управління змінами бізнесу з точки зору мінімізації ризиків

Окремим заходом з мінімізації ризиків є створення резервного фонду, який є важливим елементом фінансового планування. Він покликаний забезпечити фінансову стабільність підприємства, дозволяючи покривати непередбачувані витрати, які завжди виникають при торгівельно-виробничій діяльності. Це може бути ремонт обладнання, аварійні ремонти приміщень або інші екстрені витрати. В разі виникнення кризових ситуацій (наприклад, пандемія або інші надзвичайні ситуації) резервний фонд дасть змогу ресторану продовжувати функціонувати, виплачувати заробітну плату співробітникам та виконувати інші фінансові зобов'язання.

ВИСНОВКИ

У результаті написання випускної кваліфікаційної роботи нами були отримані такі головні висновки:

1. Бізнес-план – це стандартний метод опису комерційних ініціатив, що включає детальну інформацію про стратегічне, виробниче та фінансове управління проєктованим підприємством. Важливими його аспектами є визначення цілей проєкту, аналіз конкурентного середовища, а також врахування ризиків та можливостей для подальшого розвитку.

2. Під час розробки концепції ресторану у французькому стилі «Bistro Bonjour» було враховано багатофакторність, яка включає не лише меню та інтер'єр, але й атмосферу закладу. Національний концептуальний стиль був втілений у виборі страв (у т.ч. хлібобулочних виробів, вина, сиру та ін.), характерних для французької кухні, а також у деталях інтер'єру, які відтворюють автентичну атмосферу «Монмартру». Об'ємно-планувальне рішення було спроектовано таким чином, щоб забезпечити комфорт та затишок для гостей та ефективність роботи персоналу. Рекомендоване місце відкриття ресторану – вул. Лесі Українки 24А на першому поверсі «Будинку художника». Площа ресторану – 210 м², з яких безпосередньо торгівельний зал – 110 м². Режим роботи з 10:00 до 22:00 год., щоденно. Чисельність працівників – 32 особи. Розрахункова кількість гостей – 379 чол. на день. Середній чек – 571,0 грн. Початок реалізації проєкту – січень 2025 р., завершення й тестове відкриття – липень 2025 р.

3. Організаційно-правовою формою обрано – ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю). Організаційна структура управління – лінійно-функціональна. Вищою ланкою є керівник ресторану. Зарплатний фонд (разом з преміями) становитиме 3552000,0 на рік. На посади бухгалтера, інженера обладнання та SMM-менеджера планується залучати кваліфікованих працівників за договором аутсорсингу.

Виробнича програма ресторану розрахована виходячи з середньої кількості гостей на день (379 чол.). За результатами розрахунків, встановлено, що на день реалізовуватиметься 550 холодних страв і закусок, 190 – перших страв, 467 – других страв, 106 – солодких страв і хлібобулочних виробів. Денна виробнича програма становить 1313 од..

Основну витратну частину становлять інвестиції в ремонт приміщення – 4200000,0 грн., закупівлю матеріально-технічного забезпечення – 3912728,0 грн. (у т.ч. обладнання гарячого цеху – 864859,0 грн, холодного цеху – 273126,0 грн., заготівельного цеху – 236564,0 грн., кондитерського цеху – 269204,0 грн.). Вартість меблів та оснащення торгівельної зали – 777400,0 грн. Кошторис витрат на маркетинг (виготовлення вивіски, брендинг, створення сайту, дизайн меню, реклама в інтернеті, SMM-маркетинг, участь в ярмарках, зовнішня реклама та ін.) становить 642400,0 грн. Сумарний обсяг інвестицій у створення французького ресторану «Bistro Bonjour» становить – 10146128,0 грн.

4. В ході дослідження були виявлені ключові чинники, які впливають на обсяг інвестицій проєкту та ризики його реалізації. Найбільш небезпечними ризиками, станом на сьогодні є: безпековий ризик, який зумовлений збройною агресією проти нашої країни й несе пряму загрозу життю й здоров'ю гостей та персоналу; техніко-енергетичний ризик пов'язаний з впровадженням графіків відключення електроенергії, внаслідок чого ресторан не зможе здійснювати виробничу діяльність або продукція яка зберігається в морозильних камерах може зіпсуватись, для цього необхідно передбачити додаткові джерела електропостачання, як наприклад купівля генератора чи під'єднання до резервних систем живлення.

Окремим заходом з мінімізації ризиків є створення резервного фонду, який є важливим елементом фінансового планування. Він покликаний забезпечити фінансову стабільність підприємства, дозволяючи покривати непередбачувані витрати, які завжди виникають при торгівельно-виробничій діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Центр учбової літератури, 2009. 342 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: 21.04.2024 р.)
3. Васильців Т.Г., Кравчук Н.Я. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення. *Науковий вісник НЛТУУ*. 2013. Вип. 23.2. С. 208–213.
4. Даниленко-Кульчицька В.А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2022, (6). С. 19–23. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-6-3> (дата звернення: 11.03.2024 р.)
5. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). [Чинний від 01-09-2010]. Вид. офіц. Київ : Мінрегіонбуд України, 2010. 83 с.
6. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. К. Держспоживстандарт України, 2004. 87 с. URL: https://dnaop.com/html/37/docДСТУ_4281_2004 (дата звернення: 04.03.2024 р.)
7. Ільїн Л., Пасічник М. Адаптація ресторанного бізнесу Волинської області до умов воєнного стану. *Війна та туризм : матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (Київ, 11 листопада 2022 р.) К. : ТОВ «Геопринт», 2022. С. 140–142.
8. Ільїн Л.В., Пасічник М.П. Кваліфікаційна робота бакалавра: методичні вказівки до виконання, оформлення та захисту (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Готельно-ресторанна справа»). Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 32 с.

9. Інформаційний портал «Район. Культура». Мистецтво у сітках та мурал з «Бандерою»: сьогодення луцького Будинку художника. URL: <https://kultura.rayon.in.ua/topics/553819-mistetstvo-u-sitkakh-ta-mural-z-banderoyu-sogodennya-lutskogo-budinku-khudozhnika> (дата звернення: 26.02.2024 р.)
10. Кукліна Т. С., Гурова Д. Д., Цвілий С. М., Журавльова С. М., Михайлик Д. П. Організація громадського харчування в сучасних умовах. Science and innovation of modern world. *Proceedings of the 1st International scientific and practical conference*. Cognum Publishing House. London, United Kingdom. 2022. Pp. 447–453. URL: <https://sciconf.com.ua/i-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-and-innovationof-modern-world-28-30-09-2022-london-velikobritaniya-arhiv/> (дата звернення 26.06.2023).
11. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Пасічник М.П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. No 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450> (дата доступу 01.05.2023 р.)
12. 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.)
13. Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків : Світ Книг, 2018. 657 с.
14. Назаренко І.А. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 185 с.
15. Онлайн-інструмент графічного дизайну «Canva». URL: <https://www.canva.com/design/DAGG6FpbOU> (дата звернення: 04.04.2024 р.)
16. Онлайн-магазин спеціалізованого кухонного обладнання «Techno Food». URL: <https://technofood.com.ua/ua/shop/category/solutions> (дата звернення: 26.02.2024 р.)

17. Островська Г.Й. Кухні народів світу: курс лекцій. Тернопіль : ТНПУ ім. Пулюя, 2018 162 с.
18. Офіційна сторінка Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/search/?query=%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B8+%D0%B5%D> (дата звернення: 17.01.2024 р.)
19. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторанні технології: Основи теорії. Київ : Кондор, 2015, 250 с.
20. Павлюченко О.С., Гавриш А.В., Шаран Л.О. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2017. 227 с.
21. Постер. Офіційна сторінка автоматизованої системи управління ресторанами. URL: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 17.01.2024 р.)
22. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розроблення техніко-економічного обґрунтування забезпечення ефективного використання об'єктів права державної та комунальної власності, що пропонуються до передачі. Мінекономрозвитку України; Наказ, Рекомендації від 27.12.2013 № 1591. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0290665-06#Text> (дата звернення 21.03.2024 р.)
23. Прохорова Т.П., Притиченко Т.І. Маркетингове обґрунтування бізнес-плану підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». 2014. № 34. С. 31.
24. Революція на столі: філософії бістрономії та шефи нового покоління. URL: <https://www.restorator.ua/post/revolyuciya-na-stole> (дата звернення: 26.02.2024 р.)
25. Ресторани Монмартру (фототека). URL: <https://www.sortiraparis.com/uk/de-isti-v-parizhi/restoran> (дата звернення: 01.03.2024 р.)
26. Рецепти страв української та європейської кухонь за Євгеном Клопотенком. URL: <https://klopotenko.com/reczepti/> (дата звернення: 07.03.2024 р.)

27. Ринок громадського харчування України. URL: <http://pro-consulting.ua/ua/products/826-Analiz-ukrainskogorynka-zavedenii-bystrogo-pitaniia-2018-god.html> (дата доступу 29.04.2023 р.)

28. Сокирник І.В., Петлюк О.В. Стратегічне позиціонування підприємств ресторанного господарства на регіональному рівні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6(1). С. 191–196.

29. Терешкін О.Г., Балацька Н.Ю. Конспект лекцій з курсу «Проектування об'єктів готельно-ресторанного господарства». Харків : ХДУХТ, 2016. 135 с

30. Фуд-сервіс. Ресторан етнічної кухні: чи достатня умова для популярності? URL: <https://www.food-service.com.ua/ua/restoran-etnichnoi-kuhni:-chi-dostatnya-umova-dlya-populyarnosti-i124> (дата доступу 29.04.2023 р.)

31. Шевченко А.В., Борисенко О.С. Методичне забезпечення підготовки бізнес-плану як ключового складника стратегічного управління діяльністю підприємства. *Проблеми системного підходу: зб. наук. праць*. Випуск № 1 (75). 2020. К. : НАУ, 2020. С. 90–97.

32. 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.

33. Янковець Т.М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проєкту. URL: http://www.knutd.com.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statjayankovec (дата доступу 17.03.2023 р.)

34. Яровенко Т. С. Бізнес-планування як сучасний інструмент стратегічного управління підприємством. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 6. С. 465.

35. 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.

36. Sigal Jane Bistronomy: Recipes from the Best New Paris Bistros. Hardcover. 2015. 240 p.

37. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). URL: <https://www.unido.org/> (дата звернення: 27.01.2024 р.)

ДОДАТКИ

Ілюстративний матеріал

Додаток А.1

Ресторан «Moulin Rouge» [25]



Додаток А.2

Ресторан «Chez La Mère Catherine» [25]



Додаток Б

Перелік обладнання необхідного для відкриття ресторану французької кухні
на 65 місць у місті Луцьку

Додаток Б.1

Технологічне обладнання виробничої групи (цехів)
(укладено авторкою)

Найменування обладнання	Ціна, грн.	Кількість, од.	Сума, грн.
1	2	3	4
Гарячий цех			
Пароконвектомат з сенсорною панеллю управління та мийкою GIORIK	211061,00	1	211061,00
Електрична плита з духовою шафою OSOEF	89523,00	1	89523,00
Стіл холодильний TAG	81308,00	1	81308,00
Плита індукційна плитка з полицею 6 конфорок (12 кВт)	80856,00	1	80856,00
Вакуумний пакувальник EVOX	71619,00	1	71619,00
Стіл холодильний TAG	67600,00	1	67600,00
Поверхня для смаження електрична комбінована OGE	67198,00	1	67198,00
Термопроцесор SOFTCOOKER (SOUS VIDE)	32327,00	1	32327,00
Стіл для видачі	23305,00	1	23305,00
Зонт витяжний острівний Техно-2	19236,00	2	38472,00
Підставка для пароконвектомата	13430,00	1	13430,00
Ванна мийна зварна двосекційна	12245,00	1	12245,00
Нейтральний елемент OAT4070	10537,00	1	10537,00
Стелаж виробничий 4 полки	9085,00	2	18170,00
Ваги настільні SW-5	7307,00	1	7307,00
Ванна мийна зварна односекційна 700x700x850	6991,00	1	6991,00
Стіл виробничий з полицею	6043,00	2	12086,00
Полиця пристінна навісна 2-х рівнева відкрита	4621,00	2	9242,00
Фільтр для води DVA 12 / LT	5894,00	1	5894,00
Стіл виробничий з полицею 1400x700x850 мм	5688,00	1	5688,00
Холодний цех			
Шафа холодильна OZTI	95104,00	1	95104,00
Стіл холодильний TAG	81308,00	1	81308,00
Овочерізка Sirman TM Inox з комплектом дисків	48088,00	1	48088,00
Слайсер Sirman Smart	23664,00	1	23664,00
Ваги настільні SW-5	7307,00	1	7307,00
Ванна мийна зварна односекційна 700x700x850	6991,00	1	6991,00
Стіл виробничий з полицею 1500x700x850 мм	6043,00	1	6043,00
Полиця пристінна навісна 2-х рівнева відкрита 1500x400x300 мм	4621,00	1	4621,00
Заготівельний цех			
Стіл морозильний TAG 370.00 LMV	113232,00	1	113232,00
Овочерізка Sirman TM INOX	37986,00	1	37986,00

Продовження додатка Б.1

1	2	3	4
М'ясорубка Sirman TC 12	30547,00	2	61094,00
Стіл виробничий з полицею 1200x700x850 мм	7742,00	1	7742,00
Ваги настільні SW-5	7307,00	1	7307,00
Ванна мийна зварна одноксекційна 700x700x850 мм	6991,00	1	6991,00
Полка пристінна навісна 2-х рівнева відкрита 1200x400x300 мм	2212,00	1	2212,00
Мийна столового посуду			
Посудомийна машина купольного типу OBM 1080T PDRT	100329,00	1	100329,00
Посудомийна машина купольного типу OBM 1080T PDT	85371,00	1	85371,00
Професійна посудомийна машина OBY	62108,00	1	62108,00
Ванна мийна зварна трьохсекційна 1800x600x850 мм	13864,00	1	13864,00
Стіл для прийому брудного посуду з отвором 1200x600x850 мм	11060,00	1	11060,00
Стелаж виробничий 4 полки 1500x400x1800 мм	8650,00	1	8650,00
Стіл виробничий з полицею 1500x600x850 мм	7742,00	1	7742,00
Фільтр для води DVA 12	5894,00	1	5894,00
Кондитерський цех			
Пароконвекційна піч з зволоженням EME52	127922,00	1	127922,00
Спіральний тістоміс IM 22	46436,00	1	46436,00
Міксер планетарний PR	44538,00	1	44538,00
Стіл виробничий з дерев'яною стільницею 1400x600x850 мм	9243,00	1	9243,00
Плита індукційна NA 8	8707,00	1	8707,00
Зонт витяжний пристінний Техно-2 1000x1000x400 мм	7386,00	1	7386,00
Ваги настільні SW-5	7307,00	1	7307,00
Стіл виробничий з полицею 1200x600x850 мм	6478,00	1	6478,00
Фільтр для води DVA 12	5894,00	1	5894,00
Ванна мийна зварна одноксекційна 600x600x850 мм	5293,00	1	5293,00
Бар			
Еспресо машина NSIM-APPIA COMPACT S 2GR	133905	1	133905,00
Льдогенератор EB	24978	1	24978,00
Соковижималка для цитрусових з притиском Apollo Con Leva VV micro	17320,00	1	17320
Міксер для коктейлів SIRIO 2 CE	17047,00	1	17047,00
Блендер Dragone VV	13618,00	1	13618,00
Фільтр для води CMA LT16	4822,00	1	4822,00
Водонагрівач Hot Drink (19 л)	4599,00	1	4599,00
Склад			
Шафа холодильна OZTI 72k3.12nvm	142835,00	1	142835,00
Шафа холодильна OZTI 72k3.14nvm	103052,00	1	103052,00
Шафа морозильна OZTI 72k4	101623,00	1	101623,00
Шафа морозильна есс700вт	99793,00	1	99793,00
Шафа холодильна есс700tn	78986,00	1	78986,00
Шафа морозильна OZTI 72k4	71931,00	1	71931,00

Закінчення додатка Б.1

1	2	3	4
Шафа холодильна sd 1380	37059,00	1	37059,00
Стелаж виробничий 4 полки 1200х400х1800	7386,00	1	7386,00
Стіл виробничий з полицею 1000х600х850 мм	6083,00	1	6083,00
Разом			2803808,00

Примітки: перелік не є вичерпним, а ціни запозичені з онлайн-магазину Techno Food [16]

Додаток Б.2

Кухонний посуд та набори (укладено авторкою)

Найменування посуду	Ціна, грн.	Кількість, од.	Сума, грн.
1	2	3	4
Кухонний посуд			
Набір професійних ножів	3900,00	5	19500,00
Розділювальна дошка	800,00	9	7200,00
Кастрюля 2 л	1200,00	5	6000,00
Кастрюля 5 л	1500,00	4	6000,00
Сковорідка	900,00	6	5400,00
Жаровня	700,00	5	3500,00
Лопатка	80,00	16	1280,00
Таця	320,00	9	2880,00
Ополоник	220,00	9	1980,00
Сотейник	450,00	5	2250,00
Друшляк	450,00	3	1350,00
Тертка	300,00	4	1200,00
Шатківниця	380,00	2	760,00
Овочечистка	210,00	3	630,00
Качалка	180,00	2	360,00
Часникодавка	180,00	2	360,00
Консервний ніж	210,00	3	630,00
Кондитерський мішок	230,00	1	230,00
Посуд для торгівельного залу			
Тарілка мілка кругла 200 мм	90,00	90	8100,00
Тарілка мілка кругла 250 мм	95,00	90	8550,00
Тарілка глибока кругла 150 мм	105,00	90	9450,00
Бульйонниця 300 мл	80,00	65	5200,00
Кокотниця	850,00	30	25500,00
Ніж столовий	75,00	90	6750,00
Виделка столова	80,00	90	7200,00
Ложка столова	80,00	90	7200,00
Чайна ложка	50,00	90	4500,00
Кавова ложка	50,00	90	4500,00
Стакан Хайбол 260 мл	190,00	65	12350,00
Бокал коньячний 170 мл	150,00	65	9750,00
Стакан Рокс 250 мл	150,00	65	9750,00
Пивний бокал 500 мл	240,00	65	15600,00
Флюте 150 мл	150,00	65	9750,00
Бокал для білого вина 160 мл	150,00	90	13500,00
Бокал для червоного вина 160 мл	150,00	90	13500,00
Стопка 50 мл	110,00	90	9900,00
Заварник 600 мл	900,00	30	27000,00
Чайна кружка з блюдцем	310,00	65	20150,00
Кавова чашка з блюдцем	300,00	65	19500,00
Молочник	200,00	3	600,00
Шейкер	600,00	2	1200,00
Джиггер	200,00	2	400,00
Барна ложка	180,00	2	360,00
Ложка для морозива	280,00	1	280,00

Закінчення додатка Б.2

1	2	3	4
Набір для спецій	300,00	18	5400,00
Соусник	290,00	15	4350,00
Серветниця	190,00	18	3420,00
Ваза для квітів	390,00	10	3900,00
Штопор	280,00	5	1400,00
Разом			330520

Примітка: перелік посуду не є вичерпним, а ціни не завжди відповідають актуальним.

Додаток Б.3

Меблі та елементи декору проєктованого ресторану (укладено авторкою)

Найменування посуду	Ціна, грн.	Кількість, од.	Сума, грн.
1	2	3	4
Меблі залу			
Сервант офіціанта	18000,00	1	18000,00
Стіл 100х100	11000,00	11	121000,00
Стіл 60х60	5700,00	16	91200,00
Стілець	2300,00	44	101200,00
Диван	12000,00	4	48000,00
Стіл вуличний	1800,00	9	16200,00
Крісло вуличне	1100,00	18	19800,00
М'яке крісло	3800,00	7	26600,00
Барний табурет	1300,00	5	6500,00
Шафа гардербна	21000,00	1	21000,00
Барна стійка	90000,00	1	90000,00
Кашпо для вазонів	900,00	18	16200,00
Елементи декору	1700,00	20	34000,00
Аудіо та відео забезпечення			
Акустична система	14000,00	1	14000,00
Pos-термінал	12000,00	1	12000,00
Телевізор	18000,00	2	36000,00
Роутер інтернету	4000,00	2	8000,00
Сигналізація	20000,00	1	20000,00
Меблі адміністративної та побутової групи приміщень			
Стіл	2000,00	3	6000,00
Шафа	7000,00	2	14000,00
Стілець	1300,00	8	10400,00
Полиця	1100,00	3	3300,00
Комп'ютерна техніка	22000,00	2	44000,00
Разом			777400,00

Примітка: перелік не є вичерпним, а ціни не завжди відповідають актуальним.